

El proceso de toma de decisiones de potenciales estudiantes en educación universitaria

La Selección de Instituciones Universitarias



Gabriel A. Escanés

Prof. Seminario de Investigación Final: Aldo Merlino

Prof. Comisión evaluadora: Alejandra Martínez - Eduardo Bologna

Mayo de 2006

003: Introducción
005: Fundamentación
007: Problema de Investigación
008: Objetivos de Investigación
009: Marco Teórico
019: Metodología
022: Fase Exploratoria
094: Variables a Medir
096: Articulación
102: Fase Descriptiva: Apartado 1
124: Fase Descriptiva: Apartado 2
140: Fase Descriptiva: Apartado 3
159: Conclusión
167: Sugerencias
169: Bibliografía

La educación, como proceso natural vinculado al crecimiento, tiene por objetivo fundamental contribuir al desenvolvimiento armónico y completo de las facultades y aptitudes del ser humano (intelectuales, morales y físicas) para el cumplimiento de sus fines personales y sociales.

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 (término que proviene de la voz latina *universitas* y cuyo significado refiere a la comunidad entre profesores y alumnos) 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 Argentina, el número de universidades que no reciben subsidios del Estado creció de manera sostenida en la década de los noventa. En 1985 se encontraban en funcionamiento 20 universidades privadas en convivencia con las 26 universidades estatales, mientras que en el año 2000 se encontraban en actividad 42 universidades privadas (Secretaría de Políticas Universitarias, 2002).

En este contexto, caracterizado por la presencia de dos tipos de gestiones de enseñanza universitaria: la pública y la privada, los potenciales estudiantes universitarios se enfrentan a un proceso de decisión en el que deben elegir a qué institución asistir. 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. Por tanto, la presente investigación indagará sobre las áreas mencionadas anteriormente. Se centrará en aquellos jóvenes residentes en la ciudad de Córdoba, que tienen entre 17 y 23 años de edad y que demuestren interés por asistir a la universidad.

El presente proyecto de investigación se genera como consecuencia del interés personal en comprender de manera más profunda la opinión de las personas respecto de la educación superior universitaria y respecto de las diferentes universidades, ya sean de gestión pública y privada.

La investigación de mercados “es el proceso objetivo y sistemático en el que se genera la información para ayudar en la toma de decisiones de mercado” (Zinkmund, 1995, p.4). En el espectro educativo, la investigación de mercados representa una de las bases del desarrollo institucional puesto que permite determinar directrices de crecimiento dentro del marco de la planificación.

Debido a la variada oferta educativa de nivel superior existente en la ciudad de Córdoba, cada una de las instituciones universitarias, debe conocer profundamente las necesidades de aquellas personas que aspiran ingresar al sistema universitario. Dicho conocimiento permitiría, por un lado, planificar acciones concretas en busca de la mejora en el servicio que estas instituciones académicas prestan; y por otro lado, planificar acciones de atracción, captación, y retención por parte de las instituciones privadas a fin de lograr un crecimiento sostenido.

Quienes cumplen la función de dirigir universidades deben conocer una serie de conductas que los potenciales alumnos desarrollan cuando buscan, adquieren, usan y evalúan el servicio educativo. Esta serie de conductas constituyen el comportamiento del consumidor, que es definido como “el proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando evalúan, adquieren, usan o consumen bienes y servicios” (Della Bitta y Loudon, 2001, p. 5).

La presente investigación pretende obtener la información necesaria que permita comprender el proceso en la toma de decisiones que se pone de manifiesto en la elección del centro de estudios universitario, por parte de los futuros alumnos. Con los resultados de la misma se podría introducir mejoras en las ofertas educativas de universidades instaladas en la capital de Córdoba, como así también descubrir aspectos a tener en cuenta en el diseño de la comunicación de la oferta. Finalmente, el conocimiento del comportamiento del consumidor permitiría entender mejor las tendencias sociales, y tal vez, sirva para predecirlas.

La respuesta al problema de investigación pretende descubrir las motivaciones de los potenciales estudiantes universitarios respecto de la educación superior universitaria como así también sus actitudes frente a ésta, sus percepciones y cómo estos aprenden sobre la oferta educativa.

A fin de establecer la dirección del presente trabajo, resulta conveniente hacer referencia al concepto de Marketing Educativo entendiendo éste como “el proceso de investigación de las necesidades sociales, para desarrollar servicios educativos tendientes a satisfacerlas, acorde a su valor percibido, distribuidos en tiempo y lugar, y éticamente

proporcionados para generar bienestar entre individuos y organizaciones” (Manes Juan Manuel, 1997, p. 35).

Los resultados que se esperan obtener, intentan colaborar en la comprensión del proceso de toma de decisión y de esta manera sugerir mejoras en el servicio educativo de grado a fin de generar el bienestar entre individuo y organización.

El proceso de toma de decisiones, relacionadas al consumo, tiene lugar cuando una persona tiene que elegir entre hacer una compra y no hacerla, o entre dos o más alternativas posibles. Una decisión es la selección de una acción desde dos o más opciones alternativas (Kanuk y Schiffman, 1997, p. 555). En el caso de la presente investigación los individuos tienen que elegir entre estudiar en la universidad o no hacerlo y optar por una universidad determinada.

La denominación “potenciales estudiantes” refiere a 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.

La educación universitaria comprende la generación y comunicación de conocimientos (organizados en carreras de grado), cuya responsabilidad le cabe a las instituciones universitarias. Cabe aclarar que la denominación “Universidad” según el Boletín Oficial de la Nación, corresponde a aquellas instituciones que deben desarrollar su actividad en una variedad de áreas disciplinarias no afines, orgánicamente estructuradas en facultades, departamentos o unidades académicas equivalentes.

Finalmente, cabe aclarar que, entre las distintas unidades académicas existen distintas modalidades de cursado:

- ↳ Modalidad presencial: los estudiantes deben asistir diariamente al lugar donde reside la universidad para hacer posible la obtención de la certificación de estudio universitario.
- ↳ Modalidad semi presencial: los alumnos deben asistir al menos una vez a la semana, y no mas de cuatro veces durante el mismo periodo.
- ↳ Modalidad a distancia: el estudiante no debe asistir frecuentemente a la sede de la institución universitaria.

Una vez aclarados los conceptos implicados en el problema de investigación, resulta pertinente plantear el interrogante directriz 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?

Analizar el proceso de toma de decisiones de los potenciales estudiantes de educación universitaria en la modalidad presencial

Objetivos específicos

- ⇒ Identificar motivos que influyen en la decisión de iniciar los estudios superiores en centros universitarios.
- ⇒ Indagar motivos 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.

Como punto de partida resulta pertinente precisar el concepto de instituciones universitarias nacionales, las que son personas jurídicas de derecho público, que sólo pueden crearse por ley de la Nación, con previsión del crédito presupuestario correspondiente y en base a un estudio de factibilidad que avale la iniciativa. A diferencia de éstas, las instituciones universitarias privadas deberán constituirse sin fines de lucro, obteniendo personería jurídica como asociación civil o fundación. Las mismas serán autorizadas por decreto del Poder Ejecutivo nacional, que admitirá su funcionamiento provisorio por un lapso de seis años, previo informe favorable de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, y con expresa indicación de las carreras, grados y títulos que la institución puede ofrecer y expedir (Boletín Oficial de la Nación).

La conceptualización previa no intenta imponer al lector categorías de instituciones universitarias, sino, por el contrario, intenta evitar posibles ambigüedades en la interpretación de la lectura del presente trabajo de investigación.

A fin de comprender el comportamiento de los individuos se han desarrollado diversas concepciones teóricas que intentan explicar la conducta humana. Una de las orientaciones teóricas, llamada conductista, considera que la conducta del hombre tiene una explicación causal. Así, el individuo se encuentra inmerso en un medio, del cual recibe influencias que determinan la naturaleza de su comportamiento, por lo que toda conducta humana es una respuesta a la modificación de los acontecimientos exteriores (Fischer, 1990). Desde una perspectiva opuesta, “las teorías cognitivas parten de la premisa en la que todo comportamiento está dirigido al logro de una meta. Estas teorías intentan explicar el efecto de los conocimientos (pensamiento) y de sus significados (interpretación) sobre la actividad social del individuo. Las necesidades y experiencias de los individuos son razonadas, categorizadas y transformadas en actitudes y creencias que actúan como predisposiciones para el comportamiento. Dichas predisposiciones están enfocadas en ayudar al individuo a satisfacer las necesidades y determinan las acciones que este realiza para alcanzar esa satisfacción” (Kanuk y Schiffman, 2001, p.77).

En el marco de la presente investigación, y bajo la perspectiva teórica cognitiva, se intenta conocer de qué manera las personas buscan, experimentan, evalúan y seleccionan una institución universitaria. Por tal motivo, resulta pertinente analizar el proceso de toma de decisiones de los potenciales estudiantes en educación universitaria en la modalidad presencial.

La investigación del proceso de toma de decisión se torna complejo al considerar posibles influencias a las que están expuestos quienes desean ingresar al sistema universitario.

Influencias éstas, que afectan a los valores, actitudes y comportamientos del potencial estudiante en relación a las universidades.

Dichas influencias refieren, por una parte a las ejercidas por el ambiente sociocultural del sujeto y a los esfuerzos comunicacionales de cada institución universitaria para dar a conocer su oferta académica; por otra refieren a la ejercida por conceptos psicológicos sobre aquello que necesitan o desean los potenciales alumnos, su conocimiento o conciencia de las diferentes alternativas, sus actividades para recopilar información y la valoración sobre las alternativas. Esos conceptos (motivación, percepción, aprendizaje, personalidad y actitudes) representan el campo psicológico de influencias internas, el que se pretende analizar en la presente investigación.

Dos de los objetivos de esta investigación, intentan conocer por un lado, qué o cuáles causas influyen en la decisión del potencial estudiante universitario en relación a comenzar los estudios universitarios, y por otro lado, conocer por qué motivos elige una determinada institución universitaria.

Sin embargo, para explicar los motivos o las causas, tanto ocultas como manifiestas, es necesario además, preguntar ¿Por qué elige iniciar los estudios universitarios en vez de dedicar tiempo y esfuerzo a otra actividad?, ¿Continuará estudiando hasta finalizar la carrera de grado?, ¿Qué hará al terminar dicha carrera y por qué? y ¿Por qué elige una determinada institución universitaria en lugar de elegir otra?

Según Kanuk y Schiffman (2001), la motivación es producida por un estado de tensión que existe como resultado de una necesidad insatisfecha. Ahora bien, ¿A qué se refieren los autores cuando utilizan el término “necesidad”? Diversas han sido las definiciones y categorizaciones que dicho término implica, por lo que resulta pertinente precisar 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. Los mismos autores distinguen entre las necesidades biogénicas, las cuales resultan imprescindibles para sostener la vida biológica (necesidades fisiológicas), y las necesidades psicogénicas que son necesidades que el individuo adquiere o aprende en respuesta a la cultura o ambiente al cual pertenece (necesidades psicológicas).

Por su parte, McClelland (Reeve, 2003, p. 167) distingue “tres tipos de necesidades humanas”:

↳ Las necesidades de logro que representan el deseo de los potenciales estudiantes universitarios por alcanzar el éxito personal, en relación con un estándar de excelencia.

Las metas del logro deben entenderse en términos de rendimiento (tener mejor desempeño que otros) y dominio (hacer progresos) (Reeve, 2003). Al investigar sobre la motivación del logro se busca comprender por qué los aspirantes a estudiantes universitarios adoptan un tipo de meta de logro en vez de otro tipo. Resulta pertinente la distinción entre “mejor desempeño que otros” y “hacer progresos” debido a que la adopción de metas de rendimiento en un contexto de logro se vincula con formas negativas de pensar, sentir y comportarse, mientras que la adopción de metas de dominio se asocia con formas positivas y productivas de pensar, sentir y comportarse.

- ↳ Las necesidades de afiliación refieren al deseo de aprobación, aceptación, pertenencia y seguridad en las relaciones interpersonales. Estas necesidades encuentran su fundamento en el miedo al rechazo interpersonal. Posiblemente, la elección de una institución universitaria se vea influenciada por la aprobación o miedo a la desaprobación de otras personas.
- ↳ Las necesidades de poder refieren al deseo por ejercer el control sobre el ambiente (personas y objetos) al cual pertenece el sujeto. Las personas pueden satisfacer este tipo de necesidades mediante el liderazgo (mediante la visibilidad ante los demás y el reconocimiento de grupos para ganar influencia). Otro medio de satisfacción está dado por la percepción de ocupaciones influyentes, por lo que las personas se ven atraídas hacia determinadas carreras de grado al representar éstas, una fuente de poder e influencia. Los individuos que necesitan del poder posiblemente se preocupen por alcanzar prestigio, entendiendo a éste como el conjunto de ideas o conceptos tales como autoridad, influencia, renombre y buen crédito.

Los potenciales estudiantes reconocen la necesidad de estudiar en la universidad cuando se genera una tensión ocasionada por un cambio en el estado real, un cambio en el estado deseado (cuando una universidad satisface sus necesidades de mejor manera que otra) o un cambio en ambos estados a la vez.

A mayor distancia entre el estado real y el deseado, mayor es la probabilidad de reconocer la necesidad y por lo tanto de motivar la conducta. Una vez que los potenciales estudiantes reconocen la necesidad o el deseo de iniciar sus estudios en la universidad, elaboran un plan de acción (medio cognitivo) para avanzar desde el estado presente hasta el deseado. Además, se activa en ellos una fuerza interna, la motivación, que los impulsa a emprender acciones hacia sus metas (Kanuk Schiffman, 2001).

Una meta es cualquier fin al cual se dirigen las conductas humanas. En la presente investigación importa, no sólo identificar posibles metas específicas de los potenciales estudiantes universitarios, sino también las posibles influencias en la selección de las mismas. Entre dichas influencias se encuentra la experiencia personal, capacidad, normas culturales, valores y accesibilidad.

Así como los planes y las metas de la población en estudio, las expectativas de los sujetos también forma parte de las construcciones cognitivas que ejercen influencia en la decisión y conducta de los mismos. La expectativa consiste en una predicción subjetiva de lo probable que resulta una situación. Existen dos tipos de expectativas:

- Las expectativas de eficacia, que representan el juicio sobre la capacidad o habilidad del sujeto para realizar un acto particular,
- Las expectativas de resultado que representan el juicio respecto a que una actividad dada, una vez terminada, provocará un resultado deseable.

Una forma específica de expectativas es la constituida por la autoeficacia, que refiere al propio juicio de cuán bien o mal enfrentará una situación, dadas las destrezas que posee el sujeto y la situación que enfrenta (Reeve, 2003). El análisis de las expectativas en los niveles mencionados con anterioridad permite comprender con mayor grado de profundidad las causas por las cuales los aspirantes a estudiantes universitarios eligen una institución educativa en lugar de otra.

Los valores que poseen los potenciales estudiantes universitarios, en términos de utilidad o importancia asociada a un objeto del ambiente (las instituciones universitarias), también forman parte de las construcciones cognitivas que influyen en sus elecciones. La valoración que el sujeto hará respecto de las instituciones universitarias depende de:

- El valor intrínseco derivado del placer que implica estudiar en una determinada universidad.
- El valor de utilidad debido al placer por completar una actividad como medio de conseguir una meta futura, como aprobar los exámenes parciales para lograr la graduación.
- El valor extrínseco asociado al placer derivado de la obtención del título de grado expedido por determinadas instituciones.

Por último, el análisis de las construcciones cognitivas implica evaluar la influencia del autoconcepto, 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 (Reeve, 2003). A fin de arrojar luz respecto de la proposición que el autor ofrece, es posible ejemplificarla de la siguiente manera: Ser extrovertido es un dominio específico que se aprende de experiencias pasadas tales como la interacción con familiares, amigos, la asistencia a la escuela, viajes de campo, etc.

El análisis de los autoesquemas permite, 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.

Hasta aquí hemos descrito cómo las construcciones cognitivas ejercen influencia sobre las decisiones de los aspirantes a estudiantes universitarios. A fin de lograr una comprensión más profunda de la situación, es menester describir la secuencia de situaciones en la visión cognitiva de la conducta según plantea Reeve (2003).

Los sentidos captan los acontecimientos externos para que sean procesados e interpretados por el cerebro. En base a dicha interpretación, la persona construye expectativas, metas, planes, etc. Estas construcciones orientan la conducta hacia un curso de acción que refleja el contenido de su pensamiento. Finalmente, cuando la conducta se efectiviza, se producen resultados, a los cuales se los valora e intenta explicar. Esos resultados se añaden al procesamiento activo de información, por lo que contribuye a la regulación cognitiva conductual. En la figura 1 se muestra esta perspectiva.

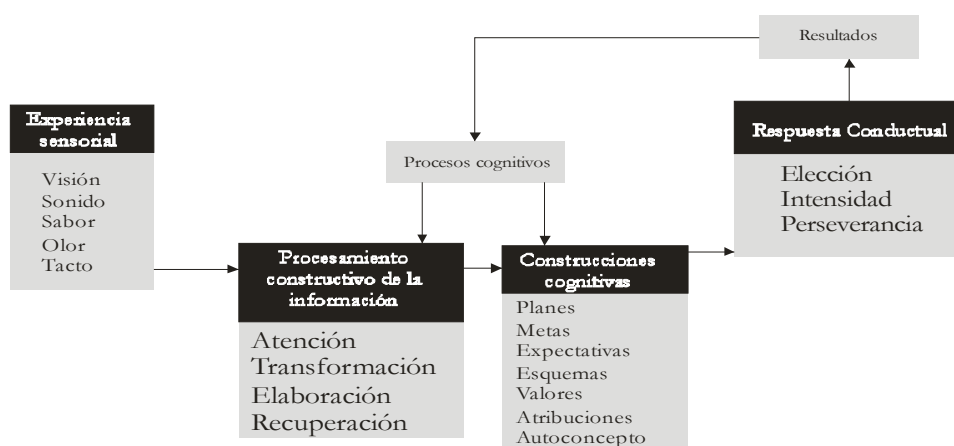


Figura 1. Secuencia de situaciones en la visión cognitiva de la conducta

Como se mencionó anteriormente, la presente investigación pretende descubrir el o los posibles motivos que afectan a las decisiones que toman los potenciales estudiantes de educación universitaria respecto de cuál es la universidad que elegirán para estudiar. En otras palabras, se pretende descubrir sentimientos, actitudes y emociones subyacentes en relación a la educación universitaria y a las diferentes instituciones universitarias.

El conocimiento, por parte del investigador, de las actitudes de los potenciales estudiantes universitarios en relación a las instituciones universitarias, podría ayudar a predecir el comportamiento de la población en estudio. Es decir se intenta investigar la “predisposición aprendida que impulsa al consumidor a comportarse de una determinada manera consistentemente favorable o desfavorable en relación a un determinado objeto” (Kanuk y Schiffman, 2001, p. 200).

En esta investigación el objeto de la actitud se refiere a los diferentes tipos de instituciones universitarias. Es necesario considerar que las actitudes se aprenden, es decir se forman como resultado de la experiencia directa con la universidad, de la exposición a los medios y de la información adquirida.

A fin de lograr mayor comprensión sobre la relación entre las actitudes y el comportamiento, resulta pertinente la utilización del modelo de los tres componentes de la actitud. El mismo expresa que la actitud esta formada por un componente cognitivo, un componente afectivo y un componente conativo.

- Componente cognitivo: aquí se hace referencia, tanto al conocimiento que las personas poseen respecto de un objeto de la actitud, como de las percepciones que los sujetos adquieren como consecuencia de su experiencia directa con el objeto y de la información que reciben de diversas fuentes. En el presente trabajo de investigación, el objeto de la actitud refiere a las instituciones universitarias. Los potenciales estudiantes universitarios consideran que las instituciones académicas de grado poseen determinados atributos y que su comportamiento los conducirán a resultados específicos.
- Componente emotivo: refiere a las emociones o sentimientos de los potenciales estudiantes universitarios en relación a los centros de educación superior. Dichos sentimientos cumplen una función evaluadora sobre el objeto de la actitud: las instituciones académicas.
- Componente conativo: refiere a la tendencia o probabilidad de un aspirante a estudiante universitario a comportarse de una determinada manera particular en relación al objeto de la actitud.

Las decisiones que toman los potenciales estudiantes universitarios se ven influidas, además, por la manera en que ellos seleccionan, organizan e interpretan los estímulos. Por tal motivo es adecuado, en la presente investigación, considerar la manera en que perciben la información proveniente de piezas comunicacionales de las instituciones universitarias. La percepción “es un proceso complejo por el cual un individuo obtiene información del exterior y le asigna un significado determinado” (Capriotti, 1992, p. 47). Aquí se combinan dos procesos: recepción e interpretación de la información.

- ↳ Recepción de la información: los potenciales estudiantes universitarios captan los estímulos externos comunicacionales provenientes de las diferentes instituciones universitarias a través de sus sentidos.
- ↳ Interpretación de la información: los potenciales estudiantes universitarios reconstruyen la información recibida del exterior. Ellos se forman una idea o concepto de las instituciones y, además le asignan un significado concreto.

A partir de la búsqueda de información, los aspirantes a estudiantes universitarios conocen a las diferentes instituciones universitarias reconociendo en ellas sus características y cualidades. Dicha información se estructura en la mente de los aspirantes en base a la disposición de unos rasgos organizadores de la percepción que son una serie de dicotomías de calificativos. Estos últimos, resultan de suma importancia para la formación de la imagen de cada una de las instituciones universitarias.

El comportamiento de los aspirantes a estudiantes universitarios, posiblemente se encuentre influenciado por otras personas. “Cualquier persona o grupo que le sirva como punto de comparación a un individuo en el proceso de formación de actitudes o valores, o bien, como una guía específica de conducta”, puede denominarse como grupo de referencia (Kanuk y Schiffman, 2001, p. 264). Es posible distinguir dos tipos de grupos:

- ↳ Normativos: aquellos que imponen valores o formas de comportamiento de manera general.
- ↳ Comparativos: aquellos que sirven para comparar valores o formas de conducta específicas.

Las decisiones que los consumidores toman, posiblemente se vean influenciadas por la percepción del riesgo, es decir la incertidumbre que enfrentan los consumidores cuando no pueden anticipar las consecuencias de sus decisiones. Según Kanuk y Schiffman (2001), el riesgo percibido puede ser, entre otros:

- ↳ Funcional: Peligro de que la universidad elegida no tenga el rendimiento esperado.
- ↳ Financiero: Posibilidad de que la universidad no valga lo que cuesta.
- ↳ Social: La elección de una universidad genera una consecuencia socialmente embarazosa.

Al momento de evaluar la información percibida, el consumidor se basa en algunos criterios o normas que aplica para juzgar los diferentes productos. Uno de los objetivos propuestos en la presente investigación pretende conocer los criterios a través de los cuales los potenciales estudiantes evalúan a las diferentes universidades. Según Della Bitta y Loudon (2001), los criterios de evaluación pueden ser clasificados en dos categorías:

- ↳ Sobresalientes: Son criterios importantes.
- ↳ Determinantes: Son criterios decisivos.

Las instituciones educativas se enfrentan a la necesidad de instruir a los potenciales estudiantes para que estos tomen conciencia de las alternativas educativas que cada institución ofrece a fin de satisfacer sus necesidades de la mejor manera. Aquí se involucra otro de los conceptos del campo psicológico que tiene influencias en el proceso de toma de decisiones. Dicho concepto es el de aprendizaje que es “el proceso mediante el cual los individuos adquieren el conocimiento de compra y consumo, y la experiencia que aplicaran a un comportamiento futuro con este mismo fin” (Kanuk y Schiffman, 1997, p. 201).

Resulta de interés conocer cuáles son los medios a través de los cuales los potenciales estudiantes adquieren conocimientos acerca de las diferentes carreras y las distintas alternativas en relación a instituciones universitarias. Ese interés se basa en la posibilidad de diseñar piezas publicitarias y de ajustar la oferta educativa a las necesidades del mercado. Para que el aprendizaje sea posible es necesaria la presencia de ciertos elementos como la motivación (concepto explicado anteriormente), las señales, la respuesta y el reforzamiento.

Las señales son estímulos que le dan dirección a los motivos, es decir sugieren una forma específica de satisfacer un motivo. Los anuncios publicitarios y la comunicación en todas sus formas sobre las diferentes universidades representan señales que ayudan a los potenciales estudiantes a satisfacer sus necesidades. Como respuesta a esas señales, los potenciales estudiantes universitarios reaccionan comportándose de una determinada manera. Otro elemento necesario para que se produzca el aprendizaje se refiere al reforzamiento, que permite incrementar la probabilidad de que una respuesta específica se presente en el futuro como resultado de ciertas señales específicas.

Finalmente, resulta adecuado conocer la incidencia que tiene, para tomar una decisión, posibles significados de la educación superior universitaria para los potenciales estudiantes, es decir conocer lo que la universidad representa para ellos. “La representación mental de un estereotipo de persona, objeto, organización o acontecimiento, que los sujetos se forman como consecuencia de la interpretación de la información acerca de aquellos” se denomina imagen (Capriotti, 1992, p. 25). De esta manera se podrían obtener las bases para el desarrollo de piezas de comunicación publicitaria.

La representación mental de un estereotipo de organización refiere a la formación de un concepto o idea sobre la educación superior y las instituciones universitarias en base a una serie de atributos reconocibles por los potenciales estudiantes. La información sobre la organización refiere al caudal de mensajes que reciben los públicos.

A fin de comprender de manera global el proceso de toma de decisión, resulta de utilidad la aplicación de un modelo de análisis de la información que permita sintetizar y coordinar conceptos que se ven involucrados en el proceso de decisión y además permita lograr claridad en el desarrollo de la investigación. Schiffman y Kanuk (2001) han propuesto un modelo general de toma de decisiones del consumidor que refleja a aquellas personas que basan sus decisiones en el análisis y procesamiento de datos. En la figura 2 se expone el modelo sencillo de toma de decisiones del consumidor dividido en tres etapas: 1) Insumo o entrada, 2) Proceso, y 3) Producto o salida.

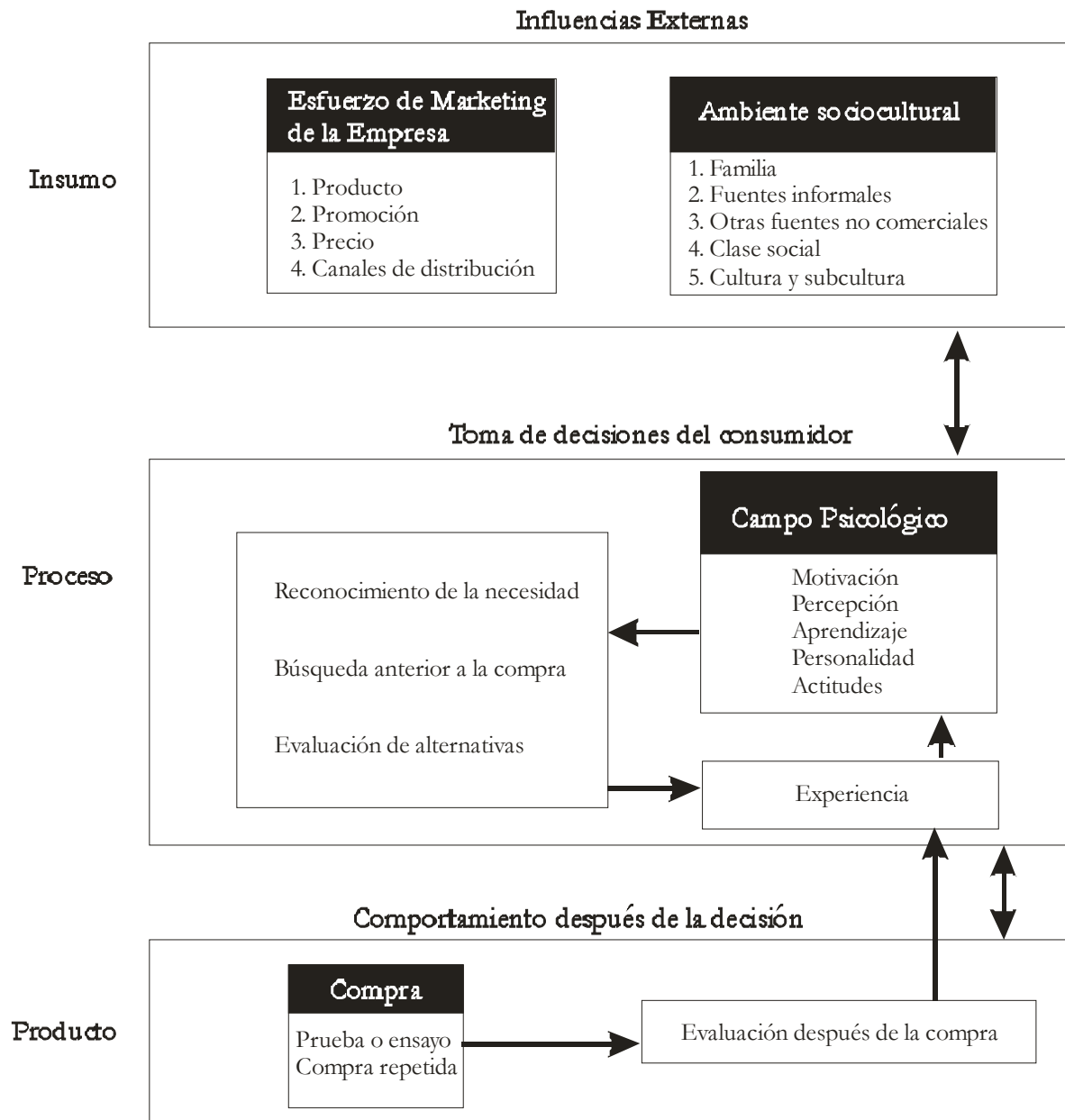


Figura 2. Modelo de toma de decisión

La población esta compuesta por las personas que residen en la ciudad de Córdoba, tengan entre 17 y 23 años de edad, que pertenecen a los niveles socioeconómicos¹ alto, medio alto, medio típico y bajo superior, y manifiesten interés por asistir a por lo menos una universidad en el corto plazo.

Este proyecto de investigación plantea, por la naturaleza de los objetivos, un desarrollo en dos etapas: la primera exploratoria y la segunda descriptiva.

Primera etapa

La investigación que se llevó a cabo es 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. La investigación exploratoria 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 permitirían orientar la recolección de datos en la segunda etapa de la presente investigación. Este tipo de 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?

En esta primera etapa se intentó reflejar, a través de los datos obtenidos, el punto de vista de los potenciales estudiantes en educación superior. 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.

En las investigaciones de tipo exploratorio no se busca proyectar los resultados de la muestra hacia la población en estudio, por lo que el tipo de muestreo que se implementará será no probabilístico. Se implementó un muestreo por conveniencia en el cual la muestra se forma de personas cuya disponibilidad es más conveniente. El tamaño de la muestra en esta primera etapa de investigación fue de 10 personas.

¹ Se adopta la división de niveles socioeconómicos propuestos por la Asociación Argentina de Marketing llevada a cabo en 2003.

Nivel Socioeconómico

	Alto/medio alto	Medio típico / bajo superior	Total
Hombres	4	2	6
Mujeres	2	2	4
Total	6	4	10

Segunda etapa

La segunda etapa comprende la realización de una investigación de tipo descriptivo debido a que permite describir las características de la población, es decir describir 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 estarán representados en las características pertinentes en el grado exacto que desea el investigador. Resulta necesario que el investigador tenga conocimiento de la distribución de tales características en la población. Una de sus principales ventajas radica en la prescindencia del marco muestral. En este tipo de muestreo, el tamaño de la muestra puede surgir a partir de cada cuota, es decir teniendo en cuenta las variables de la investigación se puede determinar grupos con características relevantes similares y definir una cantidad de observaciones para cada grupo ya que se considera que esa cantidad aportará suficiente información como para responder al problema de decisión. Las variables que posiblemente diferencien a los subgrupos son: sexo y nivel socioeconómico. Por tal motivo se propone aplicar el instrumento de recolección de datos a 80 personas.

Resulta necesario, al definir las cuotas, que el investigador tenga conocimiento de la distribución de tales características en la población. En Córdoba, según datos obtenidos de la Asociación Argentina de Marketing, la distribución de personas pertenecientes a los diferentes niveles socioeconómicos muestran las siguientes frecuencias.

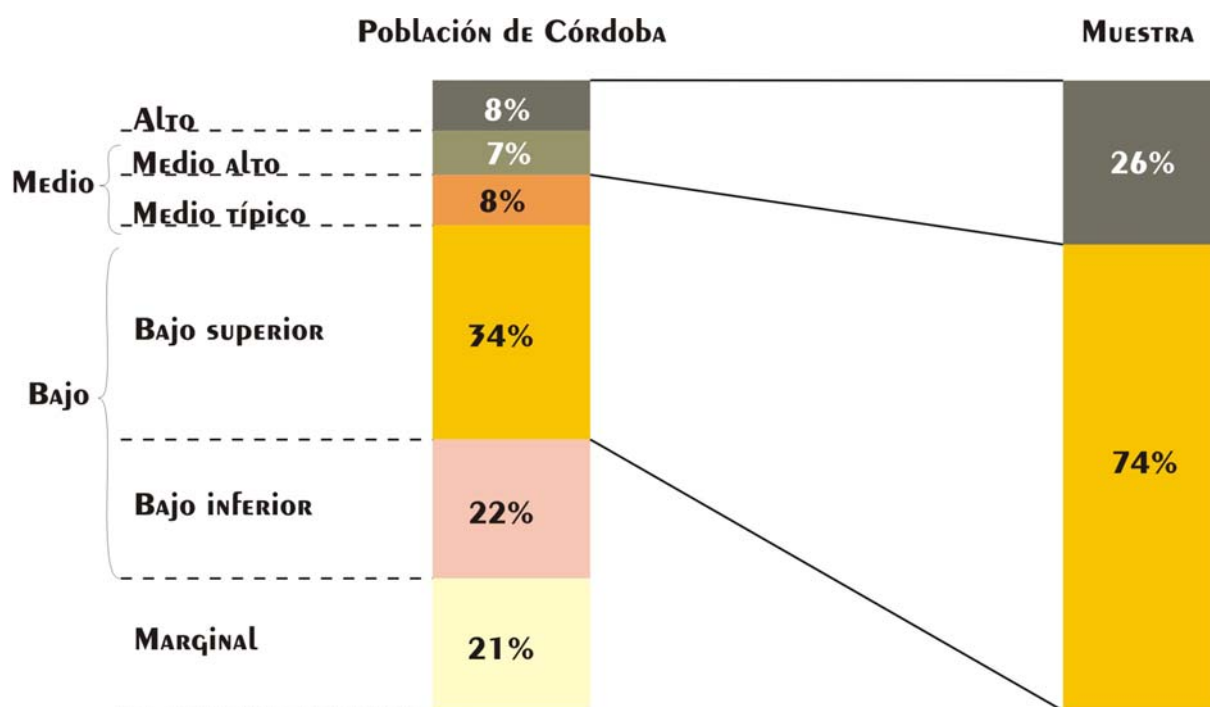


Grafico I. Distribución de frecuencias del Nivel socioeconómico

Nivel Socioeconómico

	Alto/medio alto	Medio típico / bajo superior	Total
Hombres	10	30	40
Mujeres	10	30	40
Total	20	60	80

Fase Exploratoria

A fin de establecer un orden al análisis de las entrevistas en profundidad, resulta conveniente organizar los datos recabados considerando su relación con todos y cada uno de los objetivos de investigación. Uno de ellos intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios. Para cumplir el mismo, se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios entrevistados.

En relación a las necesidades que el entrevistado reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por el entrevistado, como 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.
- ↳ Necesidad de poder: refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento que enfrenta el aspirante a estudiante universitario. El entrevistado aspira a “*ser alguien*”, que significa según él, ser una persona formada, instruida, capaz de realizar el trabajo para el cual estudió y se preparó. Cree que “*si no sabés o no te instruís, 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. Como se puede observar en la figura I, la meta suprema del potencial estudiante es “*ser alguien*”.

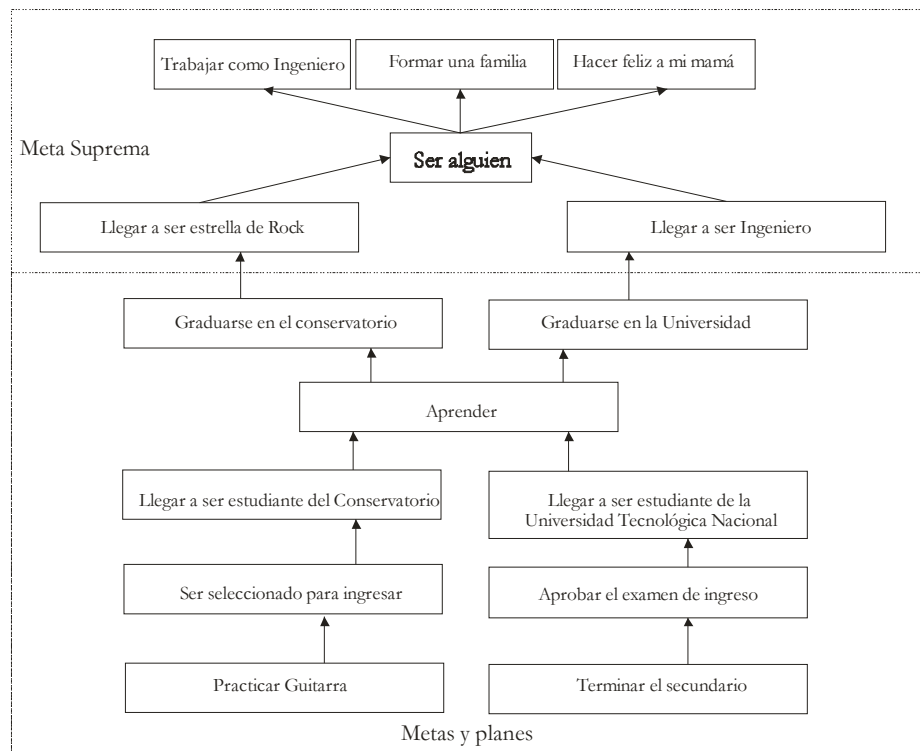


Figura 1. Construcciones cognitivas.

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 entrevistado cree que una vez que haya terminado de estudiar Ingeniería y reciba el título universitario estará más cerca de cumplir su meta: “*ser alguien*” (expectativa de eficacia).

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado a la influencia ejercida por los auto esquemas. La imagen que el entrevistado tiene de sí mismo es posiblemente una fuente de motivación que lo impulsa a iniciar los estudios. Él, 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).

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas, valor y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

El entrevistado reconoce la necesidad de afiliación, que refiere al deseo de aceptación, pertenencia y seguridad en las relaciones con las demás personas. Al momento de tipificar a las instituciones universitarias, describió por un lado a las universidades públicas y por otro a las privadas. Una de las diferencias que evidencia entre ambas, es el nivel sociocultural de la gente que asiste a una y a otra. El entrevistado cree que a la universidad pública asiste gente “común”, personas similares a él, mientras que a las privadas asisten personas “tontas”, diferentes a él.

En relación a la meta específica seleccionada por el entrevistado, es posible señalar que la Universidad Tecnológica Nacional es el fin hacia el cual están dirigidas las conductas de esta persona. En la entrevista menciona conocer a dos personas, una que estudiaba en una institución privada y la otra en una institución pública. Desde su punto de vista, la persona que más aprendió es la que estudió en la universidad pública. Posiblemente esta experiencia personal en relación a dichas instituciones, ejerza influencia sobre su selección.

Otro aspecto a considerar está relacionado con la expectativa del entrevistado. Esta persona espera que, en el 2006 no se repitan los paros que se sucedieron a finales del año 2005 en la educación pública. De repetirse tal situación, provocaría “decepción” en él, debido a que espera terminar la carrera universitaria antes de cumplir los 30 años de vida por considerar esto como requisito para conseguir un trabajo.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una universidad. Para seleccionar a la Universidad Tecnológica Nacional, el entrevistado ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

- ↳ Tipo o estilo de gente que asiste a la institución: según el entrevistado, las personas que asisten a la universidad pública son “*comunes o normales*”, son personas parecidas a él. Mientras que a las universidades privadas, asisten las personas que son “*nenes de papá*”. Estos últimos no gozan de la simpatía del entrevistado.
- ↳ Esfuerzo: según el entrevistado, las instituciones privadas tienen mayor disponibilidad de elementos para brindar la enseñanza (pupitres, aulas, etc.) en comparación con la universidad pública, en razón de la menor cantidad de alumnos que asisten a aquellas. Las instituciones públicas están “*desbaratadas*”, producto del malgasto en el presupuesto nacional en relación a la educación superior. Establecida la dificultad implícita del cursado en instituciones públicas, el entrevistado valora de manera positiva el esfuerzo necesario en el que debe incurrir para asistir a la Universidad Tecnológica Nacional.

- ↳ Incertidumbre: según el entrevistado, aquellas personas que desean ingresar a instituciones privadas enfrentan un grado de incertidumbre menor al que están expuestos aquellos que aspiran ingresar a las instituciones públicas. Las primeras brindan seguridad a los aspirantes universitarios por la estabilidad de sus dirigentes, mientras que las instituciones públicas se caracterizan por la inestabilidad del gobierno. Este grado de incertidumbre es enfrentado, no sólo en el momento del ingreso al sistema universitario, sino también en el cursado de la carrera de grado elegida por los potenciales estudiantes.
- ↳ Aprendizaje: según el entrevistado, las instituciones públicas enseñan a “*pensar*”, mientras que las instituciones privadas, al contar con las herramientas necesarias para la enseñanza, sólo enseñan lo “*técnico*”. Esta distinción se explicará, más adelante, al momento de desarrollar el objetivo que se refiere a la presencia de creencias en relación a las instituciones universitarias.

Hasta aquí, se han descrito valores intrínsecos que de alguna manera permiten comprender, al menos en un principio, a los dos tipos de instituciones universitarias reconocidas de manera espontánea por el entrevistado. Además de estos, es posible identificar el valor de utilidad que el entrevistado otorga a la universidad debido al placer que obtendrá por completar sus estudios universitarios como medio para conseguir una meta futura: “*ser alguien*”. Esta expresión fue explicada al hacer referencia a las necesidades de poder que el potencial estudiante enfrenta.

Tanto los valores intrínsecos como el valor de utilidad se encuentran en relación con los criterios a través de los cuales el entrevistado evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, el aprendizaje y el tipo de gente que asiste a las diferentes instituciones, sean criterios determinantes en la decisión del entrevistado, mientras que el esfuerzo y la incertidumbre forman parte de criterios sobresalientes o importantes al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indaga al respecto, el entrevistado comentó que representa la propia elección del espacio en el cual se instruirá y formará, a fin de dedicar su tiempo y esfuerzo a una determinada actividad laboral, por el resto de su vida.

El entrevistado, al momento de clasificar a las universidades, reconoce de manera espontánea, dos tipos: públicas y privadas. Dichas categorías resultan de la información que el sujeto posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores

centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto de éstas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ⇒ *“Las universidades públicas son buenas”.*
- ⇒ En las universidades públicas se enseña lo *“humano”*: refiere a la enseñanza que obtienen los alumnos, como producto del esfuerzo que implica la solución de adversidades que se presentan, tanto en el ingreso como en el cursado de la carrera. Dichas adversidades existen como consecuencia de la falta de disponibilidad de los materiales necesarios para brindar el servicio educativo.
- ⇒ A las universidades públicas *“va gente común”*: el entrevistado conoce personas que asisten a este tipo de institución con las cuales tiene simpatía.
- ⇒ La universidad pública *“no te asegura”* que habrá clases: hace referencia a una alta probabilidad de que ocurran paros docentes y de que se suspendan los turnos de exámenes.
- ⇒ *“El ingreso a las universidades públicas es estresante y complicado”.*
- ⇒ En las universidades privadas se enseña lo *“técnico”*: 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.
- ⇒ *“A las universidades privadas va gente top”*: el entrevistado conoce personas que no son de su agrado y asisten a este tipo de institución.
- ⇒ *“El ingreso a las universidades privadas es fácil y seguro”*
- ⇒ La universidad privada *“te asegura que habrá clases”*: hace referencia a una baja probabilidad de que ocurran paros docentes y que se suspendan los turnos de exámenes.

En relación a las creencias que el entrevistado posee sobre las instituciones universitarias, reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

Al considerar la información que el entrevistado posee sobre la Universidad Empresarial Siglo 21, es posible mencionar que su creencia refiere a una buena universidad. En cuanto a la creencia sobre la Universidad Blas Pascal, el entrevistado expresa haberse *“enamorado”* de la misma cuando se hizo presente, sin embargo se *“desenamoró”* de esta institución cuando conoció el costo en el cual debía incurrir para cursar su carrera.

Respecto de la información que posee sobre la Universidad Católica de Córdoba, y su posterior evaluación sobre la misma, sólo es posible mencionar que la institución “*pertenece a los curas*”. Su opinión respecto de los sacerdotes refiere a personas en las que no es posible confiar. Por tanto, infiere la imposibilidad de confiar en esta institución.

En relación a la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado cree que “*zafa*”. Con esta expresión refiere al cumplimiento de su función básica: transmitir conocimientos.

Es menester, para cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria. Al respecto, el entrevistado advierte la incertidumbre que se genera en él, como consecuencia de elegir a la Universidad Tecnológica Nacional para cursar sus estudios y no conocer si esta institución podrá cumplir con sus expectativas. El entrevistado percibe el riesgo o incertidumbre en relación a la posibilidad de nuevos conflictos en el ámbito universitario. Siente temor, que esos posibles conflictos posterguen la obtención del título de grado e inserción al mercado laboral profesional.

En relación al objetivo que pretende conocer el tiempo con el que cuentan para tomar la decisión de estudiar en la universidad, el entrevistado cree que la mayoría de los egresados en educación media, decide estudiar en la universidad cuando terminan la escuela secundaria. Al mismo tiempo, reconoce que en su caso, llevó cuatro años desde que él terminó la escuela, tomar la decisión de comenzar los estudios superiores.

Posiblemente, la explicación de este espacio de tiempo esté sujeta a la creencia del entrevistado, sobre la falta de preparación para ingresar al sistema universitario, que afrontó al momento de egresar de la escuela secundaria. Según expresiones de esta persona, el nivel educativo alcanzado en la secundaria, difiere del nivel requerido por instituciones universitarias para ingresar al sistema. Luego de este periodo, y de haber intentado ingresar a la universidad anteriormente, cree estar preparado para afrontar las exigencias necesarias de manera exitosa.

Respecto al aprendizaje del entrevistado en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar tres aspectos. Por un lado, la fuente de información que reconoce de manera espontánea, el recuerdo espontáneo de piezas comunicacionales universitarias y opinión de las mismas, y finalmente la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista en referencia a las instituciones que el entrevistado conoce.

En relación a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de éstas, el entrevistado reconoce que en Internet es posible obtener la información que busca en relación a las instituciones universitarias. Además, reconoce que dicha información se puede encontrar en la sede de las mismas universidades.

En cuanto a las publicidades recordadas por el entrevistado, el mismo tiene recuerdos de haber visto una comunicación de la Universidad Blas Pascal, sobre la cual retiene en su memoria lo siguiente:

“Me acuerdo una de la Blas Pascal, que estaba el padre y el hijo, el padre tiraba una lista de carreras de las más conservadoras así (ingeniería, abogacía) y el hijo decía diseño, marketing, ta, ta, ta, o sea el hijo le decía las carreras de ahora y el padre le decía las de siempre, y al final a la hora de decir una universidad, decían la Blas Pascal los dos, no me acuerdo si decía UBP y después decía Universidad Blas Pascal.”

