

Entregado: 21/08/2007; Aprobado: 20/11/2007

Título del trabajo: El proceso de elección de universidades en alumnos potenciales.

Title: The process of election of universities in potential students

Autor: Gabriel Escanés

Carrera: Lic. En Comercialización

E-mail: gaescanes@gmail.com

Resumen:

Este artículo presenta parte de un trabajo de investigación desarrollado en el año 2006, cuyo objetivo fue analizar las características del proceso de decisión de los aspirantes a estudiantes de carreras universitarias (de grado) de la ciudad de Córdoba. El estudio fue realizado a partir de un diseño metodológico que combinó una etapa cualitativa y otra cuantitativa. El presente escrito se refiere, por un lado, al análisis de la información que surgió de las entrevistas en profundidad realizadas a jóvenes que se encontraban cursando el último año de la educación media y manifestaran interés en continuar su formación universitaria. Por otro lado, el artículo comenta los resultados de la fase cuantitativa en la que se aplicó un cuestionario estructurado a fin de medir el comportamiento de las variables definidas en la primera etapa.

Abstract:

This article is part of a research carried out in the year 2006. Its main objective was to analyze the main characteristics of the process of decision-making of the students who apply for a place in universities of the city of Córdoba. The research was developed on the basis of a methodological design that combined a qualitative and a quantitative stage. The current piece of writing makes reference to; on the one hand, the analysis of the data obtained from the interviews made to young people that were in their senior high school level, and who intended to take up a university career. On the other hand, the article deals with the results of the quantitative stage. In such stage, a structured questionnaire was used to measure the behavior of the variables applied in the first stage.

Palabras clave: universidad pública – universidad privada – Actitud – proceso de elección – potenciales estudiantes

Key words: public university - private university – attitude - election process – potential students

1. Introducción

Las personas atraviesan, a lo largo de sus vidas, un continuo proceso educativo en el que intervienen diferentes instituciones de acuerdo al nivel académico en el que se encuentran (primario, secundario, terciario y universitario). La universidad es la institución encargada de brindar una educación que asegure la adquisición de conocimientos significativos y el desarrollo de capacidades que permitan al estudiante universitario concebirse como inmerso en una realidad social de la que es parte activa, y frente a la cual se desempeña no sólo como experto del conocimiento en un ámbito específico, sino como ciudadano competente.

Décadas atrás, la distribución equitativa del conocimiento y la igualdad de oportunidades para acceder a la educación superior era responsabilidad exclusiva de las universidades públicas que, mediante la asignación de recursos destinados en el presupuesto nacional, ofrecían un amplio abanico de carreras de grado y postgrado. Más adelante, la responsabilidad pasó a ser compartida con universidades privadas que, sin subsidios del Estado o con un nivel bajo de estos, comenzaron a compartir el mercado estudiantil.

En este contexto, caracterizado por la presencia de dos tipos de gestiones de enseñanza universitaria: la pública y la privada, los potenciales estudiantes universitarios¹ se enfrentan a un proceso de decisión en el que deben elegir entre estudiar en la universidad o no hacerlo y optar por una universidad determinada.

Como todo proceso de decisión, este se ve afectado por la opinión respecto de la educación superior, la concepción de la Universidad, la predisposición hacia la Universidad y la perspectiva desde la cual entienden la realidad universitaria.

El problema de investigación que guió el presente trabajo se planteó de la siguiente manera: “¿Qué características tiene el proceso de toma de decisión en potenciales estudiantes de educación superior respecto de la elección de una institución universitaria en modalidad presencial?”

El objetivo general de la investigación fue analizar el proceso de toma de decisiones de los potenciales estudiantes de educación universitaria en la modalidad presencial. Para cumplir con dicho objetivo resultó necesario:

¹ Potenciales estudiantes universitarios: posibles consumidores de educación, personas que tengan algún tipo de interés en ingresar al sistema educativo, atravesar el proceso y obtener un título o certificación.

- ▶ Identificar motivos que influyen en la decisión de iniciar los estudios superiores en centros universitarios.
- ▶ Indagar aspectos que influyen en la elección de una institución universitaria.
- ▶ Identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes.
- ▶ Analizar la forma en que los aspirantes a estudiantes procesan información sobre la comunicación publicitaria de las instituciones universitarias.
- ▶ Describir el o los medios a través de los cuales adquieren conocimientos acerca de la oferta educativa.
- ▶ Identificar grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la decisión.
- ▶ Conocer los criterios a través de los cuales son evaluadas las diferentes universidades.
- ▶ Analizar la presencia de creencias que poseen sobre las universidades de la ciudad de Córdoba.
- ▶ Reconocer posibles riesgos percibidos en la elección de una institución universitaria.
- ▶ Conocer el tiempo con el que cuentan para tomar la decisión de estudiar en la universidad.

