

SOCIEDAD

Un pedazo del techo golpeó a una maestra en Neuquén;  
paro docente

La Asociación de Trabajadores de Neuquén (ATEN) iniciará mañana un paro por 24 horas, parando las escuelas, luego de que la capital...

Manifestación por el derecho a la educación

En Facebook, fueron a un acuerdo...



...me en una escuela...  
...ocó a un paro...  
...los establecimientos educativos...  
...los alumnos como docentes...  
...la última oferta salarial y puso fin a...  
...reunión en el Consejo de...  
...votó la última oferta salarial y puso fin a...  
...reunión en el Consejo de...  
...votó la última oferta salarial y puso fin a...  
...reunión en el Consejo de...

ATEN se...  
...mejores...

ATEN votó...  
...erán 27...

plenario de secretarías...  
...xtenderán hasta...



roga: "Hubo más días de  
de clases"

Se inicia otra semana de c...  
de ATEN

...a dictar clases

...a los p...

...a

...a

...a

...a

...a

...a

...a

...a

...a

...a

...a

...a

...a



FACULTAD DE TURISMO

MAESTRIA EN MARKETING DE SERVICIOS

TESIS DE MAESTRIA

# APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DE LOS ATRIBUTOS Y PREFERENCIAS CONSIDERADOS EN EL PROCESO DE SELECCIÓN DE UN COLEGIO DE EDUCACION MEDIA CASO DE ESTUDIO: NEUQUÉN CAPITAL

Lic. BARBARA SOFIA ROJAS

Neuquén, Argentina

Noviembre de 2019

Directora: Mg. Andrea Gutauskas

Codirectora: Mg. Lucia Tamagni

ESCUELA CERRADA  
MAESTRS EN CASA  
EXIGIEN...

## **Dedicatoria**

En mi primer lugar a mi gran compañero de vida y esposo Alejandro. Sin su apoyo incondicional y acompañamiento no podría haberle dedicado tanto tiempo a este proyecto. Por todas esas veces que me acompañaste con un mate, reprogramamos planes y me ayudaste con el trabajo de campo, gracias.

A mis padres que me enseñaron la cultura del estudio y del esfuerzo. Si ellos no hubieran sentado las bases con los valores de la dedicación, la perseverancia y el sentido de la superación personal, hoy no sería la profesional que soy.

## **Agradecimientos**

A mi gran amigo y colega, Darío Aguilera. Desde la facultad siempre siendo mi socio para el estudio y, en este caso en particular, si no nos hubiéramos alentado mutuamente tal vez ninguno de los dos hubiéramos tomado la decisión de empezar esta Maestría. Agradecerle que me concedió la oportunidad de continuar con esta investigación en particular, ya que la temática surgió cuando cursamos el Módulo Metodología y Técnicas de la Investigación de Mercado y fue parte del trabajo de acreditación que hicimos en conjunto.

A Alejandra Scialabba, quien sin conocerme me compartió su tesis, la cual me sirvió para tener una primera aproximación sobre la temática de la educación pública y privada en la Argentina.

A mi directora y codirectora de tesis, Andrea Gutauskas y Lucia Tamagni. Ambas excelentes profesionales que me guiaron en este largo camino. Agradezco su orientación, su predisposición y, por sobre todo, la paciencia que me tuvieron y lo atentas que estuvieron para que no baje los brazos y no pierda de vista los objetivos.

**TESIS DE MAESTRIA**  
**APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DE LOS ATRIBUTOS Y PREFERENCIAS**  
**CONSIDERADOS EN EL PROCESO DE SELECCIÓN DE UN COLEGIO DE EDUCACION**  
**MEDIA**  
**CASO DE ESTUDIO: NEUQUEN CAPITAL**

---

## Índice general

Dedicatoria .....	2
Agradecimientos.....	2
Índice general .....	3
Índice de tablas.....	5
Índice de imágenes.....	5
Índice de gráficos.....	6
Resumen .....	8
Introducción .....	10
Antecedentes, planteamiento y justificación del problema .....	12
Antecedentes y planteamiento del problema.....	12
Justificación del problema.....	18
Objetivos.....	22
Objetivo general .....	22
Objetivos específicos .....	22
Hipótesis .....	22
Marco Referencial .....	23
Sistema educativo en la Argentina .....	23
Situación actual de la educación en Neuquén .....	26
Marco Teórico.....	33
Comportamiento del consumidor .....	33
Atributos del servicio.....	39
Parental Choice/School Choice.....	40

Decisiones Metodológicas .....	45
Tipo de diseño .....	45
Población en estudio .....	45
Tipo de muestreo .....	47
Tamaño de la muestra .....	47
Técnicas de recolección de datos .....	49
Variables .....	50
Principales decisiones metodológicas .....	51
Análisis de datos .....	53
Resultados .....	54
Descripción de la muestra .....	54
Resultados del análisis de los actores y roles en el proceso de selección del colegio secundario .....	54
Resultados sobre preferencias de los padres.....	62
Resultados de atributos considerados al momento de selección de un colegio secundario .....	66
Resultados del análisis de la influencia del nivel socioeconómico y nivel de estudio en la elección de un colegio secundario. ....	70
Resultados sobre el análisis de las opiniones que tienen los padres respecto a la educación pública y privada. ....	74
Limitaciones.....	78
Conclusiones y recomendaciones .....	80
Conclusiones.....	80
Recomendaciones.....	85
Bibliografía.....	87
Anexo 1: encuesta .....	91
Anexo 2: tablas y gráficos.....	97

## Índice de tablas

Tabla 1 - Distribución de la matrícula Nivel Secundario por Sector - Áreas urbanas Latinoamérica (12 países) 2006 (%).....	17
Tabla 2 - Establecimientos por departamento .....	27
Tabla 3 - Unidades Educativas y Matrícula por Distrito.....	27
Tabla 4 - Establecimientos, unidades educativas y alumnos matriculados de educación formal por sector según año – Provincia de Neuquén – Años 2000/2010 .....	28
Tabla 5 - Establecimientos, unidades de servicio, cargos docentes y alumnos matriculados por sector según año - Provincia del Neuquén Años 2011/2014 .....	29
Tabla 6 - Matrícula 2013 - 2014 según modalidad y tipo de educación .....	29
Tabla 7 - Matrícula por Modalidad, Oferta/Nivel y Sector Año 2015 - 2018.....	30
Tabla 8 - Establecimientos de Educación Secundaria, Modalidad Común y Adultos; ejido Municipal Neuquén Capital. - .....	31
Tabla 9 - Unidades educativas, matrícula y variación. Periodo 2006-2016.....	46
Tabla 10 - Alumnos matriculados por año, según modalidad y nivel. Departamento de Confluencia. Provincia de Neuquén. Años 2011/2016 .....	46
Tabla 11 - Población según sexo por máximo nivel de enseñanza alcanzado - Provincia del Neuquén - Año 2010 .....	48
Tabla 12 – Población Económicamente Activa según nivel de instrucción* - Municipio de Neuquén - Año 2010	49
Tabla 13 - Principales decisiones metodológicas .....	51
Tabla 14 - Análisis de roles (Análisis de porcentajes sobre frecuencias y sobre la muestra) .....	98
Tabla 15 - Análisis de Roles (Agrupada por tipo de respuestas).....	99
Tabla 16 - Relación entre Tipo de Gestión del Colegio Secundario y Situación Laboral Familiar .....	99
Tabla 17 - Relación entre Tipo de Gestión del Colegio Secundario y Tipo de Jornada Laboral de los Padres.....	100
Tabla 18 - Relación entre Tipo de Gestión del Colegio Secundario y Cercanía del Colegio al Domicilio Familiar o Laboral.....	100
Tabla 19 - Relación entre tipo de gestión y el interrogante si no tuviera que tener en cuenta el factor económico que tipo de colegio elegiría .....	100
Tabla 20 - Relación entre Nivel de Instrucción alcanzada y tipo de Gestión del colegio al que envía al hijo.....	101
Tabla 21 - Relevancia de los atributos adjudicables a los colegios secundarios .....	102
Tabla 22 - Relevancia de los atributos de los colegios secundarios según modalidad de educación elegida .....	105
Tabla 23 - Matriz de coeficientes de correlación simple entre Atributos .....	106
Tabla 24 - Correlación de Variables.....	106

## Índice de imágenes

Imagen 1 - Alumnos en escuelas públicas vs privadas .....	13
Imagen 2 - Atributos importantes al momento de escoger una institución de enseñanza .....	16
Imagen 3 - Características sociodemográficas .....	54