Este mensaje publicitario llamó la atención del entrevistado. Él se forma la idea de que en esta institución se dictan, tanto carreras tradicionales como las presentes. Considera que es una buena universidad. Este mensaje pretende “atrapar” o “vender” la universidad a los estudiantes. Es parecida a la de publicidades que ofrece la coca cola por el intento de vender.

Luego de los comentarios del entrevistado sobre la publicidad recordada de manera espontánea, se le presentaron las piezas comunicacionales de aquellas instituciones que anteriormente había mencionado cuando nombró a las universidades de su conocimiento. El orden de presentación de las piezas es el que se muestra a continuación.

En relación a la publicidad de la Universidad empresarial Siglo 21, el entrevistado cree que cursar cualquier carrera en esta institución requiere de esfuerzo. Considera que es una buena universidad. Es parecida a las publicidades que venden ropa por el intento de vender.

En cuanto a la publicidad de la Universidad Blas Pascal, el entrevistado cree que brinda mayor información que la anterior (UES21). Dicha información es la que le interesa a esta persona.

Respecto de la publicidad de la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado advierte que no es una publicidad, sino una nota, por tanto no intenta vender la institución a los estudiantes. Cree que esta institución no es para “vagos”, sino para aquellos que se esfuerzan en asistir a la misma. Según su opinión, esta “buena” porque motivan a los

potenciales estudiantes a concurrir al establecimiento y de esta manera permitir que aquellos sientan se sientan como los estudiantes universitarios, en vez de aspirantes a estudiantes.

La última publicidad que se presentó fue aquella lanzada por la Universidad Católica de Córdoba. Sobre la misma, el entrevistado advirtió su ventaja sobre el resto de las publicidades al mostrar aquello que el potencial estudiante universitario encontrará cuando asista a esta institución.

Hasta el momento se ha hecho referencia a todos, menos uno de los objetivos de investigación. El mismo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta, valores y actitudes del potencial estudiante universitario.

La familia del entrevistado espera que, éste, estudie en alguna institución universitaria, dada la necesidad de prepararse o formarse para insertarse en al ámbito laboral. Por su parte, el grupo de amigos también espera que el entrevistado se inserte en la vida universitaria.

Posiblemente, desde una posición menos influyente, un personaje llamado Buchard, perteneciente al grupo de “*estratega increíble*” según el entrevistado, represente un modelo de conducta. Aquello que admira del estratega, es el ímpetu para lograr sus metas. Ese mismo ímpetu que admira de su madre para formar y mantener a su familia.

En relación al objetivo que intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios, se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios entrevistados.

En cuanto a las necesidades que la entrevistada reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por la entrevistada, como una persona que logra formar y mantener una familia en armonía. A fin de eliminar esta carencia de logro, esta persona selecciona metas de dominio, vinculadas con formas productivas de pensar y comportarse. Estas metas implican hacer un progreso, considerando a los estudios universitarios como un medio para superarse a si misma.
- ↳ Necesidad de poder: según la entrevistada, estudiar una carrera universitaria, tal como lo es Recursos Humanos, le brindará mayores posibilidades de ejercer tareas relacionadas con la selección del personal de trabajo. Posiblemente, busca ganar autoridad, y de esta manera conseguir mayor capacidad para influir en las demás personas.
- ↳ Necesidad de afiliación: la entrevistada comenta que sus amigos esperan que ella “logre un título” y su familia espera que ella “estudie algo”. Posiblemente, su creencia respecto de aquello que esperan las personas que la rodean sea una fuente influencia en su decisión de comenzar los estudios universitarios.

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 el sentido en que se comparte una meta global. Como se puede observar en la figura 2, la meta suprema de la entrevistada es “ser alguien”.

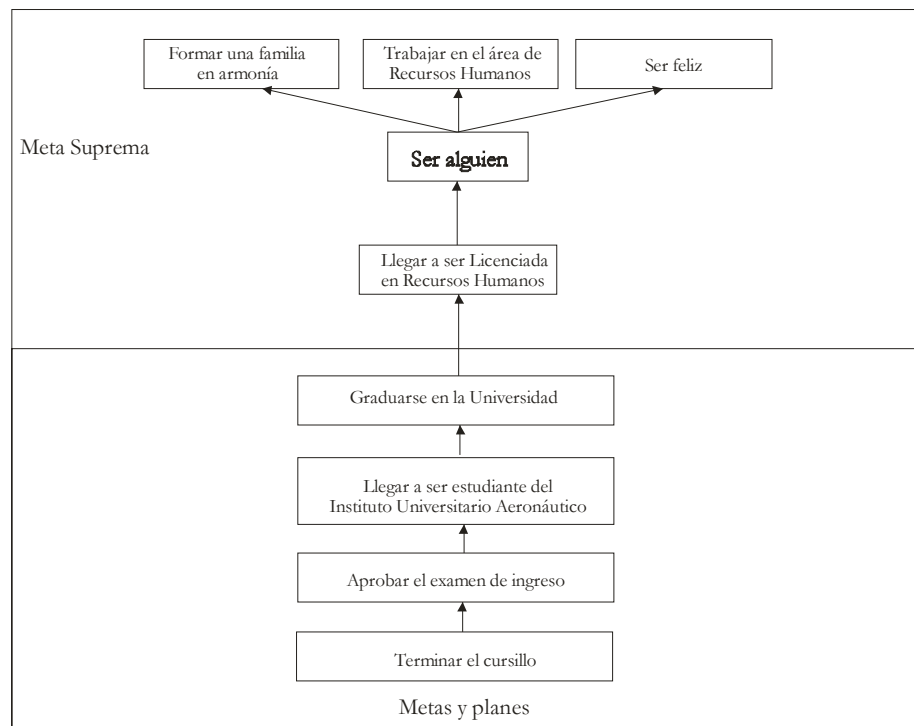


Figura 2. Construcciones cognitivas.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que ellos mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. La entrevistada espera “*ser una buena profesional en Recursos Humanos*”, cree que una vez que haya terminado de estudiar recursos humanos y reciba el título universitario estará más cerca de cumplir su meta: “*ser alguien*”.

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado a la influencia ejercida por los autoesquemas. La imagen que la entrevistada tiene de si misma es posiblemente una fuente de motivación que la impulsa a iniciar los estudios. Ella define el yo ideal: “*ser profesional en Recursos Humanos*”. 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).

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyen en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas, valor y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

La entrevistada reconoce la necesidad de afiliación, la cual refiere en el deseo de aprobación, aceptación, pertenencia y seguridad en sus relaciones interpersonales. Al Instituto Universitario Aeronáutico asisten sus familiares (primos), lo que brinda mayor

seguridad frente a la “*incertidumbre*” que siente por ingresar por primera vez al sistema universitario.

En relación a la meta específica seleccionada por la entrevistada, es posible señalar que el Instituto Universitario Aeronáutico es el fin hacia el cual, están dirigidas las conductas de esta persona.

Entre las metas alternativas, la entrevistada consideró dos instituciones: la Universidad Empresarial Siglo 21 y el Instituto Universitario Aeronáutico. En la entrevista menciona que la elección, está sujeta a la “*cercanía de la institución respecto de su casa*” y a la “*presencia de la carrera en la institución*”. Al mismo tiempo, es consciente de la necesidad de comenzar a trabajar a fin de costear el arancel de dicha Institución.

Otro aspecto a considerar se vincula con la expectativa de la potencial estudiante universitaria. Esta persona espera que, el Instituto Universitario Aeronáutico le enseñe a ser una “*buena profesional*”, lo cual implica la enseñanza de los conocimientos necesarios para desempeñar las actividades laborales propias de la Licenciatura en Recursos Humanos. Para ello, espera que exista una fluida relación, tanto entre profesores y alumnos, como entre los mismos alumnos.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una universidad. Para seleccionar al Instituto Universitario Aeronáutico, la entrevistada ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

- ✎ Tipo de gente que asiste a la institución: según la entrevistada, el conjunto de personas que asiste a la institución elegida por ella, es “*variado*”. Esta expresión refiere a la coexistencia de estudiantes de diversos niveles socioeconómicos. Mientras que, en instituciones como la Universidad Católica o la Universidad Empresarial Siglo 21, las personas que asisten son “*de nivel económico alto*”. Estas últimas personas no gozan de la simpatía de la entrevistada, debido a que las percibe como “*egoístas*”, lo cual refiere a la subordinación del interés de los demás al interés propio.
- ✎ Comodidad: según la entrevistada, la cercanía de la institución respecto de su casa ha sido el elemento que permitió elegir entre la Universidad Siglo 21 y el Instituto Universitario Aeronáutico.
- ✎ Presencia de la carrera elegida: la presencia o ausencia de determinadas carreras de grado en diferentes instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba, permite tomar conciencia sobre las posibles alternativas en la decisión. La ausencia de la Licenciatura en

Recursos Humanos en la Universidad Nacional de Córdoba, le impide a la entrevistada seleccionar dicha institución para cursar sus estudios superiores.

- ↳ Relación alumno-profesor: según la entrevistada, en el Instituto Universitario Aeronáutico los profesores conocen a todos los alumnos, mientras que el resto de las instituciones públicas se caracteriza por el desconocimiento, por parte de los profesores, de los alumnos. Dicho desconocimiento se debe a la mayor cantidad de alumnos que asisten a las facultades de la universidad pública, en relación a la cantidad de alumnos que asisten al Instituto Aeronáutico.
- ↳ Enseñanza: según la entrevistada, la enseñanza en el Instituto Universitario Aeronáutico es “*muy buena*”. Esta persona se refiere al término enseñanza como la capacidad de una institución para transmitir los conocimientos necesarios para desempeñar la actividad profesional. Por tanto, la entrevistada cree que en esta institución aprenderá dichos conocimientos.

Hasta aquí, se han descrito valores intrínsecos que de alguna manera permiten comprender, al menos en un principio, aquellos aspectos propios de las instituciones universitarias. Además de estos, es posible identificar el valor de utilidad que el entrevistado otorga a la universidad debido al placer que obtendrá por completar sus estudios universitarios como medio para conseguir una meta futura: “*ser alguien*”. Esta expresión implica trabajar en el área de recursos humanos de alguna empresa, formar una familia en armonía y ser feliz.

Tanto los valores intrínsecos como el valor de utilidad se encuentran en relación con los criterios a través de los cuales la entrevistada evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, la comodidad y la presencia de la Licenciatura en Recursos Humanos en la Institución, sean criterios determinantes en la decisión de la entrevistada, mientras que el tipo de gente, la enseñanza y la relación alumno-profesor forman parte de criterios sobresalientes o importantes al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indagó al respecto, la entrevistada expresó que representa el espacio en el cual se instruirá y formará, a fin de dedicar su tiempo y esfuerzo a una determinada actividad laboral, por el resto de su vida. La educación universitaria es “*algo que hace a mi persona*”. Con esta expresión, la entrevistada refiere que el título de grado obtenido, formará parte de la esencia

o naturaleza de su persona, es decir representa lo permanente e invariable: *“ser licenciada en recursos humanos”*.

La entrevistada reconoce de manera espontánea, dos tipos de instituciones universitarias al momento de clasificarlas: públicas y privadas. Dichas categorías resultan de la información que esta persona posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto de éstas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ⇒ *“La universidad pública es muy buena”*.
- ⇒ A las universidades públicas asisten grandes grupos de alumnos, lo cual afecta de manera negativa la relación profesor-alumno.
- ⇒ La universidad pública es gratuita, lo que es un aspecto positivo para la entrevistada.
- ⇒ A las universidades privadas asisten grupos de alumnos reducidos, lo cual incide de manera positiva sobre la relación entre el cuerpo docente y los alumnos.
- ⇒ En las universidades privadas están presentes, carreras que en la universidad pública no se encuentran.
- ⇒ *“Las universidades privadas facilitan las condiciones de cursado para que el alumno esté más cómodo”*.
- ⇒ *“Las universidades privadas aseguran que no habrá paros docentes y que no se suspenderán las clases”*.

En relación a las creencias que la entrevistada posee sobre las instituciones universitarias, reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

Al considerar la información que la entrevistada posee sobre la Universidad Empresarial Siglo 21, es posible distinguir entre aquellas creencias cuya evaluación es positiva de las creencias negativas. Entre las primeras, la aspirante a estudiante universitaria menciona: es muy buena universidad, presencia de becas que permiten costear los estudios y posee un amplio abanico de carreras de grado. Reconoce sólo una creencia que evalúa de manera negativa: asiste gente de nivel económico alto.

Respecto de la información que posee sobre la Universidad Católica de Córdoba, y su posterior evaluación sobre la misma, es posible mencionar que la gente que asiste a la

institución es de nivel económico alto, lo cual implica que las personas son egoístas. La valoración que la entrevistada efectúa sobre este aspecto es negativa.

En relación a la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada cree la enseñanza es muy buena y es gratuita (valoración positiva). Por otro lado, esta institución se caracteriza por los paros docentes ocurridos en 2005, lo que provoca pérdida de tiempo por parte de los alumnos, además de la ausencia de la Licenciatura en Recursos Humanos (valoración negativa).

Acerca de la información que esta persona posee sobre el Instituto Universitario Aeronáutico, sólo es posible identificar creencias valoradas de manera positiva, tales como la buena enseñanza (conocimientos necesarios para el desempeño profesional) y la presencia de personas de diversos niveles económicos.

Es menester, para cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria. Al respecto, la entrevistada no advierte incertidumbre alguna en relación a la elección del Instituto Universitario Aeronáutico.

En relación al objetivo que pretende conocer el momento en el que los potenciales estudiantes universitarios toman la decisión de estudiar en la universidad, la entrevistada cree que la mayoría de los egresados en educación media, decide estudiar en la universidad cuando terminan la escuela secundaria. Al mismo tiempo, reconoce que dicha decisión está más afectada por un proceso de maduración personal, que por el tiempo o edad de la persona.

La explicación de este espacio de tiempo, necesario para tomar la decisión, está sujeta a la creencia que la entrevistada tiene sobre el proceso en el cual el individuo se conoce a si mismo.

Respecto al aprendizaje de la entrevistada en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar tres aspectos. Por un lado, la fuente de información que reconoce espontáneamente, el recuerdo de piezas comunicacionales universitarias y opinión de las mismas. Y finalmente la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista en referencia a las instituciones que el entrevistado conoce.

En relación a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de éstas, la entrevistada reconoce que en Internet es posible obtener la información que busca vinculadas a las instituciones universitarias. Sin embargo, cree que la desventaja de este medio se presenta al momento de consultar información que no está disponible en la página Web, debido a la falta

de interactividad entre los interlocutores. Además, reconoce que dicha información se puede encontrar en la sede de las mismas universidades, en donde es posible la interactividad en tiempo real.

Cabe aclarar que recuerda haber asistido a una presentación de la Universidad Empresarial Siglo 21 que tuvo lugar en el colegio donde cursó sus estudios medios. También asistió a la expocarrera que se dio cita en la vieja usina, donde recuerda haber visto a la UNC, UES21 y a la UCC.

En cuanto a las publicidades recordadas por la entrevistada, sólo tiene recuerdos de haber visto una comunicación de la Universidad Empresarial Siglo 21, sobre la cual retiene en su memoria lo siguiente:

“Si, de la siglo 21. Me acuerdo la frase que dice, formando líderes. Es como que tiene siempre un tipo de música que la caracteriza siempre, o sea el slogan”

Este mensaje publicitario llamó la atención de la entrevistada. Ella se forma la idea de que en esta institución se forman líderes. Considera que es una buena Universidad.

Luego de los comentarios de la entrevistada sobre la publicidad recordada de manera espontánea, se le presentaron las piezas comunicacionales de aquellas instituciones que anteriormente había mencionado cuando nombró a los centros de su conocimiento. El orden de presentación de las piezas es el que se muestra a continuación.

La primera publicidad que se presentó fue aquella lanzada por la Universidad Católica de Córdoba. Sobre la misma, la entrevistada advirtió que la presencia del aviso en un diario impide llamar su atención, ya que reconoce su falta de interés por la lectura de los periódicos. La institución está representada por personas “egoístas”, las cuales no son del agrado de la entrevistada.

En relación a la publicidad de la Universidad empresarial Siglo 21, la entrevistada juzga positivamente la presencia del listado de carreras de grado que ofrece esta Institución universitaria. Cree que es una buena Institución.

En cuanto a la publicidad del Instituto Universitario Aeronáutico, la entrevistada cree que le falta brindar información sobre las carreras que se dictan en la institución y la ubicación de la misma. Al considerar a la Institución, la relaciona con buena enseñanza.

Respecto de la publicidad de la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada advierte que su tamaño es diminuto. Considera que es una buena Institución.

Hasta el momento se ha hecho referencia a todos, menos uno de los objetivos de investigación. El mismo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta y actitudes de la potencial estudiante universitaria.

La familia de la entrevistada espera que ella dé prioridad a la actividad académica y con menor importancia a la actividad laboral. Además, pretenden que elija la carrera que prefiera y se sienta cómoda con la elección. Por su parte, el grupo de amigos espera que ella obtenga el título de grado y alcance la felicidad con su elección de estudiar en la universidad.

En relación al objetivo que intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios, se indaga sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas y auto percepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

Considerando las necesidades que la entrevistada reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por la entrevistada, como una persona dedicada, responsable, perseverante y honesta, tanto a nivel profesional como personal. A fin de eliminar esta carencia de logro, esta persona selecciona metas de rendimiento, relacionadas con formas negativas de pensar, sentir y comportarse. Esta persona elige estudiar en la universidad para tener un mejor desempeño que otras personas, la que no tienen o han tenido la posibilidad de ingresar al sistema universitario.
- ↳ Necesidad de poder: refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento que enfrenta la aspirante a estudiante universitaria. La entrevistada aspira a “*ser alguien*”, que significa según ella, formar una familia, trabajar aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de grado que eligió y obtener reconocimiento por parte de los demás, sean estos la familia, los amigos, o la sociedad en su conjunto.
- ↳ Necesidad de afiliación: sus familiares esperan que la entrevistada ingrese al sistema universitario. Posiblemente, el miedo a ser rechazada por su círculo familiar, en caso de no ingresar a la universidad, influya en la decisión de comenzar los estudios superiores.

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 ellas como estructuras cognitivas en rejilla, en la cual cada meta está interrelacionada con las demás en tanto se comparte una meta global. Como se puede observar en la figura 3, la meta suprema de la potencial estudiante es “*ser alguien*”.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que ellos mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. La entrevistada cree que es capaz de iniciar los estudios universitarios y, una vez que haya terminado la Licenciatura en Administración de Empresas y reciba el título universitario, será una persona “*libre*”.

Según la entrevistada, ser libre significa no permanecer bajo el dominio de los gobernantes. Estos últimos priorizan sus intereses personales en detrimento de los intereses de la población. De esta manera, la aspirante a estudiante estará más cerca de cumplir su meta: “*ser alguien*”.

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado a la influencia ejercida por los auto esquemas. La imagen que la entrevistada tiene de sí misma es posiblemente una fuente de motivación que la impulsa a iniciar los estudios. Ella define el yo ideal: “*ser gerente de área*”. 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 ser gerente de algún departamento).

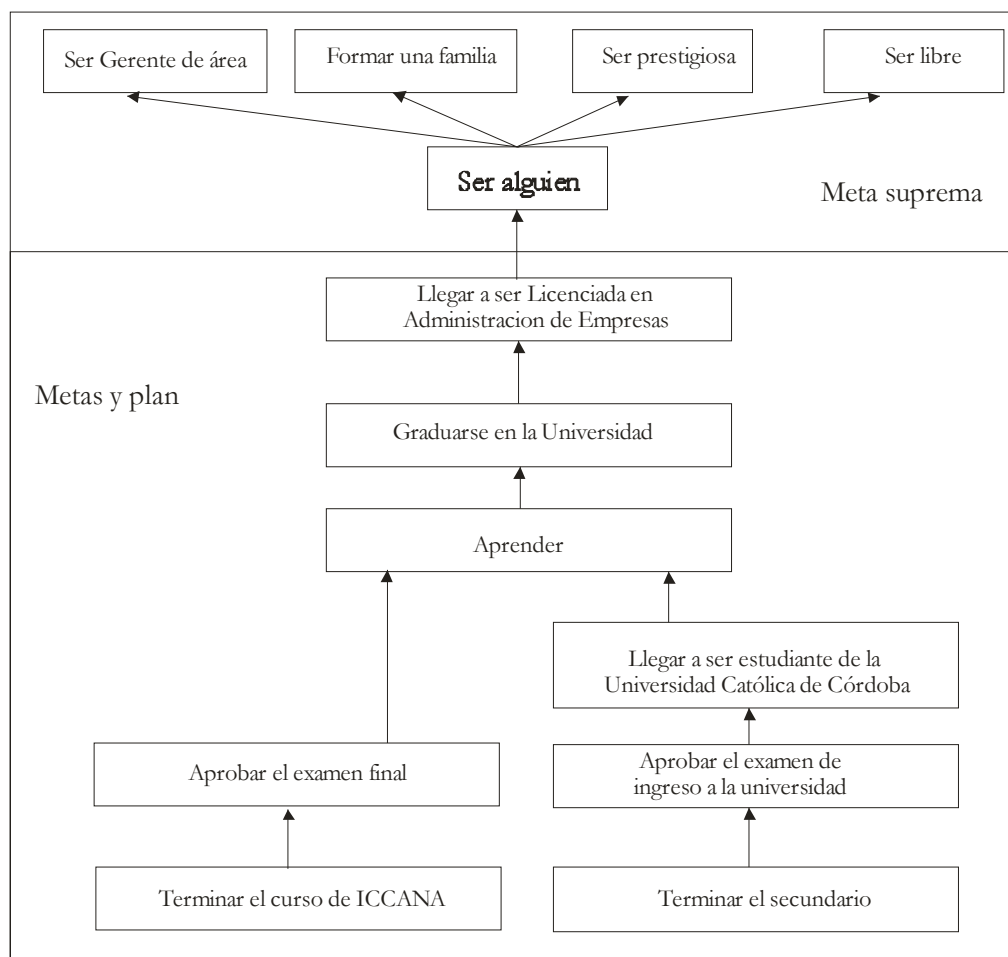


Figura 3. Construcciones cognitivas.

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas, valor y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

La entrevistada reconoce la necesidad de poder, lo cual se evidencia al momento en el que expresa el deseo de conseguir prestigio. Ella explica que la Universidad Católica de Córdoba (UCC) es una de las instituciones que goza de mayor prestigio, después de la Universidad Nacional de Córdoba. Para esta persona, el prestigio es la importancia que la sociedad le otorga a la institución.

Además, reconoce la necesidad de afiliación, la cual refiere al deseo de aprobación, aceptación, pertenencia y seguridad en sus relaciones interpersonales. A la Universidad Católica asisten personas desconocidas a ella, lo que genera incertidumbre en relación a la capacidad de generar nuevas amistades (expectativa de eficacia).

En relación a la meta específica seleccionada por la entrevistada, es posible señalar que la Universidad Católica de Córdoba es el fin hacia el cual están dirigidas las conductas de esta persona.

Quizás, aquello que ejerza influencia directa sobre la selección de la meta esté dado por la expectativa de la potencial estudiante universitaria. Esta persona predice que, la Universidad Católica de Córdoba, brindará la seguridad del dictado de clases como así también de la toma de exámenes parciales y finales. Esta seguridad permite predecir, según la aspirante a estudiante universitaria, la imposibilidad de *“quedar en retroceso en comparación con otras personas”*.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una institución universitaria. Para seleccionar a la Universidad Católica de Córdoba, la entrevistada ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

- ✎ Cantidad de alumnos: En la UCC es menor la cantidad de alumnos en relación a la Universidad Nacional de Córdoba. Aspecto valorado de manera positiva por la entrevistada.
- ✎ Organización: refiere a la atención personalizada (implica el fácil acceso a la solución de problemas), fácil acceso a los pupitres (por la reducida cantidad de alumnos), armado de apuntes fotocopiados por cada materia. Dicha organización trae como consecuencia, un

mayor grado de certeza en relación al dictado de clases sin interrupciones causadas por paros docentes.

- ⇒ Tipo de gente que asiste a la institución: a la Universidad Católica de Córdoba asisten personas del interior de Córdoba y del interior del país. Estas personas no son “*superficiales*”, por lo que son afines a la entrevistada. También asisten personas de la capital de Córdoba, que gozan de la simpatía de la entrevistada.
- ⇒ Estado de estructura edilicia: refiere al mantenimiento al que son sometidas las construcciones edilicias de las instituciones universitarias.
- ⇒ Enseñanza: según la entrevistada, la enseñanza en la UNC es “*mucho mejor*”, en relación a la UCC. Esta persona se refiere al término enseñanza como la capacidad de los profesores de transmitir los conocimientos necesarios para desempeñar la actividad profesional. Por tanto, considera que los mejores profesores trabajan en la Universidad Nacional de Córdoba.

La entrevistada otorga importancia a un aspecto extrínseco de la Universidad Católica de Córdoba, asociado al placer derivado de la obtención del título de grado expedido por la misma. Sin embargo, ella cree que la Universidad Nacional de Córdoba posee mayor reconocimiento que la UCC.

Reconoce que las personas, en general, tienen la creencia de los “*títulos comprados*” en las instituciones privadas. Esto refiere al pago de los aranceles establecidos por dichas instituciones, y con ello la calificación satisfactoria en los exámenes parciales y finales de los estudiantes. En contraposición a esta idea, la entrevistada cree que “*depende de ella*” alcanzar el progreso como Licenciada en Administración de Empresas.

Hasta aquí, se han descrito valores intrínsecos y extrínsecos que de alguna manera permiten comprender aquellos aspectos, que la entrevistada consideró sobre las instituciones universitarias. Además de estos, es posible identificar el valor de utilidad que la entrevistada otorga a la Universidad Católica de Córdoba, debido a la satisfacción que obtendrá por completar sus estudios superiores como medio para conseguir una meta futura: “*ser alguien*”. Esta expresión fue explicada al hacer referencia a las necesidades de poder que la potencial estudiante enfrenta.

Todos estos valores se encuentran en relación con los criterios a través de los cuales la entrevistada evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, la organización y la cantidad de alumnos que asisten, sean criterios determinantes en la

decisión, mientras que el tipo de gente, la enseñanza y la estructura edilicia forman parte de criterios sobresalientes o importantes al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indagó al respecto, la entrevistada expresó que representa el espacio donde se adquieren los conocimientos e instrumentos fundamentales para “*ser libre*”. Este concepto fue explicado en las expectativas que ejercen influencia en la decisión de ingresar al sistema universitario.

La entrevistada reconoce de manera espontánea, dos tipos de instituciones universitarias: estatales y privadas. Dichas categorías resultan de la información que el sujeto posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto a éstas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ↳ *“La universidad estatal es un desastre”.*
- ↳ *“A las universidades estatales asisten grandes grupos de alumnos, lo cual afecta de manera negativa la organización de la institución”.*
- ↳ *“La universidad estatal tiene un cuerpo docente cuyo salario es menor al valor de su profesión, es decir, los profesores deberían ser mejor remunerados”.*
- ↳ *“La universidad estatal está desorganizada, lo que genera el malestar en el dictado de clases y su consecuente interrupción del servicio educativo. Esto importa la pérdida de tiempo por parte de los alumnos”.*
- ↳ *“La universidad estatal brinda mejores conocimientos que las universidades privadas”.*
- ↳ *“A las universidades privadas asisten grupos de alumnos reducidos, lo cual incide de manera positiva sobre la posibilidad de adquirir mayor conocimiento”.*
- ↳ *“En las universidades privadas hay mejores condiciones de estudio. Es decir, la atención que se presta es personalizada a cada alumno, es fácil acceder a los profesores y a los pupitres”.*

En relación a las creencias que la entrevistada posee sobre las instituciones universitarias, reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

Al considerar la información que la entrevistada posee sobre la Universidad Empresarial Siglo 21, es posible mencionar que es privada y posee buen nivel de profesores y de enseñanza.

Respecto de la información que posee sobre la Universidad Católica de Córdoba, y su posterior evaluación sobre la misma, es posible mencionar que los profesores de esta institución están bien capacitados, los edificios están bien mantenidos y han surgido “*grandes profesionales*” de esta Universidad.

En relación a la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada cree la enseñanza es muy buena y que han surgido “*grandes profesionales*” (valoración positiva). Por otro lado, esta institución se caracteriza por la enorme cantidad de alumnos que asisten a la misma (valoración negativa).

Acerca de la información que esta persona posee sobre la Universidad Blas Pascal, sólo es posible identificar una creencia valorada de manera negativa, como lo es el nivel de enseñanza. El mismo refiere a la adquisición de los conocimientos necesarios para el desempeño profesional.

Resulta pertinente, para cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria. Con respecto a esto, la entrevistada no advierte incertidumbre alguna en relación a la elección de la Universidad Católica de Córdoba.

En relación al objetivo que pretende conocer el momento en el que los potenciales estudiantes universitarios toman la decisión de estudiar en la universidad, la entrevistada menciona haber tomado esa decisión en el ciclo poli modal (al comenzar cuarto año en la educación media). Dicha elección implica una valoración de las alternativas educativas que posiblemente tendrán lugar, al concluir la educación secundaria.

En cuanto al aprendizaje de la entrevistada en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar tres aspectos. Por un lado, la fuente de información que reconoce espontáneamente, el recuerdo de piezas comunicacionales universitarias y opinión de las mismas. Por otro, la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista en referencia a las instituciones que la entrevistada conoce.

En relación a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de ellas, la entrevistada reconoce los siguientes:

- ↳ Biblioteca del colegio en el cual cursó sus estudios secundarios.
- ↳ Talleres informativos organizados por el colegio en el cual cursó sus estudios secundarios.
- ↳ La sede de las instituciones universitarias.
- ↳ Internet.

El recuerdo de publicidades por parte de la entrevistada, se vincula a la Universidad Empresarial Siglo 21, sobre la cual retiene en su memoria lo siguiente:

“Me acuerdo el slogan que es formando líderes.... Es una buena publicidad porque buenos líderes es lo que necesitamos para sacar el país adelante, así que me parece que es una buena publicidad”.

Este mensaje publicitario llamó la atención de la entrevistada. Ella se forma la idea de que en esta institución se forman líderes. Considera que es una institución comprometida con la necesidad del país: buenos líderes.

Luego de los comentarios de la entrevistada sobre la publicidad recordada de manera espontánea, se le presentaron las piezas comunicacionales de aquellas instituciones que anteriormente había mencionado cuando nombró a las universidades de su conocimiento. El orden de presentación de las piezas es el que se muestra a continuación.

La primera publicidad que se presentó fue aquella lanzada por la Universidad Católica de Córdoba, a la que recordó, haber visto. Llamó su atención, hasta el punto de motivarla a asistir a la jornada de puertas abiertas. Esta persona cree que en dicha jornada obtuvo la información necesaria para decidir qué institución elegir. Su opinión respecto de la institución es favorable.

En cuanto a la publicidad de la Universidad Blas Pascal, la entrevistada cree que no brinda mucha información, lo cual implica que aquellos que lean este aviso, no tienen la posibilidad de conocer a lo que aspira la institución en relación a la formación de los alumnos que asisten a la misma. Por tal motivo, su opinión respecto de la institución es negativa.

En relación a la publicidad de la Universidad empresarial Siglo 21, la entrevistada reconoce su slogan e interpreta que la institución pretende formar a sus alumnos con valores tales como esfuerzo, responsabilidad y compromiso. Su opinión en relación a la institución es favorable.

Respecto de la publicidad de la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada advierte que por su tamaño, esta institución no cuenta con suficientes fondos económicos para afrontar el costo de una publicidad del tamaño que utilizan las instituciones privadas. Sin embargo, su opinión respecto de la Institución es favorable por razones explicadas anteriormente.

Hasta el momento se ha hecho referencia a todos, menos uno de los objetivos de investigación. El mismo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta y actitudes de la potencial estudiante universitaria.

La familia de la entrevistada espera que ella, ingrese al sistema universitario a fin de “progresar”. Este término refiere a la adquisición de más conocimientos. Posiblemente, desde una posición menos influyente que su familia, las personas pertenecientes al grupo de “grandes profesionales”, según la entrevistada, represente un modelo de conducta. Aquello que admira de este grupo de personas, es el prestigio que consiguen.

En relación al objetivo que intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios, se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios entrevistados.

En tanto y en cuanto a las necesidades que el entrevistado reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por el entrevistado, como una persona comprensiva, equilibrada y siempre dispuesto a brindarse a los demás. A fin de eliminar esta carencia de logro, esta persona selecciona metas de dominio, vinculadas con formas productivas de pensar y comportarse. Estas metas implican hacer lograr un crecimiento, tomando como referencia las propias competencias, no a las competencias o conocimientos de otras personas.
- ↳ Necesidad de poder: refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento que enfrenta el aspirante a estudiante universitario. Los grupos de referencia otorgan a los estudiantes universitarios dicho reconocimiento buscado por estos últimos. El entrevistado aspira a graduarse como Licenciado en Relaciones Públicas y adquirir un puesto en una reconocida empresa que le permita tener gente a su cargo que el *“pueda manejar”*.
- ↳ Necesidad de afiliación: luego de terminar el secundario, el entrevistado dedicó su tiempo y esfuerzo a actividades extraacadémicas. Desde aquel momento, su grupo de amigos lo ha incitado a comenzar sus estudios universitarios. Posiblemente el miedo a ser rechazado por sus amigos sea una fuente de influencia en su decisión.

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 una está interrelacionada con las demás en el sentido en que se comparte una meta global. Como se puede observar en la figura 4, la meta suprema del potencial estudiante es *“ser Licenciado en Relaciones Públicas”*.

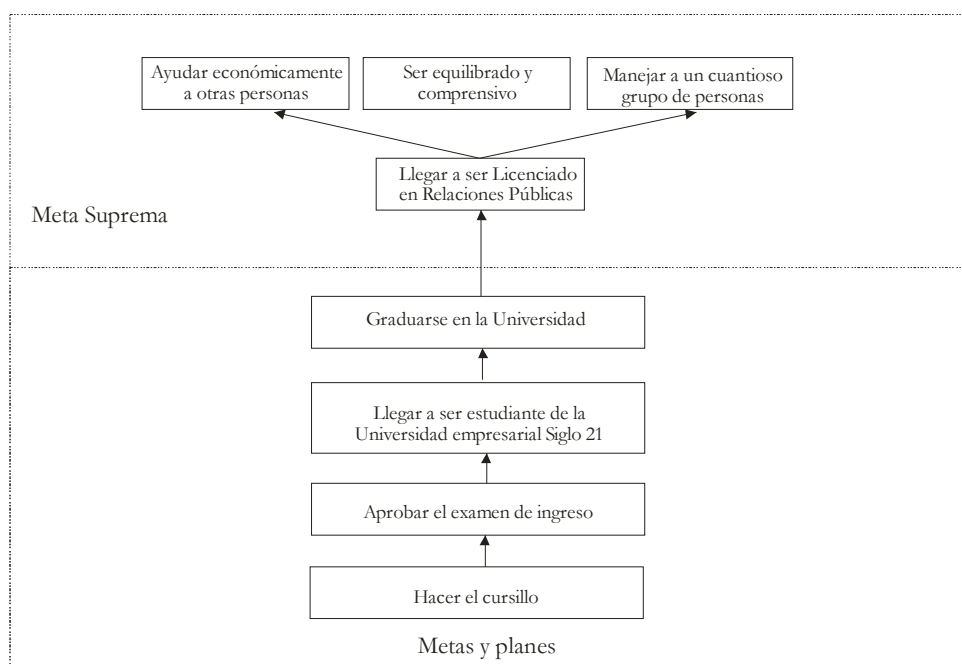


Figura 4. Construcciones cognitivas.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que ellos mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. El entrevistado cree que una vez que haya terminado de estudiar Relaciones Públicas y reciba el título universitario estará más cerca de cumplir su meta: obtener un puesto en una importante empresa, que le permita tener gente a su cargo (expectativas de resultado).

De la misma manera, predice que las personas que estudian una carrera de grado resultan ser difíciles de dominar por los dirigentes argentinos. Esta persona espera manejar o dirigir a un grupo de personas, más que ser dirigido por otras personas.

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado a la influencia ejercida por los auto esquemas. La imagen que el entrevistado tiene de sí mismo es, posiblemente, una fuente de motivación que lo impulsa a iniciar los estudios. Él, se reconoce como una persona *“muy sociable y sincera”*. Al mismo tiempo, define el yo ideal: Licenciado en Relaciones Públicas de una empresa reconocida, con gente a su cargo. 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 (Relacionista Público de una reconocida empresa).

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí

también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas, valor y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

El entrevistado reconoce la necesidad de poder, ya que busca ejercer control sobre las demás personas. Esto se evidencia en la creencia del entrevistado, en relación a la función que la Universidad Empresarial Siglo 21 cumple en la sociedad: *“formar a los futuros dirigentes del país”*. Posiblemente, en la búsqueda de ese poder, el aspirante a estudiante universitario, intente relacionarse con esta institución debido al reconocimiento que la misma obtuvo por parte de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU). Su relación con la misma refiere, por un lado a la actividad laboral, y por otro a la actividad académica.

En relación a la meta específica seleccionada por el entrevistado, es posible señalar que la Universidad Empresarial Siglo 21, es el fin hacia el cual están dirigidas las conductas de esta persona. En la entrevista menciona trabajar en esta institución, conocer el sistema educativo y el reconocimiento de la misma. Desde su punto de vista, esta universidad tiene un excelente nivel educativo y brinda un muy buen servicio. Posiblemente esta experiencia personal en relación a dicha institución, ejerza influencia sobre su selección.

Otro aspecto a considerar está vinculado con la expectativa del potencial estudiante universitario en relación a la Universidad Empresarial Siglo 21. El entrevistado predice que, esta institución le brindará *“facilidades”* a fin de que él se sienta cómodo al momento de ocupar el lugar de estudiante. El término facilidad refiere a la cercanía de la relación profesor-alumno, la cantidad de alumnos por aula y la flexibilidad horaria de las actividades laborales.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una universidad. Para seleccionar a la Universidad Empresarial Siglo 21, el entrevistado ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

- ✎ Reconocimiento: *“Es la primera universidad en ser reconocida por la CONEAU”*
- ✎ Nivel de servicio: la UES21 brinda un servicio diseñado para brindarle los elementos necesarios al alumno para que éste se sienta cómodo y culmine sus estudios.
- ✎ Relación entre docentes y alumnos: el entrevistado manifiesta que la relación entre profesores y estudiantes se caracteriza por la cercanía entre ambos participantes. Esto es debido al reducido número de alumnos presentes en un aula, lo que permite que la enseñanza sea más personalizada que en la Universidad Nacional de Córdoba.

Además de estos aspectos intrínsecos, es posible identificar el valor extrínseco que el entrevistado otorga a la Institución debido al placer que obtendrá por alcanzar el título de grado expedido por la misma. El placer del entrevistado está relacionado al prestigio que logró la institución al ser reconocida como universidad por la CONEAU.

Tanto los valores intrínsecos como extrínsecos se encuentran en relación con los criterios a través de los cuales el entrevistado evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, el nivel del servicio y el reconocimiento sean criterios determinantes en la decisión del entrevistado, mientras que la relación profesor-alumno representa un criterio sobresaliente o importante al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indagó al respecto, el potencial estudiante universitario, manifestó que la misma representa una herramienta elegida, que será indispensable para el futuro desenvolvimiento de su profesión.

El entrevistado, al momento de clasificar a las universidades, reconoce de manera espontánea, dos tipos: públicas y privadas. Dichas categorías resultan de la información que el sujeto posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto de estas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ↳ *“No es cierto que en las universidades privadas pagas el título”.*
- ↳ En las universidades privadas se brinda un servicio al alumno que le permite a éste culminar la carrera en tiempo.
- ↳ En las universidades públicas existen muchas trabas y complicaciones para el ingreso y cursado de la carrera.
- ↳ Las universidades privadas son excesivamente caras y no están al alcance de todos.
- ↳ La relación entre profesores y alumnos en las universidades privadas es mucho más estrecha, en comparación a la existente en la UNC.
- ↳ *“La Universidad Siglo 21 posee un excelente nivel educativo”.*

En relación a las creencias que el entrevistado posee sobre las instituciones universitarias reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

Al considerar la información que el entrevistado posee sobre la Universidad Empresarial Siglo 21, es posible mencionar que es la primera universidad en lograr el reconocimiento como tal, de la CONEAU. Tiene un buen nivel de enseñanza, lo que requiere esfuerzo, por parte de los alumnos para aprobar los exámenes. Es una universidad muy costosa. La orientación empresarial, el cuerpo docente y las modalidades de cursado son similares a la Universidad Blas Pascal.

Respecto de la información que posee sobre la Universidad Nacional de Córdoba, es posible mencionar que esta institución instala ciertas dificultades en relación al cursado de las carreras de grado. Además, existe un desequilibrio en la cantidad de alumnos regulares que pertenecen a la UNC, lo que genera desigualdades en cuanto a las posibilidades de acceso a la educación que ofrece dicha institución.

Es menester, a fin de cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria. Al respecto, el entrevistado manifiesta no sentir incertidumbre alguna por la institución elegida.

En relación al objetivo que pretende conocer el tiempo con el que cuentan para tomar la decisión de estudiar en la universidad, el entrevistado piensa que las personas deciden iniciar sus estudios universitarios ni bien finalizan el colegio secundario. Posiblemente, esta decisión tiene lugar en ese momento debido a la necesidad de las personas en *“no perder el tiempo”*, es decir no desperdiciar el tiempo en una actividad diferente a la académica.

Respecto al aprendizaje del entrevistado en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar tres aspectos. Por un lado, la fuente de información que reconoce de manera espontánea, el recuerdo espontáneo de piezas comunicacionales universitarias y la opinión de las mismas, y finalmente la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista en referencia a las instituciones que el entrevistado conoce.

En relación a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de éstas, el entrevistado reconoce que en Internet es posible obtener la información que. Además, reconoce que los cursos de orientación vocacional brindan ayuda a aquellos que se encuentran indecisos respecto a qué y dónde estudiar.

En cuanto a las publicidades recordadas por el entrevistado, el mismo tiene recuerdos de haber visto una comunicación de la Universidad Empresarial Siglo 21, sobre la cual retiene en su memoria lo siguiente:

“Una que mostraba a las personas que iban pasando de etapas, una cosa así. Y bueno, termina diciendo Formando Líderes.”

Este mensaje publicitario llamó la atención del entrevistado. Él se forma la idea de que en esta institución se forman líderes. Considera que es una institución comprometida con la formación de los futuros dirigentes del país.

Luego de los comentarios del entrevistado sobre la publicidad recordada de manera espontánea, se le presentaron las piezas comunicacionales de aquellas instituciones que anteriormente había mencionado cuando nombró a las universidades de su conocimiento. El orden de presentación de las piezas es el que se muestra a continuación.

En relación a la publicidad de la Universidad empresarial Siglo 21, el entrevistado está convencido de que en esta Universidad se fomentan los valores de esfuerzo, responsabilidad y compromiso, y que esto está muy bien para la formación de una persona ya que *“nadie te regala nada en la vida”*.

En cuanto a la publicidad de la Universidad Blas Pascal, el entrevistado cree que es similar a la anterior (UES21), en cuanto al tipo de información brindada. Según su opinión, las carreras que se dictan en esta institución están orientadas hacia el mundo empresarial.

Respecto de la publicidad de la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado la compara con las anteriores y advierte que la misma es muy pequeña. Por tal motivo, la UNC no realiza la misma inversión en comunicación que las universidades privadas.

Hasta el momento se ha hecho referencia a todos, menos uno de los objetivos de investigación. El mismo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta, valores y actitudes del potencial estudiante universitario.

La familia del entrevistado espera que él, estudie en alguna institución universitaria, dada la necesidad de prepararse o formarse para insertarse en el ámbito laboral. Por su parte, el grupo de amigos también espera que el entrevistado se inserte en la vida universitaria y los incentivan para que así sea.

Uno de los objetivos de investigación intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios. Para cumplir el mismo, se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones, expectativas y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios entrevistados.

En relación a las necesidades que el entrevistado reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona, caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por el entrevistado, como una persona capaz de formar una familia y obtener formación universitaria. A fin de eliminar esta carencia de logro, esta persona selecciona metas de dominio, relacionadas a formas productivas de pensar y comportarse. El entrevistado intenta estudiar en la universidad a fin de lograr filmar una película, y alcanzar el estándar de persona establecido.
- ↳ Necesidad de poder: refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento que enfrenta el aspirante a estudiante universitario. El entrevistado aspira a recibirse como Licenciado en Cine y Televisión a fin de adquirir los conocimientos necesarios para filmar una película de cine independiente. Este tipo de cine, implica la necesidad de persuadir a patrocinadores para que inviertan en la materialización del film. El título de grado le permitirá alcanzar el prestigio, según él necesario, para convencer a los patrocinadores.

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 ellas como estructuras cognitivas en rejilla, en la que cada meta está interrelacionada con las demás en el sentido en que se comparte una meta global. Como se puede observar en la figura 5, la meta suprema del potencial estudiante es “*ser feliz*”.

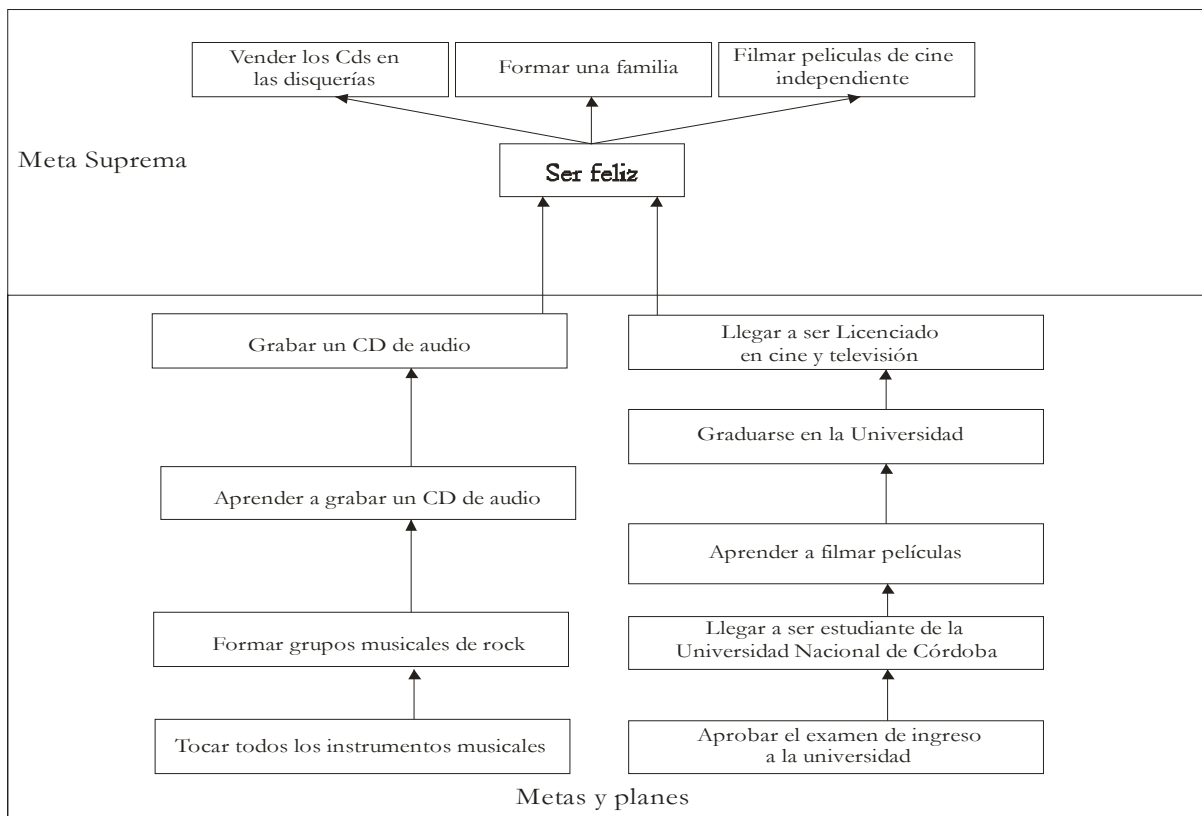


Figura 5. Construcciones cognitivas.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que ellos mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. El entrevistado cree que una vez que haya terminado de estudiar Cine y Televisión y reciba el título universitario estará más cerca de cumplir su meta: “*ser feliz*”. Para lo cual prevé filmar una película de manera independiente, lo que significa tener libertad de expresión, y no limitarla a los intereses de las empresas productoras.