2. Metodología implementada

La población estuvo compuesta por las personas que residían en la ciudad de Córdoba, y tuvieran entre 17 y 23 años de edad, de niveles socioeconómicos alto, medio alto, medio típico y bajo superior², y hayan manifestado interés por asistir a por lo menos una universidad en el corto plazo. En este proyecto de investigación se planteó, por la naturaleza de los objetivos, un desarrollo en dos etapas: la primera exploratoria y la segunda descriptiva.

1. Primera etapa: La investigación que se llevó a cabo fue de tipo exploratorio debido a que permite tener una primera experiencia con la población de estudio y examinar sus sentimientos, valoraciones, motivaciones y actitudes y, además, permite establecer prioridades de la investigación. Esta etapa resulta adecuada para lograr una profunda comprensión de las características del proceso de decisión de los potenciales estudiantes universitarios. Los resultados de este estudio exploratorio permitieron orientar la recolección de datos en la segunda etapa. Este tipo de

² Índice del Nivel Socioeconómico desarrollado por la Asociación Argentina de Marketing, 2003.

investigación se corresponde con un método cualitativo, el cual pretende comprender qué decisiones toman los potenciales estudiantes, cómo toman decisiones y por qué toman determinadas decisiones. La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la entrevista en profundidad, la cual es una entrevista personal, no estructurada y directa en la que un entrevistador capacitado sondea a un entrevistado a fin de descubrir las motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos ocultos sobre un tema. Se implementó un muestreo por conveniencia en el cual la muestra se forma de 10 personas seleccionadas a partir de dos criterios: accesibilidad y propósitos del investigador.

2. Segunda etapa: La segunda etapa comprende la realización de una investigación de tipo descriptivo debido a que permite delinear las características de la población, es decir figurar quiénes toman la decisión de asistir a la universidad, qué y cuándo deciden, cómo y dónde lo hacen. Este tipo de investigación se corresponde con un método cuantitativo, el cual pretende describir el comportamiento de las variables identificadas en la fase exploratoria y busca cuantificar los resultados de la muestra. La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta personal, la cual puede definirse como un cuestionario estructurado que se aplica sobre una muestra a fin de obtener información de los encuestados respecto de su comportamiento, sus intenciones, actitudes, conciencia, motivaciones, etc. El tipo de muestreo que se implementó fue no probabilístico por cuotas que asegura que los diversos subgrupos de la población estén representados en las características pertinentes en el grado exacto que desea el investigador. Se propuso aplicar el instrumento de recolección de datos a 80 personas.

3. Desarrollo

Con el objeto de describir con claridad cuáles son algunas de las influencias que ejercen presión en el proceso de decisión planteado anteriormente, este artículo se concentrará en los objetivos vinculados a motivaciones, criterios y creencias de los potenciales estudiantes universitarios.

3.1. ¿Por qué iniciar los estudios universitarios? ¿Por qué la Universidad Pública?

En la fase exploratoria se indagó sobre posibles necesidades³, aspiraciones profesionales, expectativas y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios entrevistados, lo cual permitió identificar distintas motivaciones que impulsan a éstos a comenzar una carrera de grado.

El resultado de analizar todas las entrevistas sugiere que los aspirantes a estudiantes universitarios enfrentan una combinación de tres necesidades a la hora de optar por iniciar sus estudios universitarios y seleccionar una determinada institución:

- ∅ Necesidad de logro, un conjunto de individuos se propone alcanzar metas de dominio (hacer progresos), mientras que otro conjunto intenta lograr metas de rendimiento (tener mejor desempeño que otros).
- ∅ Necesidad de poder, que refiere a la creencia sobre aquello que la obtención de un título de grado permitirá o posibilitará en el futuro.
- ∅ Necesidad de afiliación, en relación a las posibilidades de sentir rechazo de otras personas como consecuencia de la decisión de no iniciar los estudios universitarios o de elegir una institución diferente de la preferida por esas otras personas (Reeve, 2003).

A partir de esta clasificación de necesidades propuesta por McClelland (Reeve, 2003) es posible identificar cuál es la combinación que los entrevistados han expuesto en sus discursos.