Imagen 4 - Preferencia de los padres .....	62
Imagen 5 - Opinión respecto al colegio publico .....	75
Imagen 6 - Opinión respecto al colegio privado.....	76

## Índice de gráficos

Gráfico 1 - Evolución de la matrícula de colegios secundarios públicos – Año 2011/2018.....	31
Gráfico 2 - Personas que se vieron implicadas en el proceso de selección del colegio secundario (%) N=239 ...	55
Gráfico 3 - Definición de Roles: Persona que planteó la necesidad de empezar a buscar un colegio secundario % (N=165).....	56
Gráfico 4 - Definición de Roles: Persona que se encargó de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión % (N=143) .....	56
Gráfico 5 - Definición de Roles: Persona que aportó opiniones y consejos que influyeron de manera directa en la toma de la decisión final % (N=188) .....	57
Gráfico 6 - Definición de Roles: Persona que tomó la decisión sobre algunas o todas las cuestiones que conciernen a la decisión sobre que Institución Educativa elegir % (N=191) .....	57
Gráfico 7 - Definición de Roles: Persona que se encarga de afrontar el pago de la Institución elegida % (N=155) .....	58
Gráfico 8- Definición de Roles: Persona que utiliza el servicio de educación elegido % (N=121) .....	58
Gráfico 9 -Persona que planteó la necesidad de empezar a buscar un colegio secundario (N=104).....	59
Gráfico 10 - Persona que se encargó de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión (N=104).....	60
Gráfico 11 - Persona que aportó opiniones y consejos que influyeron de manera directa en la toma de la decisión final (N=104).....	60
Gráfico 12 - Persona que tomó la decisión sobre algunas o todas las cuestiones que conciernen a la decisión sobre que Institución Educativa elegir (N=104) .....	61
Gráfico 13 - Persona que se encarga de afrontar el pago de la Institución elegida (N=104) .....	61
Gráfico 14 - Persona que utiliza el servicio de educación elegido (N=104).....	62
Gráfico 15 - Tipo de gestión del colegio al que asiste el hijo (% N= 104) .....	63
Gráfico 16 - El colegio al que envía al hijo/a es el que corresponde por radio geográfico (% N=104) .....	63
Gráfico 17 - Tuvo que cambiar al hijo/a de domicilio para conseguir vacante en el colegio elegido (% n=54) ...	64
Gráfico 18 - Cercanía al domicilio familiar o laboral de la institución elegida (% N=104) .....	64
Gráfico 19 - Relación entre tipo de gestión con cercanía al domicilio familiar o laboral (% N=104) .....	65
Gráfico 20 - Colegio elegido: tipo y modalidad (% N=104).....	65
Gráfico 21 - Rango de Valor de la cuota (% N=104) .....	66
Gráfico 22 - Análisis de media y desviación estándar de los atributos más relevantes .....	67
Gráfico 23 - Relación entre situación laboral familiar y tipo de gestión (n=104) .....	71
Gráfico 24 - Relación entre tipo de gestión y jornada laboral >8 hs de alguno los padres (% N=104).....	72
Gráfico 25 - Relación: Nivel de instrucción alcanzada por el padre/madre y tipo de gestión: publica (N=104) ..	72

Gráfico 26 - Relación: Nivel de instrucción alcanzada por el padre/madre y tipo de gestión: privada (N=104) .. 73

Gráfico 27 - Relación: Nivel de instrucción alcanzada por el padre/madre y tipo de gestión: publica con gestión privada (N=104) ..... 73

Gráfico 28 - Relación entre colegio al que asiste y al que asistiría (% n=104)..... 74

Gráfico 29 - Análisis Variables Sociodemográficas ..... 97

Gráfico 30 - Hijos en el secundario ..... 97

Gráfico 31 - Relación entre nivel de instrucción alcanzada por padre/madre y tipo de gestión del colegio al que asiste el hijo (% n= 104) ..... 101

Gráfico 32 - Análisis de media de las variables mas relevantes ..... 103

Gráfico 33 - Análisis de media de la variable menos relevante ..... 103

Gráfico 34 - Análisis de Media de Variables ..... 104

## Resumen

*Aproximación al estudio de los atributos y preferencias considerados en el proceso de selección de un colegio de Educación Media. Caso de estudio: Neuquén Capital.*

**Autor:** Lic. Bárbara Sofía Rojas

**Tutores:** Mg. Andrea Gutauskas y Mg. Lucia Tamagni

A todo padre le llega un momento en su vida en el cual debe tomar la decisión sobre que educación quiere para sus hijos. En la Argentina el sistema educativo permite elegir entre “colegios públicos”, “colegios públicos de gestión privada” y “colegios privados”. En los últimos años, principalmente luego de varias crisis socioeconómicas que debió afrontar el país, este proceso se vio muy afectado por problemáticas como el paro docente y carencias edilicias, entre otras. Ante esta situación, la ciudad de Neuquén no ha sido una excepción y también se ha visto fuertemente afectada por estos fenómenos.

A lo largo de este trabajo se busca conocer quiénes son las personas que se ven involucradas en el proceso de selección de un colegio de educación media, identificar cuáles son los atributos que consideran que deben tener las instituciones e indagar cuáles son sus preferencias. A su vez, analizar si el nivel socioeconómico y nivel de estudio influyen en la elección de un tipo de educación pública o privada.

Para introducirnos en la problemática, este trabajo comienza con una explicación genérica del sistema educativo en la Argentina y, en particular, sobre la situación educativa en la ciudad de Neuquén. Luego, se realiza una pequeña exposición sobre las posturas académicas sobre la dicotomía *educación pública - educación privada*. A su vez, se desarrollan los conceptos teóricos utilizados, a saber: comportamiento del consumidor, proceso de decisión de compra, preferencia de los consumidores, roles involucrados en ese proceso, atributos del servicio y *Parental Choice/School Choice*.

A partir del análisis de información de organismos oficiales (estadísticas y censos) y de prensa (análisis de artículos sobre la temática), junto con el trabajo de campo realizado por la maestranda (encuesta a padres), se buscó obtener una descripción lo más clara posible del



objeto de estudio y tratar de verificar si los atributos y preferencias considerados determinan una mayor elegibilidad de un colegio secundario privado frente a uno público.

**Palabras claves:** atributos, preferencias, roles, educación pública, educación privada.

## Introducción

La presente tesis tiene como objetivo realizar una aproximación al análisis de los atributos y preferencias considerados por los padres<sup>1</sup> en el proceso de selección de una institución de educación media para sus hijos/as en la Ciudad de Neuquén. A partir del mismo, se indaga en la existencia de una relación entre los atributos y preferencias manifestadas por los padres con un tipo específico de institución secundaria, a saber: pública, pública con gestión privada o privada.

Específicamente en la ciudad de Neuquén, cada año, con el comienzo del ciclo lectivo, se desarrolla una situación recurrente: las clases no siempre inician en la fecha pautada en el calendario escolar. Los problemas sindicales y edilicios conllevan a que las clases no comiencen en los establecimientos públicos, alimentando el mito popular de que “como no hay clases en los colegios públicos, los padres anotan a sus hijos en los colegios privados”. Esto se ve reforzado por la aparición en la escena educativa de nuevos establecimientos de educación privada y por el aumento de la matriculación en colegios privados<sup>2</sup>.

La problemática mencionada anteriormente inspiró la realización de un trabajo que se llevó a cabo para acreditar el Módulo Metodología y Técnicas de la Investigación de Mercado de la Maestría Marketing de Servicios de la Universidad del Comahue y de la misma surgió el interrogante “¿Qué tienen en cuenta los padres de Neuquén cuando buscan un colegio secundario para sus hijos? Ante esta primera aproximación al tema de estudio, se evidenció la relevancia e importancia de la temática, como así también la necesidad de profundizar en su investigación, razón por la cual la maestranda decidió continuar la misma en la presente tesis.

A lo largo de este trabajo se busca conocer qué rol cumplen los padres e hijos en el proceso de selección de una institución de educación media, cuáles son sus preferencias y que atributos tienen en cuenta al momento de tomar la decisión. A su vez, se indagó sobre la incidencia que tiene el nivel socioeconómico, situación laboral y de educación de los decisores en este proceso. Con esta información se trató de verificar si estos atributos

---

<sup>1</sup> A partir de aquí se utilizará el término “padres” de manera genérica para hacer referencia tanto a la madre como al padre.

<sup>2</sup> Como se puede observar en la Tabla 4 - Establecimientos, unidades educativas y alumnos matriculados de educación formal por sector según año – Provincia de Neuquén – Años 2000/2010 de la página 28 del presente trabajo.

determinan una mayor o menor preferencia de un colegio secundario privado frente a uno público.