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado a la influencia ejercida por los auto esquemas. La imagen que el entrevistado tiene de si mismo es posiblemente una fuente de motivación que lo impulsa a iniciar los estudios. Él, reconoce que sus actuales conocimientos no le permiten lograr el reconocimiento de las personas que son “*profesionales grosos*”, lo cual representa su yo ideal. Para el entrevistado, la educación universitaria le permitirá transformar el yo actual (persona cuyos conocimientos no le permiten filmar una película), en el yo deseado (persona formada para poder filmar una película).

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí

también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones, expectativas, valor y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

El entrevistado reconoce la necesidad de afiliación, que refiere al deseo de aceptación, pertenencia y seguridad en las relaciones con las demás personas. Al momento de tipificar a las instituciones universitarias, describió por un lado a las universidades públicas y por otro, a las privadas. Una de las diferencias que evidencia entre ambas, es la gente que asiste a una y a otra. El entrevistado cree que a la universidad pública asiste gente “*común*”, personas similares a él, mientras que a las privadas asisten personas “*con platita*”, que son diferentes a él.

También reconoce la necesidad de poder, al expresar la importancia que le asigna al reconocimiento de la Universidad Nacional de Córdoba, tanto en el interior del país como en otros países.

En relación a la meta específica seleccionada por el entrevistado, es posible señalar que la Universidad Nacional de Córdoba es el fin hacia el cual están dirigidas las conductas de esta persona. Posiblemente, su elección esté sujeta a la gratuidad de la educación en esta institución, y al mayor reconocimiento en relación a las instituciones privadas.

Otro aspecto a considerar está relacionado con la expectativa del entrevistado. Esta persona predice la probabilidad de aprender los contenidos académicos desde la óptica teórica, y la probable falta de formación en los aspectos prácticos de la Licenciatura en Cine y Televisión (expectativa de eficacia). El aspecto operativo refiere a la materialización de un film.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una universidad. Para seleccionar a la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

- ↳ Tipo de gente que asiste a la institución: según el entrevistado, las personas que asisten a la universidad pública son “*comunes*”, son personas parecidas a él. Mientras que a las universidades privadas, asisten las personas que son “*gente de platita*”. Estos últimos no gozan de la simpatía del entrevistado.
- ↳ Exigencia: según el entrevistado, en la Universidad Nacional de Córdoba la exigencia a los estudiantes es mayor que en las universidades privadas. Esto refiere a las pretensiones que las instituciones universitarias solicitan a los estudiantes.

- ↳ Enseñanza: según el entrevistado, la enseñanza en la UNC es “*mucho mejor*”, en relación a las universidades privadas. Esta persona se refiere al término enseñanza como la capacidad de los profesores para transmitir los conocimientos necesarios para desempeñar la actividad profesional. Por tanto, considera que los mejores profesores trabajan en la Universidad Nacional de Córdoba.
- ↳ Gratuidad: la Universidad Nacional de Córdoba posee la característica de ser gratuita, mientras que las instituciones privadas están aranceladas.

Hasta aquí, se han descrito valores intrínsecos que de alguna manera permiten comprender, al menos en un principio, aquellos aspectos propios de las casas de altos estudios. Además de esto, es posible identificar el valor extrínseco que el entrevistado otorga a la universidad debido al placer que obtendrá al completar sus estudios universitarios y recibir el título de grado expedido por la Universidad Nacional de Córdoba. El placer está en función del reconocimiento nacional e internacional al momento de solicitar un trabajo.

Tanto los valores intrínsecos como el valor de utilidad, se encuentran vinculados con los criterios a través de los cuales, el entrevistado evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, la gratuidad y el prestigio, sean criterios determinantes en la decisión del entrevistado, mientras que la exigencia, enseñanza y la gente que asiste a las diferentes instituciones forman parte de criterios sobresalientes o importantes al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indagó al respecto, el entrevistado comentó que representa la propia elección sobre la mejor manera de progresar. Dicha manera refiere a la formación en Cine y Televisión, de forma tal que permita ejercer la profesión y obtener una remuneración que solvete las necesidades del entrevistado y su futura familia.

El entrevistado, al momento de clasificar a las universidades, reconoce de manera espontánea, dos tipos: públicas y privadas. Dichas categorías resultan de la información que el sujeto posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto de éstas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ⇒ *“Las universidades públicas son mejores que las privadas”.*
- ⇒ *“La universidad pública es gratuita”.*
- ⇒ A las universidades públicas va gente “común”: el entrevistado conoce personas que asisten a este tipo de institución con las cuales tiene simpatía.
- ⇒ *“La universidad pública tiene un nivel educativo más elevado que las privadas”.*
- ⇒ *“En las universidades privadas se paga el título”.*
- ⇒ A las universidades privadas va gente “con platita”: el entrevistado conoce personas que no son de su agrado y asisten a este tipo de institución.
- ⇒ *“En las universidades privadas se exige menos que en las públicas”.*
- ⇒ *“Las universidades privadas son costosas”*

En relación a las creencias que el entrevistado posee sobre las instituciones universitarias, reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

Al considerar la información que el entrevistado posee sobre la Universidad Empresarial Siglo 21, es posible mencionar que su creencia refiere a una institución con un amplio abanico de carreras, que ofrece diferentes modalidades de cursado. Cree que es una universidad grande que tiene sede en diversos lugares.

En cuanto a la creencia sobre el Instituto Universitario Aeronáutico, el entrevistado lo relaciona a los militares, lo que considera un aspecto negativo de la misma. Considera que se dictan carreras “*complicadas*” y ofrecen diversas modalidades de cursado.

Respecto de la información que posee sobre la Universidad Nacional de Córdoba, sólo es posible mencionar que la institución no ofrece horarios alternativos de cursado.

Es menester, para cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria. Al respecto, el entrevistado advierte la incertidumbre que se genera en él, como consecuencia de elegir a la Universidad Nacional de Córdoba para cursar sus estudios y no conocer si ésta institución podrá cumplir con sus expectativas. El entrevistado percibe incertidumbre en relación al aprendizaje práctico del programa perteneciente a la Licenciatura en Cine y Televisión.

En relación al objetivo que pretende conocer el tiempo con el que cuentan para tomar la decisión de estudiar en la universidad, el entrevistado cree que las personas deciden estudiar en la universidad cuando tienen 15 o 16 años de edad. Según el entrevistado, a esa

edad, las personas comienzan a preocuparse por aquello a lo que prefieren dedicar el tiempo y esfuerzo por el resto de sus vidas.

Respecto al aprendizaje del entrevistado en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar tres aspectos. Por un lado, la fuente de información que reconoce de manera espontánea, el recuerdo espontáneo de piezas comunicacionales universitarias y opinión de las mismas, y finalmente la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista en referencia a las instituciones que el entrevistado conoce.

En cuanto a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de éstas, el entrevistado reconoce que, en un primer momento de búsqueda, la información relacionada a las instituciones universitarias la encontró en Internet. Además, reconoce que dicha información se puede encontrar en la sede de las mismas universidades, siendo este último medio, el preferido a la hora de indagar sobre la oferta educativa.

En consideración a las publicidades recordadas por el entrevistado, el mismo tiene recuerdos de haber visto una comunicación de la Universidad empresarial Siglo 21, sobre la cual no ha retenido el mensaje de la misma en su memoria. A pesar de ello, el entrevistado se formó la idea de que en esta institución se forman excelentes profesionales.

Luego de los comentarios del entrevistado sobre la publicidad recordada de manera espontánea, se le presentaron las piezas comunicacionales de aquellas instituciones que anteriormente había mencionado cuando nombró a las universidades de su conocimiento. El orden de presentación de las piezas es el que se muestra a continuación.

En relación a la publicidad de la Universidad empresarial Siglo 21, el entrevistado cree que cursar una carrera en esta institución, representa un lujo, debido a que las personas se convierten en “*profesionales grosos*”.

En cuanto a la publicidad del Instituto Universitario Aeronáutico, el entrevistado cree que es una institución que forma a profesionales desde hace “*varios años*”. Cree que esos profesionales “*pertenecen*” a la Argentina, es decir trabajan para el estado.

Estas dos publicidades, forman la idea de los hombres de negocios que obtienen altas remuneraciones en países extranjeros.

Respecto de la publicidad de la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado advierte que la institución forma profesionales reconocidos a nivel nacional e internacional. Aquí se forma la idea del hombre que obtiene alta remuneración en Argentina.

Hasta el momento se ha hecho referencia a todos, menos uno de los objetivos de investigación. El mismo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta, valores y actitudes del potencial estudiante universitario.

La familia del entrevistado espera que él, estudie en alguna institución universitaria, dada la necesidad de prepararse o formarse para insertarse en el ámbito laboral. Posiblemente, desde una posición menos influyente, hay “*profesionales grosos*” que representan un modelo de conducta, tales como Ingenieros de Sistemas y Aeronáuticos. En ellos admira el cúmulo de conocimientos adquiridos.

Uno de los objetivos de investigación intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios. Para cumplir el mismo, se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones, expectativas y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios entrevistados.

En relación a las necesidades que el entrevistado reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por el entrevistado, como una persona que logra formar y mantener una familia, y con esfuerzo alcance la formación universitaria. A fin de eliminar esta carencia de logro, esta persona selecciona metas de dominio, relacionadas a formas productivas de pensar y comportarse.
- ↳ Necesidad de poder: refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento que enfrenta el aspirante a estudiante universitario. El entrevistado aspira a recibirse como ingeniero en Sistemas a fin de adquirir los conocimientos necesarios para diseñar programas de computación. Él cree que estudiar Ingeniería en Sistemas le permitirá una mayor capacidad de influir sobre las posibilidades laborales, en comparación con el Profesorado de Literatura. Es decir, en función de este poder establece mejores salidas laborales relacionadas a la Ingeniería.

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 el sentido en que se comparte una meta global. Como se puede observar en la figura 6, la meta suprema del potencial estudiante es “*ser independiente*”. Lo cual implica trabajar de manera independiente y obtener altas remuneraciones.

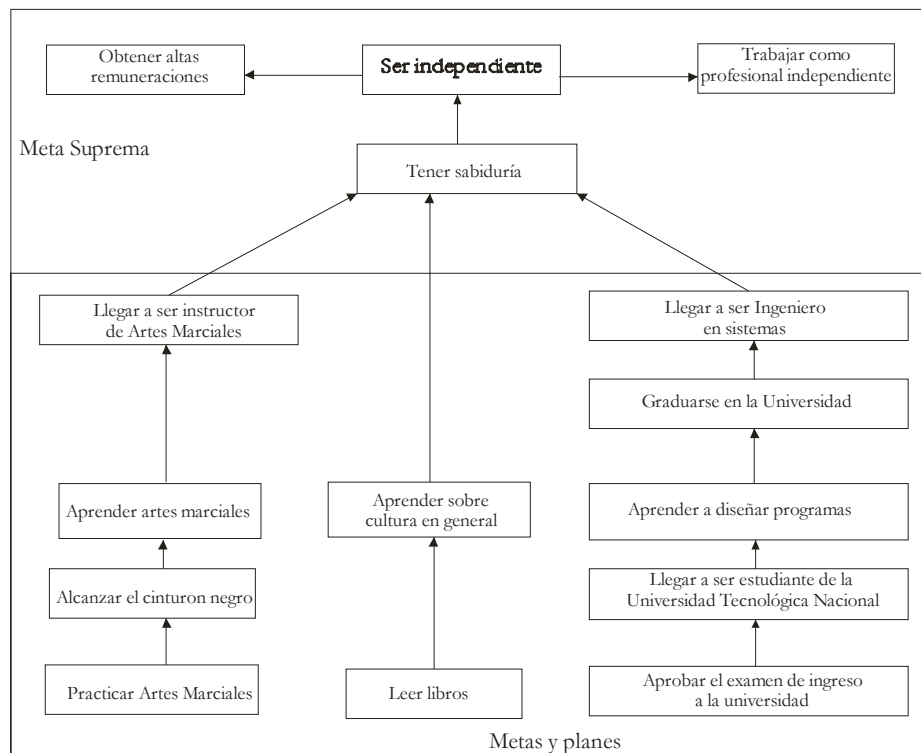


Figura 6. Construcciones cognitivas.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que ellos mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. El entrevistado cree que una vez que haya terminado de estudiar Ingeniería en Sistemas y reciba el título universitario estará más cerca de cumplir su meta: “*ser independiente*”. Para la cual prevé diseñar programas informáticos de manera independiente, lo que significa dejar de trabajar en relación de dependencia y tener la capacidad de generar ingresos económicos por cuenta propia (expectativa de resultado).

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado a la influencia ejercida por los auto esquemas. La imagen que el entrevistado tiene de si mismo es posiblemente una fuente de motivación que lo impulsa a iniciar los estudios. Él reconoce que sus actuales conocimientos no le permiten alcanzar esa capacidad deseada, de influir sobre las posibilidades laborales. Para el entrevistado, la educación universitaria le permitirá transformar el yo actual (persona cuyos conocimientos no le permiten diseñar un programa informático), en el yo deseado (persona formada para poder diseñar programas).

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones, expectativas, valores y auto percepciones de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

El entrevistado reconoce la necesidad de afiliación, que refiere al deseo de aceptación, pertenencia y seguridad en las relaciones con las demás personas. El entrevistado cree que, a la Universidad Tecnológica Nacional, asisten personas “*de todo tipo*”. Mientras que a las instituciones privadas sólo asisten personas de “*nivel social alto*”. Esta diferencia se explicará, más adelante, al momento de hacer referencia a la actitud de los potenciales en relación a las instituciones universitarias.

En relación a la meta específica seleccionada por el entrevistado, es posible señalar que la Universidad Tecnológica Nacional es el fin hacia el cual están dirigidas las conductas de esta persona. Posiblemente, su elección esté sujeta al tipo de personas que asisten a la misma.

Otro aspecto a considerar está relacionado con la expectativa del entrevistado. Esta persona predice la probabilidad de conocer a profesores capaces de transmitir los contenidos académicos. Además de esta expectativa, espera conocer “*gente de todo tipo*” y profundizar las relaciones con estas personas.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una universidad. Para seleccionar a la Universidad Tecnológica Nacional, el entrevistado ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

- ⇒ Tipo de gente que asiste a la institución: según el entrevistado, las personas que asisten a la universidad privada son “*ignorantes*” y “*pertenecen a un nivel social alto*”. Estas expresiones refieren, por un lado a la falta de lectura que caracteriza a estas personas, y por otro, al ingreso económico al cual tienen acceso. Este grupo de personas no goza de la simpatía del entrevistado. Mientras que a las universidades públicas, asiste “*todo tipo de gente*”. Con esta expresión, el entrevistado refiere a la posibilidad de conocer, tanto personas afines como no afines a él. Uno de los factores que incide en esta variable, está dada por la existencia de los centros de estudiantes.
- ⇒ Esfuerzo: según el entrevistado, las instituciones privadas tienen mayor disponibilidad de elementos para brindar la enseñanza (pupitres, aulas, etc.) en comparación con la universidad pública, a raíz de la menor cantidad de alumnos que asisten a aquellas. Establecida la dificultad implícita del cursado en instituciones públicas, el entrevistado valora de manera positiva el esfuerzo necesario en el que debe incurrir para asistir a la Universidad Tecnológica Nacional.

- ↳ Exigencia: según el entrevistado, en la Universidad Tecnológica Nacional la exigencia impuesta en el ingreso a los estudiantes, es mayor que en las universidades privadas. Esto refiere a las pretensiones que las instituciones universitarias solicitan a los estudiantes.
- ↳ Enseñanza: según el entrevistado, la enseñanza en la UTN es “*mucho mejor*”, en relación a las universidades privadas. Esta persona se refiere al término enseñanza como la capacidad de los profesores para transmitir los conocimientos necesarios para desempeñar la actividad profesional. Por tanto, considera que los mejores profesores trabajan en la Universidad Tecnológica Nacional.
- ↳ Horarios de cursado: según el entrevistado, los horarios de cursado están divididos en tres turnos: mañana, tarde y noche. Esta organización permite elegir el horario más adecuado para el alumno, en especial para aquellas personas que deciden trabajar.

Es posible identificar el valor extrínseco que el aspirante a estudiante universitario le asigna a la Universidad Tecnológica Nacional. El posee la creencia de que la demanda laboral se orienta a los egresados de la UNC y de la UTN antes que la búsqueda de egresados de instituciones privadas.

Hasta aquí, se han descrito valores intrínsecos y extrínsecos, que de alguna manera permiten comprender, al menos en un principio, a los dos tipos de instituciones universitarias reconocidas de manera espontánea por el entrevistado. Los mismos se encuentran en relación con los criterios a través de los cuales, el entrevistado evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, el tipo de gente que asiste a la UTN y la flexibilidad horaria, sean los criterios determinantes en la decisión del entrevistado, mientras que el resto forman parte de criterios sobresalientes o importantes al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indagó al respecto, el entrevistado comentó que representa un progreso, a favor de lograr la independencia. Dicha independencia refiere a la formación en Ingeniería en Sistemas, de forma tal que permita ejercer la profesión por cuenta propia y obtener una remuneración mayor a sus gastos.

El entrevistado, al momento de clasificar a las universidades, reconoce de manera espontánea, dos tipos: públicas y privadas. Dichas categorías resultan de la información que el sujeto posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores

centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto de éstas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ⇒ *“El ingreso a las universidades privadas es fácil, debido a que, a los dirigentes de estas instituciones, les interesa el dinero de los alumnos”.*
- ⇒ *“El nivel de enseñanza en las instituciones privadas es muy bueno”.* Esto refiere a las aptitudes de los profesionales que egresaron en estas universidades.
- ⇒ A las universidades públicas va *“todo tipo de gente”*: refiere a la presencia, tanto de alumnos de alto poder adquisitivo, como de alumnos de bajos ingresos. Aquellos de bajos ingresos, se caracterizan por ser personas que frecuentan bares y que tienen un bagaje de conocimientos propio de las personas que dedican mucho tiempo a la lectura.
- ⇒ En la universidad pública los estudiantes cursan sus carreras *“tranquilos”*, es decir tienen la posibilidad de elegir cursar su carrera en 5 años o en 10 años.
- ⇒ *“Las universidades públicas tienen mejor enseñanza”.*
- ⇒ *“A las instituciones privadas asisten menos personas que a las públicas”.*
- ⇒ *“La relación profesor-alumno es más cercana en las instituciones privadas que en las públicas”.*
- ⇒ A las universidades privadas va gente *“de un nivel social alto”*: según sus expresiones, este grupo de personas se caracteriza por dedicar su tiempo a la actividad académica, sin inserción en el ámbito laboral. Otro aspecto característico de las personas que asisten a las instituciones privadas es la ignorancia, debido a la falta de lectura de libros.
- ⇒ *“En las universidades privadas, hay disponibilidad o acceso de materiales de estudio a todos los alumnos, mientras que en las instituciones públicas, sólo algunos alumnos tienen la posibilidad de acceder a los mismos”.*
- ⇒ *“Las universidades públicas enseñan mejor, mientras que las privadas otorgan mejores prácticas”.*
- ⇒ *“Los padres de los estudiantes que asisten a universidades privadas, los envían a estas instituciones para que se relacionen con la gente de alto poder adquisitivo”.*

En relación a las creencias que el entrevistado posee sobre las instituciones universitarias, reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

Al considerar la información que el entrevistado posee sobre la Universidad Blas Pascal, es posible mencionar que su creencia refiere a una institución que se caracteriza por la asistencia de alumnos del más alto nivel económico.

En cuanto a la creencia sobre la Universidad Empresarial Siglo 21, el entrevistado cree que la institución, carece de reconocimiento por parte de las “grandes empresas”.

Respecto de la información que posee sobre la Universidad Tecnológica Nacional, es posible mencionar dos aspectos. Por un lado, los egresados de la institución representan la primera opción para aquellas empresas que desean incorporar personal a sus equipos de trabajo. Por otro lado, la flexibilidad horaria en el cursado, le permite a los estudiantes, dedicar tiempo y esfuerzo a alguna actividad laboral.

Es menester, para cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria. Al respecto, el entrevistado no advierte incertidumbre alguna en relación a la elección de la Universidad Tecnológica Nacional.

En relación al objetivo que pretende conocer el tiempo con el que cuentan para tomar la decisión de estudiar en la universidad, el entrevistado cree que las personas deciden estudiar en la universidad cuando cursan el sexto año en la escuela secundaria. Según el entrevistado, llegado este momento, la familia de los estudiantes “exige”, a estos últimos, el ingreso al sistema universitario.

Respecto al aprendizaje del entrevistado en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar dos aspectos. Por un lado, la fuente de información que reconoce de manera espontánea, y por otro, la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista en referencia a las instituciones que el entrevistado conoce.

En relación a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de estas, el entrevistado reconoce que la información relacionada a las instituciones universitarias la encontró en Internet. Además, reconoce que dicha información se puede encontrar en la sede de las mismas universidades.

Con respecto a las piezas comunicacionales de aquellas instituciones, que anteriormente había mencionado cuando nombró a las universidades de su conocimiento, es posible observar lo siguiente:

En cuanto a la publicidad de la Universidad Blas Pascal, el entrevistado cree que es una institución a la que asisten personas de alto poder adquisitivo. Su evaluación respecto de la institución se ve afectada de manera negativa al considerar este aspecto intrínseco.

Respecto de la pieza de la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado advierte que no dedica tiempo a leer el diario, por lo que no sería posible la toma de conciencia en relación a la exposición. Al mismo tiempo, cree que la lectura de esta pieza, por parte de los padres de los aspirantes a estudiantes, posibilita la toma de conciencia de la exposición. Por tanto, manifiesta la incidencia de la familia en la elección de una determinada institución universitaria.

En relación a la publicidad de la Universidad empresarial Siglo 21, el entrevistado interpreta que “*esfuerzo, responsabilidad y compromiso*” representan los aspectos valorados por la institución. Además, cree que la imagen refiere a una persona independiente, lo que representa la meta suprema que establece esta persona.

Hasta el momento se ha hecho referencia a todos, menos uno de los objetivos de investigación. El mismo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta, valores y actitudes del potencial estudiante universitario.

La madre del entrevistado espera que él, estudie una carrera universitaria cuya salida laboral sea cuantiosa. Al considerar que la carrera de Profesorado en Filosofía tiene menor salida laboral que Ingeniería, quizás el entrevistado elija esta última por miedo al rechazo de su madre. Sin embargo, el potencial estudiante universitario no manifiesta cuál es la actitud de la madre en relación a las instituciones públicas y privadas de la ciudad de Córdoba.

Uno de los objetivos planteados en esta investigación intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios. Para cumplir el mismo, se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios entrevistados.

En relación a las necesidades que la entrevistada reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por la entrevistada, como una mujer independiente y dinámica, capaz de ejercer su profesión y a la vez desempeñar tareas de ama de casa, cumpliendo paralelamente ambos roles en la vida cotidiana. 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.
- ↳ Necesidad de poder: refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento que enfrenta la aspirante a estudiante universitaria. La entrevistada aspira a graduarse en la universidad y ejercer su profesión de manera independiente, lo que para ella significa “*ser alguien*”. Según sus expresiones, las mujeres gozan de menor reconocimiento que los hombres. Esto se evidencia en la falta de mujeres que ejerzan su profesión como profesionales independientes.

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 cual cada meta está interrelacionada con las demás en el sentido en que se comparte una meta global. Como se observa en la figura 7, la meta suprema de la potencial estudiante es “*ser alguien*”.

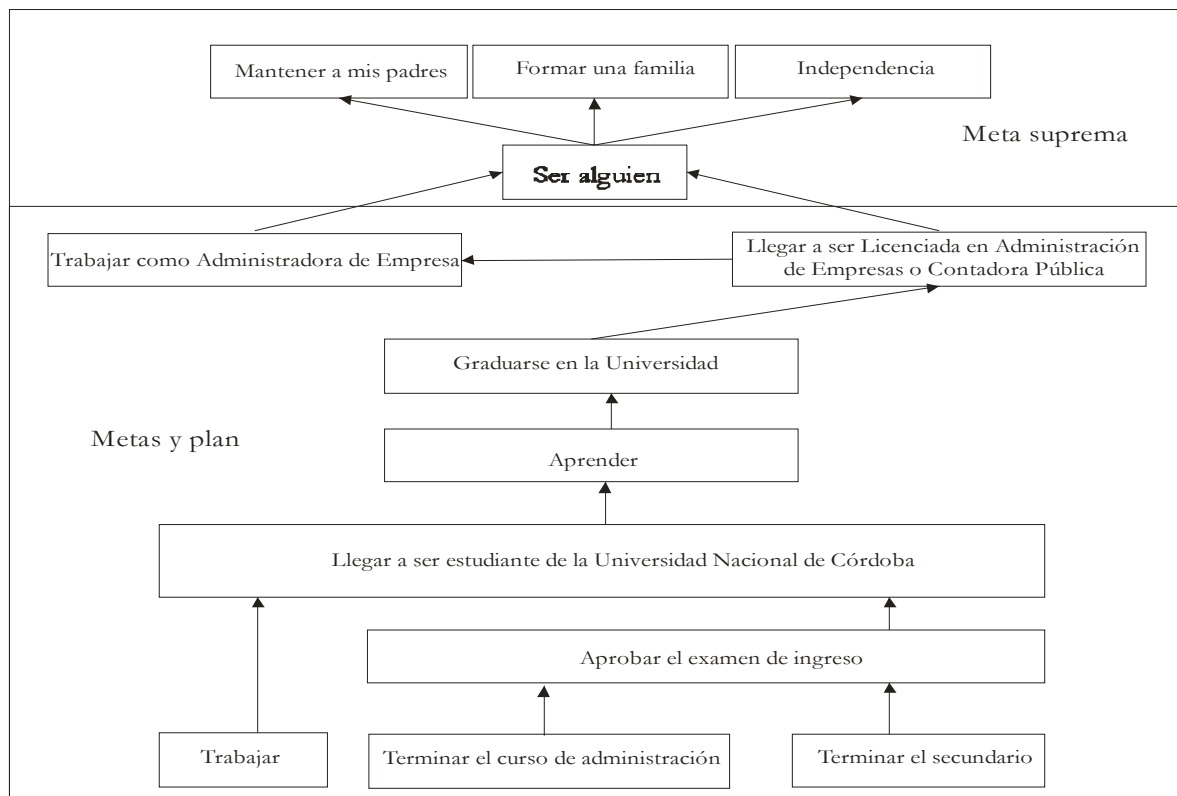


Figura 7. Construcciones cognitivas.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que ellos mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. La entrevistada cree que una vez que se haya graduado como Contadora Pública, estará más cerca de cumplir su meta: la de ser una mujer independiente, lo que para ella significa “*ser alguien*” (expectativa de resultado).

La aspirante a estudiante universitaria presagia la posibilidad de no ejercer su profesión, debido a la prioridad de los intereses personales de los gobernantes del país. Según ella, hasta podría llegar a olvidarse de los conocimientos adquiridos en la universidad, por la falta de contacto con los mismos (expectativa de eficacia).

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado a la influencia ejercida por los auto esquemas. La imagen que la entrevistada tiene de sí misma es posiblemente una fuente de motivación que la impulsa a iniciar los estudios. Ella, reconoce que con sus actuales conocimientos no logrará el trabajo adecuado para lograr la independencia deseada. Al mismo tiempo, define el yo ideal: “*ser una profesional independiente*”. Para el entrevistada, 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).

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas, valores y auto percepciones de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

La entrevistada reconoce la necesidad de poder, lo cual se evidencia al momento en el que expresa el deseo por conseguir prestigio. Ella explica que la Universidad Nacional de Córdoba es la institución que goza de mayor prestigio. Para esta persona, el prestigio es el reconocimiento que la sociedad le otorga a la institución.

Además, reconoce la necesidad de afiliación, la cual refiere al deseo de aprobación, aceptación, pertenencia y seguridad en sus relaciones interpersonales. Según ella, a la Universidad Nacional de Córdoba asisten personas de todos los estratos sociales, mientras que a las instituciones privadas, solo acceden las personas de los estratos sociales más altos.

En relación a la meta específica seleccionada por la entrevistada, es posible señalar que la Universidad Nacional de Córdoba es el fin hacia el cual están dirigidas las conductas de esta persona. Posiblemente, la selección de la meta se vea influenciada por profesores del colegio donde la aspirante a estudiante cursó sus estudios medios. Según los profesores, la universidad pública es mejor que las instituciones privadas.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una universidad. Para seleccionar a la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

- ↳ Tipo de gente que asiste a la institución: según la entrevistada, las personas que asisten a la universidad pública son “*de todos los estratos sociales*”.
- ↳ Esfuerzo: según la entrevistada, en las instituciones privadas existen menos materias en las diferentes carreras, lo que facilita el cursado y el acceso al título. Por otro lado, al no contar con la infraestructura adecuada (como pupitres, aulas, etc.) se requiere de un mayor esfuerzo y perseverancia para poder graduarse.
- ↳ Aprendizaje: la persona indagada, expresa ciertas dudas en relación al nivel educativo de las universidades privadas, ya que advierte la existencia de menor cantidad de materias en las carreras de grado respecto de la Universidad Nacional de Córdoba. El aprendizaje refiere al cúmulo de conocimientos adquiridos durante el cursado de la carrera. Por tanto, ese cúmulo es mayor en la UNC que en las instituciones privadas.

- ↪ Costos: aquí se hace referencia al dinero necesario para afrontar los costos económicos que exigen las instituciones universitarias, ya sean privadas o públicas. Según la entrevistada, el mismo es mayor en las instituciones privadas que en las públicas.

La entrevistada otorga importancia a un aspecto extrínseco de la Universidad Nacional de Córdoba, asociado al placer derivado de la obtención del título de grado expedido por la misma. Dicho aspecto refiere al reconocimiento que la sociedad otorga a la institución. La entrevistada reconoce el esfuerzo necesario a fin de cursar la carrera de Contador Público en la UNC. Este esfuerzo es valorado de manera positiva por esta persona.

Hasta aquí, se han descrito valores intrínsecos y extrínsecos que de alguna manera permiten comprender aquellos aspectos, que la entrevistada consideró sobre las instituciones universitarias. Además de estos, es posible identificar el valor de utilidad que la entrevistada otorga a la universidad debido al placer que obtendrá por completar sus estudios universitarios como medio para conseguir una meta futura: “*ser alguien*”. Esta expresión fue explicada al hacer referencia a las necesidades de poder que el potencial estudiante enfrenta.

Tanto los valores intrínsecos como el valor de utilidad y el extrínseco, se encuentran en relación con los criterios a través de los cuales la entrevistada evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, tipo de gente y los costos, sean criterios determinantes en la decisión de la entrevistada, mientras que el esfuerzo y el aprendizaje forman parte de criterios sobresalientes o importantes al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indagó al respecto, la entrevistada expresó que representa “*un escalón más*” en la educación de las personas. Significa aplicar los conocimientos adquiridos, en la actividad profesional elegida para ejercer el resto de la vida.

La entrevistada, al momento de clasificar a las universidades, reconoce de manera espontánea, dos tipos: públicas y privadas. Dichas categorías resultan de la información que la persona posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto de éstas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ↳ *“Las universidades públicas requieren de más perseverancia y un mayor esfuerzo para obtener el título”.*
- ↳ *“En las universidades privadas dictan menos materias en cada una de las carreras, lo que facilita el acceso al título”.*
- ↳ *“En las universidades privadas, la relación profesor-alumno es más personalizada, con relación a la existente en las instituciones públicas”.*
- ↳ *“A las universidades públicas va gente de todos los estratos sociales”.*
- ↳ *“Las universidades públicas no poseen la infraestructura ni los elementos necesarios para brindar el servicio educativo a los estudiantes”.*

En relación a las creencias que la entrevistada posee sobre las instituciones universitarias, reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

Respecto de aquella información que conoce en torno a la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada cree que la oferta educativa de esta institución está compuesta por carreras terciarias (dictadas en el colegio Manuel Belgrano y Monserrat) y carreras de grado, dictadas en las diferentes facultades. Posiblemente la elección de una carrera universitaria, en lugar de alguna terciaria, esté determinada por el mayor grado de reconocimiento que ofrecen éstas, ante la sociedad.

Al considerar las instituciones privadas, que la potencial estudiante reconoce, sólo es posible mencionar un aspecto de cada una de estas. Sobre la Universidad Empresarial Siglo 21, recuerda su slogan *“formando líderes”*. En cuanto a la Universidad Católica de Córdoba, considera como lejana, a la distancia que existe entre su vivienda y la sede de la misma.

Es menester, para cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria. Al respecto, la entrevistada no advierte temor alguno en relación a la universidad elegida, ya que cree que esta cumplirá con todas sus expectativas.

En relación al objetivo que pretende conocer el tiempo con el que cuentan para tomar la decisión de estudiar en la universidad, la entrevistada cree que la mayoría de los egresados en educación media, decide estudiar en la universidad cuando terminan la escuela secundaria, ya que es en este momento donde se tienen la mayor presión.

Respecto al aprendizaje de la entrevistada en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar dos aspectos. Por un lado, la fuente de

información que reconoce de manera espontánea y por otro, la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista.

En relación a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de éstas, la persona indagada expresa espontáneamente que Internet es el medio utilizado por ella para obtener la información que busca en relación a las instituciones universitarias.

Sobre la presentación de piezas comunicacionales de aquellas instituciones que anteriormente había mencionado cuando nombró a las universidades de su conocimiento, es posible destacar lo siguiente:

En relación a la publicidad de la Universidad empresarial Siglo 21, el concepto de cupos limitados y la presencia de convenios con universidades extranjeras, son los aspectos que llamaron la atención de esta persona. Al respecto, juzga como persuasiva a la pieza publicitaria. Por tanto, la opinión sobre esta institución es favorable.

Respecto de la pieza correspondiente a la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada manifiesta haber asistido a la jornada. Según su opinión “no sirvió” tal exposición, debido a la falta de organización del evento.

La Universidad Católica de Córdoba transmite la realización de jornadas informativas. La entrevistada interpreta que las jornadas son más específicas que aquellas organizadas por la Universidad Nacional de Córdoba.

Otro objetivo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta, valores y actitudes del potencial estudiante universitario.

El grupo de profesores del colegio secundario (donde cursó sus estudios), espera que la potencial estudiante universitaria ingrese al sistema universitario público, dadas sus creencias respecto de las mismas.

En relación al objetivo que intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios, se indago sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas y auto percepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

Considerando las necesidades que la entrevistada reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por la entrevistada, como una persona que alcanza un título de grado como consecuencia del cúmulo de conocimientos adquiridos en la vida universitaria. A fin de eliminar esta carencia de logro, esta persona selecciona metas de rendimiento, relacionadas a formas negativas de pensar, sentir y comportarse. Esta persona elige estudiar en la universidad para tener un mejor desempeño que sus padres, los cuales han tenido la posibilidad de ingresar al sistema universitario.
- ↳ Necesidad de poder: refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento que enfrenta la aspirante a estudiante universitaria. Los grupos de referencia otorgan a los estudiantes universitarios dicho reconocimiento buscado por estos últimos. La entrevistada aspira a “*ser profesional en medicina*”, que significa según ella, la capacidad de “*salvar vidas humanas*” a fin de obtener reconocimiento por parte de los demás, sean estos la familia, empleadores, o la sociedad en su conjunto.
- ↳ Necesidad de afiliación: sus familiares esperan que la entrevistada ingrese al sistema universitario. Posiblemente, el miedo a ser rechazada por su círculo familiar, en caso de no ingresar a la universidad, influya en la decisión de comenzar los estudios superiores.

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 ellas como estructuras cognitivas en rejilla, en la cual cada una está interrelacionada con las demás en el sentido en que se comparte una meta global. Como se puede observar en la figura 8, la meta suprema de la potencial estudiante es “*ser profesional*”.

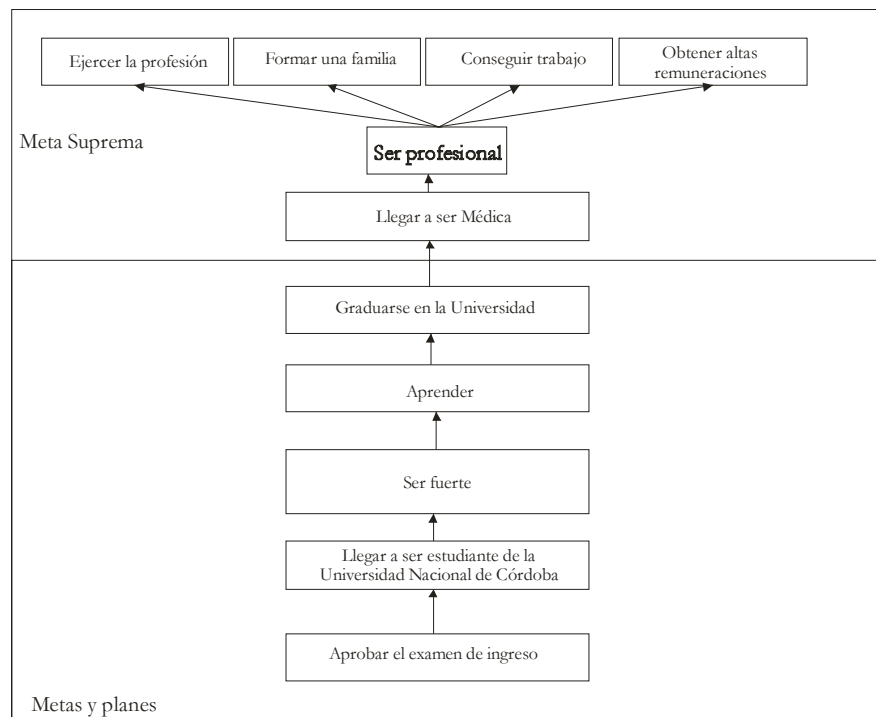


Figura 8. Construcciones cognitivas.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que ellos mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. La entrevistada predice que es capaz de iniciar los estudios universitarios y, una vez que haya terminado la carrera de medicina y reciba el título universitario será una persona “*profesional*” (expectativa de resultado). Además, la aspirante a estudiante universitaria, espera desempeñar de manera satisfactoria su profesión (expectativa de eficacia).

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado a la influencia ejercida por los auto esquemas. La imagen que la entrevistada tiene de si misma es posiblemente una fuente de motivación que la impulsa a iniciar los estudios. Ella define el yo ideal: “*ser médica*”; y el yo actual, como una persona que le gusta ayudar a los demás. La educación universitaria le permitirá transformar el yo actual (persona cuyos conocimientos no le permiten ayudar desde el lugar de médica), en el yo deseado (persona formada para ejercer ser médica).

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas, valor y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

La entrevistada reconoce la necesidad de logro, que refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por la entrevistada, como aquella persona que logra alcanzar, con esfuerzo, un título universitario. Según la aspirante a estudiante, la Universidad Nacional de Córdoba requiere dicho esfuerzo, para la obtención del título de grado.

Además, reconoce la necesidad de afiliación, la cual refiere al deseo de aprobación, aceptación, pertenencia y seguridad en sus relaciones interpersonales. A la Universidad Nacional de Córdoba asiste la mayoría de sus amistades.

En relación a la meta específica seleccionada por la entrevistada, es posible señalar que la Universidad Nacional de Córdoba es el fin hacia el cual están dirigidas las conductas de esta persona.

Quizás, aquello que ejerza influencia directa sobre la selección de esta meta específica, esté dado por el deseo de “*hacerse fuerte*” de la potencial estudiante universitaria. Dicha expresión refiere al crecimiento que los estudiantes obtienen al transitar el cursado de la carrera de manera independiente, sin apoyo de los profesores de la institución.

Otro aspecto a considerar está relacionado con la expectativa de la entrevistada. Esta persona espera que, en el 2006 no se repitan los paros que se sucedieron a finales del año 2005 en la educación pública. De repetirse tal situación, provocaría “*desilusión*” en ella, debido a que espera terminar la carrera universitaria en tiempo y forma. Esta planificación respecto de los tiempos de cursado, responde a la proyección realizada por la aspirante a estudiante.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una institución universitaria. Para seleccionar a la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

↳ Esfuerzo: según la entrevistada, las instituciones privadas tienen mayor disponibilidad de elementos para brindar la enseñanza (pupitres, aulas, etc.) en comparación con la universidad pública, en razón de la menor cantidad de alumnos que asisten a aquellas. Establecida la dificultad implícita del cursado en instituciones públicas, la entrevistada valora de manera positiva el esfuerzo necesario en el que debe incurrir para asistir a la Universidad Nacional de Córdoba.

- ↳ Tipo de gente que asiste a la institución: según la entrevistada, las personas que asisten a la universidad pública son “*normales*”, son personas parecidas a ella. Mientras que a las universidades privadas, asisten las personas que son “*nenes de mamá*”. Estos últimos no gozan de la simpatía de la entrevistada.
- ↳ Aprendizaje: según la entrevistada, las instituciones públicas enseñan a “*ingeniarse la mejor manera de aprender*”, mientras que las instituciones privadas, al contar con las herramientas necesarias para la enseñanza, no enseñan a ingeniárselas. Esta distinción refiere a la enseñanza que obtienen los alumnos, como producto del esfuerzo que implica la solución de adversidades que se presentan, tanto en el ingreso como en el cursado de la carrera. Dichas adversidades existen como consecuencia de la falta de disponibilidad de los materiales necesarios para brindar el servicio educativo.

Además de los anteriores, es posible identificar el valor de utilidad que la entrevistada otorga a la universidad debido al placer que obtendrá por completar sus estudios universitarios como medio para conseguir una meta futura: “*ser profesional*”.

Los valores descriptos hasta el momento se encuentran en relación a los criterios a través de los cuales la entrevistada evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, el tipo de gente que asiste a cada institución y el aprendizaje, sean criterios determinantes en la decisión, mientras que el esfuerzo representa un criterio sobresaliente o importante al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indagó al respecto, la entrevistada expresó que representa aquella actividad laboral, que tendrá posibilidad de ejercer en el futuro, una vez graduada. Con su desempeño laboral espera alcanzar una remuneración que le permita mantener económicamente a su propia familia.

La entrevistada reconoce de manera espontánea, dos tipos de instituciones universitarias al momento de clasificarlas: públicas y privadas. Dichas categorías resultan de la información que el sujeto posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto de éstas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ↳ La universidad pública enseña a *“hacerte fuerte”*.
- ↳ La infraestructura de la universidad pública colapsa por la cantidad de alumnos.
- ↳ La universidad estatal tiene un cuerpo docente cuyo salario es menor al valor de su profesión, es decir, los profesores deberían ser mejor remunerados. Esto genera la posibilidad de la interrupción de la actividad académica.
- ↳ *“La universidad pública es mejor que las instituciones privadas”*.
- ↳ A las universidades privadas asisten grupos de alumnos reducidos, lo cual incide de manera positiva sobre la comodidad de los alumnos.
- ↳ En las universidades privadas hay mejores condiciones de estudio. Es decir, la atención que se presta es personalizada a cada alumno, es fácil acceder a los profesores y a los pupitres.
- ↳ Las universidades privadas son para los *“nenes de mamá”*.
- ↳ En las universidades privadas *“tienen el lujo”* de que les expliquen todo el programa.
- ↳ *“En las instituciones privadas los programas se dividen en dos para facilitar el estudio de las materias”*.
- ↳ *“Las universidades privadas exigen menos que las instituciones públicas”*.
- ↳ Las instituciones privadas ofrecen mayor flexibilidad horaria en el cursado, respecto de las universidades públicas.

En relación a las creencias que la entrevistada posee sobre las instituciones universitarias, reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

Al considerar la información que la entrevistada posee sobre la Universidad Católica de Córdoba, es posible mencionar que posee una infraestructura que permite a los alumnos, desarrollar las actividades académicas más cómodos que en la Universidad Nacional de Córdoba. La escasa cantidad de alumnos permite que cada estudiante acceda al examen de los cuerpos de la morgue. Por ultimo, el examen de ingreso tiene menos contenido que el examen de la UNC, por lo que resulta más fácil de realizar.

En relación a la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada cree que las condiciones de cursado, exigen a los estudiantes una cuota de esfuerzo. Este aspecto es valorado de manera positiva por la aspirante a estudiante.

Resulta pertinente, para cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria.

Al respecto, la entrevistada advierte incertidumbre en relación al juicio de su grupo de amistades. Posiblemente, el temor a ser juzgada por sus amigos, como una persona incoherente, ejerza influencia en la selección de la institución (riesgo social). La entrevistada cree que las personas que asisten a las instituciones privadas son “*nenes de mamá*”, mientras que aquellos que asisten a la Universidad Nacional de Córdoba, no pertenecen a esta categoría.

La selección de la Universidad Nacional de Córdoba, genera incertidumbre en la potencial estudiante universitaria, al no poder predecir la presencia de interrupciones en el servicio que ofrece esta institución (riesgo funcional).

En relación al objetivo que pretende conocer el momento en el que los potenciales estudiantes universitarios toman la decisión de estudiar en la universidad, la entrevistada menciona que, desde que tenía ocho años, tiene conciencia de su deseo por estudiar medicina. Posiblemente, esta decisión se ha visto influenciada por la “*presión*” que ejercen los padres y los hermanos, para que la entrevistada ingrese al sistema universitario.

Respecto al aprendizaje de la entrevistada en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar dos aspectos. Por un lado, la fuente de información que reconoce espontáneamente, y por otro, la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista en referencia a las instituciones que la entrevistada conoce.

En relación a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de éstas, la entrevistada reconoce los siguientes:

- Internet.
- Los hermanos,
- La sede de las instituciones universitarias,

Sobre la presentación de piezas comunicacionales de aquellas instituciones que anteriormente había mencionado cuando nombró a las universidades de su conocimiento, es posible destacar lo siguiente:

La primera publicidad que se presentó fue aquella lanzada por la Universidad Católica de Córdoba. Llamó su atención y cree que de haberla visto, la hubiese motivado a asistir a la jornada de puertas abiertas. Como consecuencia de haber asistido a la misma, la entrevistada cree que la institución está preparada para brindar el servicio educativo. Se generó un sentimiento de “*envidia*” en relación a la Universidad Católica, por el acceso a herramientas de estudio que la caracteriza y difiere de la Universidad Nacional de Córdoba.

Respecto de la publicidad de la Universidad Nacional de Córdoba, la entrevistada advierte que no logra persuadir como la anterior por su reducido tamaño. También asistió a la exposición organizada por la UNC. Producto de su asistencia a la misma, se formó la idea de la “*mala voluntad*” de la persona encargada de informar sobre la oferta educativa de la institución.