Miguel (18 años), uno de los entrevistados, se enfrenta a la necesidad de logro (McClelland) que refiere al impulso para lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia: *“una persona que con responsabilidad y esfuerzo, logra formar y mantener una familia”*. A fin de eliminar esta carencia de logro, esta persona selecciona metas de dominio, relacionadas a formas productivas de pensar y comportarse. Estas metas implican hacer un progreso tomando como parámetros a las propias competencias, no a las competencias o conocimientos de otras personas. Además, Miguel afronta la necesidad de poder (McClelland) que refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento. Él aspira a *“...ser alguien: ser una persona*

³ Diversas han sido las definiciones y categorizaciones que el término implica. Shiffman y Kanuk (2001) definen a la necesidad como la carencia de algo básico para la vida, el desarrollo y el bienestar. Por lo tanto, si se obstruye la necesidad, se perturbará el bienestar biológico o psicológico.

formada, instruida, capaz de realizar el trabajo para el cual estudió y se preparó...”, “...si no sabés o no te instruí, no podés trabajar...”. Mediante los estudios universitarios, el entrevistado pretende ejercer influencia sobre el ambiente laboral del cual forma parte.

Debido a que el comportamiento de los aspirantes a estudiantes universitarios está dirigido hacia las metas que estos se proponen alcanzar, resulta de utilidad pensar en dichas metas como estructuras cognitivas en rejilla, en la que cada meta está interrelacionada con las demás en tanto se comparte una meta global. Miguel definió esta meta con la expresión de “*ser alguien*”.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que los estudiantes mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. El mismo entrevistado cree que una vez que haya terminado de estudiar Ingeniería por ejemplo, y reciba el título universitario estará más cerca de cumplir su meta: “*ser alguien*” (expectativa de eficacia).

La educación superior resulta tener un valor de utilidad que otorga cierto nivel de placer al iniciar los estudios superiores como medio para alcanzar una meta futura. Es decir, los aspirantes a estudiantes se forman una representación mental, en relación a la educación universitaria, considerando a la formación de grado como un medio para lograr un fin. Los fines que se logró identificar son los siguientes: 1) Crecer en el aspecto personal, 2) ser profesional, 3) ser alguien en la vida, 4) lograr independencia económica y 5) conseguir trabajos mejor remunerados

En la figura 1 se puede ver un esquema tipo de metas que uno de los entrevistados manifestó en la etapa exploratoria.

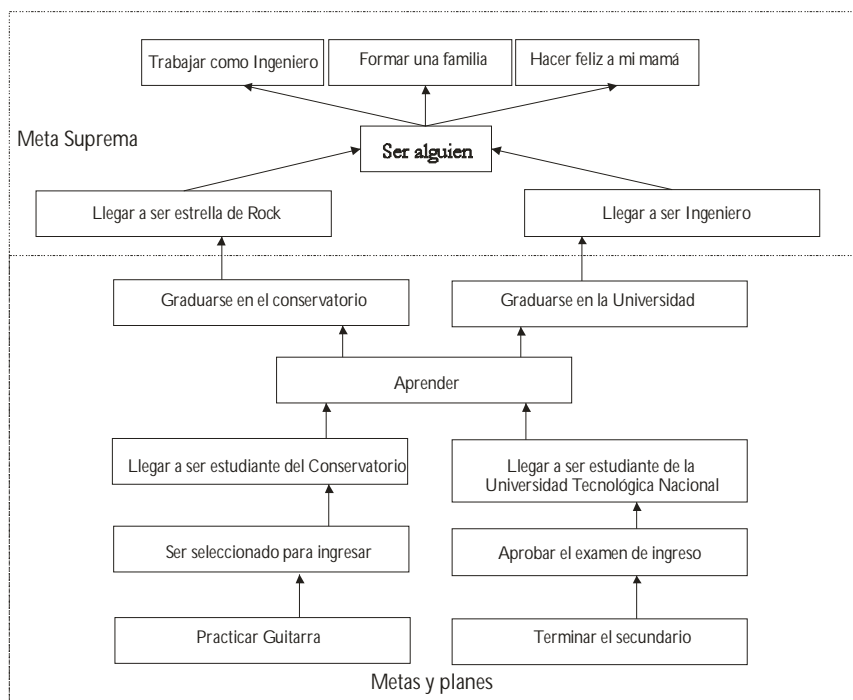


Figura 1. Construcciones cognitivas.