La presente tesis se estructura de la siguiente manera:

- Antecedentes, planteamiento y justificación del problema: en esta sección se presentan las posturas académicas sobre la dicotomía *educación pública - educación privada*. Como así también, el planteamiento, justificación y explicación de la importancia de la temática.
- Objetivos: en este apartado se detalla el objetivo general, los específicos y las hipótesis tenidas en cuenta para el desarrollo de la investigación.
- Marco referencial: en este apartado se explica de manera genérica el sistema educativo en la Argentina y se introduce en la temática de la educación en la ciudad de Neuquén.
- Marco teórico: aquí se exponen los principales conceptos teóricos necesarios para comprender los enfoques utilizados. Iniciando con el comportamiento del consumidor, que incluye el proceso de decisión de compra, preferencia de los consumidores y los roles involucrados en ese proceso; seguido por los atributos del servicio para terminar con el concepto de *Parental Choice/School Choice*.
- Decisiones metodológicas: en este apartado se describe el tipo de diseño de investigación, la población en estudio, el tipo de muestreo utilizado y el tamaño de la muestra, las técnicas de recolección aplicadas y las variables consideradas. Finalizando con un cuadro que resume las principales decisiones metodológicas de la investigación.
- Análisis de datos: en esta sección se explica cómo se llevó cabo el análisis de toda la información recabada en el trabajo de campo.
- Resultados: En primera instancia se hace una descripción de la muestra en estudio, luego se expone el análisis de la información para determinar los actores y los roles, a continuación, se presentan las preferencias y los atributos, seguido por los resultados del análisis de la influencia del nivel socioeconómico y de estudio en la elección de un colegio secundario, y finaliza con un resultado de opinión sobre la educación pública y privada.
- Limitaciones: aquí se especifican las dificultades que se plantearon en el desarrollo de la investigación, especialmente en el trabajo de campo.
- Conclusiones y recomendaciones: es la parte final del trabajo, en la que se exponen las conclusiones a las que se ha llegado en el presente trabajo respondiendo a las hipótesis planteadas. También plantea los lineamientos de futuras investigaciones relacionadas con la temática.

## Antecedentes, planteamiento y justificación del problema

### Antecedentes y planteamiento del problema

En el ámbito académico podemos encontrar diversas posturas acerca de la educación pública versus la educación privada.

En primera instancia, podemos señalar, de acuerdo a lo que manifiesta Bottinelli (2013), que es al Estado a quien le cabe el rol estratégico en la promoción de una oferta de escuelas estatales que pueda ser valorada por todos los sectores sociales, y sobre el sector privado educativo manifiesta que deberían ser más transparentes las subvenciones que se otorgan, concentrando las transferencias de recursos en escuelas que atienden poblaciones de bajos ingresos. Señala que, en definitiva, se trata de elevar la calidad de todo el sistema y así reducir sus desigualdades internas con el objetivo de que el sistema educativo sea **uno** y que ofrezca una enseñanza de calidad para todos y todas.

Scialabba (2013) en su artículo “La educación de nuestros hijos: Desafíos a la hora de elegir una escuela”, establece que la escuela ideal es mixta, pública y laica. Sin embargo, menciona que a la hora de elegir cada vez más padres optan por instituciones privadas. A su vez, señala que ante el desafío de tener que elegir un colegio los padres muchas veces se pueden ver abrumados por la situación, por lo que menciona algunos aspectos que se deben tomar en cuenta para facilitar el proceso, entre los cuales podemos mencionar: la formación académica, la formación en valores, la carga horaria, la forma de trabajo, la infraestructura, y cercanía, entre otros. Scialabba<sup>3</sup> (2013) concluye que una vez que se identifican algunas de estas condiciones, lo importante es priorizarlas y diferenciar aquellas que no resultarán imprescindibles a la hora de definir una opción.

Por otra parte, al hablar de la educación pública, San Martín (2012), en un artículo del diario la Nación expone que el discurso oficial de recuperación de la educación pública se ve cuestionado por las cifras ya que, de todos los alumnos que se incorporaron a la educación

---

<sup>3</sup> La Lic. Alejandra Scialabba, es Licenciada en Ciencias de la Educación (UBA) y Magister en Gestión y Administración de la Educación (UDESA). Es fundadora y directora de Diéresis Consultoría en Educación (se dedica a asesorar a las familias en la búsqueda y elección de colegios para sus hijos), Coautora del libro "Qué escuela quiero para mi hijo"; y autora de la Tesis "Evaluación de la Educación por parte de la opinión pública y privada en la Ciudad de Buenos Aires", la cual es tenida en cuenta como fuente para la presente Tesis. A pesar de no ser muy académica la fuente elegida, dados los aportes que ha realizado al objeto de estudio, la maestranda decidió agregar sus aportes para sumar a las opiniones presentadas sobre la temática.

privada desde 1994, el 60% lo hizo en el período del gobierno “kirchnerista”<sup>4</sup>. Luego se pregunta por qué, pese al abultado presupuesto, los padres cambian guardapolvos por uniformes para sus hijos, haciendo clara referencia al desplazamiento de la matrícula de los colegios públicos a los privados.

A su vez, la autora (San Martín, 2012) señala que, de acuerdo a los datos del Ministerio de Educación, en 2003, el 74,9% de los alumnos asistía a escuelas públicas; en 2006, lo hacía el 73,2%, y en 2010, el número se había reducido al 72%. En cambio, si solo se tiene en cuenta la matrícula de las escuelas primarias, el descenso es más abrupto: del 79,4% en 2003 pasó al 78,6% en 2006 y al 75,1% en 2010. San Martín (2012) señala a manera de conclusión que pareciera que la calidad educativa en las escuelas públicas es más bien un logro institucional por propio impulso de algunos colegios, más que un producto del sistema.

Asimismo, San Martín (2012) señala que la distinción público-privado puede ser engañosa, ya que no solo existe segregación dentro del sector privado, en función de las cuotas, sino dentro del sector público. Es así como se ha vuelto natural que los supervisores sepan que en un distrito hay escuelas estatales buenas, otras donde van los repitentes, otras pobres. Todo esto, señala, dentro de un contexto de fragmentación social y sin políticas para contrarrestar las prácticas de selección que hay en escuelas públicas y privadas.

En los últimos diez años, como se puede observar en la Imagen 1, descendió el porcentaje de chicos en las escuelas públicas, una disminución aún más pronunciada en el nivel primario. Más de un cuarto de los alumnos argentinos va a una escuela privada y la cantidad de alumnos en escuelas públicas

Imagen 1 - Alumnos en escuelas públicas vs privadas



<sup>4</sup> El termino gobierno “Kirchnerista” hace referencia a los gobiernos de los presidentes Néstor Kirchner —entre 2003 y 2007— y Cristina Fernández de Kirchner (1953-) —entre 2007 y 2015— los que, en conjunto, ocuparon el Poder Ejecutivo Nacional durante 12 años, 6 meses y 15 días.

se muestra en descenso. La matriculación en la misma ha sido de: 2003: 74,9%; en 2006: 73,2%; 2010: 72%. Las cifras de crecimiento de la cantidad de alumnos en escuelas privadas muestran que durante los años de gobiernos “kirchneristas”<sup>5</sup> la matrícula creció a una tasa tres veces mayor que en los años 90: 1994/1999: 7,3 %; 1999/2001: 7%; 2001/2003: 0,9%; 2003/2010: 20,7% (San Martín, 2012).

A su vez, en el periodo 2003-2015 “...la matrícula secundaria se incrementó en un 16,6% en el período analizado, en el cual se incorporaron a dicho nivel educativo 561.907 nuevos alumnos. La matrícula privada creció más que la estatal (23,3 % versus 14,1%) y, si bien la mayoría de los jóvenes argentinos concurre a escuelas secundarias estatales, se percibe un cambio en dicha composición, ya que en 2003 el 73% de los alumnos secundarios asistía a escuelas estatales, en tanto que en 2015 lo hacía el 71% de dicho alumnado” (Centro de Estudios de la Educación Argentina, 2017, pág. 3).

Finalmente, Garnier (2013), en su artículo “Educación pública y privada: relativizar el estereotipo” establece que existe un estereotipo casi universal que manifiesta que la educación privada es mejor que la pública. Señala que cuesta encontrar a alguien que realmente crea que nuestras escuelas y colegios públicos pueden dar tan buenos resultados como las escuelas y colegios privados. Y se pregunta si esto es cierto.