Hasta el momento se ha hecho referencia a todos, menos uno de los objetivos de investigación. El mismo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta y actitudes de la potencial estudiante universitaria.

La familia de la entrevistada espera que ella, ingrese al sistema universitario a fin de “*progresar*”. Este término refiere a la adquisición de más conocimientos. Por su parte, la aspirante a estudiante se siente presionada por la expectativa que tanto sus padres como sus hermanos tienen.

En relación al objetivo que intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios, se indaga sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas y auto percepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

Considerando las necesidades que el entrevistado reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por el entrevistado, como una persona capaz de formar una familia y hábil en el desempeño laboral. A fin de eliminar esta carencia de logro, esta persona selecciona metas de rendimiento, relacionadas con formas negativas de pensar, sentir y comportarse. Esta persona elige estudiar en la universidad para tener un mejor desempeño que otras personas, que no tienen o han tenido la posibilidad de ingresar al sistema universitario.
- ↳ Necesidad de poder: refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento que enfrenta el aspirante a estudiante universitario. El entrevistado aspira a “*ser reconocido como profesional*”, que significa según él, tener la capacidad de desempeñarse en el ámbito laboral aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de grado que eligió.
- ↳ Necesidad de afiliación: sus familiares esperan que el entrevistado ingrese al sistema universitario. Posiblemente, el miedo a ser rechazado por su círculo familiar, en caso de no ingresar a la universidad, influya en la decisión de comenzar los estudios superiores.

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 ellas como estructuras cognitivas en rejilla, en la cual cada meta está interrelacionada con las demás en tanto se comparte una meta global. Como se puede observar en la figura 9, la meta suprema del potencial estudiante es “*ser profesional*”.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que ellos mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. El entrevistado cree que es capaz de iniciar los estudios universitarios y, una vez que se gradúe como Contador Público o Administrados de Empresas y reciba el título universitario será una persona “*profesional*”.

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está relacionado a la influencia ejercida por los auto esquemas. La

imagen que el entrevistado tiene de sí mismo es posiblemente una fuente de motivación que la impulsa a iniciar los estudios. El define el yo ideal: “*profesional independiente*”. La educación universitaria le permitirá transformar el yo actual (persona cuyos conocimientos le permiten trabajar en relación de dependencia), en el yo deseado (persona formada para ejercer su profesión de manera independiente).

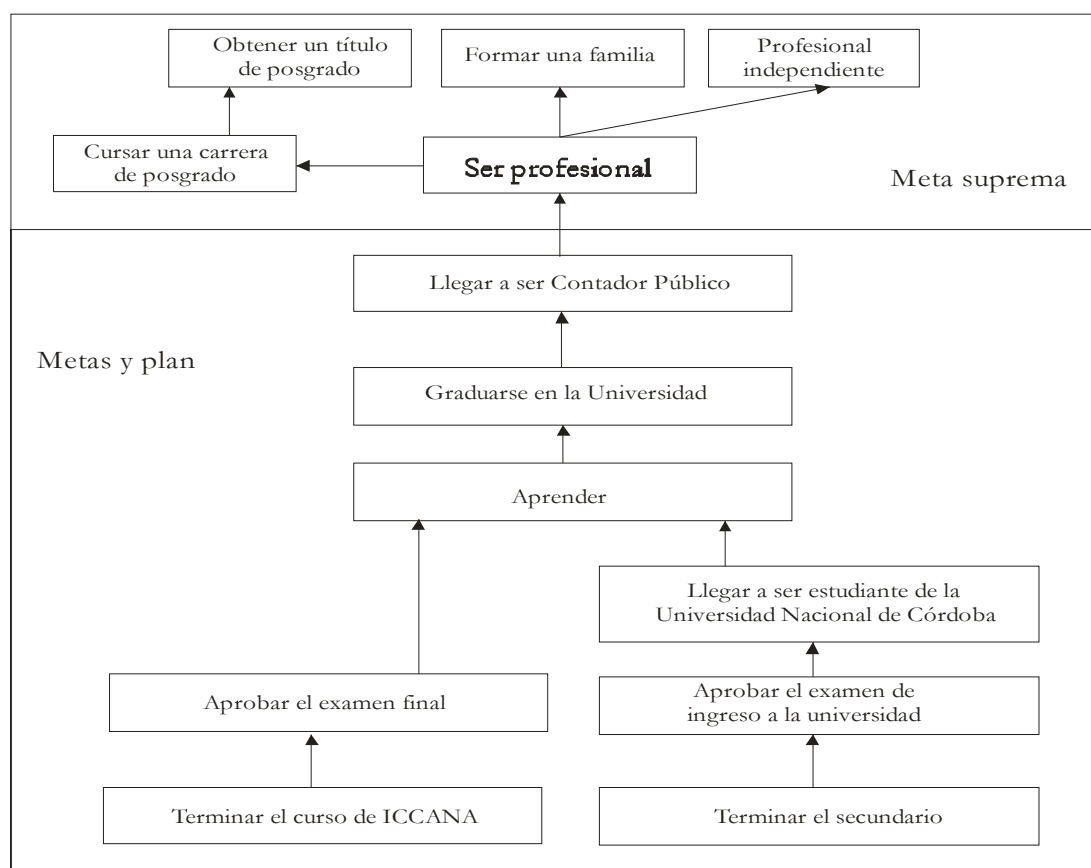


Figura 9. Construcciones cognitivas.

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas, valor y autopercepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

El entrevistado reconoce la necesidad de afiliación, la cual refiere al deseo de aprobación, aceptación, pertenencia y seguridad en sus relaciones interpersonales. A la Universidad Católica de Córdoba asisten personas “*egoístas*”, que refiere a la subordinación del interés de los demás al interés propio. El entrevistado advierte las escasas posibilidades de generar nuevas amistades con esta clase de personas.

Por otra parte, los estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba, no se caracterizan por ser egoístas, por lo que aumentan las probabilidades de establecer nuevas relaciones entre los estudiantes.

Además reconoce la necesidad de poder, lo que se evidencia en la creencia del entrevistado en relación a la cuantiosa oferta laboral que enfrentan aquellos que cursaron sus estudios universitarios en la Universidad Nacional de Córdoba. En congruencia con esta idea, manifiesta haber leído anuncios laborales, cuyos requisitos refieren a la abstención por parte de los egresados de universidades privadas. Por tanto, el reconocimiento de la UNC, por parte del ámbito laboral, es posiblemente una fuente de influencia en la elección de la institución.

En relación a la meta específica seleccionada por el entrevistado, es posible señalar que la Universidad Nacional de Córdoba es el fin hacia el cual están dirigidas las conductas de esta persona.

Otro aspecto a considerar, refiere a la influencia de las expectativas del potencial estudiante universitario sobre la selección de la meta. Esta persona predice que, la Universidad Nacional de Córdoba, posiblemente enfrentará una saturación del sistema educativo debido a la excesiva cantidad de estudiantes que cursarán en la institución.

Asimismo, el entrevistado espera obtener los conocimientos necesarios para obtener el título universitario en el año 2010. Para lo cual, advierte la necesidad de la interrupción de conflictos que se sucedieron en el año 2005, en torno al cese de las actividades académicas de la educación superior estatal.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una institución universitaria. Para seleccionar a la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

☞ Tipo de gente que asiste a la institución: según el entrevistado, su grupo de amigos asistirá a la Universidad Nacional de Córdoba, lo cual será una fuente de estimulación a fin de continuar estudiando en la institución. Mientras que, en la Universidad Católica de Córdoba, las personas que asisten son “egoístas”. Por tanto, no gozan de la simpatía del entrevistado.

- ⇒ Cantidad de alumnos: La Universidad Nacional de Córdoba esta saturada de alumnos, lo que repercute en forma negativa en el acceso al conocimiento, por parte de los estudiantes.
- ⇒ Relación alumno-profesor: según el entrevistado, en la Universidad Católica de Córdoba los profesores conocen a todos los alumnos, mientras que la Universidad Nacional de Córdoba se caracteriza por el desconocimiento, por parte de los profesores, de los alumnos. Dicho desconocimiento se debe a la mayor cantidad de alumnos que asisten a las facultades de la universidad pública, en relación a la cantidad de alumnos que asisten a las instituciones privadas.
- ⇒ Relación de poder: según el entrevistado, los estudiantes de la UNC no tienen la capacidad para influir sobre el sistema educativo público, mientras que en la Universidad Católica de Córdoba, los alumnos tienen la capacidad para modificar determinados elementos del servicio educativo.
- ⇒ Organización: refiere a la atención personalizada (implica el fácil acceso a la solución de problemas), fácil acceso a los pupitres (por la reducida cantidad de alumnos). La UNC se caracteriza por la desorganización del servicio educativo, lo que representa el difícil acceso a los dos elementos mencionados.
- ⇒ Enseñanza: según el entrevistado, la enseñanza en las instituciones privadas es “mejor”, en relación a la UNC. Esta persona se refiere al término enseñanza como la capacidad de los profesores de transmitir los conocimientos necesarios a fin de desempeñar la actividad profesional. Dicha capacidad se ve afectada, de manera negativa, por la falta de compromiso de los profesores con la función educativa.

El entrevistado otorga importancia a un aspecto extrínseco de la Universidad Católica de Córdoba, asociado al placer derivado de la obtención del título de grado expedido por la misma. Sin embargo, él cree que la Universidad Nacional de Córdoba posee mayor reconocimiento que la UCC.

Reconoce que las personas, en general, tienen la creencia de los “*títulos comprados*” en las instituciones privadas. Esto refiere al pago de los aranceles establecidos por dichas instituciones, y con ello la calificación satisfactoria en los exámenes parciales y finales de los estudiantes. En contraposición a esta idea, el entrevistado cree que “*depende de él*” alcanzar el progreso como Licenciado en administración de empresas o Contador Público.

Hasta aquí, se han descrito valores intrínsecos y extrínsecos que de alguna manera permiten comprender aquellos aspectos, que el entrevistado consideró sobre las instituciones universitarias. Además de estos, es posible identificar el valor de utilidad que el entrevistado otorga a la Universidad Nacional de Córdoba, debido al placer que obtendrá por completar sus estudios superiores como medio para conseguir una meta futura: *“ser profesional”*. Esta expresión fue explicada al hacer referencia a las necesidades de poder que el potencial estudiante enfrenta.

Todos estos valores se encuentran ligados con los criterios a través de los cuales el entrevistado evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, el tipo de gente sea el criterio determinante en la decisión, mientras que el resto de los aspectos forman parte de criterios sobresalientes o importantes al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indagó al respecto, el entrevistado expresó que representa la posibilidad de acceder a actividades laborales de manera independiente.

El entrevistado reconoce de manera espontánea, dos tipos de instituciones universitarias: estatales y privadas. Dichas categorías resultan de la información que el sujeto posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto a éstas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ⇒ *“La universidad estatal era la mejor institución, pero ahora se vino abajo”.*
- ⇒ Las universidades privadas no tienen reconocimiento del ámbito laboral, ya que los requisitos para entrar a trabajar en algunas empresas, exigen la abstinencia de egresados de las mismas.
- ⇒ *“Las universidades privadas no hacen paros docentes”.*
- ⇒ *“Las universidades privadas cuentan con un cuerpo docente comprometido con la enseñanza, mientras que los profesores de las instituciones públicas no sienten este compromiso”.*
- ⇒ *“Las universidades privadas son costosas”*, lo que implica la imposibilidad de acceso para muchas personas.
- ⇒ La gente cree que en las privadas se *“compra el título”*.

↳ “Las instituciones privadas tienen una educación excelente”.

↳ “La universidad privada es como el secundario, porque controlan a los alumnos, mientras que en la universidad pública, ninguna autoridad ejerce la función de control”.

En relación a las creencias que el entrevistado posee sobre las instituciones universitarias, reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

En relación a la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado cree que la institución se caracteriza por la desorganización y la enorme cantidad de alumnos que asisten a la misma (valoración negativa). En cuanto al tipo de gente que asiste a la misma, es posible mencionar que los estudiantes no se caracterizan por ser “egoístas” (valoración positiva).

Al considerar la información que el entrevistado posee sobre la Universidad Empresarial Siglo 21, es posible mencionar que la capacitación de los alumnos no logra alcanzar el estándar de aprendizaje establecido por el ámbito laboral.

Respecto de la información que posee sobre la Universidad Católica de Córdoba, es posible mencionar aquellos valorado de manera positiva: los profesores de esta institución son profesionales idóneos en la actividad académica y laboral, son “gente importante”. Además, la relación entre profesores y alumnos es más estrecha, en relación a la UNC. Sin embargo, valora de manera negativa al tipo de gente que asiste a la misma, por la cualidad de “egoístas”.

Acerca de la información que esta persona posee sobre el Instituto Universitario Aeronáutico, sólo es posible identificar una creencia valorada de manera negativa, como es la ausencia de la modalidad presencial para cursar la licenciatura en administración de empresas.

Resulta pertinente, para cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria. Al respecto, el entrevistado advierte incertidumbre en relación al cumplimiento de sus expectativas: obtener los conocimientos necesarios para obtener el título universitario dentro de cinco años.

En relación al objetivo que pretende conocer el momento en el que los potenciales estudiantes universitarios toman la decisión de estudiar en la universidad, el entrevistado menciona que, aproximadamente desde su ingreso a la educación media, ha pensado estudiar una carrera universitaria. Posiblemente, esta decisión se ve influenciada por la experiencia del hermano mayor, quien mantuvo a la actividad laboral como prioridad, en detrimento de la actividad académica.

En cuanto al aprendizaje del entrevistado en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar dos aspectos. Por un lado, la fuente de información que reconoce espontáneamente. Por otro, la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista en referencia a las instituciones que el entrevistado conoce.

En relación a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de ellas, el entrevistado reconoce la sede de las instituciones universitarias en primer lugar, y luego la posibilidad de obtener la información a través de Internet.

Sobre la presentación de piezas comunicacionales de aquellas instituciones que anteriormente había mencionado cuando nombró a las universidades de su conocimiento, es posible destacar lo siguiente:

La primera publicidad que se presentó fue aquella lanzada por la Universidad Católica de Córdoba. El entrevistado manifestó haber asistido a la jornada de puertas abiertas. Como producto de su asistencia, cree que es una publicidad de las instalaciones de la universidad. Califica a estas jornadas como “*pésimas*”, ya que no brindan la información que el alumno necesita. Sin embargo su opinión respecto de la institución es favorable.

En relación a la publicidad de la Universidad empresarial Siglo 21, el entrevistado reconoce que el logo y la foto, intentan llamar la atención. Percibe una fotografía que refiere a un deportista, y manifiesta la escasa relación entre los deportistas y la institución. También advierte la escasez de información que brinda la publicidad. Su opinión en relación a la institución es desfavorable.

En cuanto a la publicidad de la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado advierte que por su tamaño, esta institución no intenta llamar la atención de los potenciales estudiantes universitarios. Lo cual es atribuible al elevado grado de conocimiento respecto de la existencia de la Universidad Nacional de Córdoba. Su opinión en relación a la institución es favorable.

En cuanto a la publicidad del Instituto Universitario Aeronáutico, el entrevistado cree que no brinda mucha información, lo cual implica que aquellos que lean este aviso, no tienen la posibilidad de conocer las modalidades de cursado que ofrece la institución. Al conocer de la ausencia de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la modalidad presencial, su opinión respecto de la institución es negativa.

Hasta el momento se ha hecho referencia a todos, menos uno de los objetivos de investigación. El mismo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta y actitudes de la potencial estudiante universitaria.

La familia del entrevistado espera que él, ingrese al sistema universitario y logre obtener el título de grado. Posiblemente, desde una posición menos influyente que su familia, las personas pertenecientes al grupo de “*profesionales amigos de mi viejo*” según el entrevistado, represente un modelo de conducta. Aquello que admira de este grupo de personas, es la capacidad de ejercer su profesión de manera independiente.

En relación al objetivo que intenta conocer posibles motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios universitarios, se indago sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas y auto percepción de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

Considerando las necesidades que el entrevistado reconoce, es posible distinguir las siguientes:

- ↳ Necesidad de logro: refiere a la necesidad de lograr el éxito en relación a un estándar de persona caracterizado por la excelencia. Dicho estándar o modelo es definido, por el entrevistado, como una persona capaz de efectuar cualquier tipo de operación con las computadoras. A fin de eliminar esta carencia de logro, esta persona selecciona metas de dominio, relacionadas a formas positivas de pensar, sentir y comportarse. Esta persona elige estudiar en la universidad a fin de progresar.
- ↳ Necesidad de poder: refiere a la carencia de prestigio o reconocimiento que enfrenta el aspirante a estudiante universitario. El entrevistado aspira a “*ser alguien*”, que significa según él, tener la capacidad de desempeñarse en el ámbito laboral aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de grado que eligió (Ingeniería en Sistemas).

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 ellas como estructuras cognitivas en rejilla, en la cual cada meta está interrelacionada con las demás en el sentido en que se comparte una meta global. Como se puede observar en la figura 10, la meta suprema del potencial estudiante es “*ser alguien*”.

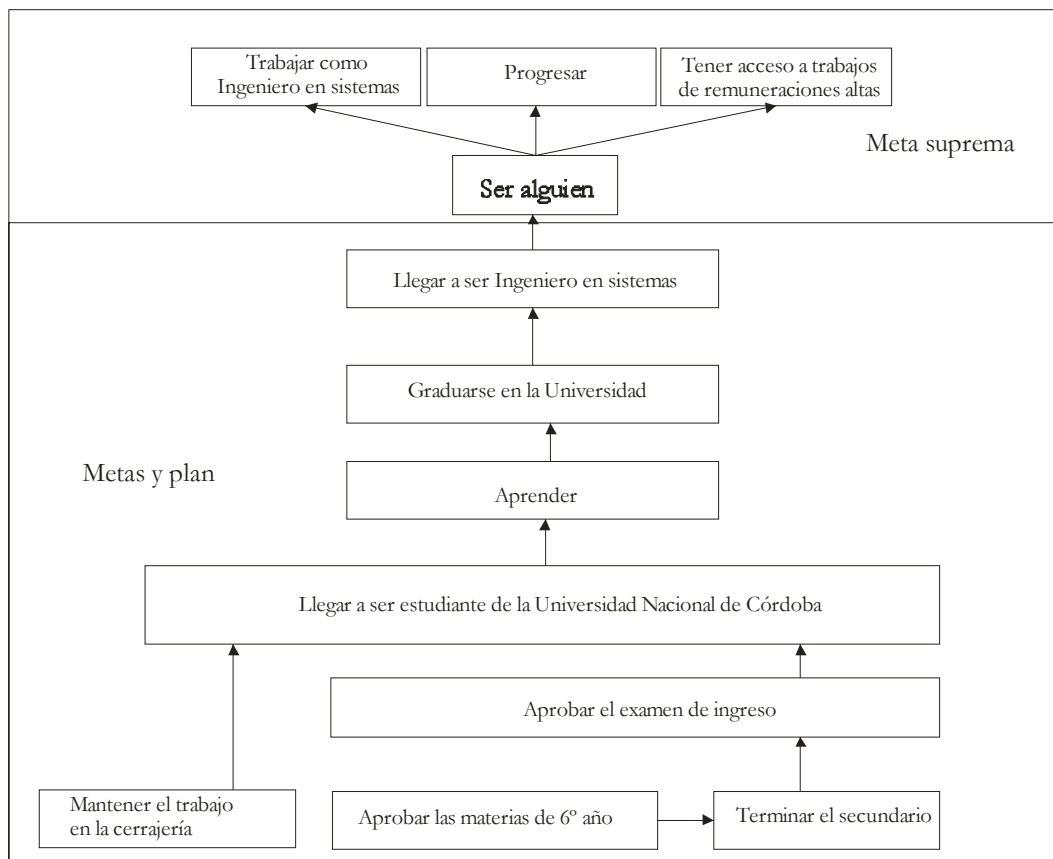


Figura 10. Construcciones cognitivas.

La influencia sobre la decisión de comenzar los estudios universitarios no es exclusiva de las metas y planes que ellos mismos establecen. Sus expectativas en relación a la educación universitaria representan otra fuente de influencia. El entrevistado cree que es capaz de iniciar los estudios universitarios y, una vez que se gradúe como Ingeniero en Sistemas y reciba el título universitario será “*alguien*”.

Otro aspecto a considerar en relación a la motivación de ingresar como estudiante al sistema universitario, está vinculado a la influencia ejercida por los auto esquemas. La imagen que el entrevistado tiene de sí mismo es posiblemente una fuente de motivación que la impulsa a iniciar los estudios. El define el yo ideal: “*Ingeniero en Sistemas*”. La educación universitaria le permitirá transformar el yo actual (persona cuyos conocimientos no le permiten ejercer la Ingeniería), en el yo deseado (persona formada para ejercer su profesión).

El segundo objetivo de investigación pretende reconocer posibles motivos que influyan en la elección de una institución universitaria. Al intentar conocer los motivos, aquí también se indagó sobre posibles necesidades, aspiraciones profesionales, expectativas, valores y auto percepciones de cada uno de los potenciales estudiantes universitarios.

El entrevistado reconoce la necesidad de afiliación, que refiere al deseo de aprobación, aceptación, pertenencia y seguridad en sus relaciones interpersonales. A la

Universidad Tecnológica Nacional asisten personas “*de todo tipo*”, que refiere a la presencia de personas de todos los niveles sociales. Mientras que a las instituciones privadas, solo asisten personas que “*tienen plata*”. El aspirante a estudiante prefiere cursar en una institución a la que asistan personas de diferentes niveles sociales.

En relación a la meta específica seleccionada por el entrevistado, es posible señalar que la Universidad Tecnológica Nacional es el fin hacia el cual están dirigidas las conductas de esta persona. Posiblemente, la selección de esta meta se vea influenciada por la situación económica que enfrenta la familia del potencial estudiante universitario.

Otro aspecto a considerar, refiere a la influencia de las expectativas del potencial estudiante universitario sobre la selección de la meta. Esta persona predice que, la Universidad Tecnológica Nacional, posiblemente sucedan nuevas interrupciones en el servicio educativo. Además, el entrevistado espera que al finalizar la carrera de grado, y recibir el título universitario, estará más cerca de cumplir con su meta: “*ser alguien*”.

Aquello que los potenciales estudiantes valoran en términos de utilidad o importancia en relación a las instituciones universitarias, representa también una posible fuente de influencia en la selección de una institución universitaria. Para seleccionar a la Universidad Tecnológica Nacional, el entrevistado ha otorgado importancia a los siguientes aspectos intrínsecos:

- ↳ Tipo de gente que asiste a la institución: según el entrevistado, su grupo de amigos asistirá a la Universidad Tecnológica Nacional. Este grupo se caracteriza por la falta de recursos económicos, que permitan afrontar el costo de los aranceles de las instituciones privadas. Mientras que las personas que asisten a las instituciones privadas “*tienen plata*”.
- ↳ Gratuidad: la Universidad Tecnológica Nacional posee la característica de ser gratuita, mientras que las instituciones privadas están aranceladas.
- ↳ Aprendizaje: según el entrevistado, se aprende “*mejor*” en las universidades privadas que en las universidades públicas. Esta persona se refiere al término aprendizaje como el cúmulo de conocimientos adquiridos, a lo largo de la carrera universitaria, necesarios para desempeñar la actividad profesional.

El entrevistado otorga importancia a un aspecto extrínseco de la Universidad Empresarial Siglo 21 Nacional, asociado al placer derivado de la obtención del título de grado expedido por la misma. Dicha institución goza de mayor reconocimiento, en el ámbito laboral, que las instituciones públicas.

Reconoce que las personas, en general, tienen la creencia de los “*títulos comprados*” en las instituciones privadas. Esto refiere al pago de los aranceles establecidos por dichas instituciones, y con ello la calificación satisfactoria en los exámenes parciales y finales de los estudiantes. En contraposición a esta idea, el entrevistado cree que la enseñanza en las instituciones privadas es mejor comparación con las instituciones públicas. Posiblemente, el pensamiento del potencial estudiante universitario tome esta dirección, debido a su experiencia en la educación media privada y pública.

Los valores descritos hasta el momento se encuentran en relación con los criterios a través de los cuales el entrevistado evalúa a las instituciones universitarias de la ciudad de Córdoba. Posiblemente, la gratuidad sea el criterio determinante en la decisión, mientras que el resto de los aspectos forman parte de criterios sobresalientes o importantes al momento de evaluar una institución.

Otro de los objetivos de investigación intenta identificar posibles significados que pueda tener la universidad para los potenciales estudiantes de educación superior. Cuando se indagó al respecto, el entrevistado expresó que representa la posibilidad de acceder a las actividades profesionales de mayor remuneración en el mercado laboral.

El entrevistado reconoce de manera espontánea, dos tipos de instituciones universitarias: públicas y privadas. Dichas categorías resultan de la información que el sujeto posee sobre las instituciones universitarias y responden a los rasgos organizadores centrales. Estos últimos, ejercen influencias a la hora de reconocer cualidades de los centros de educación superior.

En relación al objetivo que intenta analizar la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios respecto a éstas, es posible identificar las siguientes creencias:

- ↳ Las universidades privadas ofrecen un “*mejor aprendizaje*” en comparación con las instituciones públicas. Es decir, el cúmulo de conocimientos que el estudiante puede obtener, es mayor.
- ↳ “*Las universidades privadas son costosas*”.
- ↳ Las universidades públicas ofrecen una “*buena enseñanza*”, lo que refiere a las capacidades de los estudiantes egresados de este tipo de instituciones.

En relación a las creencias que el entrevistado posee sobre las instituciones universitarias, reconocidas de manera espontánea, es posible extraerlas y organizarlas por institución educativa.

En relación a la Universidad Tecnológica Nacional, el entrevistado cree que la institución se caracteriza por la asistencia de personas que pertenecen a distintas clases sociales.

Al considerar la información que el entrevistado posee sobre la Universidad Empresarial Siglo 21, es posible mencionar que el título de grado otorgado por la institución, brinda mayores posibilidades laborales a los egresados. Es decir, es una institución “*muy bien reconocida*”.

Resulta pertinente, para cumplir con otro objetivo de investigación, hacer referencia a posibles riesgos percibidos por aspirantes a estudiantes universitarios, en la elección de una institución universitaria. Con respecto a esto, el entrevistado advierte incertidumbre en relación al cumplimiento de sus expectativas: cursar la carrera sin interrupciones, producto de paros docentes.

En relación al objetivo que pretende conocer el momento en el que los potenciales estudiantes universitarios toman la decisión de estudiar en la universidad, el entrevistado menciona haber tomado esa decisión en el ciclo de especialización (poli modal).

El aspirante a estudiante cree que una vez concluida la educación media, comenzará a prepararse para ingresar al sistema universitario. Esto se evidencia, en la forma de percibirse a sí mismo: “*soy muy vago*”. Esta expresión refiere a la falta de constancia en la actividad académica. Por tanto, si interrumpiera su formación académica en la transición de la educación media a la educación universitaria, según él manifestó, decidiría dedicar su tiempo a la actividad laboral de manera exclusiva.

En cuanto al aprendizaje del entrevistado en relación a la oferta académica de las diferentes instituciones, es posible destacar dos aspectos. Por un lado, la fuente de información que reconoce espontáneamente; por otro la opinión de las piezas comunicacionales presentadas durante la entrevista en referencia a las instituciones que el entrevistado conoce.

En relación a los medios a través de los cuales toma conciencia, tanto de la existencia de las instituciones como de la oferta académica de cada una de ellas, el entrevistado reconoce la sede de las instituciones universitarias en primer lugar, y luego la posibilidad de obtener la información a través de Internet. Además, recuerda haber asistido a un curso de orientación vocacional, en el que ha conseguido la información que necesitaba saber para elegir Ingeniería en Sistemas.

Sobre la presentación de piezas comunicacionales de aquellas instituciones que anteriormente había mencionado cuando nombró a las universidades de su conocimiento, es posible destacar lo siguiente:

La primera publicidad que se presentó fue aquella lanzada por la Universidad empresarial Siglo 21. El entrevistado reconoce que la Institución posee un amplio abanico de carreras de grado en su oferta académica. Al evaluar esta característica, el aspirante a estudiante interpreta que la misma es “*muy reconocida*” por parte de la sociedad en su conjunto.

En cuanto a la publicidad de la Universidad Nacional de Córdoba, el entrevistado advierte la imposibilidad de conocer la oferta educativa de grado que ofrece, ya que sólo invita a participar de una exposición de carreras. Además, interpreta que es menos reconocida que la Universidad Empresarial Siglo 21.

Hasta el momento se ha hecho referencia a todos, menos uno de los objetivos de investigación. El mismo pretende identificar posibles grupos de referencia que ejerzan algún tipo de influencia en la conducta y actitudes de la potencial estudiante universitaria.

La familia del entrevistado espera que él, ingrese al sistema universitario y logre obtener el título de grado. Del mismo modo, su círculo de amigos apoya la idea de ingresar al sistema universitario.

Posiblemente, desde una posición menos influyente que los grupos descritos, las personas pertenecientes al grupo de “*los que saben mucho de computación*” según el entrevistado, represente un modelo de conducta. Aquello que admira de este grupo de personas, es la capacidad para afrontar y resolver cualquier exigencia que implique la utilización de las computadoras.

VARIABLES A MEDIR EN LA FASE DESCRIPTIVA

↳ *Motivación para iniciar los estudios:* es la fuerza interna que impulsa a los potenciales estudiantes universitarios hacia su meta.

Variable	Motivación para iniciar los estudios					
Dimensiones	Necesidades		Metas		Expectativas	
Indicadores	Poder	Afiliación	Rendimiento	Dominio	Eficacia	Resultado

↳ *Significado de la educación universitaria:* es aquello que se representa en la mente de los potenciales estudiantes universitarios.

↳ *Fuentes de información:* cualquier persona u organización que cumpla la función de transmitir información a los potenciales estudiantes universitarios.

↳ *Espacio temporal de la decisión:* Momento del tiempo en el que el aspirante a estudiante decide ingresar al sistema universitario.

↳ *Criterios de decisión:* normas que permiten juzgar a las instituciones universitarias.

↳ *Riesgo percibido:* es la incertidumbre que enfrentan los potenciales estudiantes universitarios cuando no pueden anticipar las consecuencias de sus decisiones

Variable	Riesgo percibido	
Indicadores	Social	Financiero

↳ *Percepción de la información:* proceso por el cual un individuo obtiene información del exterior y le asigna un significado determinado.

Articulación

La investigación cualitativa ha permitido conocer aquellos aspectos involucrados en el proceso de toma de decisión de potenciales estudiantes universitarios en relación a la elección de una institución académica. Dicho conocimiento del proceso orienta la recolección de datos en la segunda etapa de investigación: la descriptiva.

En la fase descriptiva se intenta describir el proceso de toma de decisión, por tanto resulta adecuado medir las variables que ejercen influencia sobre la elección de una institución universitaria.

Uno de los objetivos de investigación pretende identificar motivos que influyan en la decisión de iniciar los estudios superiores en centros universitarios. En la fase exploratoria, se identificaron distintas fuerzas internas que impulsan a los potenciales estudiantes universitarios a comenzar una carrera de grado. Por tanto, resulta conveniente indagar:

- La creencia sobre aquello que la obtención de un título de grado permitirá o posibilitará en el futuro. Aquí es posible mencionar aquella necesidad de poder que los individuos enfrentan, tales como: ser una persona prestigiosa, manejar un grupo de personas y el ejercicio profesional de manera independiente. La pregunta N° 3 del cuestionario intenta medir a los aspirantes a estudiantes sobre estas creencias.
- La forma que los potenciales estudiantes utilizan para establecer sus metas. Es decir, en su necesidad de logro, un conjunto de los individuos se propone alcanzar metas de dominio, mientras que otro conjunto intenta lograr metas de rendimiento. La pregunta N° 4 intenta reconocer a aquellos individuos cuya conducta se vea influenciada por dos necesidades de distinto orden: crecer y superar a los demás o crecer y superarse a sí mismo.
- El significado de la educación universitaria, es decir aquello que se representa en la mente de los potenciales estudiantes universitarios en relación a la educación superior de grado. En las entrevistas, los sujetos se refirieron a la educación de grado como un medio para alcanzar una meta suprema. Entre las metas supremas que los individuos reconocen es posible mencionar las siguientes: ser alguien, crecer, conseguir trabajos mejor remunerados, ser independiente y ser profesional. La pregunta N° 5 intenta medir a los potenciales estudiantes en relación al establecimiento de dichas metas.
- La creencia sobre las posibilidades de sentir rechazo de otras personas como consecuencia de la decisión de no iniciar los estudios universitarios. Al respecto, los entrevistados reconocen la necesidad de afiliación con dos grupos: los familiares y los

amigos. La pregunta N° 7 intenta medir cuantas personas tienen la creencia de un posible rechazo por parte de esos grupos de referencia.

Otro objetivo de investigación intenta conocer el tiempo con el que cuentan, los potenciales estudiantes universitarios, para tomar la decisión de estudiar en la universidad. En las entrevistas en profundidad, los individuos manifiestan que la decisión se toma en alguno de los siguientes momentos:

- ↳ Cuando transitaba por la educación inicial.
- ↳ Cuando eligió la especialidad del poli modal.
- ↳ Durante quinto año del colegio.
- ↳ Durante sexto año del colegio.
- ↳ Después de terminar el secundario

A fin de medir el momento del tiempo en que se toma la decisión, se incluye en el cuestionario la pregunta N° 6, que posee cada uno de estos ítems como categorías de respuesta.

Otro objetivo de investigación intenta describir el o los medios a través de los cuales adquieren conocimientos acerca de la oferta educativa. En las entrevistas en profundidad es posible reconocer diversas fuentes de información, las que refieren a cualquier persona u organización que cumpla la función de transmitir información, sobre la educación universitaria, a los aspirantes a estudiantes universitarios. En la fase exploratoria, los entrevistados reconocen buscar información en familiares, amigos, profesores de la escuela secundaria, psicólogos (orientación vocacional) y profesionales egresados de la educación de grado. A fin de indagar al respecto, resulta adecuado incluir las preguntas N° 8 y 9 en el cuestionario.

Además de los diferentes grupos de personas que los sujetos consultan para informarse sobre la oferta educativa, es posible mencionar algunos sitios que son reconocidos, por ellos, como fuentes de información: expocarreras, Internet y la sede de la universidad. En las entrevistas se evidencia una marcada diferencia entre la consulta en Internet y el resto de los sitios. Por tal motivo, resulta conveniente conocer cuál es el sitio preferido a la hora de buscar información sobre las instituciones universitarias. A fin de ponderar estos sitios informativos es menester incluir la pregunta N° 10 en el cuestionario.

Otro objetivo de investigación pretende conocer los criterios a través de los cuales son evaluadas las diferentes universidades. Los mismos refieren a normas que permiten juzgar a las instituciones universitarias. En las entrevistas se evidencian siete normas evaluadoras de instituciones: Cantidad de personas que asisten a la universidad, relación profesor-alumno, carácter público o privado de la universidad, prestigio de la universidad, tipo o estilo de gente que asiste a la institución, nivel de enseñanza de la institución y costo económico. Aquí también se intenta conocer la manera en que los sujetos ponderan los criterios a fin de conocer cuál resulta ser el determinante y cuáles importantes en la decisión. Para ello resulta necesario incluir la pregunta N° 11.

En la etapa exploratoria, algunos de los entrevistados manifestaron que el “prestigio” de la institución representa un criterio que permite evaluar a los centros académicos. Debido a la multiplicidad de significados que dicho termino implica, resulta pertinente incluir en el cuestionario una pregunta abierta (N° 12), en la cual los sujetos encuestados sean capaces de precisar qué entienden por prestigio.

Al reconocer la necesidad de asistir a alguna casa de altos estudios, todos los entrevistados han advertido la presencia de dos tipos de instituciones universitarias: las públicas y las privadas. Frente a esta categorización de centros educativos, resulta conveniente medir la actitud hacia los mismos. Es decir, la predisposición aprendida que impulsa al potencial estudiante a comportarse de una manera favorable o desfavorable en relación a las universidades públicas y privadas.

Para ello resulta conveniente presentar una serie de afirmaciones para que los potenciales estudiantes universitarios manifiesten su grado de acuerdo o desacuerdo frente a las mismas. La batería de afirmaciones de la pregunta N° 13 refiere creencias que los entrevistados expresaron en relación a las instituciones públicas y privadas (componente cognitivo).

En las entrevistas en profundidad, los sujetos manifestaron una serie de sentimientos que les permiten evaluar a las instituciones. A fin de medir los mismos, se incluyen en el cuestionario las preguntas N° 14 y 15. Las mismas intentan conocer como se sentirían si cursaran una carrera en instituciones privadas y públicas.

Para medir la intencionalidad de los sujetos en relación a la selección de instituciones públicas o privadas se incluye la pregunta N° 16.

Otro objetivo pretende reconocer posibles riesgos percibidos en la elección de una institución universitaria. En la etapa exploratoria se identificaron dos tipos de riesgos: social y financiero. Por tanto, para medir la incertidumbre que enfrentan los potenciales estudiantes universitarios cuando no pueden anticipar las consecuencias de sus decisiones, resulta adecuado:

- ↳ Indagar sobre la posibilidad de que la universidad no valga lo que cuesta económicamente, para lo cual resulta pertinente incluir las preguntas N° 17 y 18.
- ↳ Indagar sobre la generación de consecuencias socialmente embarazosas en relación a la elección de una institución académica, para lo cual se incluyen las preguntas N° 19 y 20.

Otro objetivo intenta analizar la forma en que los aspirantes a estudiantes perciben la información sobre la comunicación publicitaria de las instituciones universitarias. En las entrevistas en profundidad se presentaron un conjunto de publicidades que las instituciones educativas lanzaron en los medios a fin de conocer la opinión de los sujetos en relación a las mismas. En sus expresiones, los entrevistados evidenciaron una serie de dicotomías que permiten organizar su manera de percibir las piezas de comunicación, y posteriormente formarse una imagen de la institución universitaria. Las dicotomías extraídas de las entrevistas son las siguientes: brinda mucha – poca información, agradable – desagradable, confusa – clara, fácil de recordar – difícil de recordar, tamaño pequeño – tamaño grande, y por ultimo persuasiva – no persuasiva. Por tanto se incluyen las preguntas N° 21, 22, 23, 24 y 25.

La aplicación del cuestionario, sujeta a la definición de la población en estudio, importa la necesidad de incluir, en dicho instrumento, algunas preguntas que permitan, tanto incluir a aquellas personas que pertenezcan a la población, como así también excluir a las personas que no pertenezcan a la misma.

Para ello, es necesario incluir las preguntas de sexo y edad del encuestado, máximo nivel educativo que alcanzó el principal sostén del hogar, la ocupación del PSH, la posesión de bienes, la cantidad de personas que aportan dinero al hogar y el tipo de atención medica que utiliza. Las preguntas que indagan sobre el nivel socioeconómico se incluyen al final del instrumento, como los establecen los manuales de investigación social.

FASE DESCRIPTIVA

A fin de facilitar la lectura de los datos obtenidos en el presente trabajo, resulta conveniente organizar este apartado considerando todos y cada uno de los objetivos de investigación. El análisis de los datos, que se presenta a continuación, consta de dos elementos: uno está representado por la elaboración de tablas y gráficos que permitan describir los diferentes aspectos del proceso de decisión de potenciales estudiantes universitarios, y el otro por la vinculación de dichos aspectos para alcanzar una visión integral en relación al proceso de decisión.

El instrumento de recolección de datos se aplicó a 80 personas. La tabla 1.1 muestra la distribución de personas según sexo y nivel socioeconómico.

		Nivel Socioeconómico		Total
		Alto / Medio alto	Medio típico / bajo superior	
Sexo	Masculino	10	30	40
	Femenino	10	30	40
Total		20	60	80

Tabla 1.1 – Frecuencias por cuotas.

Uno de los objetivos de investigación hace referencia a identificar motivos que influyen en la decisión de iniciar los estudios superiores en centros universitarios.

A fin de cumplir con el mismo, resultó adecuado indagar sobre las creencias que poseen los encuestados sobre aquello que la obtención del título de grado le permitirá alcanzar en el futuro. Se indagó el grado de acuerdo o desacuerdo de los encuestados respecto de cuatro proposiciones: ser una persona prestigiosa o reconocida, manejar un grupo de personas, trabajar en relación de dependencia y ejercer una profesión de manera independiente.

Como se puede observar en la tabla 1.2, el 56 % de los encuestados cree que la obtención del título de grado le permitirá ser una persona prestigiosa o reconocida.

Obtener el título universitario me permitirá ser una persona prestigiosa o reconocida		
	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	6,3
En desacuerdo	7	8,8
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	23	28,8
De acuerdo	34	42,5
Totalmente de acuerdo	11	13,8
Total	80	100,0

Tabla 1.2 – Necesidades de poder.

En la tabla I.3 se observa que el 45 % de los encuestados manifestó que la obtención del título universitario le permitirá manejar o dirigir un grupo de personas.

Obtener el título universitario me permitirá manejar o dirigir un grupo de personas

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	3,8
En desacuerdo	8	10,0
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	33	41,3
De acuerdo	23	28,8
Totalmente de acuerdo	13	16,3
Total	80	100,0

Tabla I.3 – Necesidades de poder.

El 59 % de los encuestados manifestó que la obtención de un título de grado permitirá ejercer su profesión en relación de dependencia. La tabla I.4 muestra el grado de acuerdo de los potenciales estudiantes encuestados en relación a dicha proposición.

Obtener el título universitario me permitirá ejercer mi profesión en relación de dependencia

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en acuerdo	14	17,5
De acuerdo	33	41,3
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	20,0
En desacuerdo	14	17,5
Totalmente en desacuerdo	3	3,8
Total	80	100,0

Tabla I.4 – Necesidades de poder.

El 90 % de los encuestados cree que la obtención del título universitario le permitirá ejercer su profesión de manera independiente. La tabla I.5 muestra la distribución de frecuencias para dicha variable.

Obtener el título universitario me permitirá ejercer mi profesión de manera independiente

	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	2	2,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	7,5
De acuerdo	35	43,8
Totalmente de acuerdo	37	46,3
Total	80	100,0

Tabla I.5 – Necesidades de poder.

Una vez expresada la distribución de frecuencias que refieren a la necesidad de poder, resulta de utilidad efectuar el cálculo de las puntuaciones de las mismas a fin de precisar la actitud de los potenciales estudiantes universitarios en relación a la obtención del título universitario.

Para el cómputo de los mismos, se sumaron las puntuaciones de las cuatro afirmaciones por cada encuestado. Posteriormente se elaboró la tabla 1.6, que refleja las medidas de posición de la variable “actitud frente a la obtención del título de grado”. Como es posible observar en la misma, la puntuación promedio de la actitud es 13,75.

Estadísticos		
Likert		
N	Válidos	80
	Perdidos	0
Media		13,75
Mediana		13,00
Moda		13

Tabla 1.6 – Medidas de posición.

El promedio mínimo que podría haber asumido dicha variable es 4, mientras que el máximo está dado por el número 20. Mientras más se acerque el promedio a 4, mayor será la fuerza de una actitud desfavorable hacia la obtención del título de grado. Por el contrario, si el promedio fuese 20, el mismo reflejaría la actitud más favorable frente a la variable a medir.

La línea azul del gráfico 1.1 resulta ser el valor de la variable que expresa indiferencia de los encuestados por la obtención del título de grado. Hacia arriba del mismo se ubica la media de la actitud. Por tanto, en promedio, los encuestados poseen una actitud favorable hacia la obtención del título de grado.

Además de la media, también es posible ubicar a la mediana por encima de la línea azul. El valor de dicha medida de posición es 13, lo que significa que la mitad de la muestra ha asignado 13 puntos o menos a la actitud hacia la obtención del título de grado.

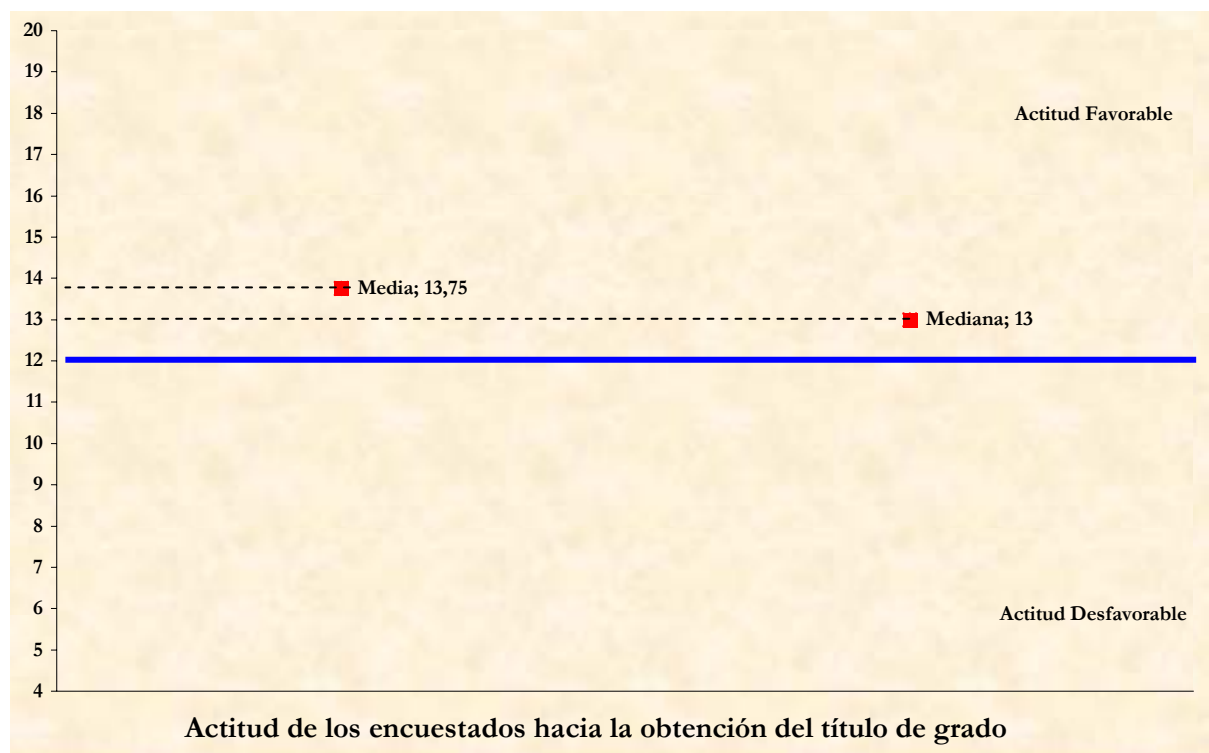


Gráfico 1.1 – Medidas de posición.

El gráfico 1.2 muestra la distribución de frecuencias de la actitud hacia la obtención del título de grado. La curva presenta una sensible asimetría hacia la derecha al ser la media mayor que la mediana.

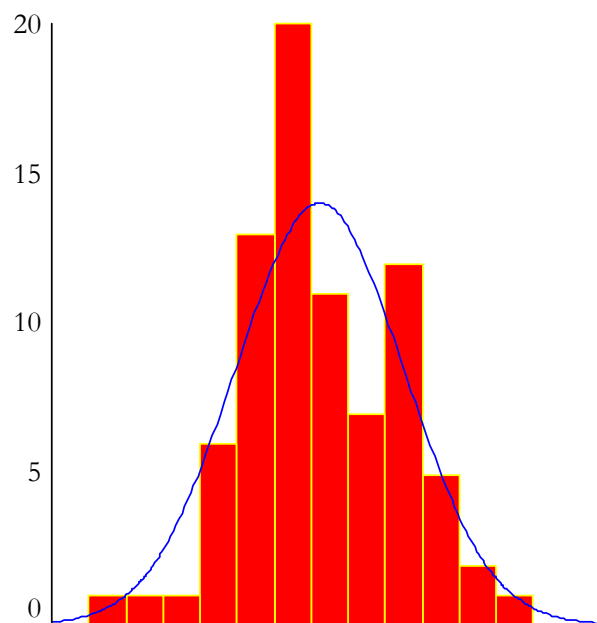


Gráfico 1.2 – Histograma de frecuencias.