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado al análisis de las construcciones cognitivas, que implica evaluar la influencia del autoconcepto, es decir de las representaciones que los potenciales estudiantes tienen de sí mismos, en la elección de una institución universitaria. Las personas desarrollan generalizaciones cognitivas sobre el yo, llamadas autoesquemas, que son dominios específicos y se aprenden a partir de la experiencia pasada. El análisis de los autoesquemas (Reeve, 2003) permitió, en este trabajo de investigación, indagar respecto de cómo los autoesquemas generan una motivación para transformar al yo presente, hacia un yo futuro deseado; es decir un posible yo ideal inicia un comportamiento dirigido hacia la meta. De esta manera, la imagen de sí mismos que los aspirantes a estudiantes de educación universitaria poseen, resulta ser una posible fuente de motivación para alcanzar una auto-imagen deseada (Reeve, 2003).

La imagen que los entrevistados tienen de sí mismos es posiblemente una fuente de motivación que los impulsa a iniciar los estudios. Miguel (18 años) reconoce que sus actuales conocimientos no le permiten lograr el reconocimiento de las personas que son profesionales. Al mismo tiempo, define el yo ideal: “*ser profesional*”. Para el entrevistado, la educación universitaria le permitirá transformar el yo actual (persona cuyos conocimientos no le permiten ejercer una profesión), en el yo deseado (persona

formada para ejercer una profesión) (Reeve, 2003). Las referencias a los autores van después del concepto.

En relación a reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria, diversos entrevistados reconocieron la necesidad de afiliación, que refiere al deseo de aceptación, pertenencia y seguridad en las relaciones con las demás personas. Esto se evidencia en el momento de tipificar a las instituciones universitarias espontáneamente por los potenciales estudiantes, al describir por un lado a las universidades públicas y por otro a las privadas. Una de las diferencias que evidencian entre ambas, es el nivel sociocultural de la gente que asiste a una y a otra. Se puede observar que los entrevistados creen que a la universidad pública asiste gente “*común*”, personas similares a ellos, mientras que a las privadas asisten personas “*tontas*”, diferentes a ellos.

Una vez identificadas las necesidades que enfrenta la población en estudio, se buscó medir éstos hallazgos de manera cuantitativa. Los resultados muestran que:

- ▶ El 90 % de los encuestados cree que la obtención del título universitario le permitirá ejercer su profesión de manera independiente.
- ▶ Por su parte, el 56% de éstos cree que obtener el título universitario les permitirá ser personas prestigiosas o reconocidas.
- ▶ Y el 45 % manifestó que la obtención del título universitario le permitirá manejar o dirigir un grupo de personas.

En relación a las metas que se proponen alcanzar los potenciales estudiantes universitarios, el 93 % de los encuestados establece metas vinculadas al crecimiento y superación de ellos mismos mientras que un grupo minoritario aspira a superar a los demás.

En cuanto a la necesidad de afiliación, aproximadamente el 60 % de los encuestados cree que sus familiares se sentirían mal en caso que aquellos no estudien alguna carrera universitaria.

3.2. ¿Cuáles son los criterios que permiten elegir una Universidad Privada o una Universidad Pública?

Uno de los objetivos de investigación pretende conocer los criterios a través de los cuales son evaluadas las diferentes universidades.

Siguiendo con el ejemplo anterior, en la etapa exploratoria Miguel expresó que el tipo o estilo de gente que asiste a una institución resulta ser uno de los aspectos que se

considera al momento de evaluar a la misma: *“...las personas que asisten a la universidad pública son comunes o normales, son personas parecidas a mi, mientras que a las universidades privadas, asisten las personas que son nenes de papá...”*

Luego de analizar todas las entrevistas en profundidad, se identificaron siete normas evaluadoras de instituciones. A continuación se enumeran 7 criterios junto con expresiones que sirven de ejemplos para comprender el eje con el que los entrevistados juzgan a las instituciones universitarias.

- ▶ Cantidad de personas que asisten a la universidad: *“...algo que tienen de positivo las privadas, es que no es un número tan grande de gente con la que cursas, o sea son grupos más reducidos...”* (Cristel, 17 años).
- ▶ Relación profesor-alumno: *“...en la pública son más de cien personas y por ahí el profe no te tiene, o sea no te conoce, no dice “ah vos sos tal”. Creo que en las privadas eso sí se da, puedes llegar a tener un poco más de relación entre el profe y el alumno...”* (Cristel, 17 años).
- ▶ Carácter público o privado de la universidad: *“...y bueno, obviamente está la educación universitaria pública y la privada. Siempre estuvo esa división...”* (Andrés, 18 años).
- ▶ Prestigio de la universidad: Los entrevistados refieren al reconocimiento que una institución tiene en la sociedad. *“...y, mirá, el título de acá, de la Universidad Nacional de Córdoba, me ha contado gente de acá que se ha ido al exterior y han podido trabajar en el exterior por tener el título de nuestra universidad, más que con un título de las privadas. Es muy reconocida internacionalmente la UNC...”* (Andrés, 18 años).
- ▶ Tipo o estilo de gente que asiste a la institución: *“...es por la gente, por la clase de gente que va a una y la que va a la otra. Tampoco le doy muerte a la privada, muerte nada, pero he visto un par de cosas que no me agradaron mucho, y lo he visto en varias universidades privadas, y dije bueno, debe ser que estos nenes son así porque sus papis les pueden pagar una privada, eso me embola...”* (Miguel, 18 años).
- ▶ Nivel de enseñanza de la institución: *“...en las privadas son menos materias, que es más fácil, más personalizado. De las públicas sé que, mi profesora del curso que hago, me dijo que ella, el último año de la facultad lo hizo en las ventanas, o sea escuchaba las clases desde la ventana. Esas diferencias supongo que se notan, pero el tipo de nivel educativo no se, porque a mí me dijeron que nunca un universitario*