Garnier (2013) plantea que hay elementos que contribuyen a que los colegios privados tengan algunas ventajas sobre muchos colegios públicos: infraestructura, equipamiento, horarios más amplios, mayor involucramiento de las familias y, claro, en la selección de los estudiantes. Además, el nivel socioeconómico y el nivel educativo de sus hogares es una de las variables que más se relacionan con el rendimiento académico. A pesar de ello el autor (Garnier, 2013) señala que la educación pública es capaz de dar tan buenos resultados como la privada, y a su vez, indica que cumple con una función social que sería imposible de lograr sin financiamiento público, la cual es atender a toda la población estudiantil y permitir que las brechas de la desigualdad educativa empiecen a revertirse. Es aquí donde, a su entender, radica la verdadera importancia de la educación pública: generar igualdad y oportunidades.

---

<sup>5</sup> El término gobierno “Kirchnerista” hace referencia a los gobiernos de los presidentes Néstor Kirchner —entre 2003 y 2007— y Cristina Fernández de Kirchner (1953-) —entre 2007 y 2015— los que, en conjunto, ocuparon el Poder Ejecutivo Nacional durante 12 años, 6 meses y 15 días.

Por otra parte, de acuerdo a un informe del DiNIECE<sup>6</sup> “...el reclamo más expresivo por parte de los padres hacia la escuela pública está relacionado con la intermitencia del servicio educativo, esto es, con los días en que no se dictan clases –por huelgas, ausencia de los docentes, jornadas de perfeccionamiento-. Los padres identifican este aspecto como problemático tanto por las dificultades que genera en los aprendizajes, como por los problemas que ocasiona en la organización de su propia jornada laboral, al tener que hacerse cargo, imprevistamente, del cuidado de sus hijos. La demanda insatisfecha por la escuela pública sería, por tanto, del orden de lo pedagógico y de lo asistencial. Frente a ello, las escuelas privadas, (...) son vistas por los padres como relativamente mejores en comparación con los defectos que se le achacan a la escuela pública y por su capacidad para garantizar ciertos tiempos de servicio educativo/asistencial y un tipo de orden más valorado. Se consigna también la imagen que los padres tienen de una escuela pública que habría sido mejor en el pasado (“mi escuela”) y que habría transitado una larga decadencia hasta el presente (Dirección Nacional de Información y Evaluación de la Calidad Educativa - Ministerio de Educación de la Nación, 2013, pág. 9).

En un estudio más reciente realizado por el Centro de Investigaciones Sociales (CIS), en el cual se realiza un sondeo de la opinión pública respecto a la educación en la Argentina, entre sus conclusiones señala que “La calidad del personal docente, con una calificación de 9,3 en grado de importancia, es el principal atributo considerado al momento de elegir una institución educativa. Le siguen en términos de importancia asignada el nivel académico de la enseñanza (9,2) y la educación en valores que provee la institución (9,1)” (CIS, Abril 2019, pág. 3). A su vez, respecto a los paros señala que “los paros docentes como forma de protesta dividen las opiniones de los argentinos. Una leve mayoría, de 54%, se opone a ellos, mientras que un 41% concuerda con este tipo de medidas” (CIS, Abril 2019, pág. 4).

En el mismo estudio, Cilley<sup>7</sup>, destacó que “Los resultados del estudio muestran que casi 7 de cada 10 argentinos son críticos del sistema educativo nacional (calificándolo de manera regular o negativa). Se critica especialmente la educación secundaria en lo que atañe a la calidad de

---

<sup>6</sup> Dirección Nacional de Información y Evaluación de la Calidad Educativa

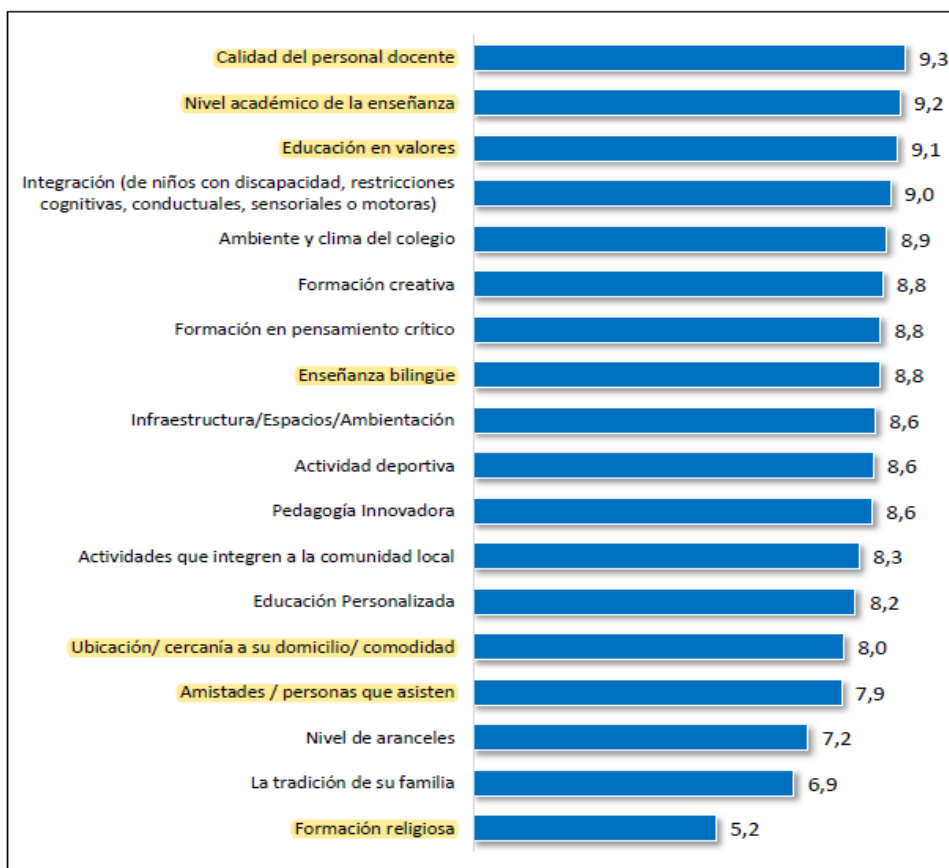
<sup>7</sup> Directora Ejecutiva de Voices!

contenidos, el bajo presupuesto y la falta de preparación de los alumnos para su posterior inserción social” (CIS, Abril 2019, pág. 4).

En el mencionado estudio también se realiza un sondeo sobre la importancia que le asignan los argentinos a distintos atributos de la educación al momento de escoger una institución. Los resultados obtenidos se pueden apreciar en la Imagen 2.

Imagen 2 - Atributos importantes al momento de escoger una institución de enseñanza

**ATRIBUTOS IMPORTANTES AL MOMENTO DE ESCOGER UNA INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA (MEDIAS)**  
**La calidad del personal docente y el nivel académico de la enseñanza son los principales atributos tenidos en cuenta**  
*Imagine que tuviera que elegir una escuela para un hijo/a o familiar cercano. ¿Qué importancia le asigna Ud. a cada uno de los siguientes atributos a la hora de elegir la escuela? Por favor utilice una escala de 1 al 10 (1: Nada importante - 10: Extremadamente importante)*



Base: Población de 16 y más años. Total Nacional  
 Fuente: CIS – UADE - VOICES!

Fuente 1 - CIS, Abril 2019, pág. 8

A grandes rasgos los resultados obtenidos son: “la calidad del personal docente, con una calificación de 9,3 en grado de importancia (siendo 1 nada importante y 10 extremadamente



importante) es el principal atributo considerado. Le sigue en términos de importancia asignada el nivel académico de la enseñanza (9,2). Ambas categorías reciben un puntaje similar entre los distintos grupos sociales (CIS, Abril 2019, pág. 8). Luego en tercer lugar “se destacó la importancia de la educación en valores (9,1), que recibió una mayor calificación entre los niveles socioeconómicos bajo y medio (9,2 y 9,1 respectivamente vs. 8,5 en el nivel más alto)” (CIS, Abril 2019, pág. 9). Por último, “la tradición de la familia y la formación religiosa provista fueron los atributos considerados como los menos importantes al momento de escoger una institución, con 6,9 y 5,2 puntos en nivel de importancia respectivamente” (CIS, Abril 2019, pág. 9).

Es importante también plantear la situación de la educación en Argentina comparándola con el resto de los países latinoamericanos. Es así como, en el trabajo de Pereyra (s.f) “La fragmentación de la oferta educativa: la educación pública vs. la educación privada”, se puede analizar la distribución de la matrícula entre colegios públicos y privados en los países latinoamericanos. Si se observa la Tabla N°1, se puede apreciar que el 77,1% de la matrícula de colegios secundarios en Argentina corresponde al sector público y el 22,9% corresponde al sector privado. De manera comparativa se puede señalar que solo Brasil, Bolivia y México tienen mayor porcentaje de alumnos en colegios públicos.