Los motivos por los que potenciales estudiantes universitarios deciden iniciar los estudios universitarios se ven influenciados por las metas que ellos mismos se proponen alcanzar. Dichas metas responden a alcanzar un crecimiento que permita superarse a sí mismos, o bien crecer para superar a las demás personas. En el gráfico 1.3 se observa que la mayoría de los encuestados se propone alcanzar metas vinculadas al crecimiento y superación de ellos mismos.

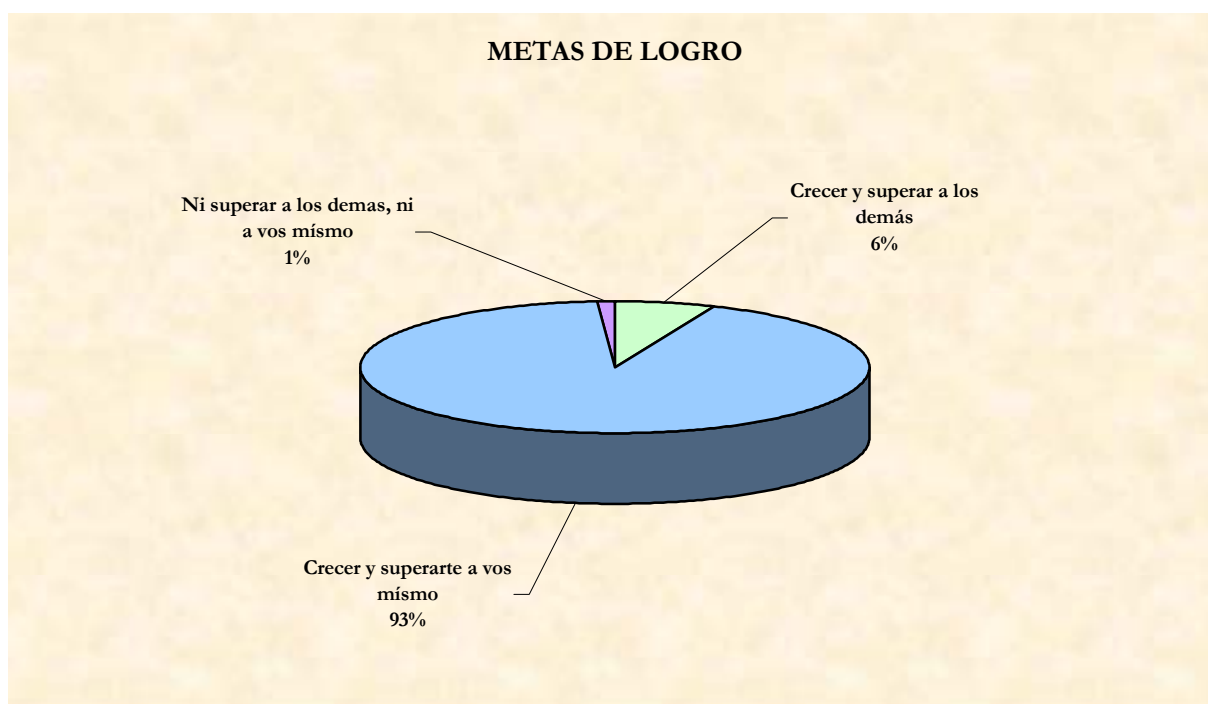


Gráfico 1.3 – Necesidades de logro.

Los motivos que inciden en la decisión de ingresar al sistema universitario también se ven afectados por la necesidad de los encuestados por ser aceptados por sus grupos familiares. Como se observa en la tabla 1.7, aproximadamente el 60 % de los encuestados cree que sus familiares se sentirían mal en caso que aquellos no estudien alguna carrera universitaria.

"Mis familiares se sentirán mal si yo no estudiara ninguna carrera"

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	12	15,0
De acuerdo	35	43,8
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	13,8
En desacuerdo	8	10,0
Totalmente en desacuerdo	14	17,5
Total	80	100,0

Tabla 1.7 – Necesidad de afiliación.

Par medir la actitud frente a la proposición “mis familiares se sentirán mal si yo no estudiara ninguna carrera”, se asignaron puntajes a las diferentes categorías de respuesta. El promedio de dicha variable es 2.71, lo que significa que los encuestados expresan una actitud favorable respecto del potencial malestar de los familiares en caso de no estudiar alguna carrera universitaria.

La tabla 1.8 muestra las medidas de posición de la actitud que poseen los potenciales estudiantes universitarios en relación a la necesidad de afiliación.

Estadísticos		
"Mis familiares se sentirán mal si yo no estudiara ninguna carrera"		
N	Válidos	80
	Perdidos	0
Media		2,71
Mediana		2,00
Moda		2

Tabla 1.8 – Necesidad de afiliación.

Dado que la media es mayor a la mediana, la curva presenta una asimetría hacia la derecha. El gráfico 1.4 muestra la distribución de frecuencias de la actitud referente a la necesidad de afiliación de los potenciales estudiantes universitarios.

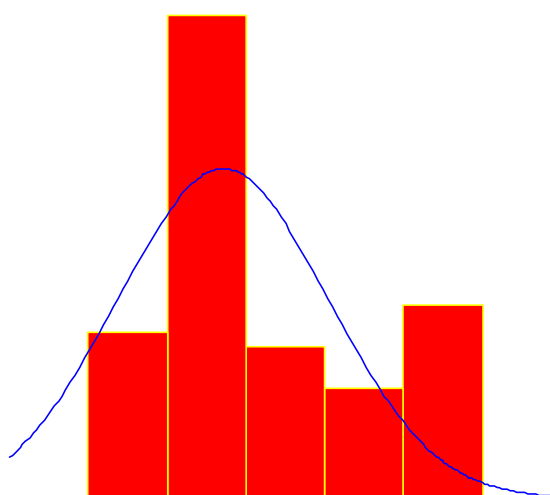


Gráfico 1.4 – Histograma de frecuencias.

A fin de indagar sobre la representación mental que los potenciales estudiantes de grado se forman en relación a la educación superior universitaria, resultó adecuado tomar los resultados de la etapa exploratoria. En aquella fase, los entrevistados manifestaron que la formación de grado representa un medio para alcanzar una meta suprema. En la tabla 1.9 se puede observar las diferentes metas supremas que se proponen alcanzar los sujetos que aspiran ingresar al sistema universitario.

La educación universitaria es un medio para...	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
...ser alguien en la vida	50	22.1
...crecer en el aspecto personal	55	24.3
...conseguir trabajos mejor remunerados	28	12.4
...ser independiente económicamente	41	18.1
...ser profesional	52	23
Total	226	100

Tabla 1.9 – Significado de la educación superior universitaria.

En relación al objetivo que intenta conocer el momento del tiempo en que los potenciales estudiantes universitarios toman la decisión de iniciar los estudios superiores, es posible observar que el 44 % optó por continuar su formación académica en la universidad cuando transitaban por la educación inicial (escuela primaria).

Momento de la decisión		
	Frecuencia	Porcentaje
Cuando estaba en el primario	35	43,8
Cuando eligió la especialidad del poli modal	16	20,0
Cuando estaba cursando quinto año	6	7,5
Cuando estaba cursando sexto año	13	16,3
Después de terminar el secundario	10	12,5
Total	80	100,0

Tabla 1.10 – Momento de la decisión.

Respecto del objetivo que pretende identificar el o los medios a través de los cuales, los potenciales estudiantes universitarios, adquieren conocimientos acerca de la oferta educativa, se observa la presencia de tres sitios que cumplen la función de fuente de información: Internet, las sedes de las instituciones universitarias y la exposición de carreras.

Los encuestados debían calificar cada una de estas fuentes de información, asignando el número 1 al sitio más preferido para buscar información sobre la oferta educativa, y el número 3 al sitio menos preferido. La mejor puntuación que puede asignarse a uno de estos sitios está representada por 80 puntos, mientras que la peor puntuación alcanza los 240 puntos.

El promedio de puntos asignados a las sedes de las universidades se deduce al dividir 111 puntos sobre 80 personas que respondieron la consigna. De la misma manera, se pueden obtener los promedios de puntuaciones que obtuvieron las otras dos fuentes. La tabla 1.11 muestra dichos promedios.

	Fuente de información	Promedio
1	Sedes de las universidades	1,39
2	Expocarreras	2,21
3	Internet	2,4

Tabla 1.11 – Preferencia de las fuentes de información.

El promedio de puntos asignados por los encuestados resulta de interés ya que permite medir la posición que ocupa cada fuente de información. Sin embargo, dicho promedio se ve afectado por los valores extremos que puede tomar la variable “fuente de información”. Por tanto, resulta conveniente conocer el coeficiente de variación, a fin de tomar conciencia de la dispersión relativa a la que está sujeta esta variable.

En el caso de la sede de las instituciones académicas, el coeficiente de variación es de 45%. Al ser mayor que 10%, se considera que los valores de la variable se encuentran dispersos. Para la expocarrera, el coeficiente de variación es de 34%, por lo que se considera una gran dispersión de los datos. Finalmente, el coeficiente de Internet es 28%, por lo que también se considera como una variable dispersa.

Como consecuencia de tal dispersión, el promedio puede no ser representativo de la posición que ocupa cada una de las fuentes mencionadas. Por tal motivo resulta conveniente conocer el valor de la mediana de cada una de las fuentes de información. La mediana es el valor de la variable que acumula la mitad de los casos respecto de la frecuencia.

Si la media difiere de la mediana, la distribución de frecuencias se torna asimétrica. A fin de expresar las medidas de posición y dispersión de las tres fuentes de información mencionadas, se elaboró la tabla 1.12.

Estadísticos			
	Expocarreras	Las sedes de las universidades	Internet
Media	2,21	1,39	2,40
Mediana	2,00	1,00	3,00
Moda	3	1	3
Desv. típ.	,758	,626	,686
Varianza	,575	,392	,471

Tabla 1.12 – Medidas de posición y dispersión de las fuentes de información.

El promedio obtenido por las sedes las universidades es mayor a la mediana. Por lo tanto, la distribución de frecuencias está representada por una asimetría hacia la derecha, la cual puede observarse en el gráfico 1.5.

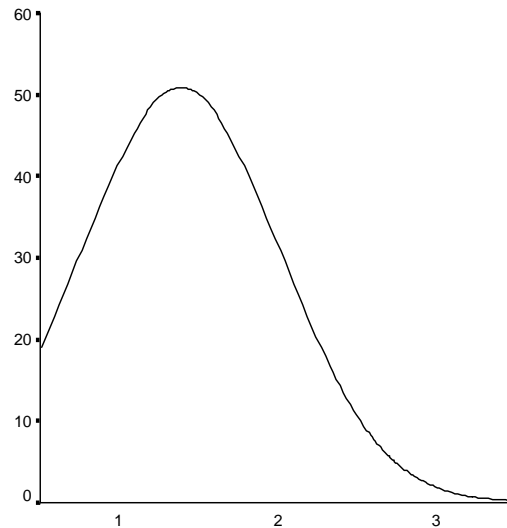


Gráfico 1.5 – Curva normal de la sede de las universidades.

El promedio obtenido por la expocarreras es mayor a la mediana. Por lo tanto, la distribución de frecuencias también está representada por una asimetría hacia la derecha, la cual puede observarse en el gráfico 1.6.

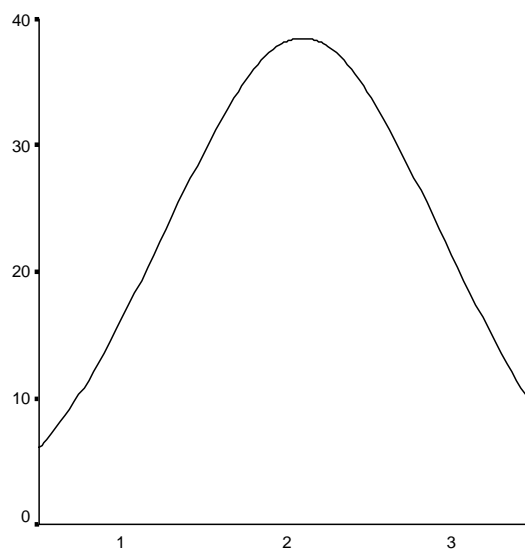


Gráfico 1.6 – Curva normal de la expocarreras

La media de Internet es menor a la mediana. Por lo tanto, la distribución de frecuencias está representada por una asimetría hacia la izquierda, la cual puede observarse en el gráfico 1.7.

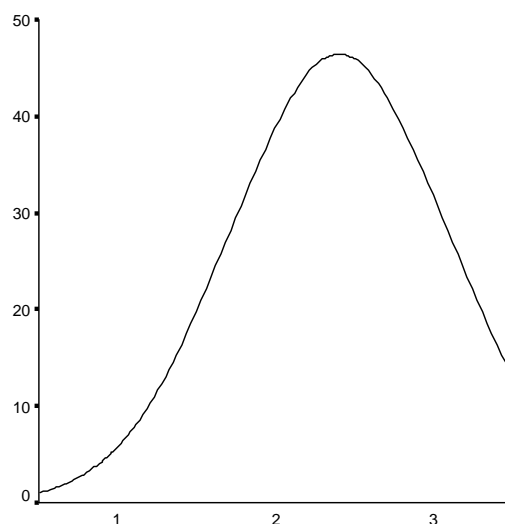


Gráfico 1.7 – Curva normal de Internet.

Los potenciales estudiantes universitarios no sólo encuentran información sobre la oferta educativa en los sitios ya mencionados, sino también en diferentes personas que gozan de confianza a la hora de conocer las alternativas en materia de educación universitaria. Como se evidencia en la tabla 1.13, los familiares y amigos de los encuestados resultan ser las dos fuentes más consultadas por los aspirantes a estudiantes universitarios.

Fuente de información	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Familiares	36	30,8
Amigos	34	29,1
Profesores del colegio secundario	11	9,4
Psicólogos (orientación vocacional)	15	12,8
Profesionales egresados de universidades	21	17,9
Total	117	100

Tabla 1.13 – Fuentes de información consultadas.

El 77,5% de los encuestados (62 personas) han consultado a por lo menos una de las fuentes de información mencionadas en la tabla. Al consultar más de una fuente, la cantidad de respuestas asciende a 117.

Otro objetivo de la presente investigación pretende conocer los criterios a través de los cuales son evaluadas las casas de altos estudios. En el gráfico 1.8 se puede observar la importancia que los encuestados han asignado a cada uno de los criterios mediante el cálculo

de los promedios. Aquellos promedios más cercanos al eje x (punto de corte con el eje y), representan los criterios más importantes, mientras que aquellos que más se alejen del mismo, representan los criterios menos importantes.



Gráfico 1.8 – Importancia de criterios de selección.

Tal como lo refleja el gráfico, los dos criterios más importantes resultaron ser el nivel de enseñanza y el prestigio de la institución universitaria. En la etapa exploratoria se indagó sobre aquello que representa que una universidad posea un alto nivel de enseñanza. Al respecto, los potenciales estudiantes universitarios se refirieron a la capacidad de los profesores para transmitir los contenidos académicos.

Además se indagó sobre aquello que representa el prestigio de una institución. Al ser tan dispares las respuestas de los entrevistados, resultó dificultoso predecir de manera precisa, los valores que la variable “prestigio” puede asumir. Por tal motivo, en el instrumento de recolección de datos de la etapa descriptiva se incluyó una pregunta abierta. De esta manera los encuestados pudieron expresar con sus propios términos el significado de “prestigio”.

Como se puede observar en la tabla 1.14, según el 57 % de los encuestados, el prestigio de una institución universitaria esta dado por el reconocimiento de su nivel de enseñanza por parte de la sociedad.

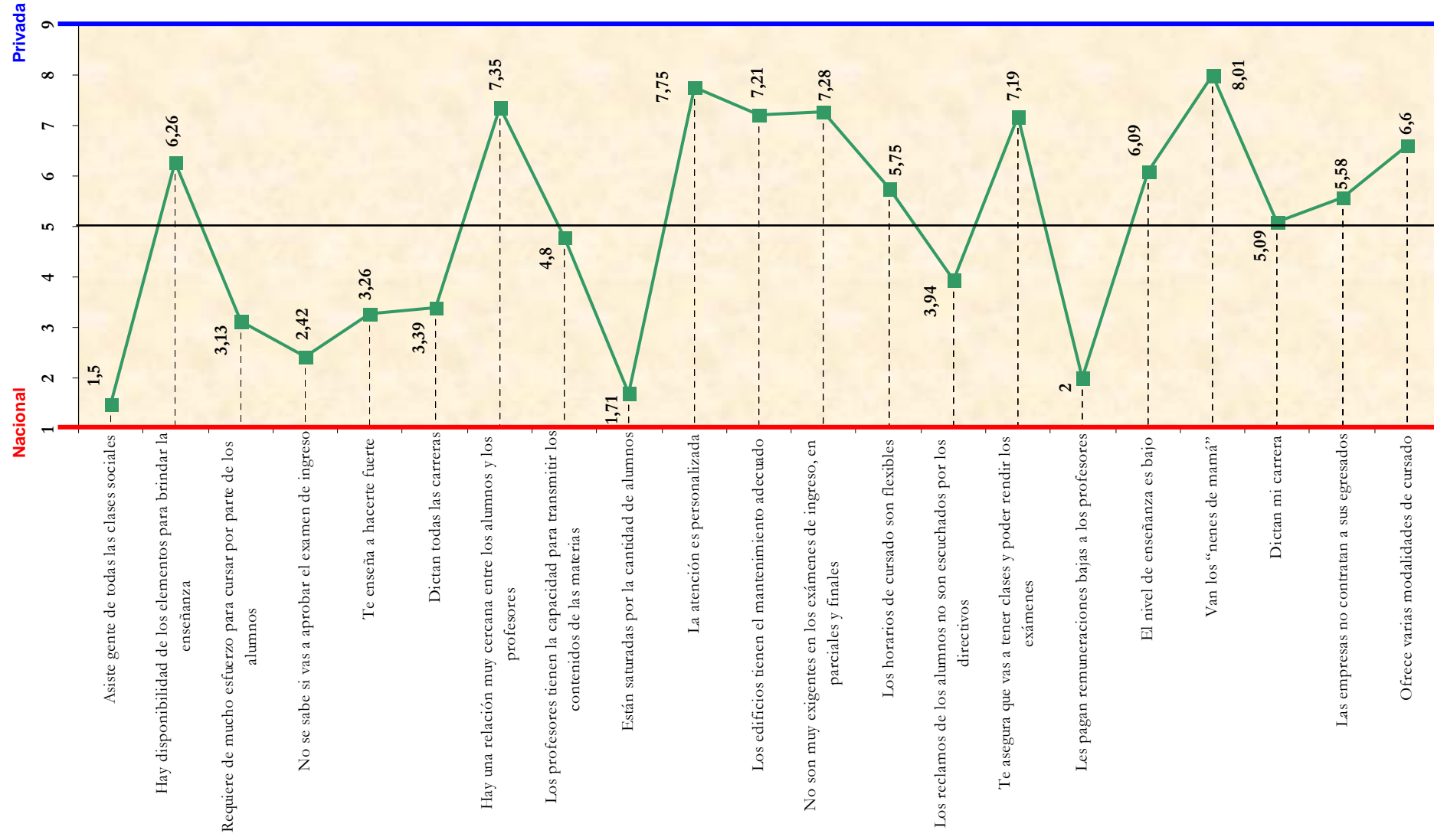
¿Qué significa que una universidad tenga prestigio?		
	Frecuencia	Porcentaje
Forma profesionales capaces de desempeñarse en el ambito laboral	17	21,3
Sus egresados consiguen los trabajos mejor remunerados	7	8,8
La sociedad la reconoce por su trayectoria	10	12,5
La sociedad la reconoce por su nivel de enseñanza	46	57,5
Total	80	100,0

Tabla I.14 – Prestigio de la universidad.

Otro de los objetivos de investigación intenta medir la actitud de los potenciales estudiantes universitarios frente a las universidades privadas y públicas. Para el análisis de la misma, resultó conveniente la utilización del modelo tricomponente.

El primer componente del modelo hace referencia a todos aquellos conocimientos o caudal de información que los potenciales estudiantes poseen en relación a los centros de educación superior. El gráfico 1.9 muestra una serie de afirmaciones, que surgieron en la etapa exploratoria como creencias, en relación a los centros de educación superior. A los encuestados se les solicitó que evalúen cada proposición en base al grado en que éstas se ajustan a las instituciones privadas o a la Universidad Nacional. Los nodos que se evidencian, representan el promedio de puntos que obtuvo cada afirmación.

Cuanto más cerca están los nodos respecto del punto 9 del eje X (línea azul), la afirmación se ajusta más a las universidades privadas que a la Universidad Nacional de Córdoba. Por el contrario, si la cercanía de los nodos con el punto 1 del eje X (línea roja) es mayor, entonces la proposición se ajusta más a la Universidad Nacional de Córdoba.



El segundo componente del modelo actitudinal refiere a los sentimientos o emociones de los potenciales estudiantes universitarios. Dichos sentimientos funcionan como elementos evaluadores de las instituciones académicas. En la fase exploratoria se evidenciaron cuatro rasgos en relación a cómo se sentirían, si cursaran la carrera de grado en una institución pública o privada.

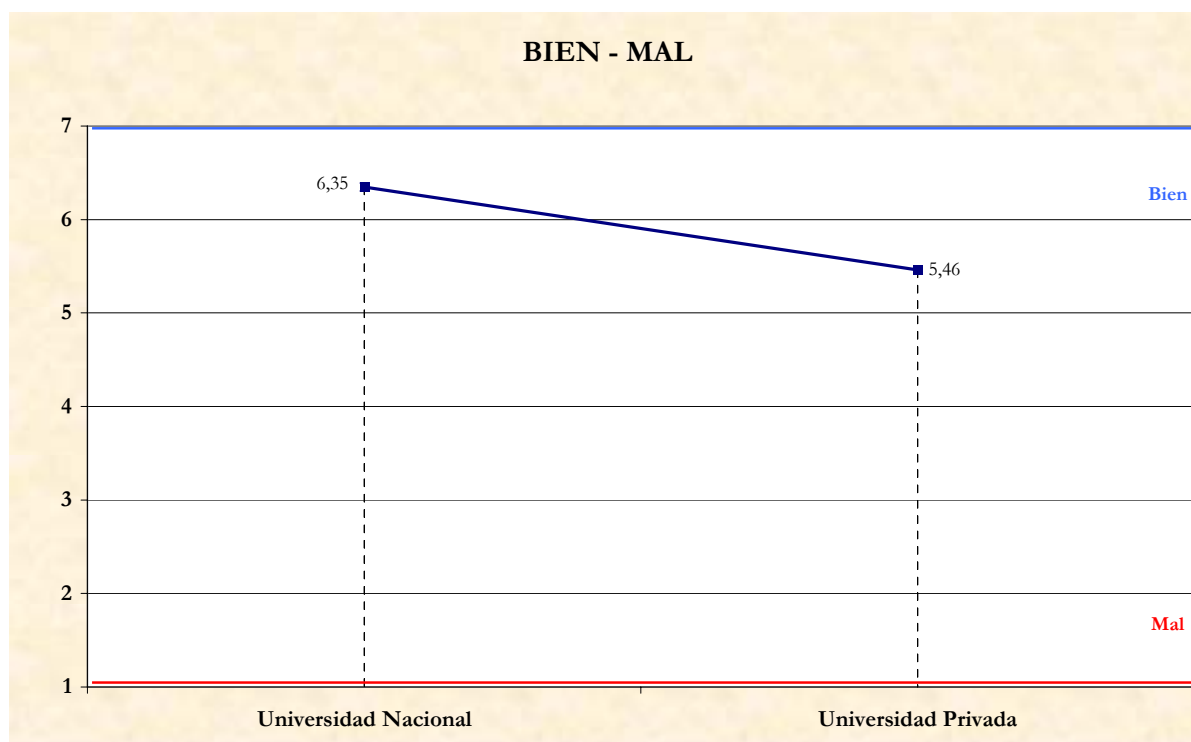


Gráfico 1.10 – Sentimiento de bienestar.

El gráfico 1.10 refleja que los potenciales estudiantes universitarios se sentirían bien en cualquiera de los dos centros educativos. Sin embargo, es posible establecer una comparación entre los sentimientos que podrían generarse al ingresar a una u otra institución. Expresado en promedios, los encuestados manifiestan sentirse mejor en la Universidad Nacional de Córdoba que en alguna institución privada.

El gráfico 1.11, muestra el rasgo que refiere a la generación de un sentimiento de comodidad o incomodidad. Los encuestados manifestaron sentirse cómodos en ambos tipos de instituciones, sin embargo creen que sentirían mayor comodidad en la U.N.C.

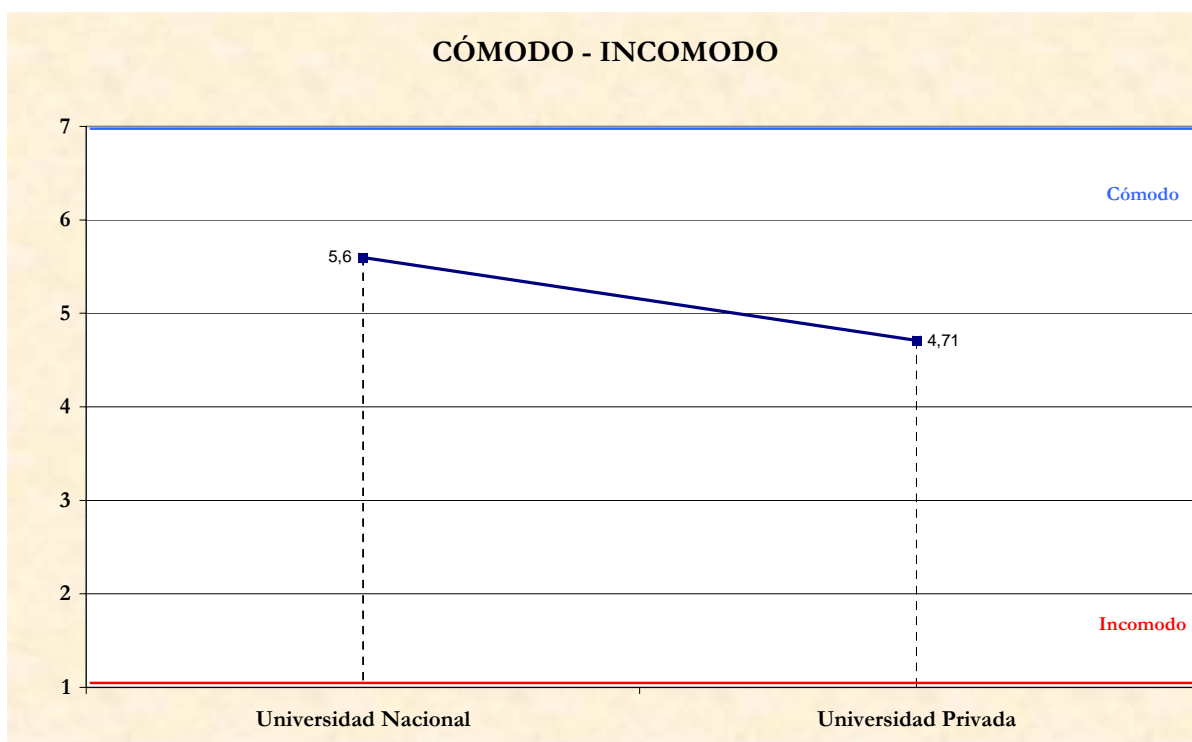


Gráfico 1.11 – Sentimiento de comodidad.

El tercer rasgo refiere a la generación de seguridad o inseguridad. Al respecto, los encuestados expresaron una leve superioridad en relación a las universidades privadas. El gráfico 1.12 muestra ambos promedios por encima de la línea media (punto 4 del eje Y), lo que significa que en cualquiera de las instituciones se sentirían seguros.

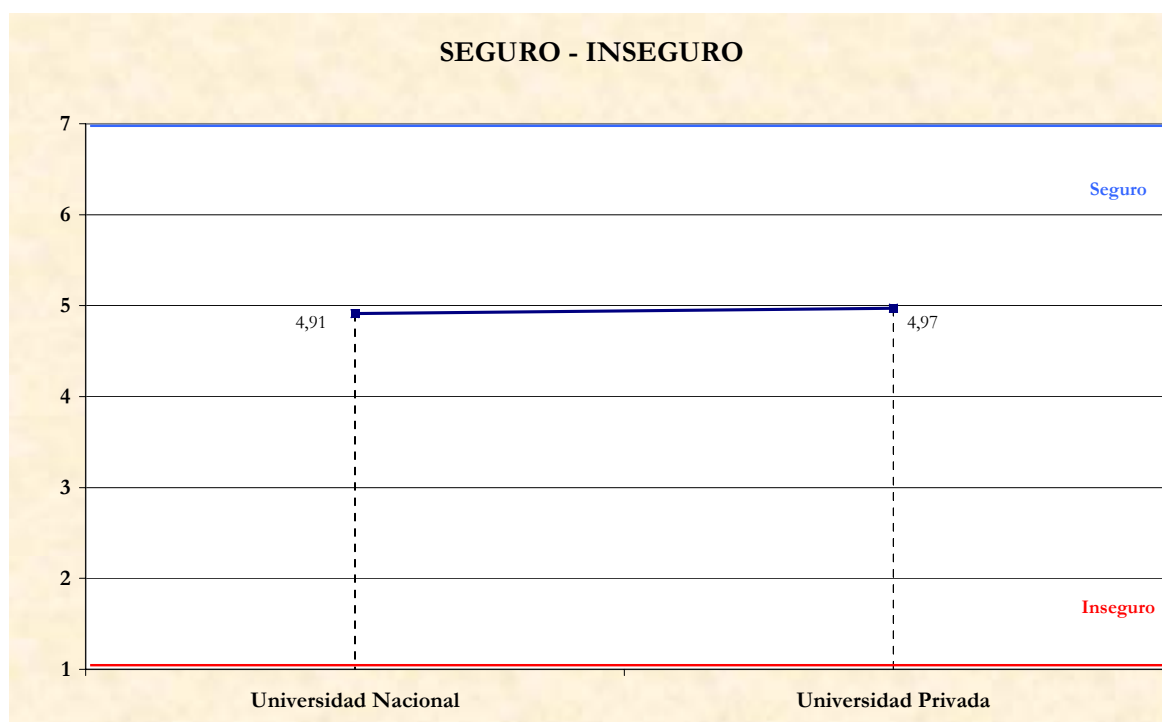


Gráfico 1.12 – Sentimiento de seguridad.

Finalmente, se indagó en cuál de las instituciones se sentirían más a gusto. Los promedios expresan que dicho sentimiento se generaría con mayor intensidad en la Universidad Nacional de Córdoba que en alguna universidad de gestión privada. El gráfico 1.13 muestra los promedios correspondientes a ambos tipos de instituciones académicas.

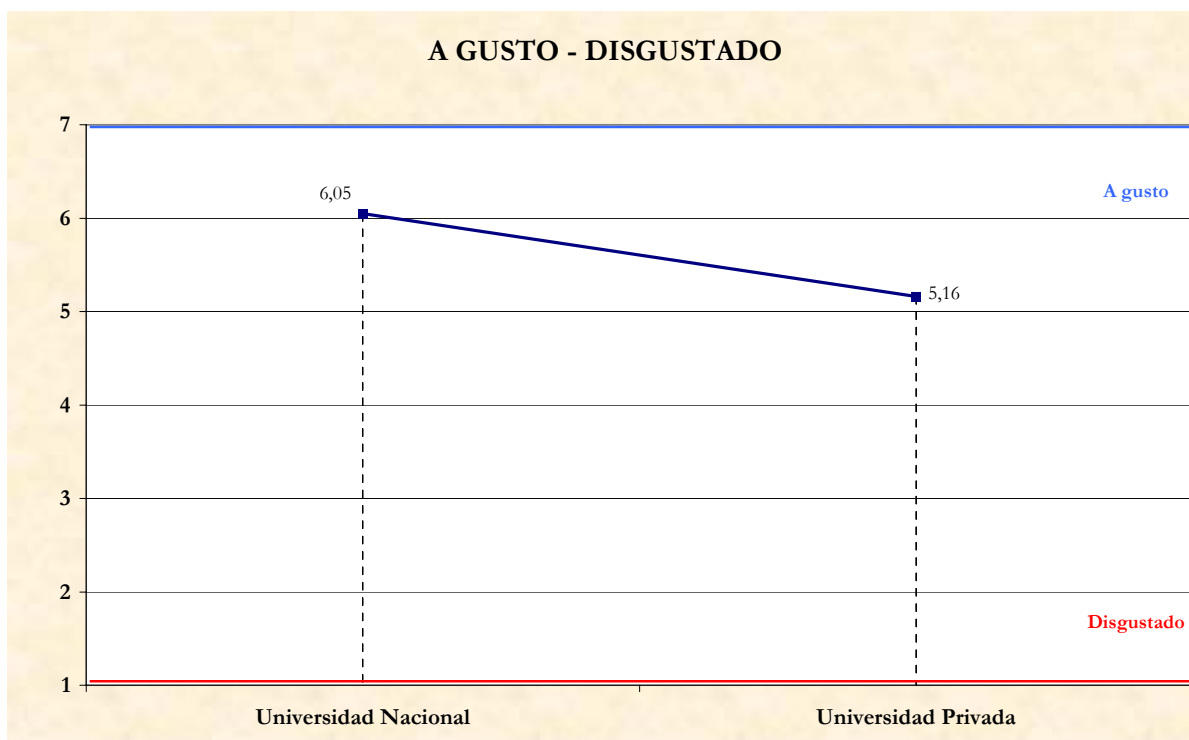


Gráfico 1.13 – Sentimiento de agrado.

Finalmente, el tercer componente del modelo hace referencia a la probabilidad de que un potencial estudiante universitario decida estudiar en una institución de gestión pública o en una privada. En la tabla 1.15 se puede observar que el 42 % de los encuestados ha decidido cursar su carrera en la Universidad Nacional de Córdoba.

¿Qué tan probable es que elijas cursar tu carrera en la Nacional o en una privada?

	Frecuencia	Porcentaje
Definitivamente iré a la universidad nacional	34	42,5
Probablemente iré a la universidad nacional	18	22,5
No estoy seguro a cuál de las dos iré	21	26,3
Probablemente iré a una universidad privada	5	6,3
Definitivamente iré a una universidad privada	2	2,5
Total	80	100,0

Tabla 1.15 – Componente conativo de la actitud.

Otro de los objetivos de investigación refiere a la percepción de riesgos, por parte de los potenciales estudiantes universitarios, en relación a la elección de una institución académica. En la etapa exploratoria se identificaron dos tipos de riesgos: el financiero y el social.

Respecto del primero de los riesgos enunciados, los encuestados debían responder si creían que se justificaba pagar una cuota mensual en las instituciones privadas o pagar un bono contribución en la Universidad Nacional de Córdoba.

En el primer caso se observa una alta dispersión de los datos, lo que significa que las probabilidades de seleccionar un encuestado, cuya opinión se manifiesta de manera positiva, es similar a la probabilidad de seleccionar a un encuestado cuya opinión responda a cualquiera de las otras dos categorías de respuesta. La tabla I.16 muestra la distribución de frecuencias correspondiente a la percepción de riesgo financiero frente al acceso a alguna universidad de gestión privada.

¿Se justifica pagar el valor de las cuotas mensuales para acceder a la universidad privada?

	Frecuencia	Porcentaje
Si se justifica	26	32,5
No se justifica	23	28,8
No sabe / No contesta	31	38,8
Total	80	100,0

Tabla I.16 – Riesgo financiero.

En el segundo caso, se observa una menor dispersión de los datos, ya que el 72 % de los encuestados cree, de manera positiva, que se justifica pagar el monto de las contribuciones estudiantiles para tener acceso a la educación en la Universidad Nacional de Córdoba. La tabla I.17 muestra la distribución de frecuencias correspondiente a la percepción de riesgo financiero frente al acceso a la Universidad Nacional de Córdoba.

Se justifica pagar el valor de las contribuciones estudiantiles para acceder a la universidad nacional'

	Frecuencia	Porcentaje
Si se justifica	58	72,5
No se justifica	7	8,8
No sabe / No contesta	15	18,8
Total	80	100,0

Tabla I.17 – Riesgo financiero.

A fin de conocer si los encuestados perciben el riesgo social, se preguntó si ellos creían que sus amistades se reirían por una eventual elección de una institución privada o de la Universidad Nacional de Córdoba. La tabla 1.18 muestra que el 5% de los encuestados posee cierta incertidumbre sobre la conducta de sus amistades, si estos decidieran estudiar en una institución de gestión privada.

¿Crees que tus amigos se reirán de vos si estudiaras en una universidad privada?

	Frecuencia	Porcentaje
Si se reirían	4	5,0
No creo que se rian	73	91,3
No sabe / no contesta	3	3,8
Total	80	100,0

Tabla 1.18 – Riesgo social.

Por otra parte, los encuestados pueden prever que el comportamiento de sus amistades no generaría una situación socialmente embarazosa, si estos decidieran estudiar en la Universidad Nacional de Córdoba. Como puede apreciarse en la tabla 1.19, el 95 % de los encuestados prevé que sus amistades no se reirán de ellos, si eligen a la U.N.C.

¿Crees que tus amigos se reirán de vos si estudiaras en la universidad nacional?

	Frecuencia	Porcentaje
No creo que se rian	76	95,0
No sabe / no contesta	4	5,0
Total	80	100,0

Tabla 1.19 – Riesgo social.

Por último se pretende conocer de qué manera, los encuestados perciben las piezas comunicacionales de las cinco casas de altos estudios que residen en la ciudad de Córdoba. Las piezas son evaluadas por los potenciales estudiantes universitarios, en una serie de dicotomías que surgen de los datos recopilados en la etapa exploratoria. La primera refiere a la cantidad de información que brinda cada artículo.

El gráfico 1.14 muestra los promedios de los puntajes obtenidos por aviso en relación a la cantidad de información que brinda. Según la opinión de los encuestados, el aviso que más información brinda es el publicado por la Universidad Blas Pascal.

A mayor cercanía del punto 7 del eje Y (línea roja), mayor es la cantidad de información que el aviso brinda a los lectores del mismo. Mientras que si se acerca al punto 1 del eje Y (línea azul), la cantidad de información que brinda el mismo es menor. El punto 4 del eje Y (línea negra) muestra una opinión neutral en relación a la cantidad de información que posee el artículo.

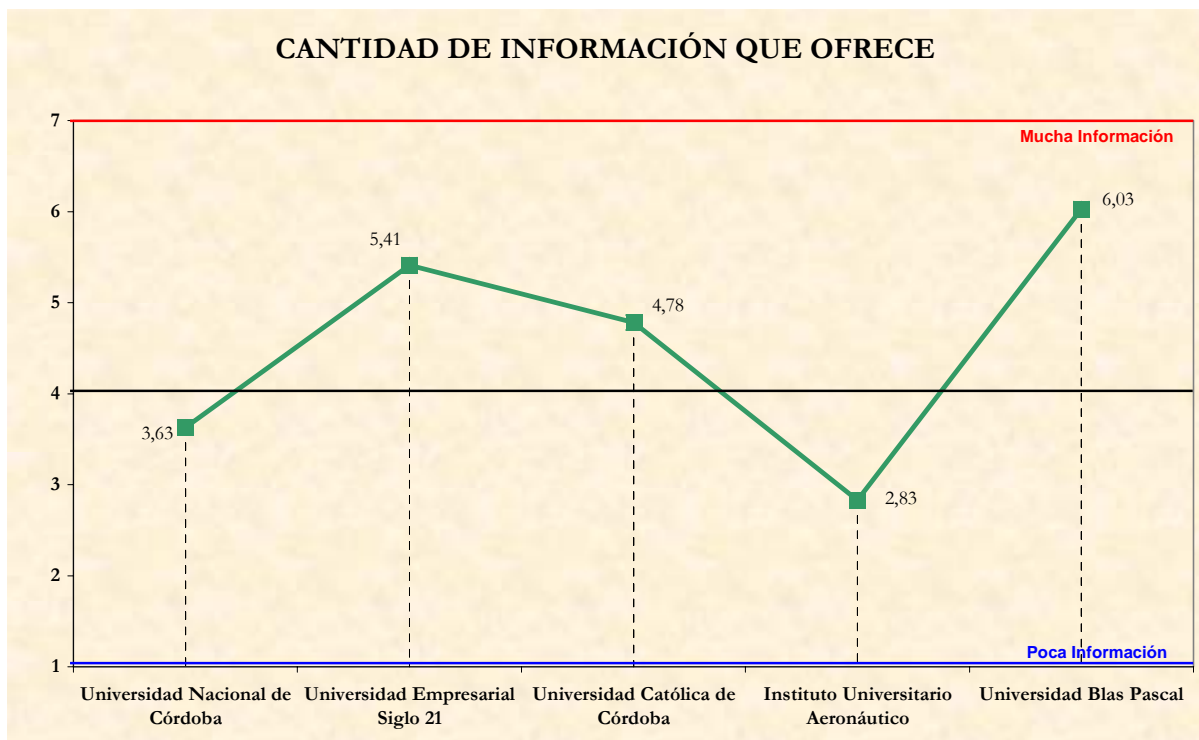


Gráfico 1.14 – Cantidad de información del aviso.

La segunda dicotomía que se presentó a los encuestados refiere al grado de agrado o desagrado por el aviso. Como puede observarse en el gráfico 1.15, la publicidad de mayor agrado fue la publicada por la Universidad Empresarial Siglo 21.

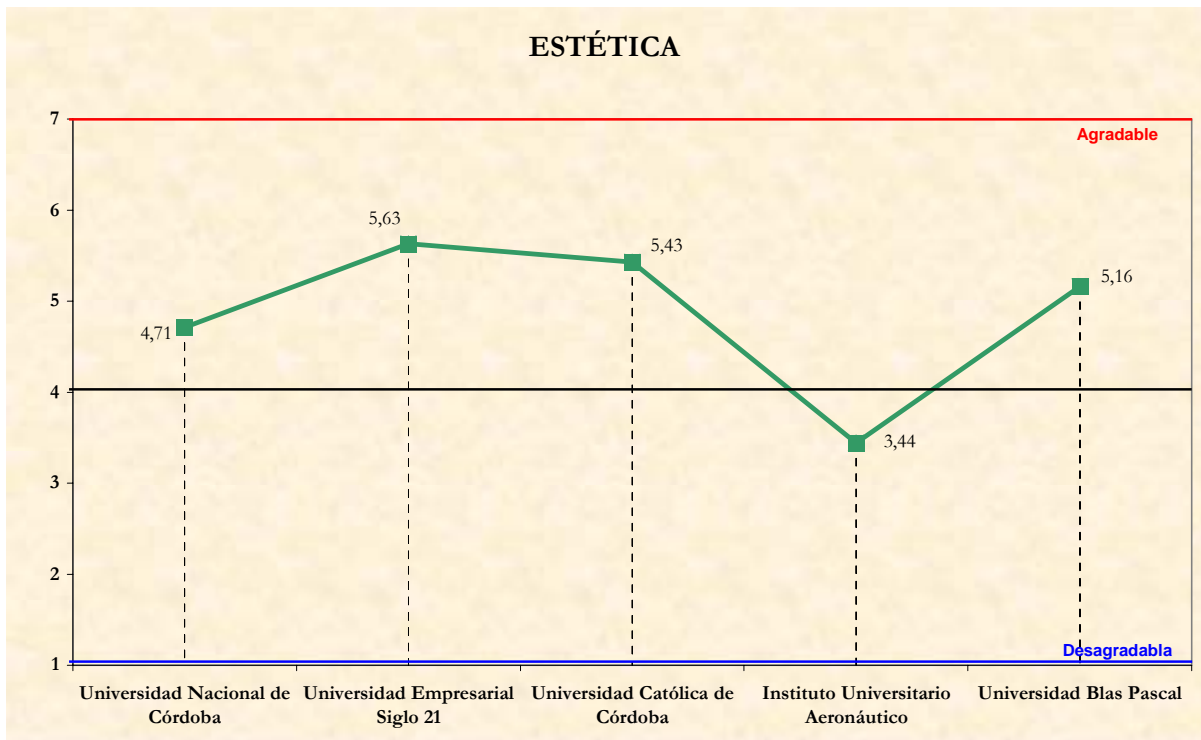


Gráfico 1.15 – Grado de agradabilidad del aviso.

La tercera dicotomía refiere a la claridad del aviso.

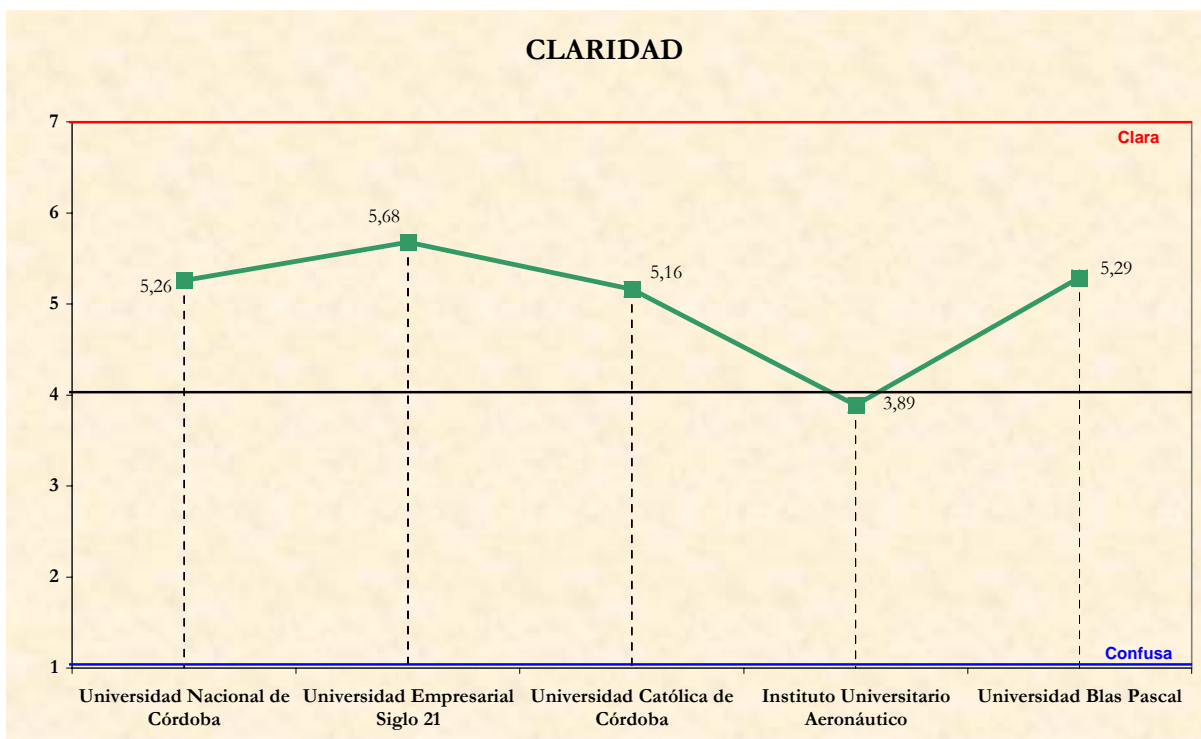


Gráfico 1.16 – Claridad del aviso.