recibido de las privadas se puede poner a hablar con uno recibido de la publica...”
(Cecilia, 17 años).

- ▶ Costo económico: *“...los chicos que van a las privadas son los que tienen mas platita, hay que tener para pagar una facultad privada...”* (Andrés, 18 años).

En la fase descriptiva se intentó establecer cuál/es de éstos resultan ser determinantes en la decisión, y cuál/es resultan ser importantes (no son decisivos). Los resultados muestran que los dos criterios más importantes resultaron ser el nivel de enseñanza (capacidad de los profesores para transmitir los contenidos académicos) y el prestigio de la institución universitaria (ver apartado reflexiones finales).

3.3. ¿Cuáles son las creencias sobre las instituciones públicas y las privadas?

En relación a la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto de las instituciones universitarias, se intentó conocer algunas de sus creencias en torno a éstas. Luego del análisis exploratorio, se pudo observar que sus creencias se asocian en diferentes niveles a los dos tipos de instituciones identificadas: públicas y privadas. Entre las creencias es posible mencionar algunas a modo de ejemplo:

La enseñanza que obtienen los alumnos de la Universidad Nacional de Córdoba es mejor que en las universidades privadas porque el esfuerzo que implica la solución de las adversidades que se presentan, tanto en el ingreso como en el cursado de la carrera, implican un proceso de aprendizaje de mayor nivel. Dichas adversidades existen como consecuencia de la falta de disponibilidad de los materiales necesarios para brindar el servicio educativo: *“...en las universidades públicas se enseña lo humano...”, “...el ingreso a las universidades públicas es estresante y complicado...”, “en las universidades privadas se enseña lo técnico⁴...”*. (Miguel, 18 años).

Luego de analizar todas las entrevistas en profundidad, se identificaron 21 creencias o conocimientos que los potenciales estudiantes poseen en relación a los centros de educación superior.

En la etapa descriptiva se intentó conocer cuáles de éstas creencias se ajustaba más a la Universidad Pública y cuáles a la Universidad Privada. El siguiente grafico muestra la opinión de los encuestados al respecto.

⁴ Refiere a la enseñanza de las actividades propias de la profesión, sin aprender a resolver posibles adversidades, debido a la disponibilidad o fácil acceso a los materiales necesarios en la educación.