**Tabla 1 - Distribución de la matrícula Nivel Secundario por Sector - Áreas urbanas Latinoamérica (12 países) 2006 (%)**

<b>País</b>	<b>Nivel Secundario</b>	
	<i>Publica (%)</i>	<i>Privado (%)</i>
<b>Guatemala</b>	40,2	59,8
<b>Chile</b>	48,1	51,9
<b>Ecuador</b>	68,1	31,9
<b>Nicaragua</b>	69,4	30,6
<b>El Salvador</b>	70,9	29,1
<b>Paraguay</b>	71,3	28,7
<b>Colombia</b>	71,4	28,6
<b>Honduras</b>	73,7	26,3
<b>Argentina</b>	<b>77,1</b>	<b>22,9</b>
<b>Brasil</b>	84,5	15,5
<b>Bolivia</b>	84,8	15,2
<b>México</b>	85,8	14,2
<b>Total</b>	80,7	19,3

*Fuente: elaboración propia basada en el Informe "La fragmentación de la oferta educativa: la educación pública vs. la educación privada" de Ana Pereyra (s.f.)*

Pereyra, también señala que “los países que presentan mayores disparidades sociales entre los estudiantes que concurren a escuelas del sector público y los que asisten a establecimientos privados son México, Brasil y Argentina; mientras que en países como Chile, Colombia y Ecuador –en los que la presencia del sector privado es mayor- las disparidades sociales entre los estudiantes por sector del establecimiento son menores” (Pereyra, s.f., pág. 9).

A su vez, señala que Argentina, Bolivia, Brasil y México son los países que tienen “...el porcentaje más bajo de estudiantes de educación básica en el sector privado y las diferencias sociales más altas entre estudiantes por sector tanto en el nivel primario como secundario” (Pereyra, s.f., pág. 12).

Entre otros aspectos, la autora al referirse a los colegios privados señala también que “...la mayoría de los estudiantes secundarios del sector privado provienen de hogares en los que los adultos de referencia terminaron o superaron los estudios secundarios” (Pereyra, s.f., pág. 15). A su vez, “el sector privado sólo tiene presencia en las áreas urbanas y atiende a alumnos pertenecientes a sectores socioeconómicos más altos y con padres con mayor nivel educativo” (Pereyra, s.f., pág. 17).

En contraposición, al hablar del sector de educación pública señala que “...es el que recepcionó en las aulas de sus escuelas a los estudiantes provenientes de los hogares que históricamente no habían accedido al nivel. Estos estudiantes son los que tienen más dificultades en su desempeño por lo que presentan niveles más elevados de rezago etario y además, en muchos casos, la escuela compite con su inserción laboral precaria pero necesaria para complementar el ingreso de sus hogares” (Pereyra, s.f., pág. 17).

### **Justificación del problema**

Toda problemática que gire alrededor de la educación es de vital importancia para el desarrollo futuro de una sociedad. Como señalaba el pensador y filósofo alemán Immanuel Kant<sup>8</sup>: “Tan solo por la educación puede el hombre llegar a ser hombre. El hombre no es más que lo que la educación hace de él” (Cifuentes & Gutierrez , 2010, pág. 20).

---

<sup>8</sup> Immanuel Kant: Königsberg, Prusia, 22 de abril de 1724 - 12 de febrero de 1804, fue un filósofo prusiano de la Ilustración. Es el primer y más importante representante del criticismo y precursor del idealismo alemán.

En los últimos años, en Argentina, ha cobrado alto protagonismo la idea de que la educación se encuentra transitando un periodo de crisis, donde la calidad educativa, de infraestructura, de recursos educativos y salarios docentes son los aspectos más importantes de la misma. En paralelo a esta idea surge la creencia de que el “crecimiento de la educación privada” es una consecuencia de esta situación.

Este contexto plantea un escenario donde la Educación Pública es fuertemente criticada por no poder hacer frente a los problemas que la acechan y donde cada vez parece tomar mayor protagonismo, como opción de educación, la Educación Privada, ámbito que había sido mayoritariamente reservado para las clases altas de la sociedad argentina.

Como se mencionaba precedentemente, el concepto “crecimiento de la educación privada” empieza a aparecer como un fenómeno de interés relacionado con la crisis de la educación pública. De acuerdo con un informe de la DiNIECE, “...el “crecimiento de la educación privada” no es un objeto de estudio o investigación sino más bien una cuestión que ha sido tematizada públicamente en los últimos años por algunos especialistas en educación, ex funcionarios de la gestión educativa y *think tanks*” (Dirección Nacional de Información y Evaluación de la Calidad Educativa - Ministerio de Educación de la Nación, 2013, pág. 5).

En el mismo informe se remarca que “...el crecimiento de la educación privada, como el fracaso escolar o la crisis de la educación, es lo que Charlot (2006) denomina objeto socio-mediático, esto es, un concepto que no tendría una función analítica sino que sería un atractivo ideológico sustentado en cierta evidencia empírica y que remite a diferentes campos temáticos” (Dirección Nacional de Información y Evaluación de la Calidad Educativa - Ministerio de Educación de la Nación, 2013, pág. 5).

Ante esta situación, el debate que se está desarrollando sobre la elección de escuela pública o escuela privada, abre un abanico de interrogantes. Consecuentemente, aparece en escena la necesidad de conocer los factores que influyen en la elección de instituciones de educación media por las familias neuquinas. A priori, si se considera la “opinión pública”, pareciera ser que los días de clases son un factor determinante en el proceso de selección de

---

También es considerado como uno de los pensadores más influyentes de la Europa moderna y de la filosofía universal.

una institución educativa, pero no debemos olvidarnos de considerar otros aspectos que han quedado encubiertos dada la fuerza que tiene la temática del “paro docente”.

La conflictividad social, y especialmente las huelgas docentes, son consideradas las grandes culpables del deterioro de la educación en la Argentina. En esta línea de pensamiento se encuentran Narodowski, Moschetti y Alegre (2013, pág. 2), quienes señalan que “uno de los temas recurrentes en el debate educativo argentino es el de las huelgas docentes. Se señala continuamente que la pérdida de días de clase por huelgas genera bajas en la calidad educativa, la pérdida de continuidad en los estudios, un descenso de la imagen institucional en las escuelas en las que estas medidas de fuerza ocurren, un aumento de la matrícula en las escuelas privadas (dado que, se advierte, las huelgas se producen casi exclusivamente en las escuelas públicas), entre otras consecuencias usualmente aludidas”.

Esta tendencia se ve sustentada por Penizzotto (2015) quien en su artículo “Educación: cómo estamos en la región” menciona que la contracara de la educación pública culmina con el incremento que cada año experimenta la matrícula de las escuelas de gestión privada, adonde muchos de los padres acuden en una desesperada búsqueda por mantener la calidad educativa y la contención de sus hijos por fuera de la oferta del Estado.

Es necesario mencionar también un informe del Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) (2015), titulado “Siete datos clave sobre educación”, el cual da cuenta de los adelantos y retrocesos que mostró el sistema en estos últimos años, entre los cuales se menciona el drenaje de alumnos de la escuela pública a la privada. En el mismo se señala que durante los últimos 15 años ha continuado el progresivo drenaje de alumnos de las escuelas públicas a las privadas, cuya matrícula pasó de 23,8% en 2002 a 28% en 2013. Como así también, manifiesta que la creciente segregación social entre las escuelas privadas y públicas y el deterioro del prestigio de la escuela pública atentan contra la mejora de los aprendizajes, la cohesión social y la consolidación de valores democráticos comunes.

A pesar de que se ha instalado en el imaginario público argentino que existe una relación entre huelgas/paros y aumento de la matriculación en escuelas privadas, no se han observado estudios que busquen dar claridad sobre este fenómeno. Esto mismo plantean Narodowski, Moschetti y Alegre (2013, pág. 2), expresando que “...resulta llamativa la

ausencia de estudios que se avoquen directamente a esta cuestión. Siendo que se trata de uno de los supuestos puntos álgidos según la agenda mediática dedicada a la educación, la preocupación para nada parece reflejarse en la agenda de estudios e investigaciones académicos o técnicos, donde el impacto de las huelgas docentes en el sistema educativo es un tema muy poco tratado: una mirada sobre la bibliografía destaca a duras penas un puñado de títulos”.