Como puede observarse en el gráfico 1.16, según la opinión de los encuestados, la publicidad más clara es la que representa a la Universidad Empresarial Siglo21. Sin embargo, a excepción del aviso del Instituto Universitario Aeronáutico, las demás publicidades han obtenido un promedio similar en relación a la claridad de las mismas.

La cuarta dicotomía que se les presentó a los encuestados refiere a la facilidad o dificultad por recordarla. El gráfico 1.17 muestra que la publicidad de la Universidad Empresarial Siglo 21 ha obtenido un promedio superior al resto de las publicidades, lo que indica que resulta ser la más fácil de recordar, entre las publicidades mostradas.

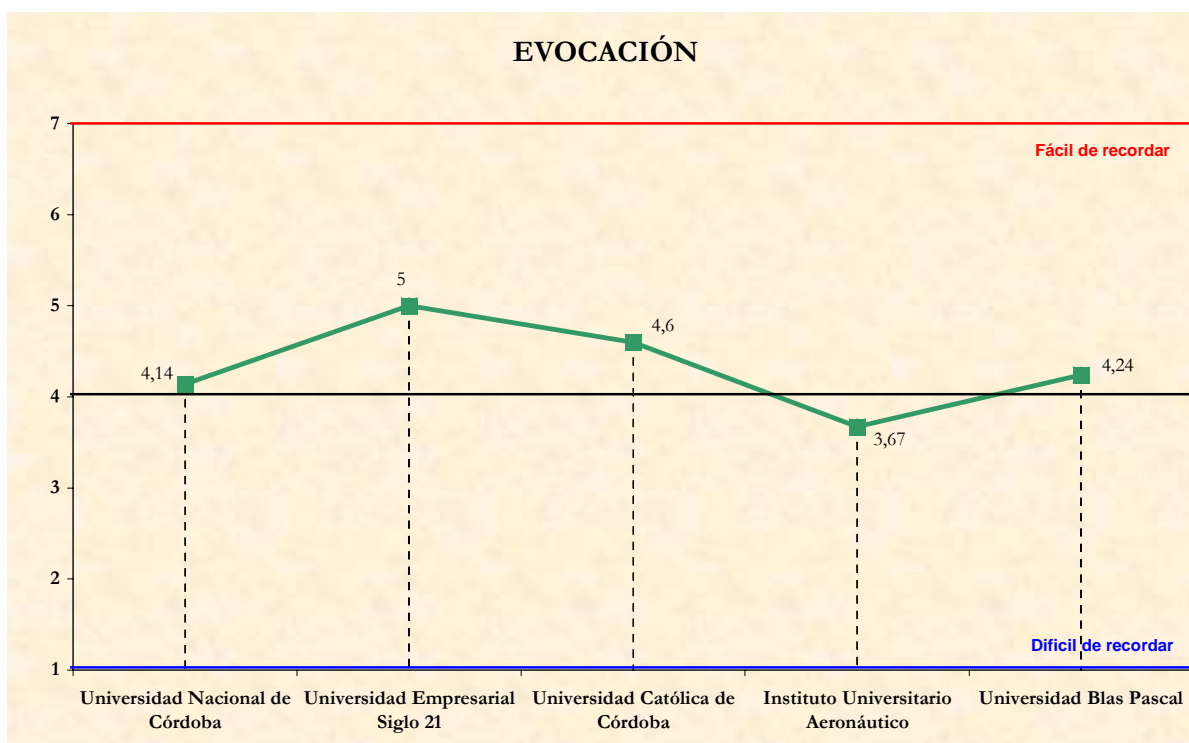


Gráfico 1.17 – Facilidad de recuerdo del aviso.

La quinta dicotomía que se presentó hizo referencia al tamaño grande o pequeño del aviso. Como se observa en el gráfico 1.18, la publicidad más grande está representada por la Universidad Blas Pascal.

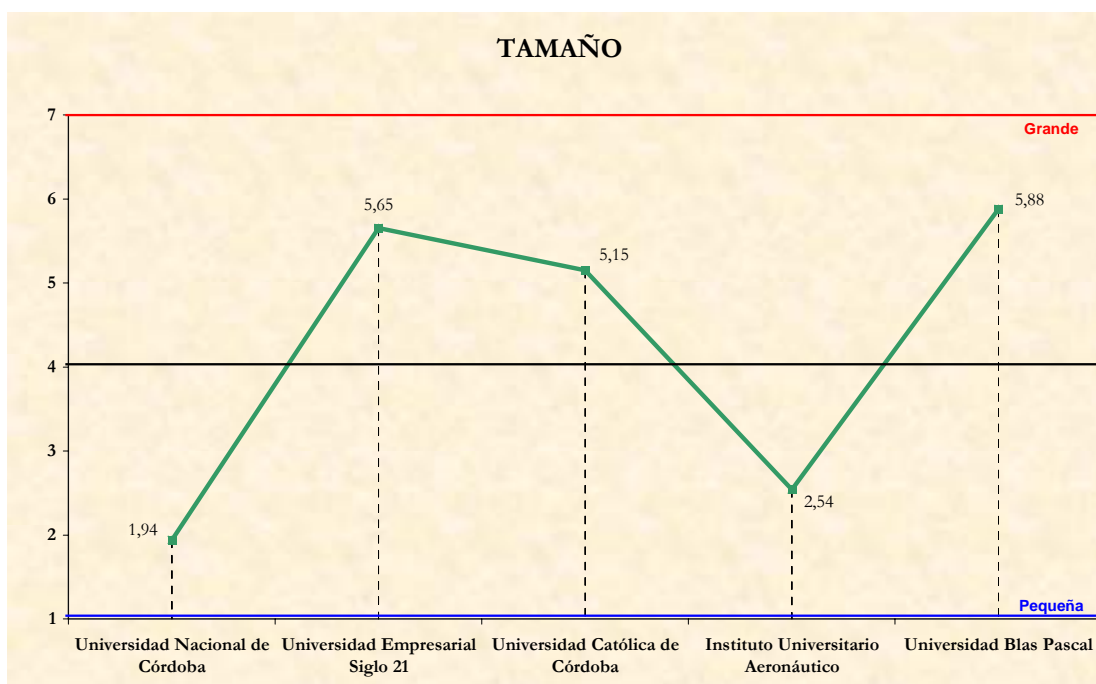


Gráfico 1.18 – Tamaño del aviso.

Se observa una leve superioridad de la publicidad más grande en relación a las publicadas por la Universidad Empresarial Siglo 21 y la Universidad Católica de Córdoba.

Finalmente, se indagó sobre la capacidad de persuasión de cada uno de los avisos publicitarios. Como es posible observar en el gráfico 1.19, aquel que los encuestados consideraron de mayor capacidad persuasiva resultó ser el que representa a la Universidad Empresarial Siglo 21, mientras que el menos persuasivo está representado por la Universidad Nacional de Córdoba.

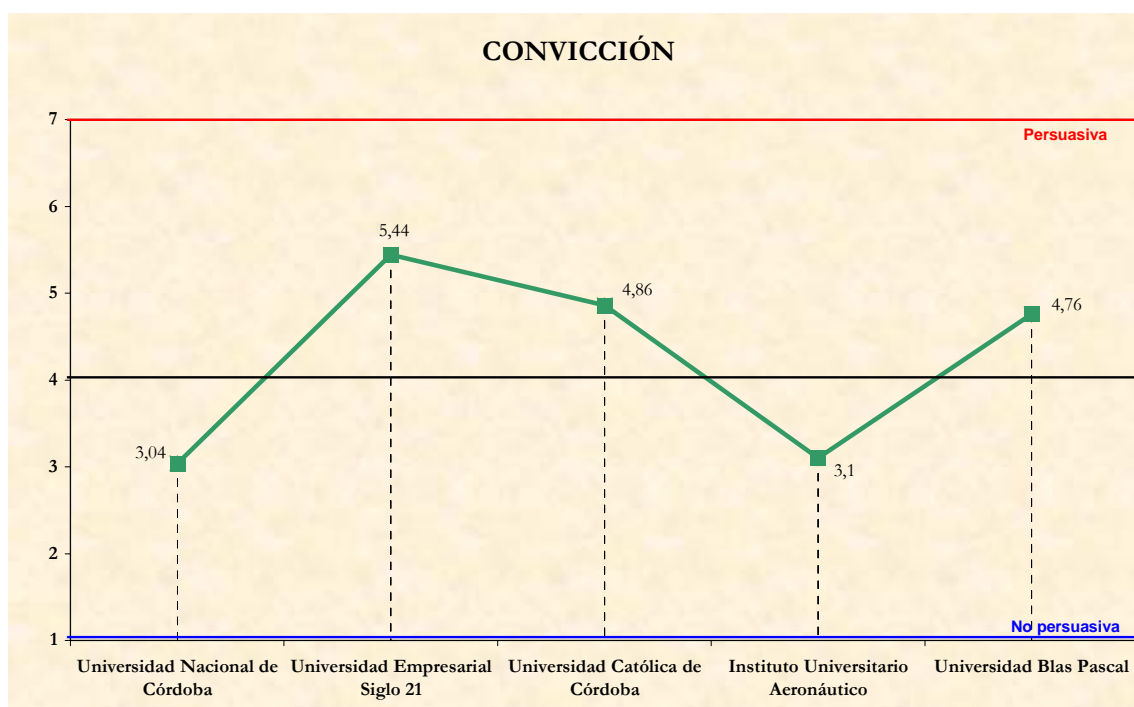


Gráfico 1.19 – Grado de persuasión del aviso.

Hasta aquí se han expuesto datos descriptivos, de manera indiscriminada, de las características del proceso de decisión. Sin embargo, todavía no se han agotado todas las alternativas de análisis posibles. Por tanto, resulta de interés medir las variables expresadas en el apartado anterior, considerando la información en forma discriminada.

Hay dos variables que permiten reunir en grupos de menor tamaño a las personas que conforman la muestra: una refiere al nivel socioeconómico de cada sujeto encuestado y la otra refiere al género de los mismos. Posiblemente, la pertenencia a uno u otro grupo de personas refleje diferencias en los resultados que se han obtenido hasta el momento.

De igual manera que en el apartado anterior, la información que se expone en adelante se organiza considerando los objetivos de investigación.

Uno de los objetivos de investigación hace referencia a identificar motivos que influyen en la decisión de iniciar los estudios superiores en centros universitarios.

La tabla 2.1 intenta establecer una comparación, entre hombres y mujeres, de las creencias que poseen los sujetos sobre aquello que la obtención del título de grado le permitirá alcanzar en el futuro. Como se puede observar, el 62 % de las mujeres encuestadas cree, de manera positiva, que la obtención del título de grado le permitirá ser una persona prestigiosa o reconocida. Mientras que, el porcentaje de hombres encuestados que creen positivamente en la proposición, alcanza el 50 %. Cabe destacar el mayor grado de desacuerdo por parte de los hombres en relación a las mujeres.

		Sexo			
		Masculino		Femenino	
		Recuento	% col.	Recuento	% col.
Obtener el título universitario me permitirá ser una persona prestigiosa o reconocida	Totalmente en desacuerdo	4	10,0%	1	2,5%
	En desacuerdo	5	12,5%	2	5,0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	27,5%	12	30,0%
	De acuerdo	12	30,0%	22	55,0%
	Totalmente de acuerdo	8	20,0%	3	7,5%
Total		40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.1 – Necesidad de poder de hombres y mujeres.

En relación a la creencia que refiere a las posibilidades de manejar o dirigir un grupo de personas, es posible observar que la mitad de los hombres encuestados se encuentran indiferentes, mientras que el 57 % de las mujeres encuestadas manifestó positivamente que la obtención del título universitario le permitirá manejar o dirigir un grupo de personas. La tabla 2.2 muestra la distribución de hombres y mujeres respecto del grado de acuerdo o desacuerdo con la proposición.

		Sexo			
		Masculino		Femenino	
		Recuento	% col.	Recuento	% col.
Obtener el título universitario me permitirá manejar o dirigir un grupo de personas	Totalmente en desacuerdo	1	2,5%	2	5,0%
	En desacuerdo	6	15,0%	2	5,0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	20	50,0%	13	32,5%
	De acuerdo	7	17,5%	16	40,0%
	Totalmente de acuerdo	6	15,0%	7	17,5%
Total		40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.2 – Necesidad de poder de hombres y mujeres.

En la tabla 2.3 es posible observar que es mayor el grado de desacuerdo en el grupo de mujeres que en el grupo de los hombres, mientras que los hombres manifiestan un mayor grado de indiferencia hacia la afirmación. Cabe destacar que tanto hombres como mujeres expresan un grado de acuerdo similar ante la misma.

		Sexo			
		Masculino		Femenino	
		Recuento	% col.	Recuento	% col.
Obtener el título universitario me permitirá ejercer mi profesión en relacion de dependencia	Totalmente en acuerdo	7	17,5%	7	17,5%
	De acuerdo	16	40,0%	17	42,5%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	30,0%	4	10,0%
	En desacuerdo	5	12,5%	9	22,5%
	Totalmente en desacuerdo			3	7,5%
Total		40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.3 – Necesidad de poder de hombres y mujeres.

Finalmente, se indagó sobre la creencia de los encuestados respecto del grado de acuerdo en que la obtención del título universitario le permitirá ejercer su profesión de manera independiente. La tabla 2.4 no evidencia diferencias significativas entre hombres y mujeres.

		Sexo			
		Masculino		Femenino	
		Recuento	% col.	Recuento	% col.
Obtener el título universitario me permitirá ejercer mi profesion de manera independiente	En desacuerdo	1	2,5%	1	2,5%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	5,0%	4	10,0%
	De acuerdo	18	45,0%	17	42,5%
	Totalmente de acuerdo	19	47,5%	18	45,0%
Total		40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.4 – Necesidad de poder de hombres y mujeres.

Los motivos que inciden en la decisión de ingresar al sistema universitario se ven afectados por la necesidad de los encuestados por ser aceptados por sus grupos familiares. La tabla 2.5 muestra la diferencia porcentual del grado de acuerdo entre el grupo de mujeres y el de hombres en relación a la proposición.

		Sexo			
		Masculino		Femenino	
		Recuento	% col.	Recuento	% col.
"Mis familiares se sentirán mal si yo no estudiara ninguna carrera"	Totalmente de acuerdo	7	17,5%	5	12,5%
	De acuerdo	17	42,5%	18	45,0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	10,0%	7	17,5%
	En desacuerdo	3	7,5%	5	12,5%
	Totalmente en desacuerdo	9	22,5%	5	12,5%
Total		40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.5 – Necesidad de afiliación de hombres y mujeres.

Los motivos por los que potenciales estudiantes universitarios deciden iniciar los estudios universitarios también se ven influenciados por las metas que ellos mismos se proponen alcanzar. Dichas metas responden a alcanzar un crecimiento que permita superarse a sí mismos, o bien crecer para superar a las demás personas. En el gráfico 2.1 se observa, tanto en hombres como en mujeres, que la mayoría se propone alcanzar metas vinculadas al crecimiento y superación de ellos mismos.

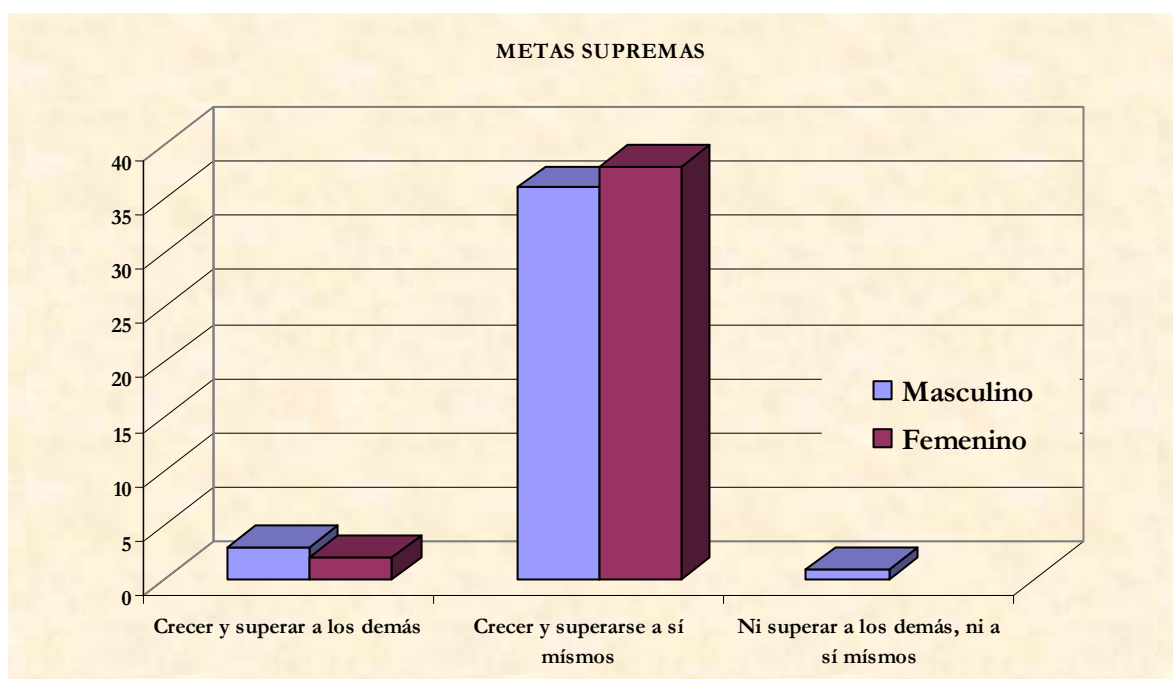


Gráfico 2.1 – Metas supremas establecidas por hombres y mujeres.

A fin de comparar los resultados sobre la representación mental que los potenciales estudiantes de grado se forman en relación a la educación superior universitaria, se elaboró la tabla 2.6. Aquí se puede observar las diferencias en el establecimiento de metas supremas que se proponen alcanzar, tanto mujeres como hombres, que aspiran ingresar al sistema universitario. Ambos grupos presentan una distribución de datos similar, lo que significa que la dispersión también sea similar.

Significado de la Educación	Sexo			
	Masculino		Femenino	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Ser alguien en la vida	25	62,5%	25	62,5%
Crecer en el aspecto personal	26	65,0%	29	72,5%
Conseguir mejores trabajos	13	32,5%	15	37,5%
Ser independiente económicamente	21	52,5%	20	50,0%
Ser profesional	27	67,5%	25	62,5%
Total	40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.6 – Significado de la educación superior universitaria según hombres y mujeres.

En relación al objetivo que intenta conocer el momento del tiempo en que los potenciales estudiantes universitarios toman la decisión de iniciar los estudios superiores, es posible observar que la mitad de las mujeres encuestadas optó por iniciar su formación académica en la universidad cuando transitaban por la educación inicial (escuela primaria), mientras que la cantidad de hombres que tomaron la decisión en ese momento es menor. La tabla 2.7 muestra la distribución de frecuencias discriminando el género de los sujetos.

Momento de la decisión	Sexo			
	Masculino		Femenino	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Cuando estaba en el primario	14	35,0%	21	52,5%
Cuando eligió la especialidad del poli modal	6	15,0%	10	25,0%
Cuando estaba cursando quinto año	4	10,0%	2	5,0%
Cuando estaba cursando sexto año	9	22,5%	4	10,0%
Después de terminar el secundario	7	17,5%	3	7,5%
Total	40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.7 – Momento de la decisión según hombres y mujeres.

Respecto del objetivo que pretende identificar el o los medios a través de los cuales, los potenciales estudiantes universitarios, adquieren conocimientos acerca de la oferta educativa, se observa la presencia de tres sitios que cumplen la función de fuente de información: Internet, las sedes de las instituciones universitarias y la exposición de carreras.

En la tabla 2.8 se puede observar la preferencia de los potenciales estudiantes universitarios al momento de consultar información. Ambos grupos asignan el mismo orden de preferencia. En primer lugar se encuentran las sedes de las instituciones universitarias, seguidas por la exposición de carreras y en último lugar Internet.

Preferencia	Sitio	Masculino	Femenino
1	Las sedes de las universidades	1,45	1,32
2	Expocarreras	2,2	2,22
3	Internet	2,35	2,45

Tabla 2.8 – Preferencia de fuentes de información según el género de los sujetos.

Cabe destacar que ambos grupos, hombres y mujeres, comparten el mismo orden de preferencias por las fuentes de información.

Los potenciales estudiantes universitarios buscan, además, información sobre la oferta educativa en diferentes personas que gozan de confianza a la hora de conocer las alternativas en materia de educación universitaria. Como se evidencia en la tabla 2.9, las dos fuentes más consultadas por los hombres encuestados, están definidas por sus familiares y amigos. De 40 personas encuestadas de sexo masculino, el 75 % ha consultado alguna de las fuentes de información mencionadas en la tabla. La cantidad de respuestas asciende a 52 ya que la pregunta admite múltiples respuestas por encuestado.

Fuente de información consultada por hombres	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Amigos	18	34,6
Familiares	18	34,6
Profesores del colegio secundario	5	9,6
Psicólogos (curso de orientación vocacional)	6	11,5
Profesionales egresados de alguna universidad	5	9,6
Total	52	100

Tabla 2.9 – Fuentes de información consultadas por hombres.

Las fuentes más consultadas por las mujeres encuestadas están definidas por su familia, sus amistades, y por los profesionales egresados de alguna universidad. De 40 personas encuestadas de sexo femenino, el 80 % ha consultado alguna de las fuentes de información

mencionadas en la tabla. La cantidad de respuestas asciende a 65 ya que la pregunta admite múltiples respuestas por encuestado. La tabla 2.10 expresa la distribución de frecuencias de cada respuesta.

Fuente de información consultada por mujeres	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Amigos	16	24,6
Familiares	18	27,7
Profesores del colegio secundario	6	9,2
Psicólogos (curso de orientación vocacional)	9	13,8
Profesionales egresados de alguna universidad	16	24,6
Total	65	100

Tabla 2.10 – Fuentes de información consultadas por mujeres.

Otro objetivo de la investigación pretende conocer los criterios a través de los cuales son evaluadas las casas de altos estudios. En el gráfico 2.2 se puede observar la importancia que hombres y mujeres han asignado a cada uno de los criterios mediante el cálculo de los promedios.

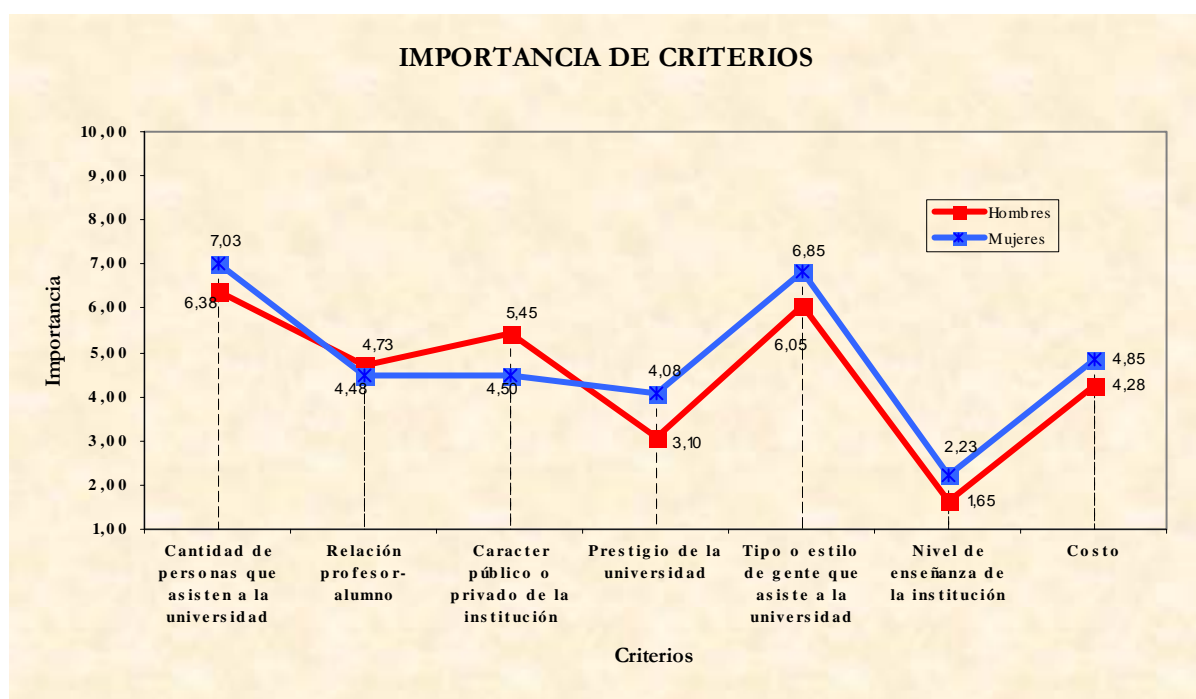


Gráfico 2.2 – Criterios de selección de instituciones académicas según el género de los sujetos.

Aquellos promedios más cercanos al eje x (punto de corte con el eje y), representan los criterios más importantes, mientras que aquellos que más se alejen del mismo, representan los criterios menos importantes. Las mujeres encuestadas han expresado, respecto de los hombres, una mayor importancia de la relación profesor – alumno y del carácter público o privado de una institución. Mientras que en los demás criterios, han sido

los hombres quienes han asignado un mayor grado de importancia en comparación con el grupo de mujeres encuestadas.

Además se indagó sobre aquello que representa el prestigio de una institución. Como se puede observar en la tabla 2.11, según el 55 % de los hombres encuestados, el prestigio de una institución universitaria está dado por el reconocimiento de su nivel de enseñanza por parte de la sociedad. Esta creencia es compartida por la mayoría de las mujeres encuestadas (60 %).

¿Qué significa que una universidad tenga prestigio?				
	Sexo			
	Masculino		Femenino	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Forma profesionales capaces de desempeñarse en el ámbito laboral	7	17,5%	10	25,0%
Sus egresados consiguen los trabajos mejor remunerados	6	15,0%	1	2,5%
Reconocimiento de la sociedad por su trayectoria	5	12,5%	5	12,5%
Reconocimiento de la sociedad por su nivel de enseñanza	22	55,0%	24	60,0%
Total	40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.11 – Significado de prestigio según el género de los sujetos encuestados.

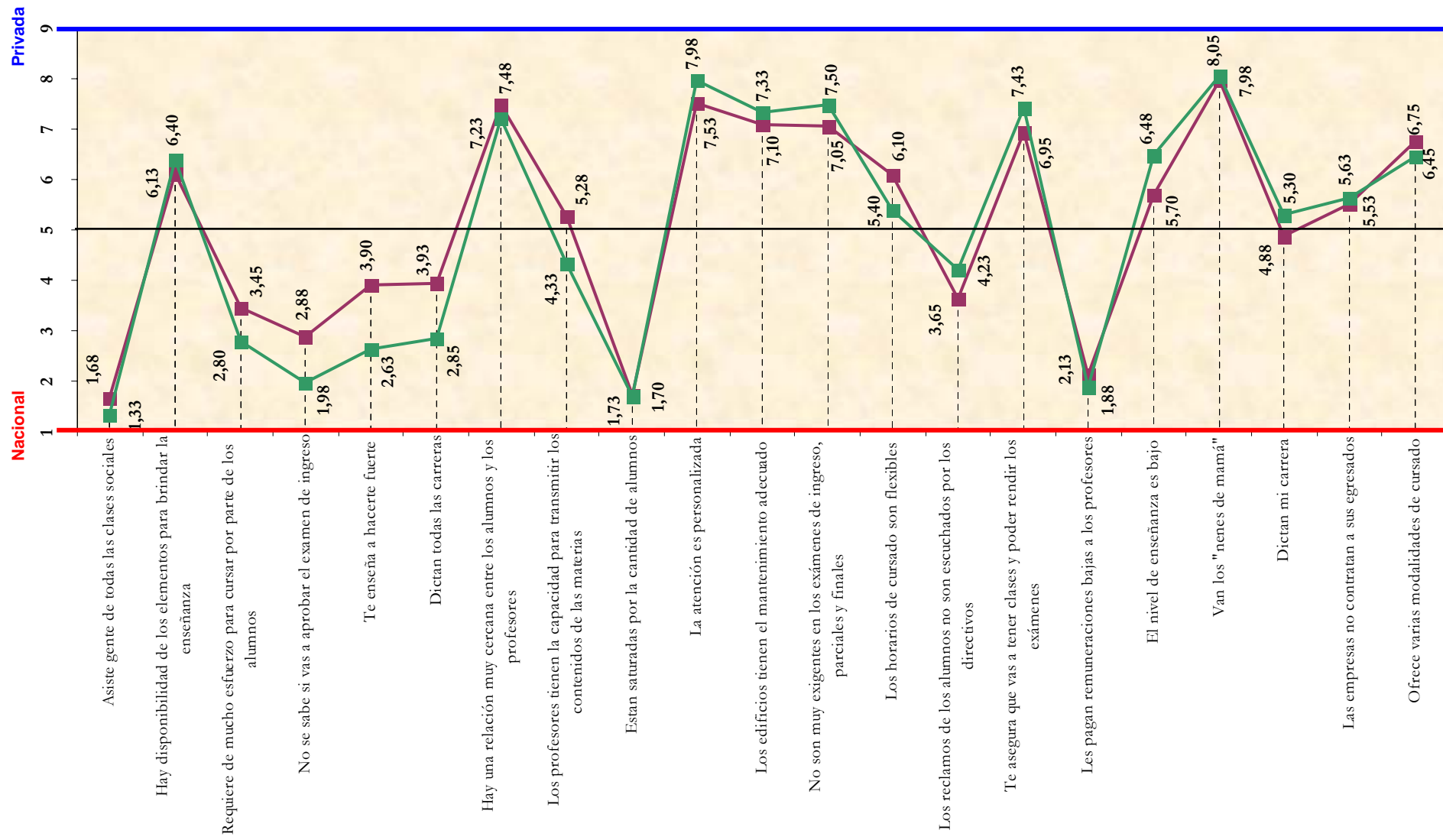
Otro de los objetivos de la presente investigación intenta medir la actitud de los potenciales estudiantes universitarios frente a las universidades privadas y públicas. De la misma manera que este concepto fue explicado en el apartado anterior, aquí se retoma el modelo tricomponente.

El primer componente del modelo hace referencia a todos aquellos conocimientos o caudal de información que los potenciales estudiantes poseen en relación a los centro de educación superior.

El gráfico 2.3 muestra una serie de afirmaciones en relación a los centros de educación superior. A los encuestados se les solicitó que evalúen cada proposición en base al grado en que éstas se ajustan a las instituciones privadas o a la Universidad Nacional. Los nodos que se evidencian, representan el promedio de puntos que obtuvo cada afirmación.

Cuanto más cerca están los nodos respecto del eje central del gráfico (punto 5 del eje X), se refleja la creencia de los encuestados, de que la proposición se ajusta tanto a la Universidad Nacional de Córdoba como a las universidades privadas.

En caso de mayor cercanía de los nodos en relación al punto 9 del eje X (línea azul), la afirmación se ajusta más a las universidades privadas que a la Universidad Nacional de Córdoba. Por el contrario, si la cercanía de los nodos con el punto 1 del eje X (línea roja) es mayor, entonces la proposición se ajusta más a la Universidad Nacional de Córdoba.



El segundo componente del modelo actitudinal refiere a los sentimientos o emociones de los potenciales estudiantes universitarios. Resulta útil recordar que los rasgos que se presentan a continuación, refieren a cómo se sentirían, hombres y mujeres, si cursaran la carrera de grado en una institución pública o privada:

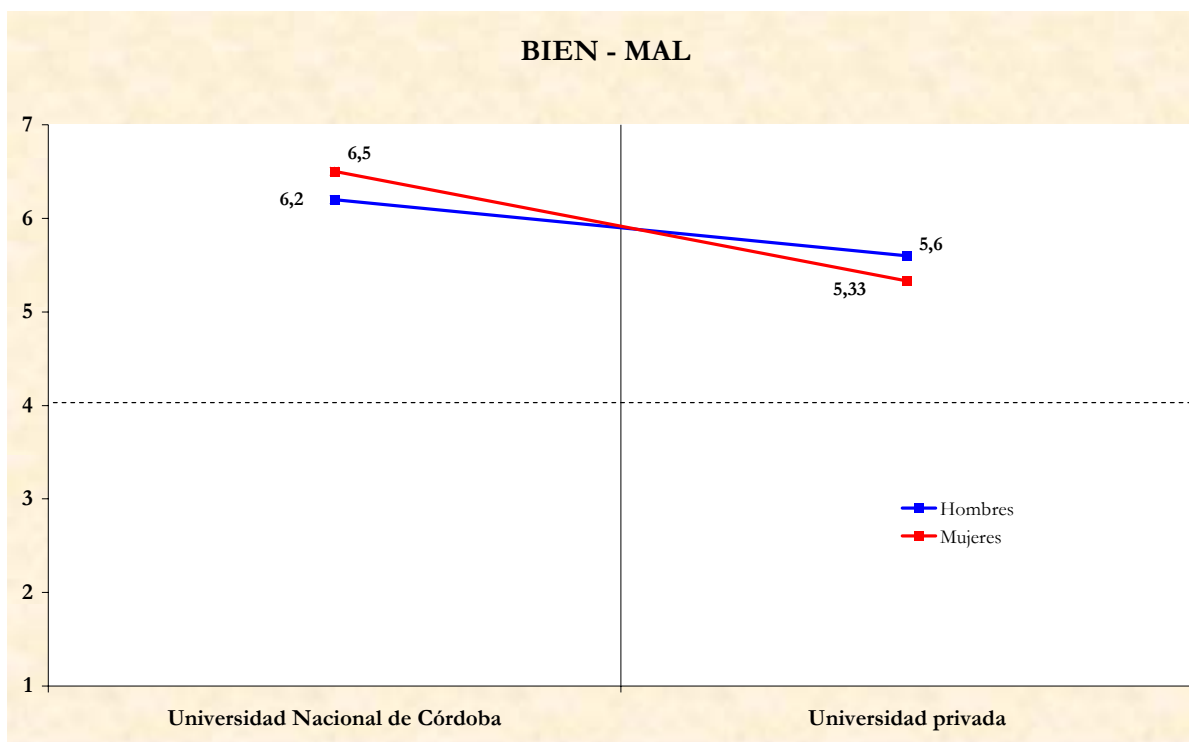


Gráfico 2.4 – Sentimiento de bienestar según el género de los sujetos.

El gráfico 2.4 refleja, en promedio, un mayor grado de bienestar en los hombres respecto de las mujeres si cursaran una carrera de grado en alguna institución privada, mientras que si cursaran la carrera en la Universidad Nacional de Córdoba, las mujeres se sentirían mejor.

En relación a la generación de comodidad o incomodidad se graficó (2.5) el grado de éste sentimiento según el género de los sujetos encuestados. Al respecto, es posible destacar que los hombres encuestados manifestaron que sentirían mayor comodidad que las mujeres en una institución privada. Por el contrario, si decidieran cursar en la U.N.C, los valores demuestran un mayor grado de comodidad por parte de las mujeres.

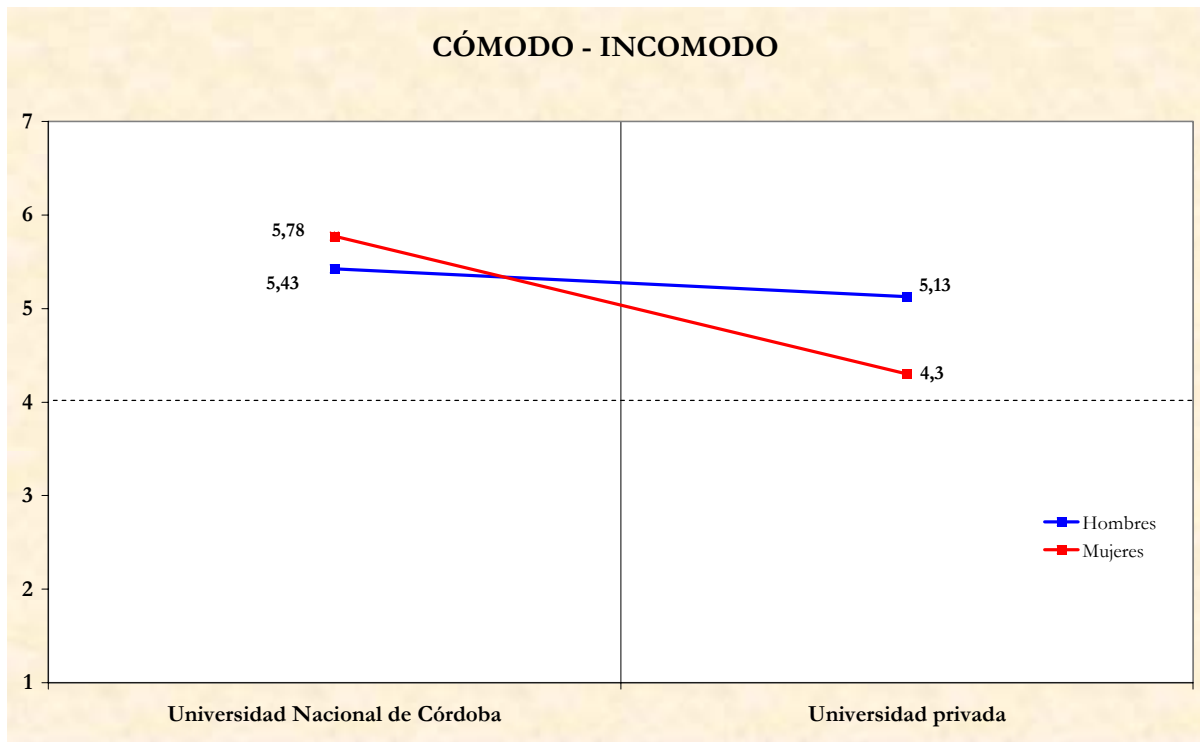


Gráfico 2.5 – Sentimiento de comodidad según el género de los sujetos.

El tercer rasgo refiere a la generación de seguridad o inseguridad. Los promedios expresados en el gráfico 2.6 reflejan el grado de comodidad del grupo de hombres y mujeres encuestadas.

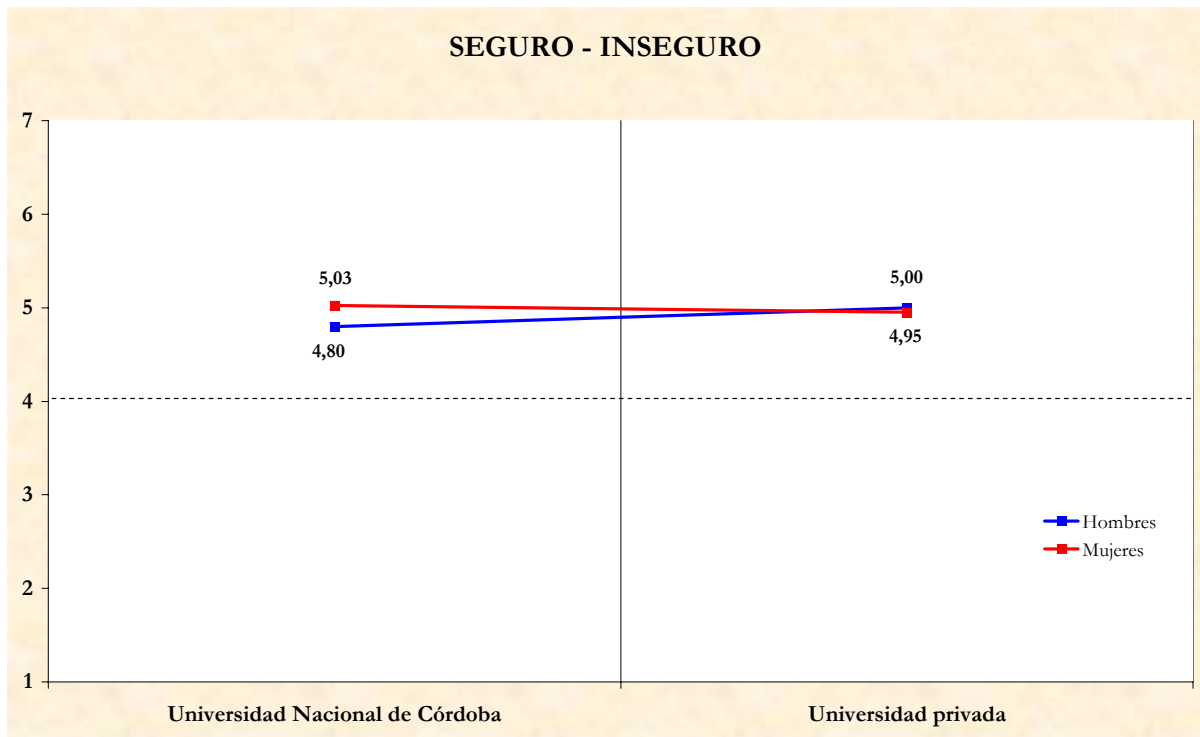


Gráfico 2.6 – Sentimiento de seguridad según el género de los sujetos.

Finalmente, se indagó en cuál de las instituciones se sentirían más a gusto. Los promedios expresados en el gráfico 2.7 no expresan diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto de la polaridad “a gusto – disgustado”.

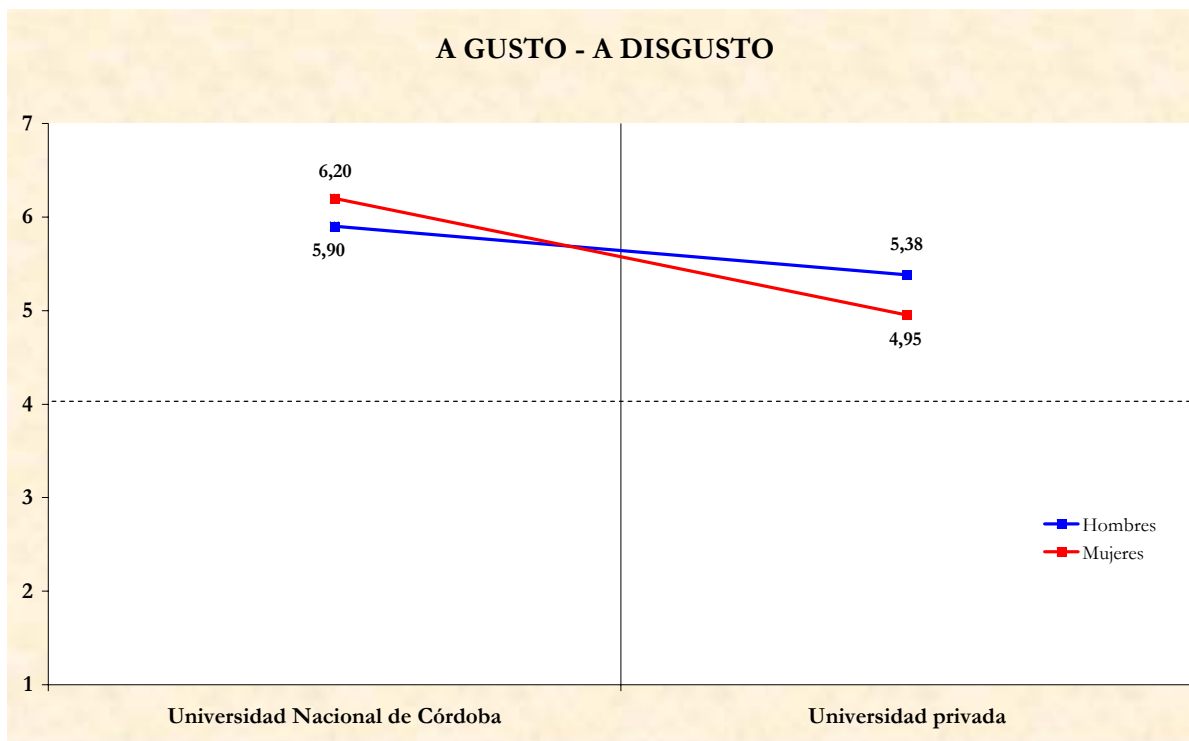


Gráfico 2.7 – Sentimiento de agrado según el género de los sujetos.

Finalmente, el tercer componente del modelo hace referencia a la probabilidad de que un potencial estudiante universitario decida estudiar en una institución de gestión pública o en una privada. En la tabla 2.12 se puede observar que el 55 % de las mujeres encuestadas ha decidido cursar su carrera en la Universidad Nacional de Córdoba, mientras que dicho porcentaje se reduce al 30 % cuando se consideran los datos recabados de los hombres encuestados.

¿Qué tan probable es que elijas cursar tu carrera en la Nacional o en una privada?

	Sexo			
	Masculino		Femenino	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Definitivamente iré a la universidad nacional	12	30,0%	22	55,0%
Probablemente iré a la universidad nacional	11	27,5%	7	17,5%
No estoy seguro a cuál de las dos iré	14	35,0%	7	17,5%
Probablemente iré a una universidad privada	2	5,0%	3	7,5%
Definitivamente iré a una universidad privada	1	2,5%	1	2,5%
Total	40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.12 – Componente conativo de la actitud según género de los sujetos encuestados.

Otro de los objetivos de investigación refiere a la percepción de riesgos, por parte de los potenciales estudiantes universitarios, en relación a la elección de una institución académica. Respecto de la percepción de posibles riesgos financieros, se observa que el 20% de los hombres encuestados cree que no se justifica pagar el valor de las cuotas en los centros educativos de gestión privada, mientras que ese porcentaje se incrementa al 37% si se consideran los datos recabados del grupo femenino. La tabla 2.13 muestra la distribución de frecuencias del riesgo financiero según el género de los encuestados.

¿Se justifica pagar el valor de las cuotas mensuales para acceder a las universidades privadas?				
	Sexo			
	Masculino		Femenino	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Si se justifica	12	30,0%	14	35,0%
No se justifica	8	20,0%	15	37,5%
No sabe / No contesta	20	50,0%	11	27,5%
Total	40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.13 – Percepción del riesgo financiero según género de los sujetos encuestados.

En el caso del valor de las contribuciones estudiantiles de la Universidad Nacional de Córdoba, la opinión de hombres y mujeres encuestadas no manifiesta diferencias significativas entre ambos grupos. La tabla 2.14 expresa la distribución de frecuencias correspondiente.

¿Se justifica pagar el valor de las contribuciones estudiantiles para acceder a la Universidad Nacional de Córdoba?				
	Sexo			
	Masculino		Femenino	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Si se justifica	29	72,5%	29	72,5%
No se justifica	3	7,5%	4	10,0%
No sabe / No contesta	8	20,0%	7	17,5%
Total	40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.14 – Percepción del riesgo financiero según género de los sujetos encuestados.

A fin de conocer si la percepción de riesgo social resulta ser diferente entre hombres y mujeres, se elaboró la tabla 2.15 que muestra la opinión de ambos grupos de personas. Por los datos que se evidencian en la misma, la mayoría de hombres y mujeres encuestadas manifiestan seguridad respecto de la posible conducta de sus amistades, si estos decidieran estudiar en una institución de gestión privada.

¿Crees que tus amistades se reirán de vos si estudiáras en una universidad privada?

	Sexo			
	Masculino		Femenino	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Si se reirían	3	7,5%	1	2,5%
No creo que se rian	35	87,5%	38	95,0%
No sabe / no contesta	2	5,0%	1	2,5%
Total	40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.15 – Percepción del riesgo social según género de los sujetos encuestados.