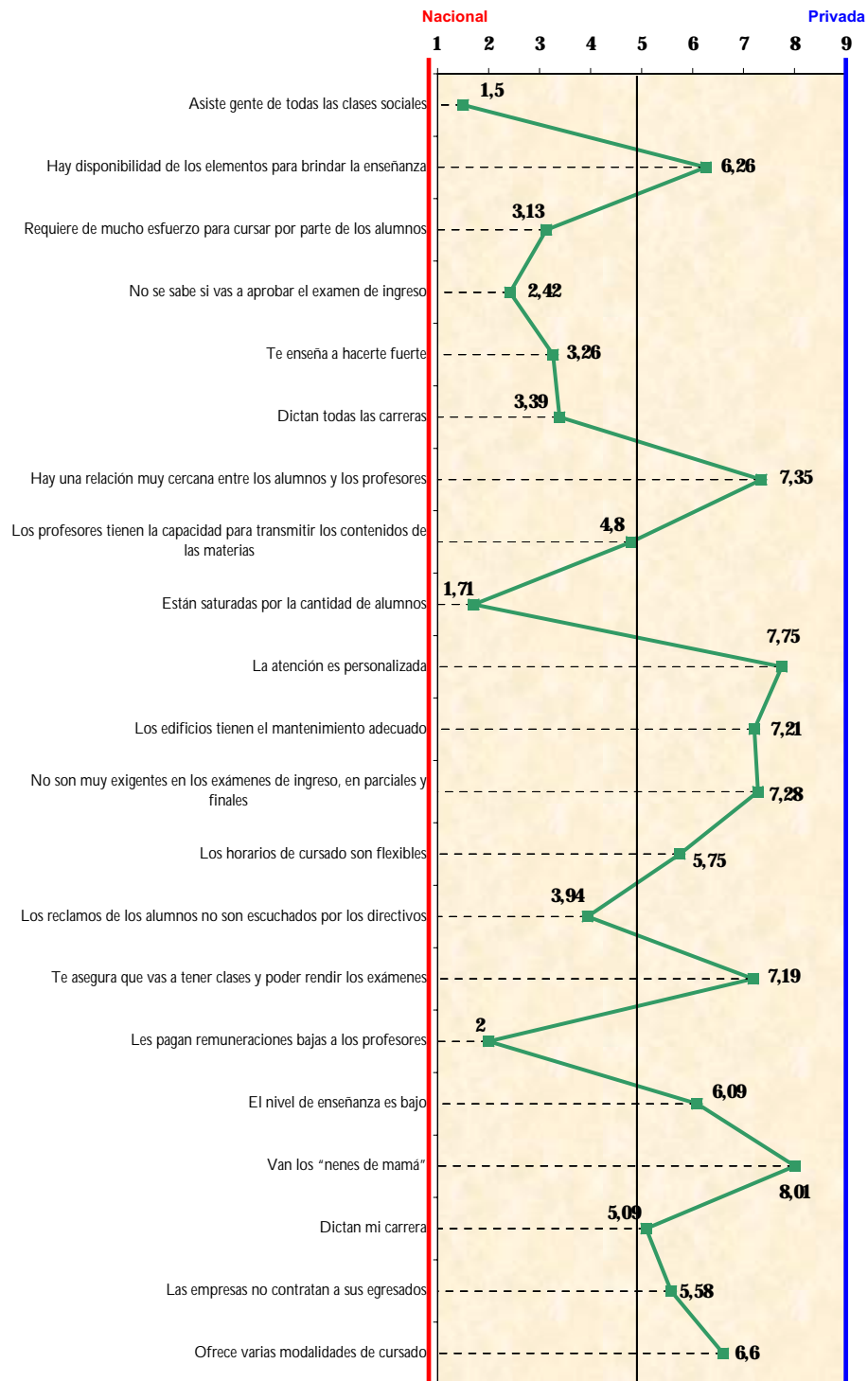


Figura 2. Creencias sobre las instituciones públicas y privadas.

4. Reflexiones finales

La presente investigación intentó comprender el proceso de toma de decisiones de potenciales estudiantes en educación universitaria. Dicho proceso se caracteriza por dos alternativas establecidas por el tipo de gestión de las instituciones académicas. Por un

lado, se encuentran los centros educativos de gestión privada y por otro, las instituciones públicas. En este marco de decisión, los potenciales estudiantes universitarios adoptan comportamientos susceptibles de ser analizados e interpretados. Uno de los aspectos involucrados en el proceso de decisión está representado por la motivación de los potenciales estudiantes para iniciar los estudios académicos de grado. La fuerza interna que impulsa a los sujetos a insertarse en el sistema universitario responde a una combinación de diferentes necesidades (McClelland):

- ∄ Es posible sostener que aquellas personas que han sido objeto de estudio en el presente trabajo de investigación, establecen metas supremas que guían la conducta de las mismas. La mayoría de los encuestados se propone progresar, y para ello, su comportamiento se caracteriza por el acercamiento hacia la meta. Por tanto, dicho progreso responde a un comportamiento positivo. Sin embargo, es posible destacar que una porción del segmento de menor NSE se propone “crecer y superar a los demás”. Dicha meta se establece para mejorar el rendimiento en relación a otras personas, por lo que se vincula a un comportamiento negativo.
- ∄ Los potenciales alumnos universitarios eligen iniciar los estudios de grado por el temor a la desaprobación familiar. Los sujetos advierten la posibilidad de generar, en el seno de convivencia próximo, un sentimiento de malestar si decidieran no comenzar la formación académica universitaria.
- ∄ Quienes aspiran a ingresar a instituciones de educación superior, se encuentran motivados por conseguir el título que certifica el nivel educativo alcanzado. La obtención del mismo les permitirá una mayor capacidad para influir sobre el ambiente que los rodea. Es decir, los sujetos buscan incrementar el poder a través de la educación superior universitaria.