El imaginario social parece respaldar la idea de que, como consecuencia del aumento de la conflictividad del sector educativo (alto nivel de huelgas y paros) en la Argentina, los padres, que están en condiciones de hacerlo, prefieren enviar a sus hijos a instituciones de educación privada. A través de este trabajo, no solo se tratará de descubrir si dentro de los atributos que tienen en cuenta los padres al momento de elegir un colegio para sus hijos, está presente el atributo de los días efectivos de clases, sino que se irá más allá al tratar de descubrir cuáles son sus preferencias y cuáles son los atributos ponderados al momento de tomar una decisión.

Para determinar qué características tiene que tener una institución de educación media para ser elegida por los padres se buscará identificar cuáles son las preferencias y los atributos que estos tienen en cuenta en el proceso de selección. Conocer estos aspectos, no solo brindará información sobre el rol que cumplen los días de clase en el proceso de selección de un colegio, sino que podrá otorgar herramientas, tanto al Estado como a las Instituciones Privadas, para que se puedan implementar políticas adecuadas para captar nuevos alumnos y retener a los existentes.

## Objetivos

### Objetivo general

Analizar los atributos y preferencias considerados en el proceso de selección de una institución pública o privada de educación media de la Ciudad de Neuquén.

### Objetivos específicos

- Conocer cuáles son los actores, y que rol cumplen cada uno de ellos, en el proceso de selección de una institución de educación media de Neuquén.
- Indagar cuáles son las preferencias (Tipo de gestión / tipo de jornada / orientación profesional / orientación religiosa / Idiomas y ubicación) de los consumidores al seleccionar una institución de educación media de Neuquén.
- Identificar cuáles son los atributos (tangibles/intangibles y objetivos/subjetivos) más relevantes que se consideran al momento de la selección de una institución de educación media de Neuquén.
- Analizar qué influencia tiene el nivel socioeconómico y el nivel educativo de los consumidores con la elección de un tipo de educación pública o privada.
- Conocer qué opinión tienen los consumidores con respecto a la educación pública y privada.

### Hipótesis

- Los padres son los decisores en el proceso de selección de una institución de educación media a pesar de que los hijos son los usuarios del servicio.
- Los consumidores, a la hora de seleccionar una institución de educación media, tienen preferencia por instituciones privadas.
- Los consumidores eligen instituciones privadas de educación media por la falta de clases en las instituciones públicas.
- La elección de una institución privada de educación se debe a la dificultad de conseguir vacantes en escuelas públicas de su interés.
- La falta de clases en las escuelas públicas es un atributo determinante en la decisión de los padres, a la hora de elegir el tipo de escuela, pública o privada, a la cual enviarán a sus hijos.

## Marco Referencial

### Sistema educativo en la Argentina

El **sistema educativo de Argentina** se basa fundamentalmente en principios que surgen de la Constitución Nacional, que son universalidad, gratuidad, obligatoriedad y educación común a todos los habitantes del país. Una de las finalidades de este sistema es fomentar la igualdad de oportunidades entre clases sociales y eliminar inequidades educativas entre regiones (Ley 26.206 de Educación Nacional, 2006).

De acuerdo con el Ministerio de Educación, “el sistema educativo argentino está regulado por la Ley de Educación Nacional (Ley 26.206), sancionada en el año 2006. Allí se asigna al Estado la responsabilidad de garantizar la igualdad y la gratuidad de la enseñanza” (Ministerio de Educación, 2013).

A través de esta ley se busca que la población pueda acceder a una educación de calidad, garantizando la igualdad de oportunidades sin importar el origen de quien busca acceder a ella.

En su sitio web, el Ministerio de Educación, también señala que: “...el Estado debe crear las condiciones necesarias para que esto sea posible. Tiene que asegurar tanto el sostenimiento de la educación pública y gratuita, como la unificación nacional del sistema educativo con respecto a la organización y a los contenidos que se enseñan en las escuelas de todo el país. (...) busca consolidar un sistema educativo integrado en todo el país, lo que resulta de gran importancia en muchos sentidos:

- Permite que todos los alumnos —con independencia de su condición social, cultural geográfica o de género— reciban propuestas formativas equivalentes; de este modo, se puede superar el problema de la desigualdad educativa.
- Promueve la articulación entre los distintos niveles y modalidades, facilitando la movilidad de los estudiantes de una escuela a otra.
- Asegura la validez nacional de los títulos y certificados emitidos por las instituciones del nivel inicial, primario, secundario, superior y universitario” (Ministerio de Educación, 2013).

A pesar de ser una Ley Nacional, en palabras del Ministerio de Educación “esto no implica dejar de lado las particularidades regionales y provinciales. Es importante que las distintas jurisdicciones puedan definir sus propuestas educativas de acuerdo con sus realidades y necesidades, pero deben hacerlo dentro de los límites impuestos por las pautas y objetivos comunes establecidos para todo el país” (Ministerio de Educacion, 2013).

Por otro lado, debemos señalar que la educación es obligatoria desde los cuatro hasta los dieciocho años y se divide en cuatro niveles:

- “La Educación inicial comprende a los chicos desde los 45 días hasta los 5 años. La ley establece que los últimos tres son obligatorios (sala de 3 y 4 y preescolar) para la inclusión en la enseñanza formal” (Gobierno de la Nación Argentina, 2018).
- Educación Primaria: “...es obligatoria y constituye una unidad pedagógica y organizativa destinada a la formación de los/as niños/as a partir de los 6 años” (Gobierno de la Nación Argentina, 2018). Su estructura varía de acuerdo a la jurisdicción:
  - Estructura de seis años: Formosa, Tucumán, Catamarca, San Juan, San Luis, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, La Pampa, Buenos Aires, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.
  - Estructura de siete años: Río Negro, **Neuquén**, Mendoza, Ciudad de Buenos Aires, Santa Fe, La Rioja, Santiago del Estero, Chaco, Misiones, Salta y Jujuy.
- Educación Secundaria. Dura cinco o seis años, dependiendo de la jurisdicción y de acuerdo con la estructura de la Educación primaria (Si en educación primaria tiene una estructura de seis años, en educación secundaria tendrá una educación de seis años y viceversa). “La Educación Secundaria se divide en dos ciclos: un Ciclo Básico, de carácter común a todas las orientaciones y un Ciclo Orientado, de carácter diversificado según distintas áreas del conocimiento, del mundo social y del trabajo” (Gobierno de la Nación Argentina, 2018). Esta es la última etapa de la educación obligatoria.
- Educación Superior: incluye el nivel terciario (para egresados del nivel secundario. (...)) está conformado por Escuelas Normales Superiores (ENS), Institutos Superiores de Formación Docente (ISFD), Institutos de Formación Artística (IFA) y los Institutos de



Formación Técnica Superior (IFTTS)) y el universitario (Gobierno de la Nación Argentina, 2018). Tiene la característica de no ser obligatoria.

También es necesario hacer referencia a los últimos cambios legales que se han llevado a cabo respecto a la educación; "...en 2006 se dictó la Ley 26.206 que, en su artículo 16, establece la obligatoriedad escolar entre los 5 años y el fin del ciclo secundario, llevando así a 13 años el período de obligatoriedad escolar. En tanto, la Ley 27.045, de diciembre de 2014, estableció también la obligatoriedad de la sala de 4 años de nivel inicial, por lo que el período escolar obligatorio es, desde entonces, de 14 años. Recordemos que la antigua Ley 1.420, dictada en 1884, había establecido la obligatoriedad únicamente para la enseñanza primaria" (Centro de Estudios de la Educación Argentina, 2017).

Por último, en este apartado es importante hacer una observación con respecto a la capacidad real de elección de un colegio por parte de los padres, ya que esta solamente estaría acotada a la elección entre colegio público/privado y no entre varias opciones de colegios públicos porque estos están designados a través de un sistema de aproximación geográfica. Tal como señala Scialabba (2006) "...además, y sólo para las escuelas públicas, el Estado regula la inscripción a las escuelas en función del domicilio en el que la familia declara vivir. Cada escuela pública tiene asignado entonces un radio o sector geográfico y todas las familias que viven en ese espacio deben enviar a sus hijos a la escuela correspondiente" (2006, pág. 88).

Además (Scialabba A. , 2006, pág. 88), menciona, aludiendo a Morduchowicz (2000) que más allá que la Argentina tiene una organización escolar federal, las normativas varían en las 24 jurisdicciones. Esto conlleva a que, a pesar de que no exista una normativa respecto a la obligatoriedad de las escuelas de recibir a alumnos de un radio geográfico determinado, en la práctica muchas escuelas públicas solo admiten alumnos que cumplan con dicho requisito.