Por otra parte, tanto hombres como mujeres encuestadas pueden prever que el comportamiento de sus amistades no generaría una situación socialmente embarazosa, si estos decidieran estudiar en la Universidad Nacional de Córdoba. La tabla 2.16 muestra la distribución de frecuencias del riesgo social.

¿Crees que tus amistades se reirán de vos si estudiáras en la Universidad Nacional de Córdoba?

	Sexo			
	Masculino		Femenino	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
No creo que se rian	37	92,5%	39	97,5%
No sabe / no contesta	3	7,5%	1	2,5%
Total	40	100,0%	40	100,0%

Tabla 2.16 – Percepción del riesgo financiero según género de los sujetos encuestados.

Respecto de la percepción de las piezas comunicacionales de las instituciones de Córdoba, hombres y mujeres evalúan las mismas considerando una serie de dicotomías. La primera refiere a la cantidad de información que brinda cada artículo.

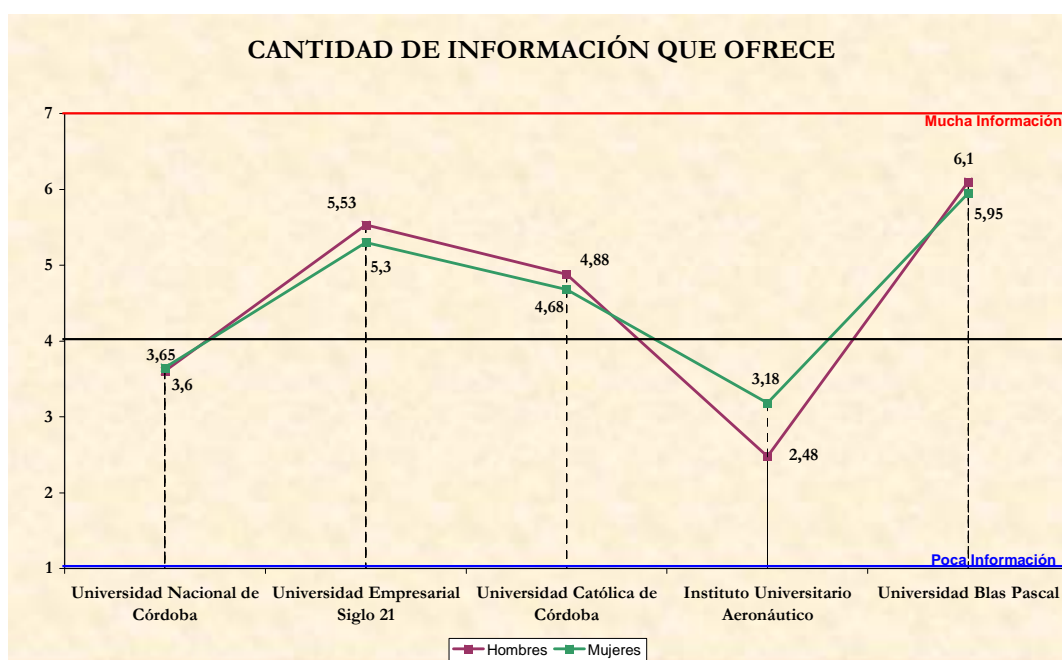


Gráfico 2.8 – Cantidad de información de los avisos según género de los sujetos encuestados.

Como es posible observar en el gráfico 2.8, tanto hombres como mujeres perciben de manera similar las publicidades de las instituciones universitarias. Ambos grupos consideran que las publicidades de la UNC y del Instituto Universitario Aeronáutico brindan poca información, mientras que el resto supera la línea media.

La segunda dicotomía que se presentó a los encuestados refiere al grado de agrado o desagrado por el aviso. Como puede observarse en el gráfico 2.9, la publicidad de menor agrado, tanto para hombres como para mujeres, fue la publicada por el Instituto Universitario Aeronáutico.

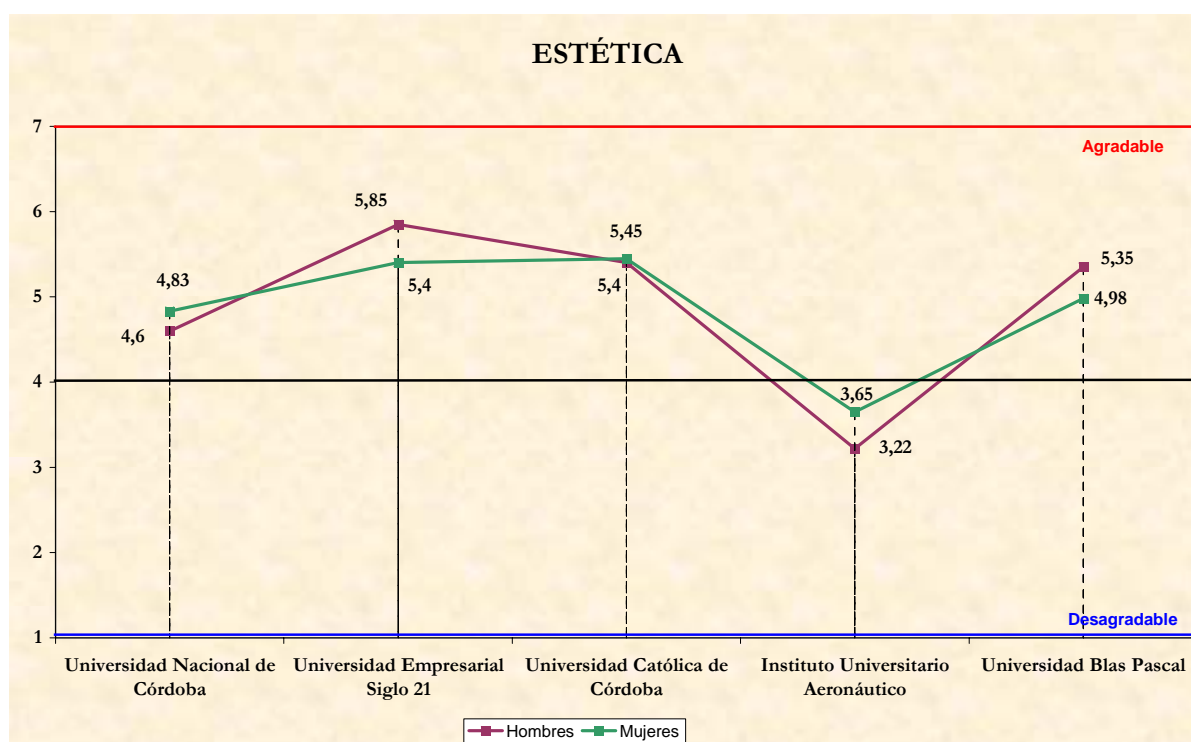


Gráfico 2.9 – Grado de agrado de los avisos según género de los sujetos encuestados.

La tercera dicotomía refiere a la claridad del aviso. Como puede observarse en el gráfico 2.10, según la opinión de hombres y mujeres, la publicidad más clara es la que representa a la Universidad Empresarial Siglo21. A excepción del aviso del Instituto Universitario Aeronáutico, las publicidades son percibidas de manera clara por ambos grupos de personas.

La cuarta dicotomía que se les presentó a los encuestados refiere a la facilidad o dificultad por recordarla. El gráfico 2.11 muestra el promedio obtenido por cada publicidad según ambos grupos.

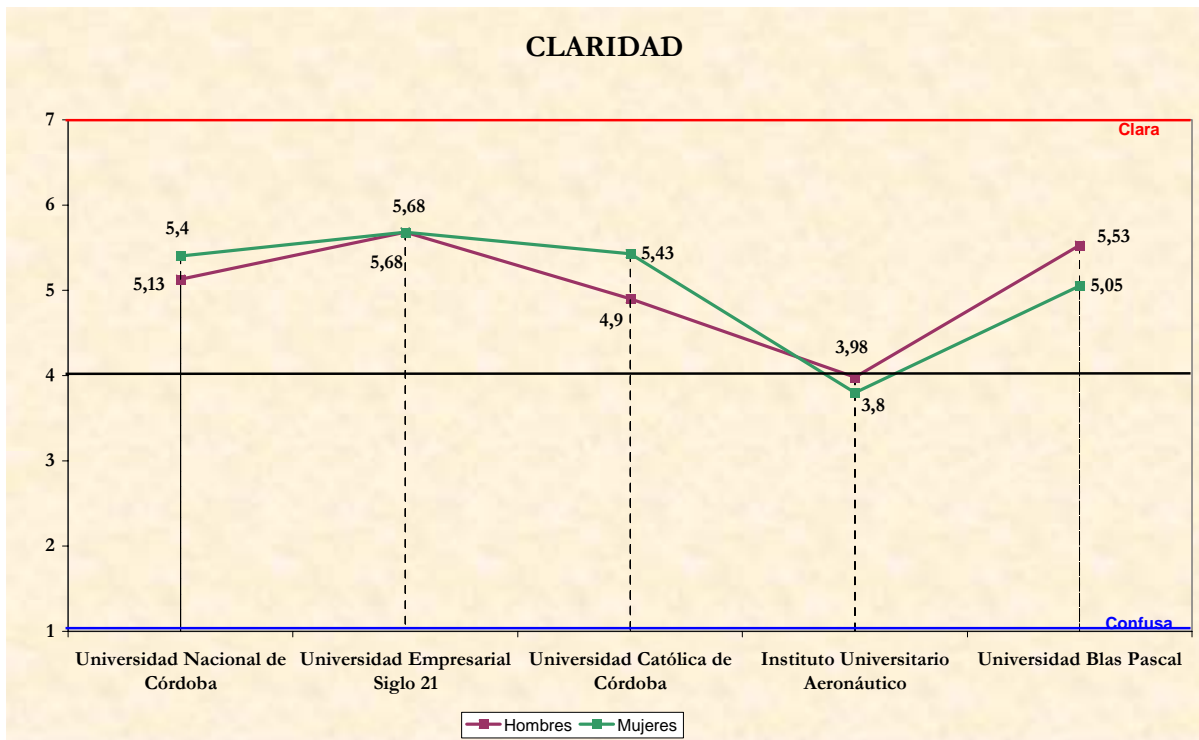


Gráfico 2.10 – Claridad de los avisos según género de los sujetos encuestados.

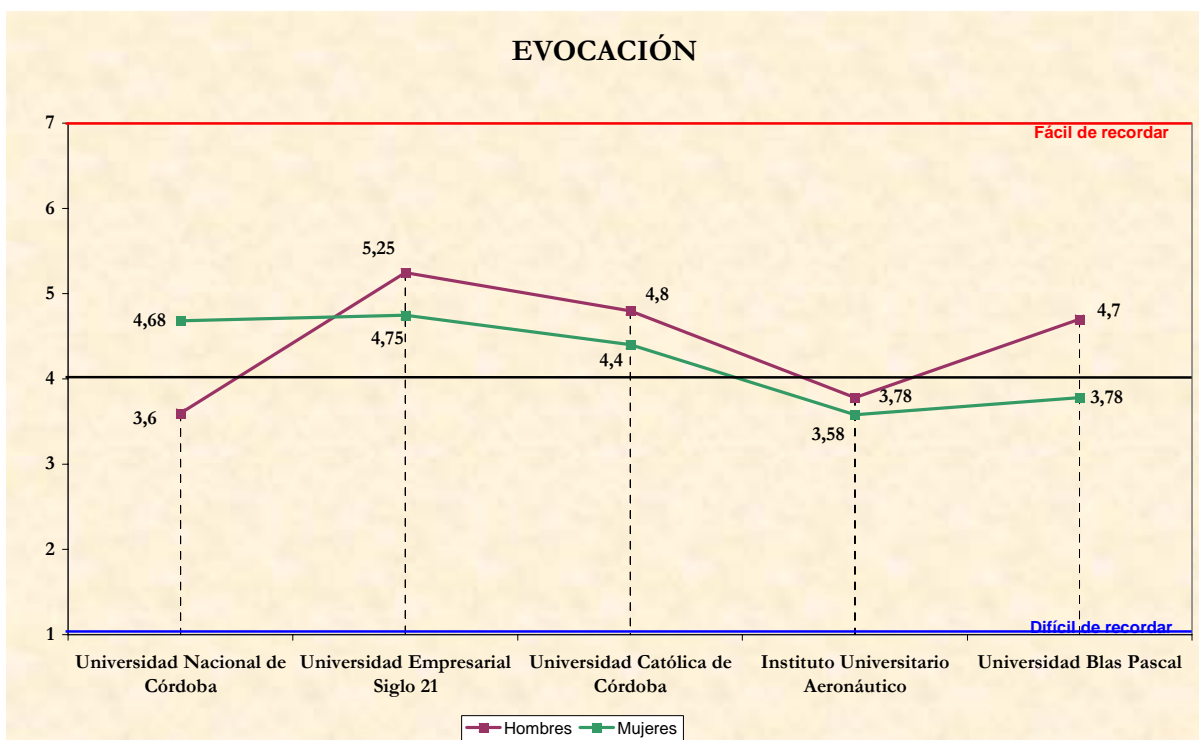


Gráfico 2.11 – Facilidad de recuerdo de los avisos según género de los sujetos encuestados.

La quinta dicotomía que se presentó hizo referencia al tamaño grande o pequeño del aviso. Como se observa en el gráfico 2.12, la opinión sobre las publicidades es similar en casi todos los casos. Las mujeres perciben más grande el aviso de la UCC que los hombres.

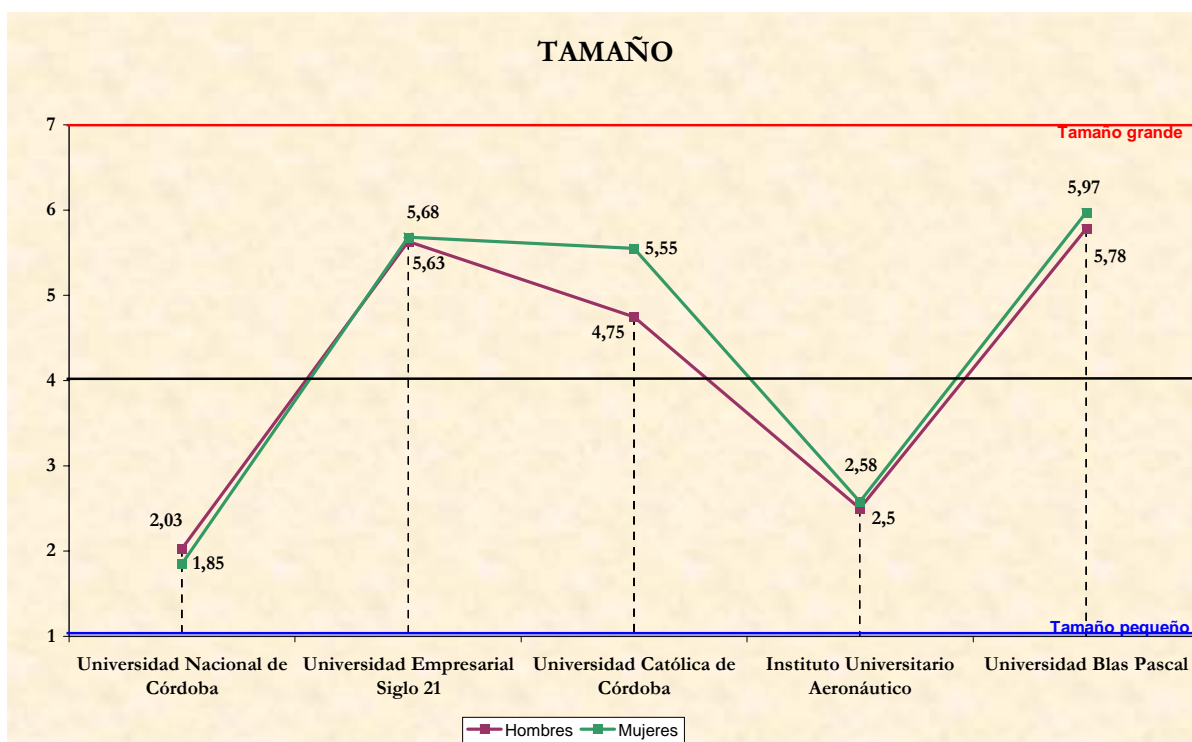


Gráfico 2.12 – Tamaño de los avisos según género de los sujetos encuestados.

Finalmente, se indagó sobre la capacidad de persuasión de cada uno de los avisos publicitarios. Como se observa en el gráfico 2.13, la opinión de hombres y mujeres sobre este aspecto no manifiesta diferencias significativas entre ambos grupos.

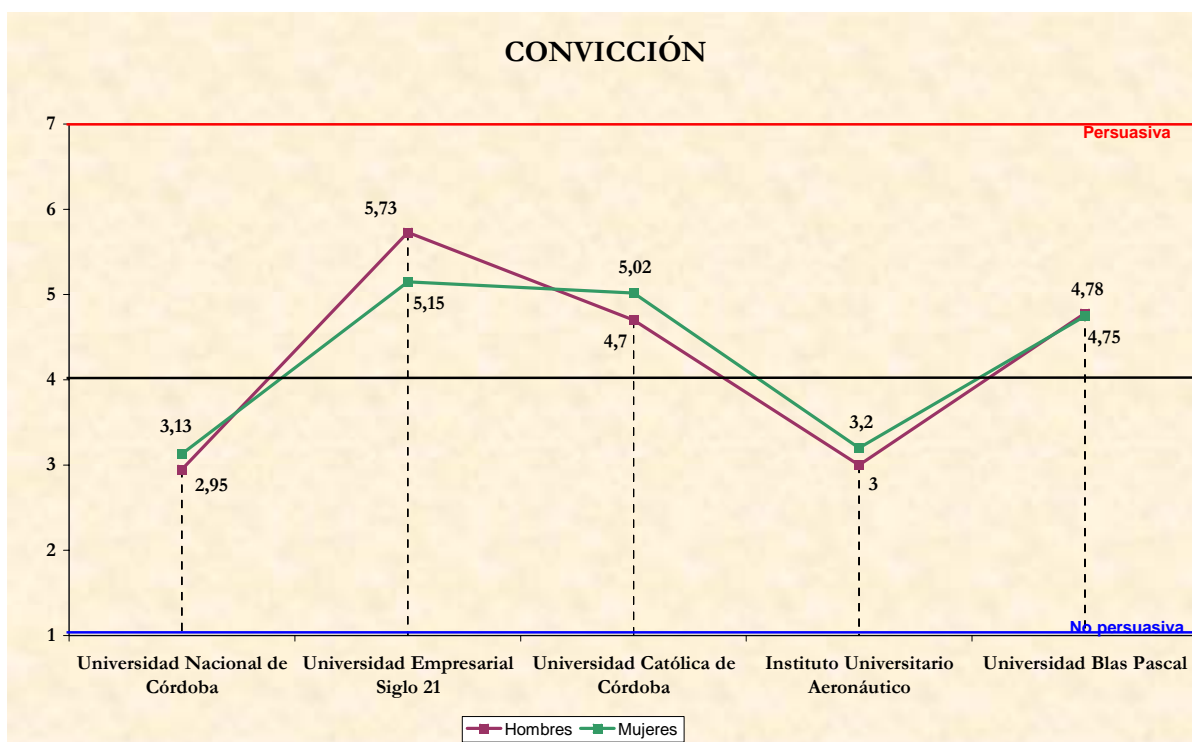


Gráfico 2.13 – Grado de persuasión de los avisos según género de los sujetos encuestados.

En el presente apartado se presentan los datos descriptivos que surgieron al considerar el nivel socioeconómico de los encuestados. Aquí, los datos se encuentran discriminados en dos grupos de personas: por un lado aquellas que pertenecen a los niveles alto y medio alto, y por otro, aquellas que pertenecen a los niveles medio típico y bajo superior.

Uno de los objetivos de investigación hace referencia a identificar motivos que influyen en la decisión de iniciar los estudios superiores en centros universitarios.

La tabla 3.1 intenta establecer una comparación, entre ambos niveles socioeconómicos, de las creencias que poseen los sujetos sobre aquello que la obtención del título de grado le permitirá alcanzar en el futuro. Como es posible observar, el 35% de los encuestados de nivel alto / medio alto se encuentra indiferente ante la proposición, mientras que dicho porcentaje se reduce al 26% al considerar los respondientes de nivel medio típico / bajo superior.

Obtener el título universitario me permitirá ser una persona prestigiosa o reconocida	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Totalmente en desacuerdo	1	5,0%	4	6,7%
En desacuerdo	1	5,0%	6	10,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	35,0%	16	26,7%
De acuerdo	8	40,0%	26	43,3%
Totalmente de acuerdo	3	15,0%	8	13,3%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.1 – Necesidad de poder.

En relación a la creencia que refiere a las posibilidades de manejar o dirigir un grupo de personas, es posible observar que el 48% de los encuestados de nivel medio típico / bajo superior manifiesta una actitud positiva frente a la afirmación, mientras que dicha cifra se reduce al 35% al reflejar la actitud del segmento alto / medio alto. La tabla 3.2 muestra la distribución de ambos grupos respecto del grado de acuerdo o desacuerdo con la proposición.

Obtener el título universitario me permitirá manejar o dirigir un grupo de personas	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Totalmente en desacuerdo	2	10,0%	1	1,7%
En desacuerdo	2	10,0%	6	10,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	45,0%	24	40,0%
De acuerdo	4	20,0%	19	31,7%
Totalmente de acuerdo	3	15,0%	10	16,7%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.2 – Necesidad de poder.

Respecto de la creencia de los encuestados sobre las posibilidades de ejercer, mediante la obtención de un título universitario, una profesión en relación de dependencia, se observa que ambos grupos poseen una opinión similar. El 60% de las personas pertenecientes al nivel medio típico / bajo superior manifiesta una opinión positiva frente a la afirmación. Al considerar el segmento alto / medio alto, dicho porcentaje se reduce a un 55%. La tabla 3.3 muestra la distribución de frecuencias según el nivel socioeconómico de los sujetos encuestados.

Obtener el título universitario me permitirá ejercer mi profesión en relación de dependencia	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Totalmente en acuerdo	1	5,0%	13	21,7%
De acuerdo	10	50,0%	23	38,3%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	20,0%	12	20,0%
En desacuerdo	4	20,0%	10	16,7%
Totalmente en desacuerdo	1	5,0%	2	3,3%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.3 – Necesidad de poder.

Finalmente, se indagó sobre la creencia de los encuestados respecto del grado de acuerdo en que la obtención del título universitario les permitirá ejercer su profesión de manera independiente. Como se observa en la tabla 3.4, el 90% del segmento alto / medio alto se expresó positivamente frente a la afirmación propuesta. La opinión del segmento medio típico / bajo superior se manifiesta en la misma proporción.

Obtener el título universitario me permitirá ejercer mi profesión de manera independiente	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
En desacuerdo			2	3,3%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	10,0%	4	6,7%
De acuerdo	7	35,0%	28	46,7%
Totalmente de acuerdo	11	55,0%	26	43,3%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.4 – Necesidad de poder.

Los motivos que inciden en la decisión de ingresar al sistema universitario se ven afectados por la necesidad de los encuestados por ser aceptados por sus grupos familiares. La tabla 3.5 muestra las similitudes en la opinión que ambos grupos expresaron en relación a la afirmación.

"Mis familiares se sentirán mal si yo no estudiara ninguna carrera"	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Totalmente de acuerdo	4	20,0%	8	13,3%
De acuerdo	8	40,0%	27	45,0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	15,0%	8	13,3%
En desacuerdo	1	5,0%	7	11,7%
Totalmente en desacuerdo	4	20,0%	10	16,7%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.5 – Necesidad de afiliación.

Los motivos por los que potenciales estudiantes universitarios deciden iniciar los estudios universitarios también se ven influenciados por las metas que ellos mismos se proponen alcanzar. Dichas metas responden a alcanzar un crecimiento que permita superarse a sí mismos, o bien crecer para superar a las demás personas.

En el gráfico 3.1 se observa que el 95 % de sujetos encuestados de los niveles con mayor poder adquisitivo se propone alcanzar metas vinculadas al crecimiento y superación de ellos mismos. Así mismo, el gráfico 3.2 muestra un porcentaje similar, en relación al tipo de metas establecidas, al considerar los segmentos de menor poder adquisitivo.

Cabe destacar que una porción de sujetos pertenecientes al grupo de mayor NSE expresó indiferencia frente al establecimiento de metas, mientras que un grupo minoritario de los sujetos de menor NSE manifestó establecer metas vinculadas a conductas negativas.

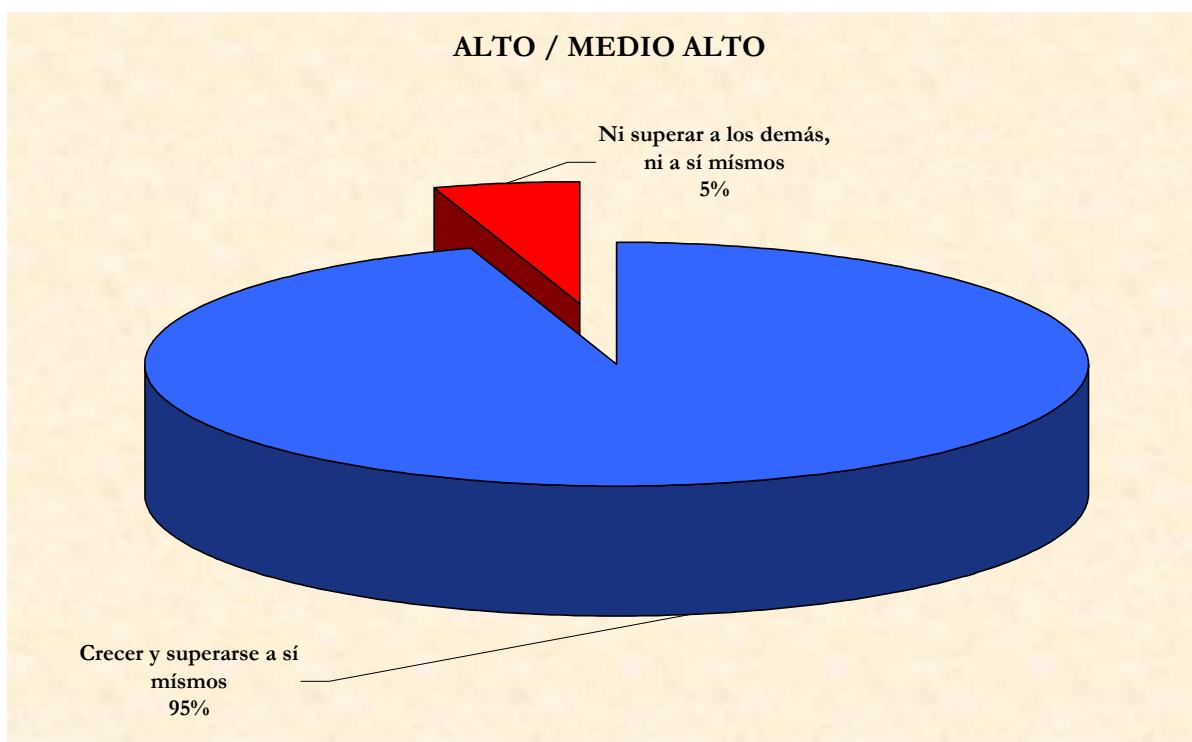


Gráfico 3.1 – Necesidad de logro del segmento alto / medio alto.

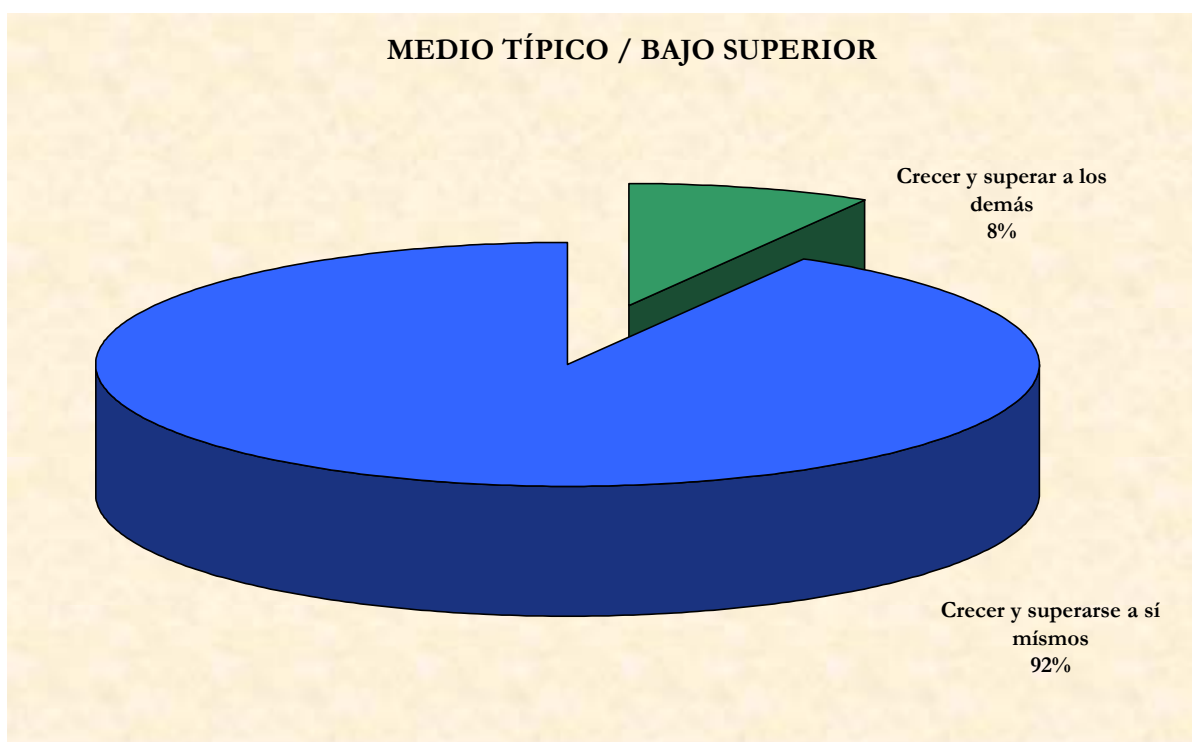


Gráfico 3.2 – Necesidad de logro del segmento medio típico / bajo superior.

En relación al significado de la educación superior, es posible observar que, tanto las personas de nivel alto / medio alto como las que pertenecen al segmento medio típico / bajo superior expresan similitudes en cuanto a los porcentajes de respuesta. A fin de comparar los datos sobre la representación mental que los potenciales estudiantes de grado se forman en

relación a la educación superior universitaria, se elaboraron las tablas 3.6 y 3.7. La cantidad de respuestas es mayor a la cantidad de personas encuestadas de nivel socioeconómico alto y medio alto ya que la pregunta admite múltiples respuestas por encuestado (20 encuestados). En la tabla 3.7, la cantidad de respuestas es mayor a la cantidad de personas encuestadas de nivel socioeconómico medio típico y bajo superior ya que la pregunta admite múltiples respuestas por encuestado (60 encuestados)

La universidad es un medio para...	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
...ser alguien en la vida	16	24,2
...crecer en el aspecto personal	14	21,2
...conseguir trabajos mejor remunerados	8	12,1
...ser independiente económicamente	13	19,7
...ser profesional	15	22,7
Total	66	100

Tabla 3.6 – Significado de la educación superior según personas de NSE alto / medio alto.

La universidad es un medio para...	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
...ser alguien en la vida	34	21,3
...crecer en el aspecto personal	41	25,6
...conseguir trabajos mejor remunerados	20	12,5
...ser independiente económicamente	28	17,5
...ser profesional	37	23,1
Total	160	100

Tabla 3.7 – Significado de la educación superior según personas de NSE medio típico / bajo superior.

En relación al objetivo que intenta conocer el momento del tiempo en que los potenciales estudiantes universitarios toman la decisión de iniciar los estudios superiores, es posible observar que ninguna persona de los niveles socioeconómicos más altos tomó la decisión después de terminar el secundario. A diferencia de este grupo, el 16% de aquellos que pertenecen a los niveles más bajos, expresan haber tomado dicha decisión después de terminar el secundario. La tabla 3.8 muestra la distribución de frecuencias según el NSE de los encuestados.

Momento de la decisión	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Cuando estaba en el primario	8	40,0%	27	45,0%
Cuando eligió la especialidad del poli modal	6	30,0%	10	16,7%
Cuando estaba cursando quinto año	1	5,0%	5	8,3%
Cuando estaba cursando sexto año	5	25,0%	8	13,3%
Después de terminar el secundario			10	16,7%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.8 – Momento de la decisión según personas de NSE medio típico / bajo superior.

Respecto del objetivo que pretende identificar el o los medios a través de los cuales, los potenciales estudiantes universitarios, adquieren conocimientos acerca de la oferta educativa, se observa la presencia de tres sitios que cumplen la función de fuente de información: Internet, la sede de las instituciones universitarias y la exposición de carreras.

En la tabla 3.9 se puede observar la preferencia de los encuestados de ambos niveles socioeconómicos al momento de consultar información. En primer lugar se encuentran las sedes de las instituciones universitarias, seguidas por la exposición de carreras y en último lugar la Internet. Ambos grupos manifiestan, en promedio, el mismo orden de preferencia por las fuentes de información referenciadas.

	Sitio	Nivel socioeconómico	
		Alto / Medio Alto	Medio típico / Bajo superior
1	La sede de las universidades	1,4	1,38
2	Expocarreras	2,1	2,25
3	Internet	2,5	2,37

Tabla 3.9 – Preferencia de fuentes de información según NSE de los encuestados.

Los potenciales estudiantes universitarios buscan, además, información sobre la oferta educativa en diferentes personas que gozan de confianza a la hora de conocer las alternativas en materia de educación universitaria. Como se evidencia en la tabla 3.10, la fuente más consultada por los encuestados de niveles socioeconómicos más altos, está definida por sus familiares. De 20 personas encuestadas de nivel socioeconómico alto y medio alto, el 80 % ha consultado alguna de las fuentes de información mencionadas en la tabla. La cantidad de respuestas asciende a 30 ya que la pregunta admite múltiples respuestas por encuestado.

Fuente de información consultada por la Clase Alta y Media Alta	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Amigos	7	23,3
Familiares	10	33,3
Profesores del colegio secundario	2	6,7
Psicólogos (curso de orientación vocacional)	6	20
Profesionales egresados de alguna universidad	5	16,7
Total	30	100

Tabla 3.10 – Fuentes de información consultada según personas de NSE alto / medio alto.

A diferencia del grupo anterior, la fuente de información más consultada por las personas de los dos niveles socioeconómicos más bajos, refiere al grupo de amigos. De 60 personas encuestadas de nivel socioeconómico medio típico y bajo superior, el 76 % ha

consultado alguna de las fuentes de información mencionadas en la tabla. La cantidad de respuestas asciende a 87 ya que la pregunta admite múltiples respuestas por encuestado.

La tabla 3.11 presenta la distribución de frecuencias de las fuentes de información según el NSE de los encuestados.

Fuente de información consultada por la clase Media Típica y Baja Superior	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Amigos	27	31
Familiares	26	29,9
Profesores del colegio secundario	9	10,3
Psicólogos (curso de orientación vocacional)	9	10,3
Profesionales egresados de alguna universidad	16	18,4
Total	87	100

Tabla 3.11 – Fuentes de información consultada según personas de NSE medio típico / bajo superior.

Una vez expresada la cantidad de respuestas asumidas por cada categoría, resulta de utilidad elaborar el gráfico 3.3 a fin de comparar las frecuencias relativas que ambos segmentos manifestaron. El grupo de encuestados de nivel alto / medio alto reconoce al seno familiar como la alternativa más conveniente para buscar información, mientras que los sujetos de menor poder adquisitivo reconocen a sus amistades como la mejor fuente de información.

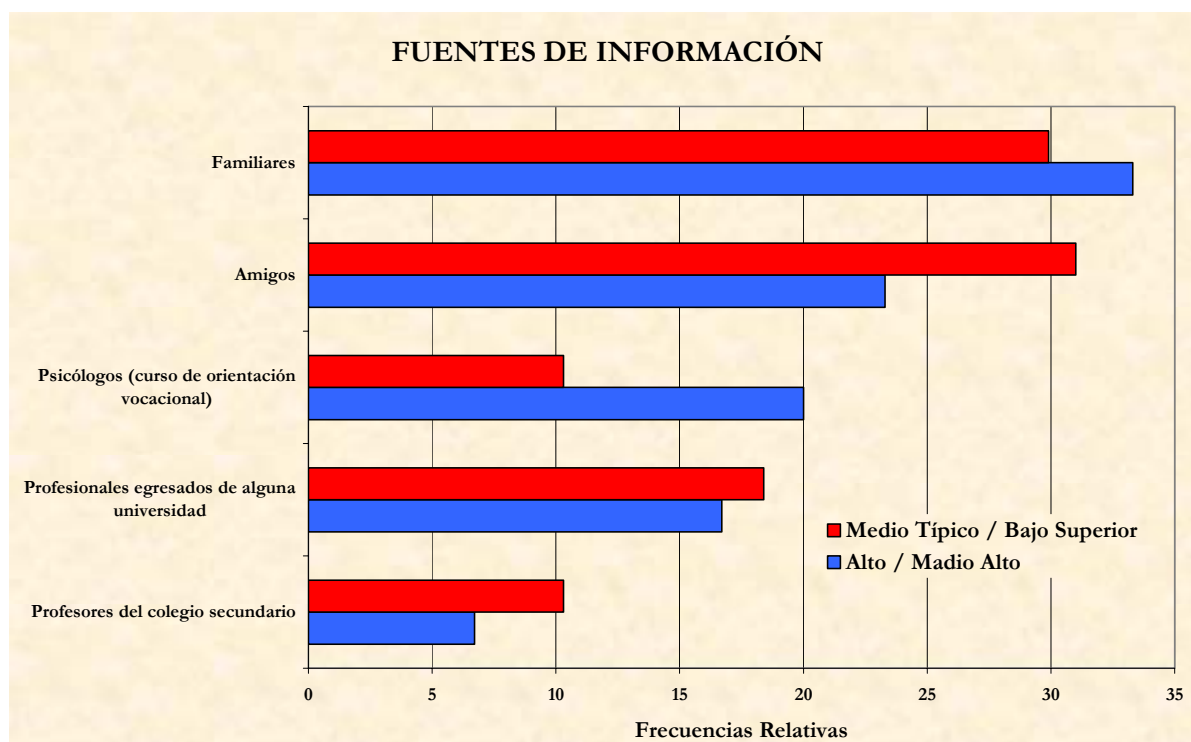


Gráfico 3.3 – Fuentes de información consultadas según NSE de los encuestados.

Otro objetivo de investigación pretende conocer los criterios a través de los cuales son evaluadas las casas de altos estudios. En el gráfico 3.4 se puede observar la importancia que ambos grupos de distintos NSE, han asignado a cada uno de los criterios mediante el cálculo de los promedios.

Aquellos promedios más cercanos al eje x (punto de corte con el eje y), representan los criterios más importantes, mientras que aquellos que más se alejen del mismo, representan los criterios menos importantes.

Las personas del nivel medio típico / bajo superior han expresado, respecto de aquellas que pertenecen a los dos niveles más altos, una mayor importancia de la relación profesor – alumno, del carácter público o privado de una institución y del prestigio de la universidad. Mientras que manifestaron un menor grado de importancia respecto del tipo de gente que asiste a la institución.

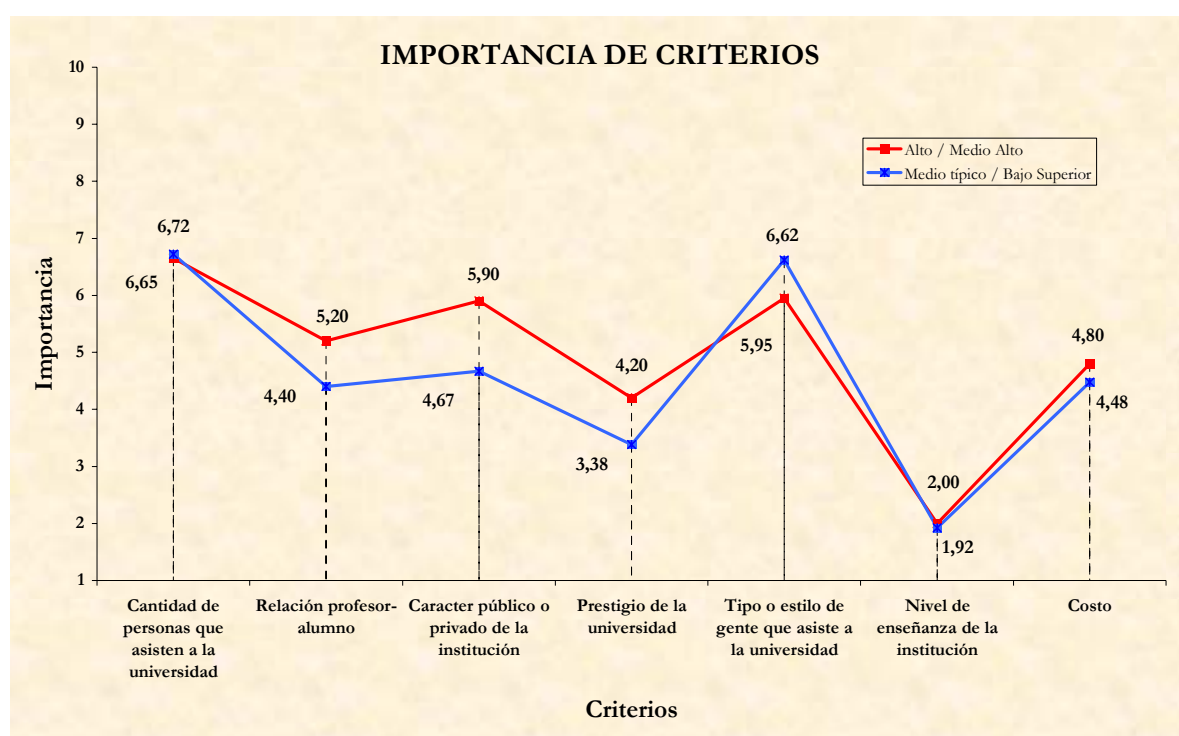


Gráfico 3.4 – Criterios de selección de instituciones académicas según NSE de los encuestados.

Además se indagó sobre aquello que representa el prestigio de una institución. Como se puede observar en la tabla 3.12, el 15% de las personas de nivel medio típico / bajo superior cree que el prestigio refiere al reconocimiento de la sociedad por la trayectoria de la casa de altos estudios. Si se considera el grupo de los dos niveles más altos, dicho porcentaje representa el 5 %. En el resto de las categorías de respuesta, ambos grupos muestran similares distribuciones porcentuales.

¿Qué significa que una universidad tenga prestigio?

	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Forma profesionales capaces de desempeñarse en el ámbito laboral	5	25,0%	12	20,0%
Sus egresados consiguen los trabajos mejor remunerados	2	10,0%	5	8,3%
Reconocimiento de la sociedad por su trayectoria	1	5,0%	9	15,0%
Reconocimiento de la sociedad por su nivel de enseñanza	12	60,0%	34	56,7%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.12 – Significado de prestigio según NSE de los encuestados.

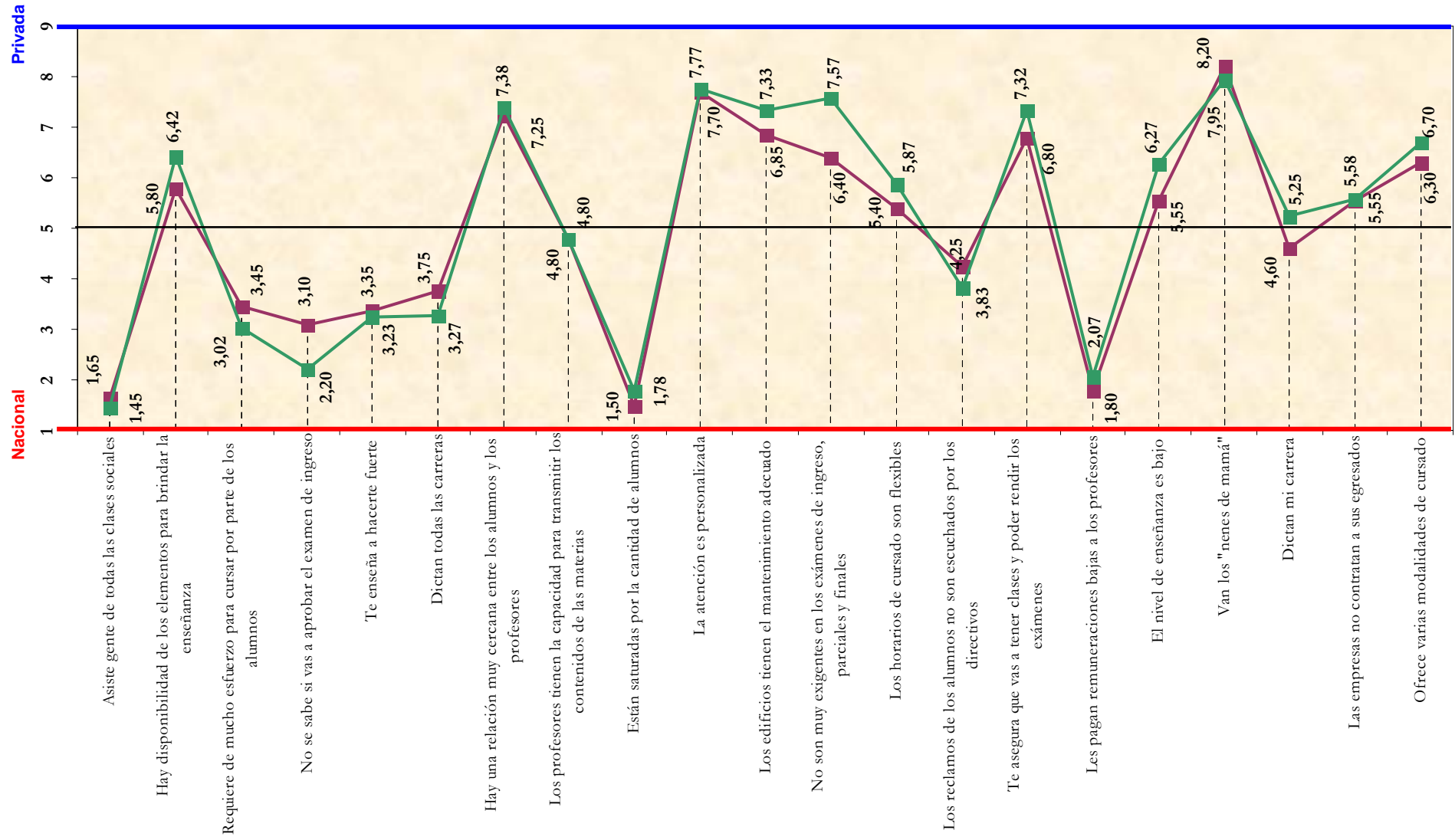
Otro de los objetivos de investigación intenta medir la actitud de los potenciales estudiantes universitarios frente a las universidades privadas y públicas. De la misma manera que este concepto fue explicado en el apartado anterior, aquí se retoma el modelo tricomponente.

El primer componente del modelo hace referencia a todos aquellos conocimientos o caudal de información que los potenciales estudiantes poseen en relación a los centros de educación superior.

El gráfico 3.5 muestra una serie de afirmaciones en relación a los centros de educación superior. A los encuestados se les solicitó que evalúen cada proposición en base al grado en que éstas se ajustan a las instituciones privadas o a la Universidad Nacional. Los nodos que se evidencian, representan el promedio de puntos que obtuvo cada afirmación.

Cuanto más cerca están los nodos respecto del eje central del gráfico (punto 5 del eje X), se refleja la creencia de los encuestados, de que la proposición se ajusta tanto a la Universidad Nacional de Córdoba como a las universidades privadas.