Otra influencia en el proceso decisorio se vincula a la imagen mental que los sujetos se forman de la educación universitaria, que se produce parcialmente por el caudal de información que reciben de las instituciones académicas. Los aspirantes a estudiantes universitarios procesan dicho caudal informativo a partir de rasgos organizadores de la percepción. Tales rasgos consisten en dicotomías de adjetivos que permiten calificar a las piezas publicitarias. En la etapa exploratoria se identificaron los siguientes adjetivos: según la cantidad de información que brinda el anuncio: mucha – poca; según la estética del anuncio: agradable – desagradable; según el grado de claridad del

anuncio: claras – confusas; según la evocación: fácilmente recordable – difícilmente recordable; según el tamaño del anuncio: grande – pequeño; según el grado de convicción: persuasivo – no persuasivo.

Según los encuestados, la Universidad Nacional de Córdoba destina menor cantidad de recursos económicos que las instituciones privadas para costear un espacio publicitario en los medios de comunicación. Además, los sujetos creen que para la U.N.C. resulta innecesario desarrollar campañas publicitarias persuasivas debido al exceso en las matriculas anuales. A diferencia de ésta institución, las universidades privadas intentan persuadir a los potenciales estudiantes universitarios a fin de incrementar el número de matriculados.

La elección de una institución pública o privada también se ve influenciada por la información que reciben los potenciales estudiantes en educación superior. De las tres fuentes de información que surgieron en las entrevistas en profundidad, se logró establecer las preferencias a la hora de buscar información por parte de los aspirantes a estudiantes. Las sedes de las instituciones académicas representan la mejor alternativa a fin de conocer la oferta educativa. Los sujetos valoran la posibilidad de interacción con otras personas y de tomar contacto con el ambiente académico. Estos aspectos no forman parte de las características de los sitios de Internet, por lo que es la fuente menos preferida por los sujetos encuestados. Entre ambas fuentes se ubica la exposición de carreras ya que carece del primer contacto con el ambiente académico propio de las sedes de las instituciones.

Además de consultar las fuentes mencionadas anteriormente, los potenciales estudiantes en formación de grado, recurren a diferentes personas a fin de recabar la información necesaria para tomar la decisión. En la fase exploratoria se identificaron 5 grupos de personas distinguidos por la relación de confianza con el sujeto decisor: los familiares y amigos son quienes gozan de mayores niveles de confianza, por lo que son los quienes más pueden influir en la decisión del aspirante a estudiante. Los profesores del colegio en el que cursaron la educación media, los psicólogos (cursos de orientación vocacional) y los profesionales egresados de alguna institución universitaria también influyen en la decisión pero en menor medida que los dos primeros grupos. Estos grupos actúan como referencia ya que guían la conducta de los potenciales estudiantes universitarios.

Sobre los criterios que cumplen la función evaluadora sobre las instituciones académicas, los potenciales estudiantes universitarios los ponderaron para definir cuáles son decisivos o determinantes a la hora de elegir una institución y cuáles son considerados importantes o sobresalientes:

Determinantes:

1. Nivel de enseñanza de la institución
2. Prestigio de la universidad
3. Costo
4. Relación estrecha entre profesores y alumnos
5. Carácter público o privado de la institución: Las mujeres le asignan un mayor grado de importancia que los hombres

Importantes:

6. Tipo o estilo de gente que asiste a la institución
7. Cantidad de personas que asisten a la universidad

El término “prestigio” asume diversos significados según los sujetos encuestados. La mayoría refiere al mismo como el reconocimiento de la sociedad por su nivel de enseñanza. Según los sujetos entrevistados en la fase exploratoria, dicho nivel está dado por la capacidad de los profesores para transmitir los contenidos programáticos de las materias.

La elección de una institución académica también se ve influenciada por las creencias que los potenciales estudiantes universitarios poseen respecto de las mismas. Los atributos que, para los encuestados, se ajustan más a la Universidad Nacional de Córdoba son: 1) la diversidad de alumnos en cuanto a las clases sociales, 2) la saturación del sistema universitario por el exceso de alumnos y 3) las bajas remuneraciones que los profesores obtienen por su trabajo en la academia. Por otro lado, los atributos que se ajustan más a las instituciones de gestión privada son: 1) la concentración de alumnos de las clases sociales más privilegiadas (“*los nenes de mama*”), 2) la atención personalizada a los alumnos y 3) la proximidad en la relación entre profesores y alumnos.

En la evaluación de estos aspectos, los aspirantes a estudiantes manifestaron un mayor grado de bienestar, comodidad y agrado en la elección de la Universidad Nacional de

Córdoba como institución para cursar la formación de grado. Sin embargo, expresaron un mayor grado de seguridad en las condiciones de cursado que ofrecen las instituciones privadas, que las brindadas por la U.N.C. Por lo hasta aquí expuesto, la mayoría de los encuestados se mostró a favor de asistir a la U.N.C., mientras que el 8% de los encuestados manifestó la intención de cursar en alguna institución privada.