En el mismo Narodowski (2002) señala "en la Argentina existe la posibilidad de elección de escuela fuera del radio domiciliario, pero dicha posibilidad está reservada fundamentalmente a los grupos sociales que poseen los medios de ignorar la ayuda estatal en materia de escolarización gratuita y hacer posible la elección de la educación de sus hijos en las instituciones escolares del sector privado que crean más convenientes para sus aspiraciones intelectuales, culturales, ideológicas, religiosas y/o sociales" (2002, pág. 132)

Al respecto, Scialabba (2006) concluye que “Existe, entonces, en Argentina, una práctica del *School Choice* o elección de escuelas limitada a determinadas clases y grupos sociales que tienen la posibilidad de elegir la educación de sus hijos en las instituciones privadas que consideran que más se adecuan a sus necesidades y aspiraciones” (Scialabba A. , 2006, pág. 89). A su vez, Scialabba (2006, pág. 89), aclara que no existe un subsidio a la demanda educativa ya que el aporte financiero estatal es a la oferta, pero algunos grupos sociales tienen la capacidad de elegir la escuela que desean para sus hijos sin la necesidad de acudir al apoyo estatal directo.

### Situación actual de la educación en Neuquén

Respecto a la educación en la Provincia de Neuquén, desde el aspecto legal, la **Constitución del Neuquén**, en su Capítulo II dedicado a la Educación, establece que la Legislatura dicta las leyes necesarias para establecer y organizar un sistema de educación de nivel inicial, primario, medio y técnico, en sus diferentes modalidades, terciario y universitario, estimulando la libre investigación científica y tecnológica, las artes y las letras (Art 109). El Estado garantiza la educación pública, laica, gratuita y obligatoria desde el nivel inicial hasta completar el nivel medio en sus diferentes modalidades... la educación tendrá entre sus fines el de formar el carácter de los niños en el culto de las instituciones democráticas, la solidaridad humana, la familia y los principios de moral que respeten la libertad de conciencia (Art 110). La acción de la educación debe prolongarse en sentido social (Art 113). La enseñanza pública, su dirección y administración serán costeadas con las rentas propias de la administración escolar, con el treinta por ciento (30%) como mínimo de las rentas generales de la Provincia y con los demás recursos que se establezcan (Art 114). La enseñanza secundaria, técnica y universitaria será gratuita, laica y autónoma, accesible a todos, a cuyo efecto se establecerá un régimen que facilite la libre concurrencia y la institución de becas y subvenciones en los casos que se requiera (Art 126) (Constitucion de la Provincia de Neuquen, 1957 - Reforma 2006).

Por otra parte, desde el aspecto de infraestructura, en la Provincia de Neuquén la mayoría de los establecimientos son de carácter estatal de acuerdo a los datos señalados en la Tabla 2 y Tabla 3. En el caso específico de la Ciudad de Neuquén (sin diferenciar si son primario o secundario), en el año 2015, se contabilizaron 252 establecimientos, de los cuales 181 son

públicos y 71 privados (Dirección Provincial de Estadísticas y Censos - Provincia del Neuquén, 2015, pág. 151).

**Tabla 2 - Establecimientos por departamento**

<i>Establecimientos por sector según departamento. Provincia del Neuquén. Año 2016</i>			
<b>Departamento</b>	Total	Sector	
		Estatal	Privado
<b>Total</b>	<b>799</b>	<b>666</b>	<b>133</b>
Alumine	27	23	4
Añelo	16	16	0
Catan Lil	16	15	1
Collón Cura	13	13	0
Confluencia	400	307	93
Chos Malal	34	33	1
Huiliches	37	29	8
Lacar	50	38	12
Loncopue	18	18	0
Los Lagos	21	16	5
Minas	31	30	1
Ñorquín	19	19	0
Pehuenches	32	29	3
Picun Leufu	12	12	0
Picunches	17	17	0
Zapala	56	51	5

Fuente: Relevamiento Anual 2016- DINIEE - Dirección General de Estadística - Dirección Provincial de Estadística - Consejo Provincial de Educación.

**Tabla 3 - Unidades Educativas y Matricula por Distrito**

<b>Unidades Educativas y matricula por sector según distrito. Modalidad Común. Nivel Secundario. Provincia del Neuquén. Año 2016</b>						
<b>Distrito</b>	Unidades Educativas			Matricula		
	Total	Estatal	Privado	Total	Estatal	Privado
<b>Total</b>	129	96	33	48.460	41.742	6.718
<b>1</b>	33	16	17	12.397	7.950	4.447
<b>2</b>	6	6	0	4.574	4.574	0
<b>3</b>	8	8	0	3.599	3.599	0
<b>4</b>	6	3	3	1.645	1.071	574
<b>5</b>	11	11	0	2.787	2.787	0
<b>6</b>	11	10	1	4.163	3.789	374
<b>7</b>	4	4	0	1.123	1.123	0
<b>8</b>	17	14	3	6.768	6.353	415
<b>9</b>	12	7	5	3.814	3.295	519
<b>10</b>	11	10	1	4.358	4.239	119
<b>11</b>	5	3	2	790	602	188
<b>12</b>	3	2	1	1.711	1.629	82
<b>13</b>	2	2	0	731	731	0

Fuente: Relevamiento Anual 2016 - DINIEE - Dirección General de Estadística - Dirección Provincial de Estadística - Consejo Provincial de Educación.

A su vez, de acuerdo a la Tabla 4 y la Tabla 5, se observa la evolución histórica, desde el año 2000 al 2014, de los establecimientos y alumnos matriculados tanto de los establecimientos públicos como privados en la Provincia de Neuquén.

**Tabla 4 - Establecimientos, unidades educativas y alumnos matriculados de educación formal por sector según año – Provincia de Neuquén – Años 2000/2010**

Año	Establecimientos <sup>(1)</sup>			Unidades Educativas <sup>(2)</sup>			Alumnos Matriculados		
	Total	Oficial	Privado	Total	Oficial	Privado	Total	Oficial	Privado
2000	780	709	71	926	819	107	158.263	145.365	12.898
2001	735	660	75	879	771	108	162.265	148.487	13.778
2002	756	675	81	890	775	115	168.636	153.939	14.697
2003	741	662	79	893	783	110	171.562	155.212	16.350
2004	721	641	80	899	790	109	173.831	156.211	17.620
2005	736	652	84	917	803	114	177.505	156.729	20.776
2006	736	650	86	919	802	117	173.421	152.695	20.726
2007	741	650	91	931	811	120	175.196	152.148	23.048
2008	741	648	93	939	819	120	174.143	148.676	25.467
2009	747	652	95	940	818	121	172.220	149.588	22.632
2010	759	662	97	941	818	123	172.379	150.035	22.344

<sup>(1)</sup> Se define al establecimiento como la unidad organizacional básica con dirección propia y planta orgánica funcional aprobada que tiene por finalidad la prestación del servicio educativo. El establecimiento organiza el servicio de una o más unidades educativas. A partir del 2001 se toma como establecimiento a los nucleamientos educativos, es decir se unifican los establecimientos unipersonales CEPA y CECALAB, bajo el concepto de "aulas radiales"

<sup>(2)</sup> Proyecto Educativo organizado en un establecimiento para impartir educación en torno a una misma estructura curricular (común o especial) y nivel de enseñanza. En un establecimiento existen tantas unidades educativas como niveles de enseñanza. El dato de unidades educativas corresponde a educación formal

<sup>(3)</sup> Son aquellos puestos de trabajo asignados en la planta orgánica para funciones de carácter docente. Se refiere al total de cargos docentes, sin desagregar por función (frente a alumnos, dirección, tareas pasivas). No se incluyen las horas cátedras

Nota: La información corresponde sólo a educación formal e incluye los niveles Inicial, Primario, Medio y Superior no Universitario (de Educación Común), Primario y Medio (de adultos), Superior no Universitario (de Artística) y Especial.

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos de la Dirección General de Planeamiento del Consejo Provincial de Educación.

Cabe aclarar que estos datos son a nivel provincial, dado que es de donde más información se tiene ya que no existen muchos datos específicos de la Ciudad de Neuquén. En ellos se observa un aumento progresivo de la cantidad de establecimientos y matrícula de la educación privada. Concretamente, si analizamos los datos de la Tabla 4, podemos observar que en el periodo 2000-2010 los alumnos matriculados en instituciones públicas pasaron de 145.365 a 150.035, lo que representa un crecimiento del 3,22%; para el mismo periodo la matriculación en instituciones privadas pasó de 12.898 a 22.344, lo cual representa un crecimiento del 73,24%. A su vez, si tenemos en cuenta el periodo 2011-2014 plasmado en la tabla 5, el aumento de la matriculación en instituciones públicas fue del 2,48% y en las privadas del 8,81%. Confirmando de esta manera el crecimiento que se dio en la provincia de la matriculación de la educación privada.