En caso de mayor cercanía de los nodos en relación al punto 9 del eje X (línea azul), la afirmación se ajusta más a las universidades privadas que a la Universidad Nacional de Córdoba. Por el contrario, si la cercanía de los nodos con el punto 1 del eje X (línea roja) es mayor, entonces la proposición se ajusta más a la Universidad Nacional de Córdoba.



El segundo componente del modelo actitudinal refiere a los sentimientos o emociones de los potenciales estudiantes universitarios. Resulta útil recordar que los rasgos que se presentan a continuación, refieren a cómo se sentirían, aquellos que pertenecen a los niveles socioeconómicos más altos y aquellos de los niveles más bajos, si cursaran la carrera de grado en una institución pública o privada.

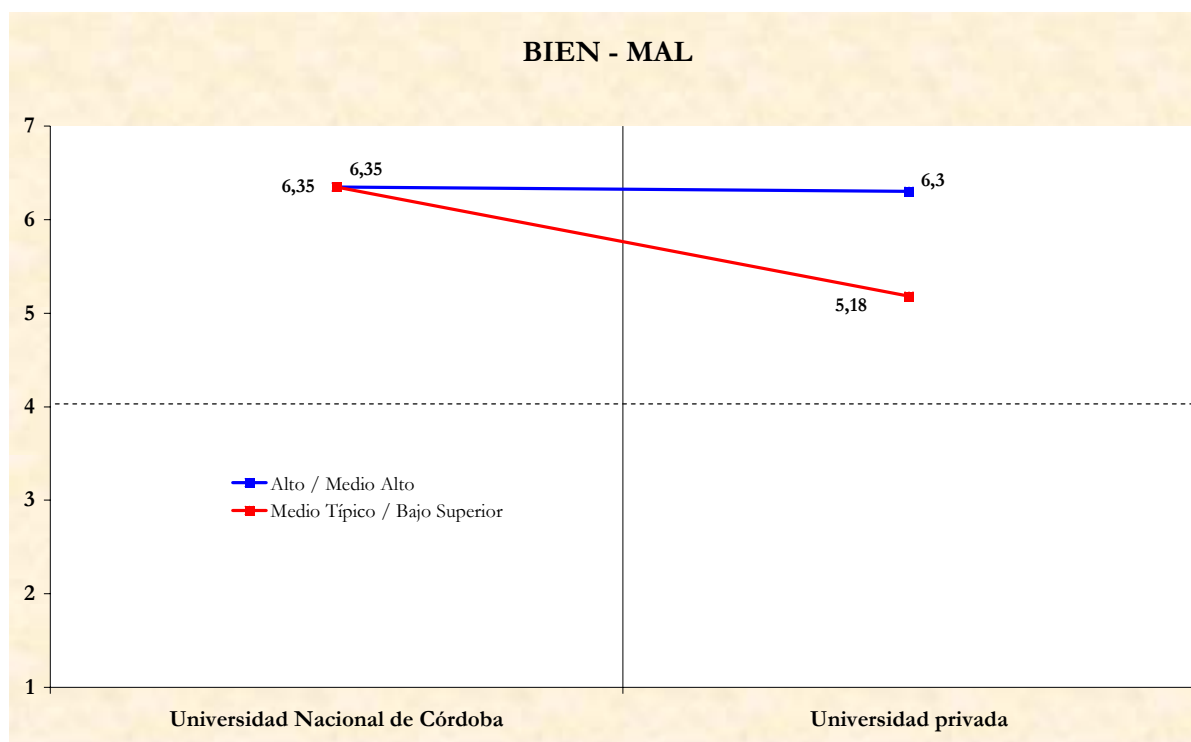


Gráfico 3.6 – Sentimiento de bienestar según NSE de los encuestados.

El gráfico 3.6 refleja que, en promedio, los encuestados NSE alto / medio alto se sentirían mejor que los de NSE medio típico / bajo superior, si cursaran una carrera de grado en alguna institución privada, mientras que si cursaran la carrera en la Universidad Nacional de Córdoba, ambos grupos manifiestan el mismo sentimiento.

El segundo rasgo refiere a la generación de un sentimiento de comodidad o incomodidad. El gráfico 3.7 muestra los promedios obtenidos por cada grupo de NSE.

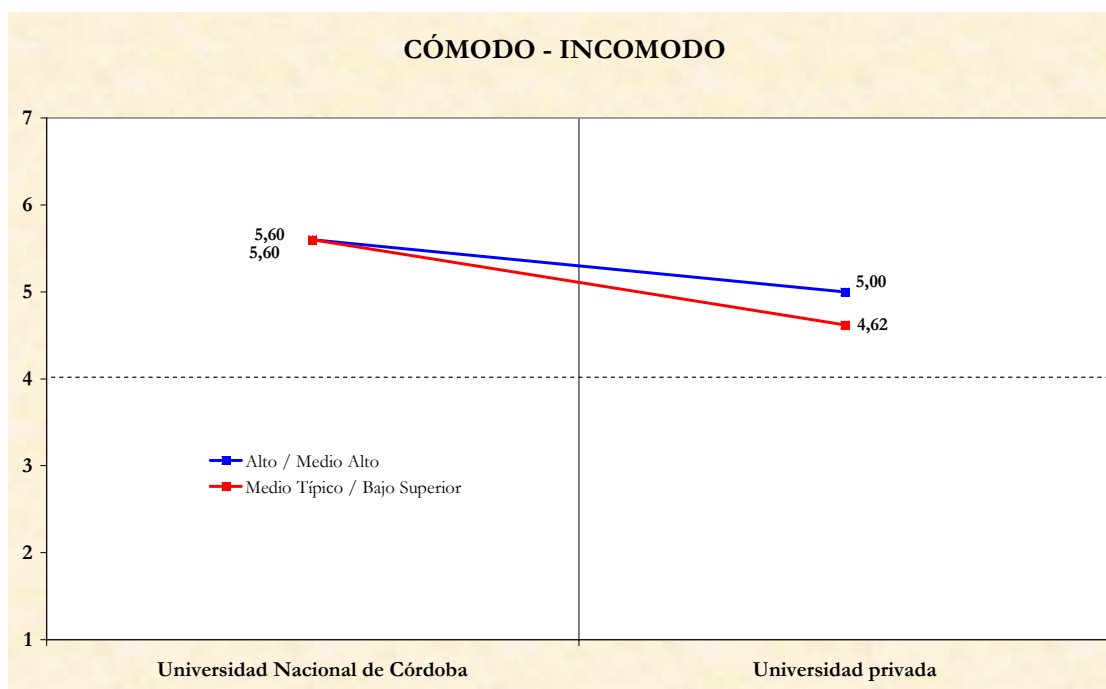


Gráfico 3.7 – Sentimiento de comodidad según NSE de los encuestados.

Al respecto, es posible destacar que las personas de NSE más alto manifestaron que sentirían mayor comodidad que aquellas de menor NSE en una institución privada. Si decidieran cursar en la U.N.C, ambos grupos sentirían el mismo grado de comodidad.

El tercer rasgo refiere a la generación de seguridad o inseguridad. El gráfico 3.8 muestra que los dos promedios del grupo de NSE más alto, se ubican por encima de los dos promedios del grupo de menor NSE. Por lo que se evidencia un mayor grado de seguridad en el primer grupo.

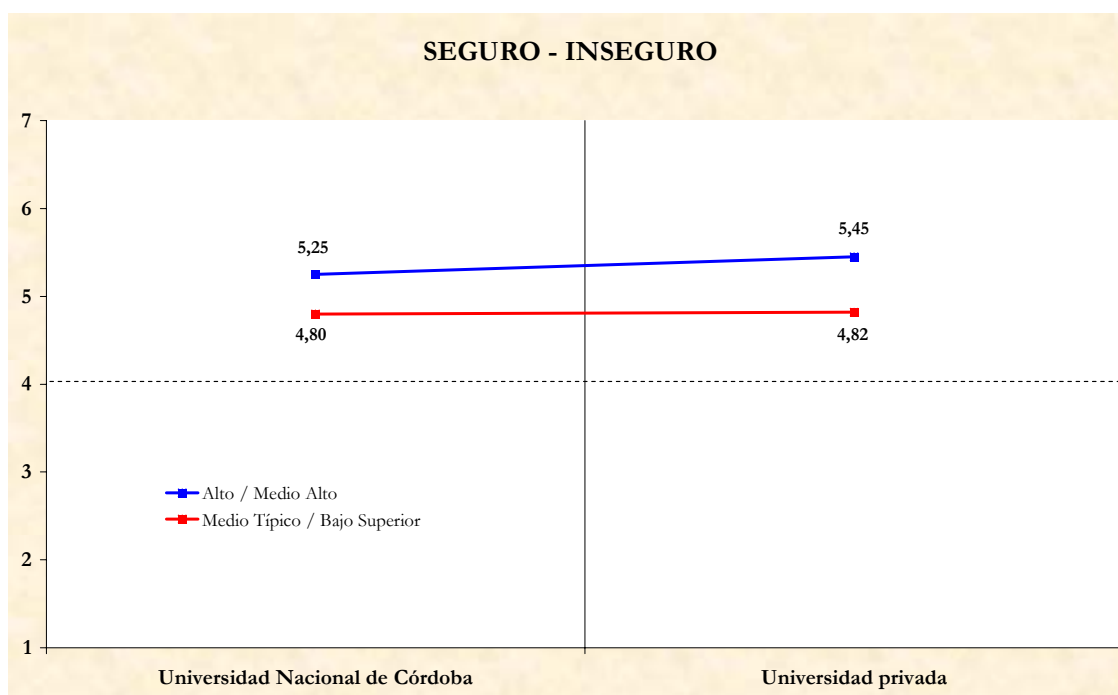


Gráfico 3.8 – Sentimiento de seguridad según NSE de los encuestados.

Finalmente, se indagó en cuál de las instituciones se sentirían más a gusto. Los promedios del gráfico 3.9 expresan que el grupo de NSE más bajo manifiesta un menor agrado, si estos decidieran cursar en alguna institución privada.

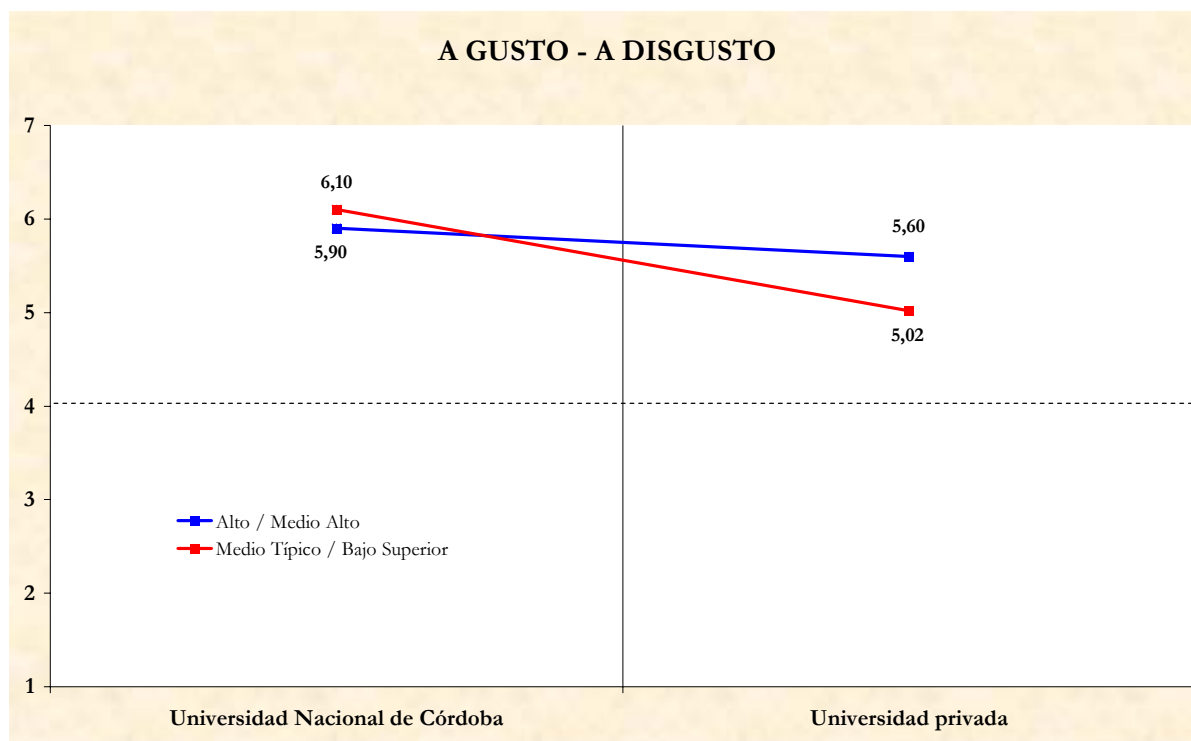


Gráfico 3.9 – Sentimiento de agrado según NSE de los encuestados.

Finalmente, el tercer componente del modelo hace referencia a la probabilidad de que un potencial estudiante universitario decida estudiar en una institución de gestión pública o en una privada. En la tabla 3.13 se puede observar que el 35 % de las personas de NSE más alto, se encuentra indeciso respecto de la elección de una institución privada o pública. Dicho porcentaje de indecisos, se reduce al 23% al considerar el segmento de menor nivel socioeconómico.

¿Qué tan probable es que elijas cursar tu carrera en la Nacional o en una privada?				
	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Definitivamente iré a la universidad nacional	8	40,0%	26	43,3%
Probablemente iré a la universidad nacional	4	20,0%	14	23,3%
No estoy seguro a cuál de las dos iré	7	35,0%	14	23,3%
Probablemente iré a una universidad privada	1	5,0%	4	6,7%
Definitivamente iré a una universidad privada			2	3,3%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.13 – Componente conativo de la actitud según NSE de los encuestados.

Otro de los objetivos de investigación refiere a la percepción de riesgos, por parte de los potenciales estudiantes universitarios, en relación a la elección de una institución académica. Respecto de la percepción de posibles riesgos financieros, se observa que el 40% de los encuestados de NSE más alto, cree que no se justifica pagar el valor de las cuotas en los centros educativos de gestión privada, mientras que ese porcentaje se reduce al 25% si se consideran los datos recabados del grupo de menor NSE. La tabla 3.14 muestra la distribución de frecuencias de la percepción de riesgo financiero según NSE.

¿Se justifica pagar el valor de las cuotas mensuales para acceder a las universidades privadas?				
	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Si se justifica	5	25,0%	21	35,0%
No se justifica	8	40,0%	15	25,0%
No sabe / No contesta	7	35,0%	24	40,0%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.14 – Percepción del riesgo financiero según NSE de los encuestados.

En el caso del valor de las contribuciones estudiantiles de la Universidad Nacional de Córdoba, la opinión de ambos grupos, como se evidencia en la tabla 3.15, no manifiesta diferencias significativas.

¿Se justifica pagar el valor de las contribuciones estudiantiles para acceder a la Universidad Nacional de Córdoba?				
	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Si se justifica	14	70,0%	44	73,3%
No se justifica	2	10,0%	5	8,3%
No sabe / No contesta	4	20,0%	11	18,3%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.15 – Percepción del riesgo financiero según NSE de los encuestados.

A fin de conocer si la percepción de riesgo social resulta ser diferente entre ambos grupos, se elaboró la tabla 3.16 con la opinión de los mismos. Por los datos que se evidencian en la misma, el porcentaje de personas, que manifiestan incertidumbre respecto del comportamiento de sus amistades, es reducido en ambos grupos.

Por su parte, el 85% del grupo de mayor NSE manifiesta seguridad respecto de la posible conducta de sus amistades, si estos decidieran estudiar en una institución de gestión privada. Dicho porcentaje se incrementa hasta el 93% al considerar los datos recabados del grupo de menor NSE.

¿Crees que tus amistades se reirán de vos si estudiáras en una universidad privada?				
	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
Si se reirían	2	10,0%	2	3,3%
No creo que se rian	17	85,0%	56	93,3%
No sabe / no contesta	1	5,0%	2	3,3%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.16 – Percepción del riesgo social según NSE de los encuestados.

Por otra parte, ambos grupos de personas pueden prever que el comportamiento de sus amistades no generaría alguna situación socialmente embarazosa, si estos decidieran estudiar en la Universidad Nacional de Córdoba. Los dos grupos comparten el mismo porcentaje del grado de certidumbre por la conducta del grupo de amigos. La tabla 3.17 expresa la distribución de frecuencias de la percepción del riesgo según NSE.

¿Crees que tus amistades se reirán de vos si estudiáras en la Universidad Nacional de Córdoba?				
	Nivel Socioeconómico			
	Alto / Medio alto		Medio típico / bajo superior	
	Recuento	% col.	Recuento	% col.
No creo que se rian	19	95,0%	57	95,0%
No sabe / no contesta	1	5,0%	3	5,0%
Total	20	100,0%	60	100,0%

Tabla 3.17 – Percepción del riesgo social según NSE de los encuestados.

Por ultimo se pretende conocer de qué manera, los encuestados perciben las piezas comunicacionales de las cinco casas de altos estudios que residen en la ciudad de Córdoba. Las piezas son evaluadas en una serie de dicotomías que surgen de los datos recopilados en la etapa exploratoria.

La primera dicotomía refiere a la cantidad de información que brinda cada artículo. Al respecto, ambos grupos de personas manifiestan promedios similares en su opinión sobre las piezas comunicacionales. El gráfico 3.10 permite efectuar una comparación sobre dichos promedios.

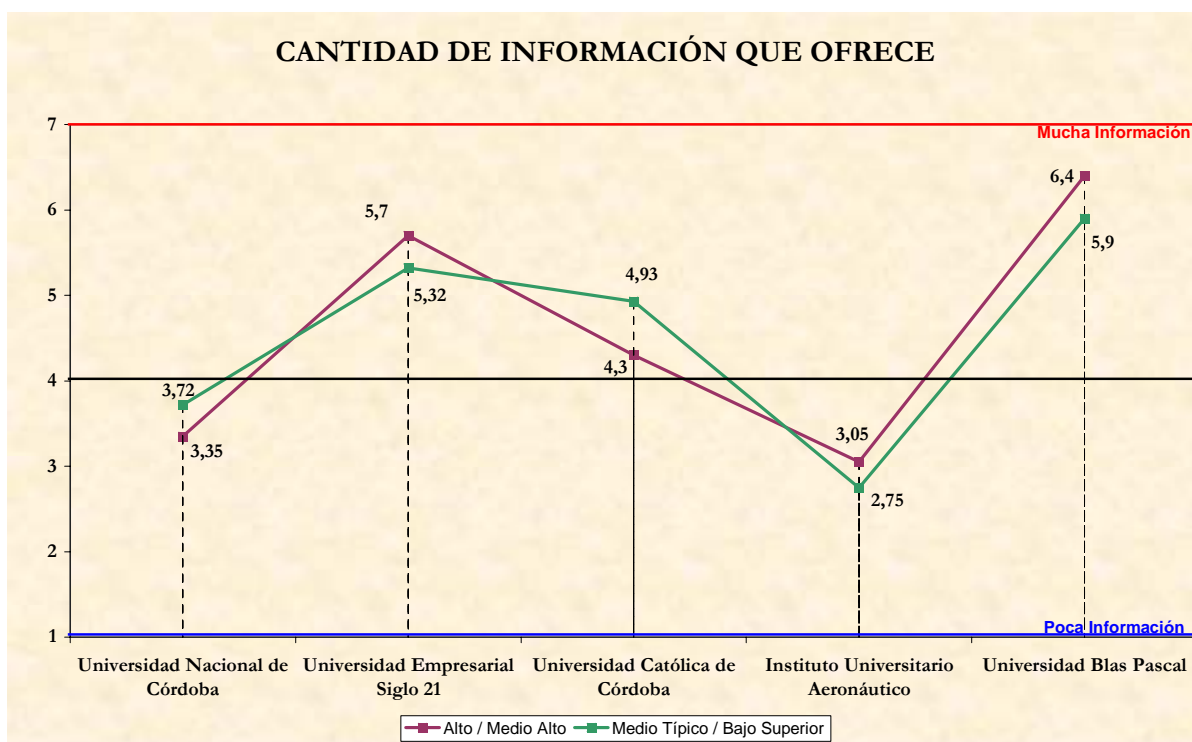


Gráfico 3.10 – Cantidad de información del aviso según NSE de los encuestados.

La segunda dicotomía que se presentó a los encuestados refiere al grado de su agrado o desagrado por el aviso. Como puede observarse en el gráfico 3.11, no se evidencia diferencias significativas entre ambos grupos.

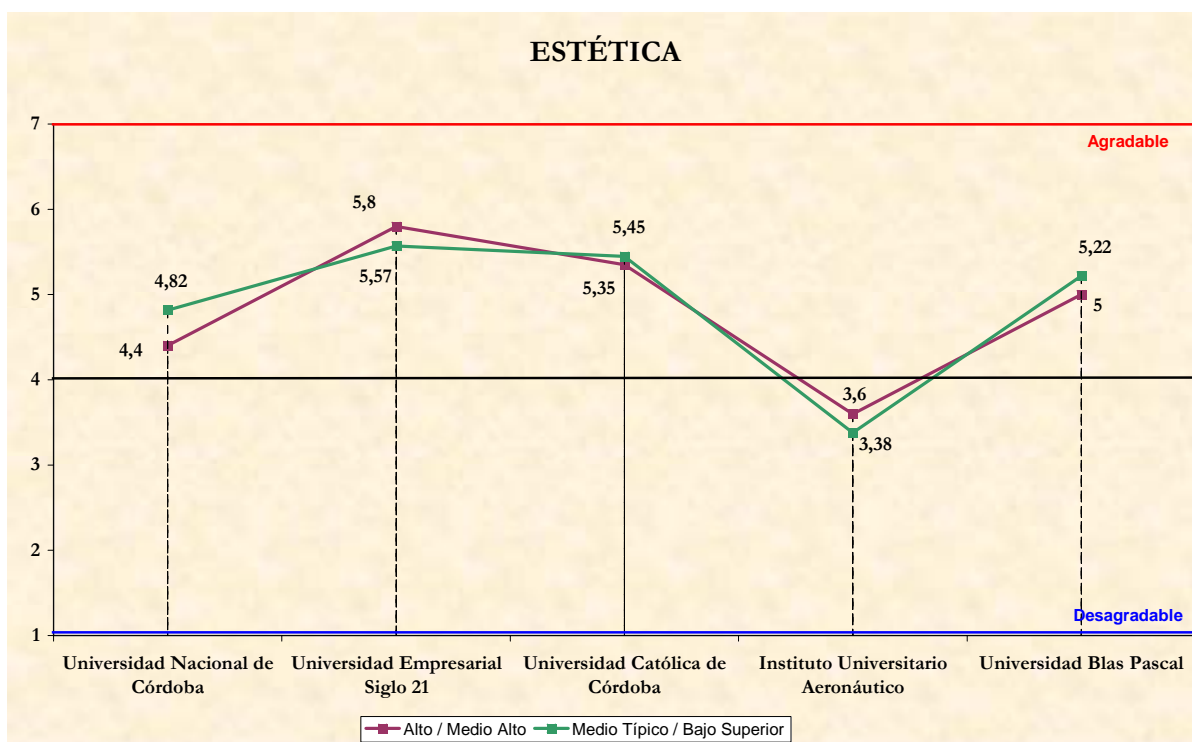


Gráfico 3.11 – Grado de agrado del aviso según NSE de los encuestados.

La tercera dicotomía refiere a la claridad del aviso. Como puede observarse en el gráfico 3.12, ambos grupos perciben de manera similar la claridad de las publicidades de cada institución.

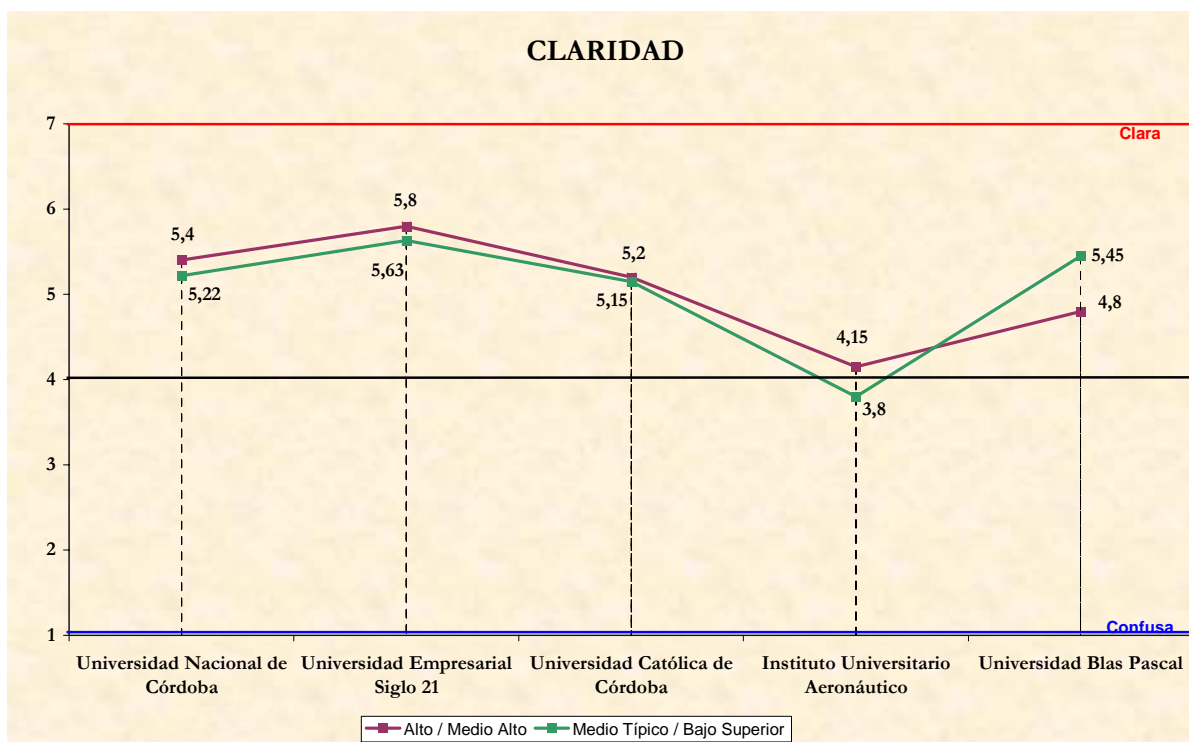


Gráfico 3.12 – Claridad del aviso según NSE de los encuestados.

La cuarta dicotomía que se les presentó a los encuestados refiere a la facilidad o dificultad por recordarla. El gráfico 3.13 muestra que el promedio del NSE más bajo se ubica por debajo de la línea media del eje Y. sin embargo no es posible afirmar la existencia de una diferencia significativa respecto del grupo de mayor NSE.

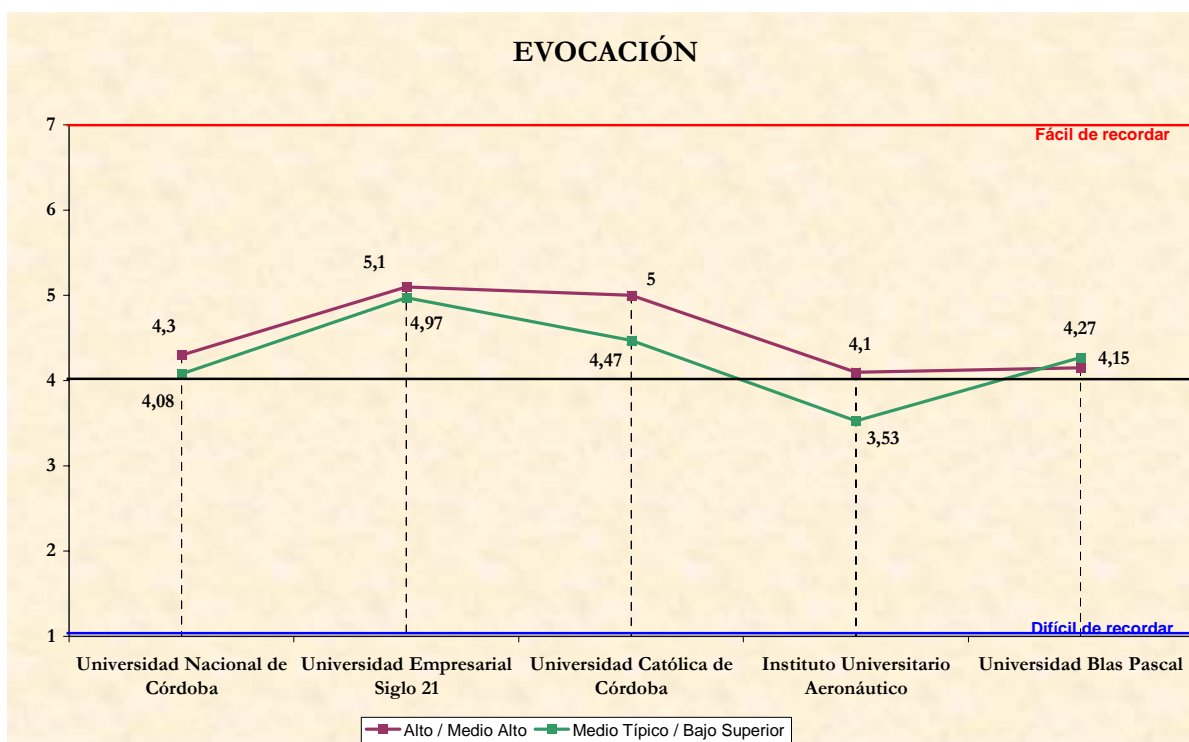


Gráfico 3.13 – Facilidad de recuerdo del aviso según NSE de los encuestados.

La quinta dicotomía que se presentó hizo referencia al tamaño grande o pequeño del aviso. Como se observa en el gráfico 3.14, según la opinión de ambos grupos, la publicidad más pequeña está representada por la Universidad Nacional de Córdoba.

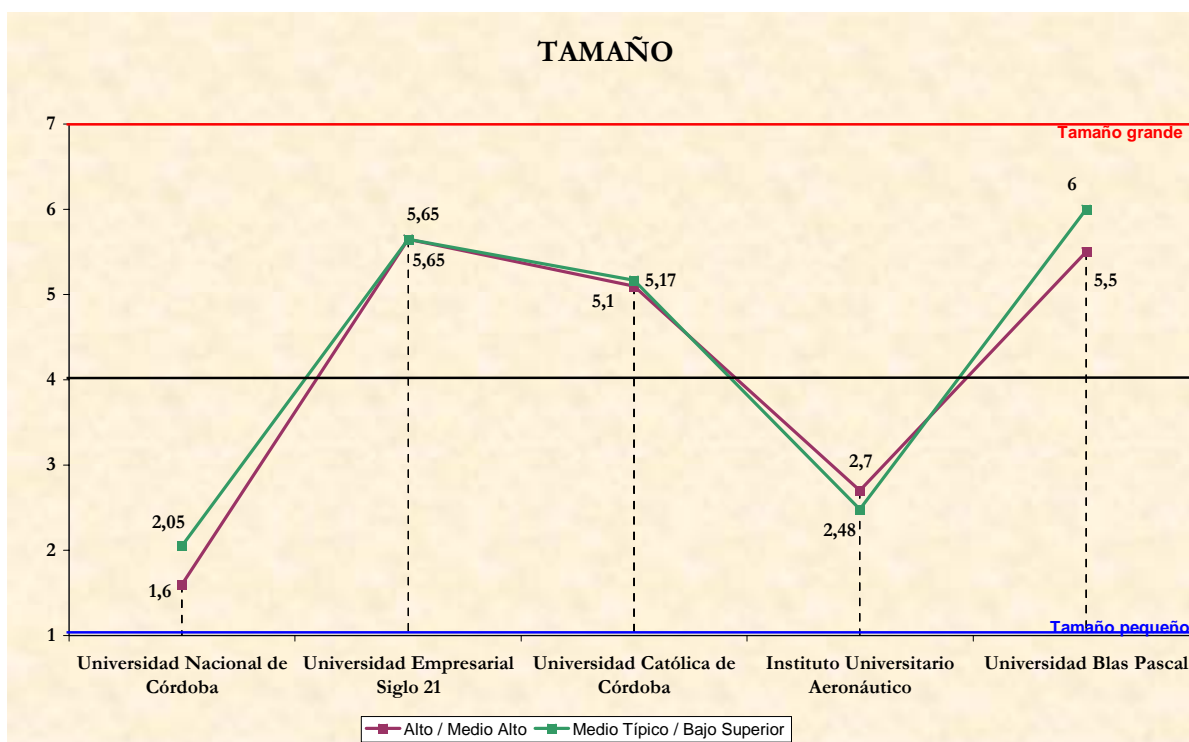


Gráfico 3.14 – Tamaño del aviso según NSE de los encuestados.

Finalmente, se indagó sobre la capacidad de persuasión de cada uno de los avisos publicitarios. Al respecto, ambos grupos expresaron opiniones sin diferencias significativas. El grafico 3.15 muestra los promedios correspondientes a cada NSE.

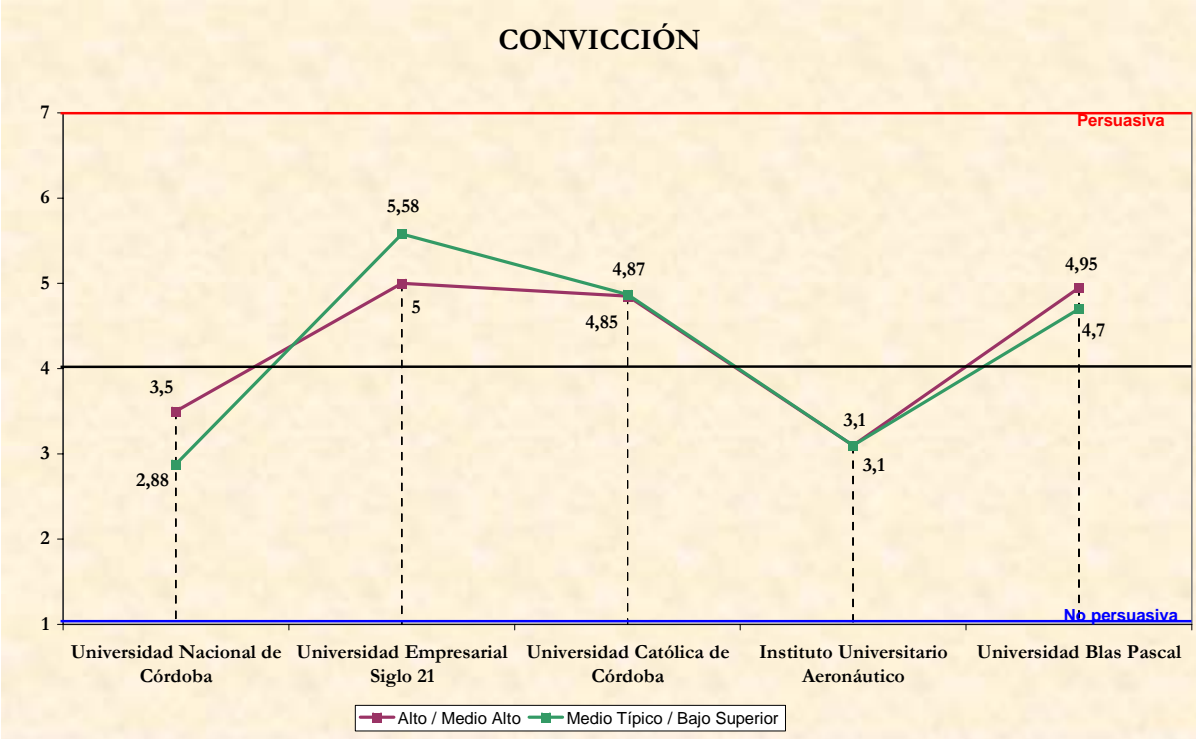


Gráfico 3.15 – Grado de persuasión del aviso según NSE de los encuestados.

ConclusionES

La presente investigación intenta 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.

En el presente apartado se intenta responder al problema de la investigación planteado en las primeras etapas del trabajo. Resulta adecuado, a fin de establecer un orden lógico, presentar la conclusión de la investigación considerando el cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos.

Al inicio del trabajo de investigación se plantearon diversos interrogantes a fin de comprender cómo es el proceso de toma de decisión. Uno de los aspectos involucrados en el mismo 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:

- ✎ 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. Desde el punto de vista de los potenciales estudiantes, 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.

Además de las necesidades de los aspirantes a estudiantes universitarios, los mismos definen determinadas expectativas en relación a la educación superior. Ellos predicen que, una vez concluida la formación de grado, estarán en condiciones de satisfacer la combinación de carencias que enfrentan.

La educación superior resulta tener, según los potenciales estudiantes universitarios, 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 son:

1. Crecer en el aspecto personal
2. Ser profesional
3. Ser alguien en la vida
4. Lograr independencia económica
5. Conseguir los trabajos mejor remunerados

Resulta interesante destacar la diferencia que se manifiesta entre el grupo de hombres y el de mujeres. Por un lado, la mayoría de los varones encuestados interpretan a la educación universitaria como un medio para “Ser profesional”, y por otro, la mayoría de las mujeres encuestadas la consideran un medio para “Crecer en el aspecto personal”.

La imagen mental que los sujetos se forman de la educación universitaria, 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.

Los adjetivos que se identificaron en la etapa exploratoria son:

- ↳ 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.

El resto de los centros educativos (excepto el Instituto Universitario Aeronáutico) destinan mayor cantidad de recursos económicos que los asignados por la U.N.C. para solventar los gastos publicitarios. Esto se evidencia en el mayor espacio que ocupan sus anuncios en los medios.

Además, los sujetos creen que para la U.N.C. resulta innecesario desarrollar campañas publicitarias persuasivas debido al exceso en las matrículas 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. En la fase exploratoria se logró identificar tres fuentes de información: las sedes de las universidades, Internet y las exposiciones de carreras (expocarreras). En la segunda etapa, la descriptiva, se intentó conocer el orden de preferencias de las mismas a la hora de buscar información por parte de los aspirantes a estudiantes.

Los resultados indican que 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 con el sujeto decisor: los familiares, amigos, profesores del colegio en el que cursaron la educación media, psicólogos (cursos de orientación vocacional) y profesionales egresados de alguna institución universitaria. Estos grupos actúan como referencia ya que guían la conducta de los potenciales estudiantes universitarios.

Según los datos obtenidos en la fase descriptiva de la investigación, las 2 fuentes de información más consultadas por los hombres, se encuentran representadas por familiares y amigos.

En el caso del grupo femenino, la fuente más consultada está vinculada al seno familiar. El grupo de amistades y los profesionales egresados de alguna universidad son las dos fuentes que pugnan por el segundo lugar en relación a la preferencia al momento de consultar información.

Al considerar la información según los niveles socioeconómicos, es posible destacar por un lado, que el segmento de menor poder adquisitivo ha consultado con mayor frecuencia, que el otro segmento, al grupo de amistades. Por otro lado, el grupo de sujetos que pertenecen al NSE más alto manifestó haber recurrido a los cursos de orientación vocacional con mayor frecuencia que los sujetos del nivel más bajo.

Otro aspecto con incidencia en el proceso de decisión, está vinculado a los criterios que cumplen la función evaluadora sobre las instituciones académicas. En la primera fase, la exploratoria, se logró identificar 7 normas o criterios. Luego, en la descriptiva, los potenciales estudiantes universitarios ponderaron dichas normas a fin de conocer cuáles son determinantes y cuáles sobresalientes.

A continuación se muestra el orden de importancia de los criterios identificados. Los primeros cinco resultaron ser decisivos o determinantes a la hora de elegir una institución, mientras que los últimos dos criterios fueron considerados como importantes o sobresalientes.

1. Nivel de enseñanza de la institución: El grupo de los hombres le otorga a esta norma mayor grado de importancia que el grupo de mujeres.
2. Prestigio de la universidad: El grupo de los hombres le otorga a esta norma mayor grado de importancia que el grupo de mujeres.
3. Costo: El grupo de los hombres le otorga a esta norma mayor grado de importancia que el grupo de mujeres.
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. Los sujetos de menor NSE le otorgan mayor relevancia que aquellos que pertenecen al nivel más alto.
6. Tipo o estilo de gente que asiste a la institución

7. Cantidad de personas que asisten a la universidad: El grupo de los hombres le otorga a esta norma mayor grado de importancia que el grupo de mujeres.

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 la actitud que los potenciales estudiantes universitarios poseen respecto de las mismas. A los fines de lograr una mejor comprensión de la actitud, resulta adecuado distinguir los tres componentes considerados en el modelo aplicado.

En la fase exploratoria se identificaron 21 atributos en relación a las instituciones académicas. Según los encuestados, algunos se ajustan en mayor medida a la Universidad Nacional de Córdoba, mientras que otros, tienen un mayor grado de ajuste a las instituciones privadas. Estas creencias representan el componente cognitivo de la actitud.

Los atributos que se ajustan más a la Universidad Nacional de Córdoba son:

Aspectos positivos	Aspectos negativos
↳ Asiste gente de todas las clases sociales.	↳ No hay certeza de ingreso debido al examen de admisión.
↳ Requiere de mucho esfuerzo de los alumnos para cursar una carrera.	↳ Está saturada por la cantidad de alumnos.
↳ Enseña a “hacerte fuerte”.	↳ Los reclamos de los alumnos no son escuchados por los directivos.
↳ Dictan todas las carreras.	↳ Los docentes tienen bajo nivel de remuneraciones.
↳ Los profesores tienen la capacidad para transmitir los contenidos de las materias.	

Tanto hombres como mujeres expresaron opiniones similares en relación al grado de ajuste de los atributos sobre las instituciones públicas y las privadas. Sin embargo, al considerar el atributo “los profesores tienen la capacidad para transmitir los contenidos de las materias”, las mujeres manifestaron un mayor grado de vinculación con la Universidad Nacional de Córdoba, mientras que los hombres consideraron que se ajusta más a las universidades privadas.

Los atributos que se ajustan más a las instituciones de gestión privada son:

Aspectos positivos	Aspectos negativos
⇒ Hay disponibilidad de los elementos para brindar la enseñanza	⇒ No son muy exigentes en los exámenes de ingreso, parciales y finales
⇒ Hay una relación muy cercana entre los profesores y los alumnos	⇒ El nivel de enseñanza es bajo
⇒ La atención es personalizada	⇒ Van los “nenes de mama”
⇒ Los edificios tienen el mantenimiento adecuado	⇒ Las empresas no contratan a sus egresados
⇒ Los horarios de cursado son flexibles,	
⇒ Está garantizada la regularidad en el dictado de clases y toma de exámenes.	
⇒ Ofrece varias modalidades de cursado.	

Con respecto al componente emotivo de la actitud, los encuestados 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.

El tercer y último componente de la actitud refiere a la intención de ingresar al sistema privado o a la Universidad Nacional de Córdoba. La mayoría de los encuestados se mostraron a favor de asistir a la U.N.C., mientras que el 8% de los encuestados se manifestó con la intención de cursar en alguna institución privada.

Las mujeres mostraron la voluntad de optar por el sistema público en mayor medida que los hombres, mientras que estos últimos expresaron un mayor grado de inseguridad al momento de elegir por uno u otro tipo de gestión educativa.

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.

El proceso de decisión 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.

Aproximadamente la tercera parte de los encuestados 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 por el 9% de la muestra. Es decir, 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 riesgo al seleccionar la U.N.C.

Resulta conveniente destacar que el riesgo financiero es percibido con mayor frecuencia en los segmentos de mayor adquisitivo.

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 toman la decisión de 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 5° año de la educación media o antes, mientras que dicho porcentaje se reduce al 60% al considerar al grupo masculino.

Finalmente, resulta adecuado concluir que las personas que pertenecen al NSE más alto requieren de menor cantidad de tiempo para tomar la decisión de iniciar la formación universitaria. La totalidad de los encuestados del segmento de mayor poder adquisitivo tomaron la decisión antes de terminar el último año de la escuela media, mientras que si se considera al grupo de menor NSE, es posible encontrar un conjunto de sujetos que tomó la decisión una vez finalizada la educación secundaria.

SUGERENCIAS

En este apartado se expresan posibles sugerencias a considerar a fin de obtener un mayor grado de comprensión sobre el proceso de decisión de los potenciales estudiantes universitarios.

Luego de los resultados obtenidos, resultaría interesante aplicar el instrumento de recolección de datos descriptivos (cuestionario) a una muestra seleccionada de manera aleatoria. Esto permitiría inferir los resultados, con cierto grado de confianza, sobre la población de estudio.

Del mismo modo, sería posible estimar las diferencias entre hombres y mujeres en relación a las variables de estudio, como así también las diferencias entre personas de diferentes niveles socioeconómicos. Quizás se pueda concluir que entre diferentes poblaciones existen diferencias significativas, ya sea a favor o en contra de las instituciones públicas o privadas.

Además sería interesante indagar, de manera profunda, aquello que se representa en la mente de los potenciales estudiantes universitarios cuando se refieren al “nivel de enseñanza de una universidad” y al “prestigio de una universidad”. Para ello resulta conveniente sondear, de manera exploratoria, el significado de dichas variables.

La aplicación de un método cualitativo, luego del cuantitativo, posiblemente permita reconstruir las categorías específicas que los participantes emplean en la conceptualización de sus propias experiencias y en su concepción del mundo universitario.

El presente trabajo de investigación podría servir de base para investigar sobre la imagen que los aspirantes a estudiantes universitarios poseen, en relación a cada una de las instituciones que residen en la ciudad de Córdoba. De esta manera conocer la posición que ocupa en el imaginario colectivo, la Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Católica de Córdoba, Universidad Empresarial Siglo 21, Universidad Blas Pascal y el Instituto Universitario Aeronáutico.

BAPTISTA LUCIO, Pilar, Carlos FERNÁNDEZ COLLADO y Roberto HERNÁNDEZ SAMPIERI, *Metodología de la Investigación*, 3ª edición, McGraw-Hill, México 2004

BOLETÍN OFICIAL DE LA NACIÓN, Ley de Educación Superior (24.521)

CAMPENHOUDT, Luc Van y Raymond QUIVY, *Manual de Investigación en Ciencias Sociales*, Limusa S.A., México 1998

CAPRIOTTI, Paul, *La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada*, 1ª edición, Editorial Consejo Superior de Relaciones Públicas de España, Barcelona 1992.

DELLA BITTA, Albert y David LOUDON, *Comportamiento del Consumidor Conceptos y Aplic.*, 4ª edición, Mc Graw Hill, México 2001

FISCHER, G.N., *Psicología social: conceptos fundamentales*, Narsea S.A., Madrid 1990

GATES, Roger y Carl MCDANIEL, *Investigación de Mercados Contemporanea*, 4ª edición, Internacional Thomson Editores, México 1999

KANUK, Leslie y León SCHIFFMAN, *Comportamiento del Consumidor*, 5ª edición, Prentice Hall, México 1997.

KANUK, Leslie y León SCHIFFMAN, *Comportamiento del Consumidor*, 7ª edición, Prentice Hall, México 2001.

MANES, Juan Manuel, *Marketing para instituciones educativas*, Granica, Buenos Aires 1997

REEVE, Johnmarshall, *Motivación y Emoción*, 3ª edición, McGraw-Hill, México 2003

SECRETARIA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS, 2002, http://www.me.gov.ar/spu/Servicios/Autoridades_Universitarias/autoridades_universitarias.html

VIEYTES, Rut, *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad*, 1ª edición, Editorial de las ciencias, Buenos Aires 2004

ZINKMUND, William, *Investigación de mercados*, 6ª edición, Prentice Hall, México 1995