Lo mencionado anteriormente sobre las creencias, sentimientos, emociones e intenciones de los encuestados, logra explicar, al menos de manera parcial, las razones de la elección de una institución pública o privada. Los datos arrojados por la investigación guardan relación con información publicada por la Secretaria de Políticas Universitarias (2004). En Argentina, los centros educativos de gestión privada captan poco más del 15% de los egresados del nivel medio. En el año 2004, la cantidad de alumnos inscriptos en el sector público ascendía a 1.273.156, mientras que el sector privado registraba 226.474 estudiantes matriculados. (Secretaría de Políticas Universitarias de la Nación). Las instituciones cordobesas muestran cifras similares a las nacionales. Según datos ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), en el año 2004 la Universidad Nacional de Córdoba albergaba a 114.012 estudiantes de grado. Por su parte, el número de estudiantes matriculados en las instituciones de gestión privada de Córdoba ascendía, en ese mismo año, a 14.301 personas (11% de la población estudiantil universitaria de Córdoba).

El proceso de decisión no tiene una influencia exclusiva de motivaciones y actitudes, sino que también se ve influenciado por la percepción de posibles riesgos en la elección de una institución. En la etapa exploratoria se identificaron dos tipos de riesgos: los financieros y los sociales.

Es mayor la proporción de encuestados que percibe el riesgo financiero al optar por una institución privada, mientras que el mismo riesgo, en la selección de la Universidad Nacional de Córdoba es percibido sólo por el 9% de éstos. Dicho de otro modo, es mayor la cantidad de encuestados que perciben el peligro de costear un servicio educativo privado, en relación a la cantidad de encuestados que perciben el mismo riesgo al seleccionar la U.N.C.

En cuanto al riesgo social, es posible concluir que ninguno de los encuestados percibe la generación de una consecuencia socialmente embarazosa si optaran por iniciar su formación de grado en la Universidad Nacional de Córdoba. Mientras que un pequeño porcentaje de encuestados percibe tal riesgo en caso de asistir a una institución privada.

Otro aspecto a considerar al describir el proceso de toma de decisión, refiere al momento en que los potenciales estudiantes universitarios eligen iniciar su formación de grado. Al respecto, la mayoría de los encuestados, toma la decisión al transitar por la educación inicial (primario).

Es posible concluir que las mujeres optan por iniciar la formación de grado en edades más tempranas que los hombres. Esto se evidencia al considerar que más del 80% de las mujeres encuestadas tomó la decisión cuando estaba cursando 5º año de la educación media o antes, mientras que dicho porcentaje se reduce al 60% al considerar al grupo masculino.

5 – Bibliografía

- BAPTISTA LUCIO, Pilar, Carlos FERNÁNDEZ COLLADO y Roberto HERNÁNDEZ SAMPIERI (2004), *Metodología de la Investigación*, McGraw-Hill: México
- BOLETÍN OFICIAL DE LA NACIÓN, Ley de Educación Superior (24.521)
- CAMPENHOUDT, Luc Van y Raymond QUIVY (1998), *Manual de Investigación en Ciencias Sociales*, Limusa S.A.: México
- CAPRIOTTI, Paul, *La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada* (1992), Editorial Consejo Superior de Relaciones Públicas de España: Barcelona.
- DELLA BITTA, Albert y David LOUDON, (2001) *Comportamiento del Consumidor Conceptos y Aplic.*, Mc Graw Hill: México
- FISCHER, G.N. (1990), *Psicología social: conceptos fundamentales*, Narsea S.A.: Madrid
- GATES, Roger y Carl MCDANIEL (1999) *Investigación de Mercados Contemporánea*, Internacional Thomson Editores: México
- KANUK, Leslie y León SCHIFFMAN (1997), *Comportamiento del Consumidor*, Prentice Hall: México
- KANUK, Leslie y León SCHIFFMAN (2001), *Comportamiento del Consumidor*, Prentice Hall: México
- MANES, Juan Manuel (1997), *Marketing para instituciones educativas*, Granica: Buenos Aires
- REEVE, Johnmarshall (2003), *Motivación y Emoción*, McGraw-Hill: México
- VIEYTES, Rut (2004), *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad*, Editorial de las ciencias: Buenos Aires
- ZINKMUND, William (1995), *Investigación de mercados*, Prentice Hall: México