**Tabla 5 - Establecimientos, unidades de servicio, cargos docentes y alumnos matriculados por sector según año - Provincia del Neuquén Años 2011/2014**

Año	Establecimientos <sup>(1)</sup>			Unidades de servicio <sup>(2)</sup>			Cargos docentes <sup>(3)</sup>			Alumnos Matriculados <sup>(4)</sup>		
	Total	Oficial	Privado	Total	Oficial	Privado	Total	Oficial	Privado	Total	Oficial	Privado
2011	741	645	96	1.160	1.000	160	15.959	14.156	1.803	219.054	192.631	26.423
2012	756	653	103	1.176	1.007	169	16.236	14.388	1.848	223.049	195.712	27.337
2013	764	658	106	1.211	1.034	177	17.307	15.074	2.233	222.862	195.698	27.164
2014	778	660	118	1.232	1.033	199	18.815	16.175	2.640	226.161	197.409	28.752

<sup>(1)</sup> Se define al establecimiento como la unidad organizacional básica con dirección propia y planta orgánica funcional aprobada, que tiene por finalidad la prestación del servicio educativo. El establecimiento organiza el servicio de una o más unidades educativas

<sup>(2)</sup> Es la concreción de la oferta de un servicio educativo en una localización (sede o anexo) de un establecimiento.

<sup>(3)</sup> Son aquellos puestos de trabajo asignados en la planta orgánica para funciones de carácter docente. Se refiere al total de cargos docentes, sin desagregar por función (frente a alumnos, dirección, tareas pasivas). No se incluyen las horas cátedras

Nota: A partir del año 2011 de acuerdo a la nueva Ley de Educación Nacional, se conformaron tres modalidades: común, especial y adultos. Estas reemplazan a la anterior clasificación de la educación formal y no formal

Fuente: Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos del Consejo Provincial de Educación. Dirección General de Planeamiento.

Por otra parte, podemos señalar que “la composición matricular en la escuela secundaria es de 47.708 alumnos del Nivel Medio Común, Técnico y Agrotécnico. Por otro lado, 15 alumnos cursan el nivel mediante el Proyecto Horizontes, el cual permite a los adolescentes y jóvenes de la ruralidad continuar sus estudios en sus lugares de residencia. Además, para atender las necesidades de esta franja etaria, la Provincia amplió la oferta educativa para garantizar su ingreso y terminalidad. En este sentido, se incorporaron planes de 3 y 4 años, a los que asisten jóvenes de 18 y 16 años respectivamente, con un alcance de 14.862 alumnos que continúan sus trayectorias escolares dentro del Sistema Educativo Neuquino. A través del Plan Fines, de forma complementaria, 6.000 alumnos terminan sus estudios secundarios” (Neuquen Informa, 2015).

**Tabla 6 - Matricula 2013 - 2014 según modalidad y tipo de educación**

	Matricula 2013			Matricula 2014		
	Estatal	Privado*	Total	Estatal	Privado*	Total
Inicial	16.640	3.438	20.078	16.802	3.871	20.673
Primario	67.345	9.105	76.450	67.568	9.612	77.180
Secundario	54.232	7.871	62.103	54.620	7.950	62.570
Superior	6.538	4.056	10.594	7.494	4.654	12.148
Especial	2.220	60	2.280	2.199	57	2.256
Adultos Primario	2.479	148	2.627	2.329	139	2.468
Formación Profesional	12.296	1.702	13.998	13.732	1.654	15.386
Ciclos de Enseñanza Artística	5.560	27	5.587	7.214	825	8.039
Totales	167310	26407	193717	171958	28762	200720

Fuente: Ministerio de Gobierno y Educación de la Provincia del Neuquén con datos de la Dirección Nacional de información y Evaluación de la Calidad Educativa.

\*Incluye a las escuelas de gestión social, que de acuerdo a la normativa actual son considerados dentro del sector privado.

En la Tabla 6 podemos observar la evolución de la Matrícula del año 2013 a 2014 de acuerdo con la modalidad y tipo de educación. En la misma se visualiza, en cuanto a la educación media, un aumento del 0,71% en la educación pública y un 1% en la educación privada.

Por otra parte, de acuerdo con una investigación de la Universidad de Belgrano (Centro de Estudios de la Educación Argentina, 2016) en la Provincia de Neuquén, el incremento de la matrícula en secundarios estatales en el periodo 2003-2014 fue de un 30,09%, pero si acotamos este análisis a la matriculación en primer año, la misma menguó un 9,54% en el mismo periodo, lo cual nos obliga a plantearnos si esta baja se debe a algún aspecto sociodemográfico o si esta disminución tiene como contraparte un aumento de la matrícula en secundarios privados.

De acuerdo con el Diario Río Negro (2016), “en los últimos 15 años, se duplicó la matrícula de estudiantes en las escuelas privadas de la provincia, según datos estadísticos relevados por el Consejo Provincial de Educación (CPE). Mientras que el crecimiento global fue del 23% del 2000 al 2015, la distribución de alumnos entre los establecimientos estatales y los privados fue muy desigual: en el primer caso, subió un 21% y, en el segundo, más del 130%. (...) Esa misma tendencia se repitió en cuanto a la construcción de nuevos establecimientos. De acuerdo con los últimos datos disponibles, de 2008 a 2015 se construyeron 34 nuevas escuelas privadas, mientras que el Estado sólo sumó 16”.

Si analizamos la situación particular de la Ciudad de Neuquén, de acuerdo a la Tabla 7, podemos observar que se advierte un aumento constante de la matrícula de los colegios privados. En cambio, la matrícula en los colegios públicos no ha sido constante, si observamos el Gráfico 1, se observa que, en el año 2013, 2015 y 2016 sufrió una baja con respecto al año anterior de medición.

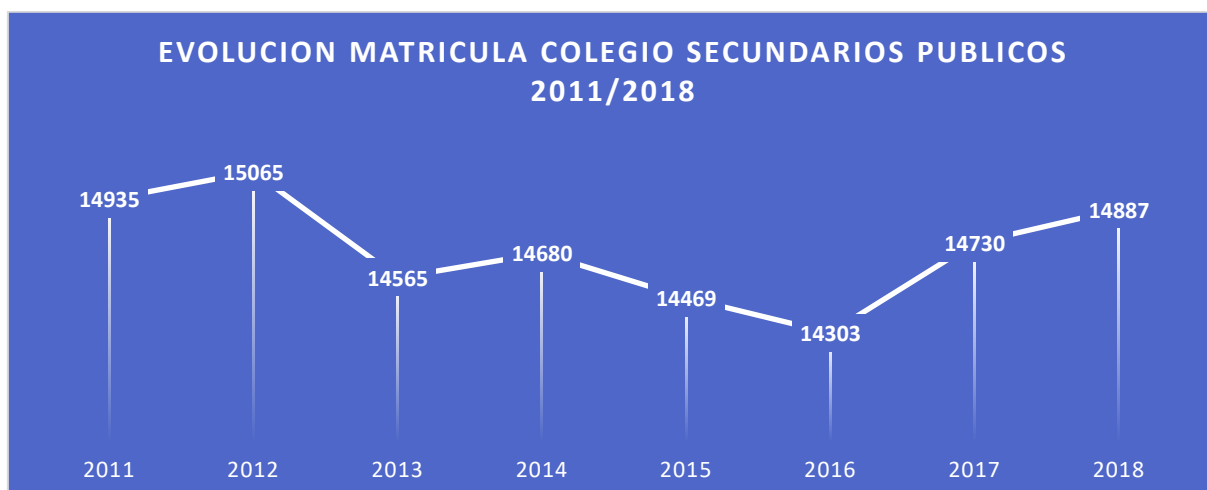
**Tabla 7 - Matrícula por Modalidad, Oferta/Nivel y Sector Año 2015 - 2018**

<b>Matrícula por Modalidad, Oferta/Nivel y Sector</b>														
Ejido Municipal NEUQUEN CAPITAL	Modalidad	Oferta/Nivel	Año 2018 *			Año 2017			Año 2016			Año 2015		
			Total	Sector		Total	Sector		Total	Sector		Total	Sector	
				Estatal	Privado		Estatal	Privado		Estatal	Privado		Estatal	Privado
	COMUN	Secundario	19.881	14.887	4.994	19.647	14.730	4.917	19.165	14.303	4.862	19.294	14.469	4.825
	ADULTOS	Secundario	6.740	5.341	1.399	6.558	5.270	1.288	7.061	5.176	1.885	6.785	5.167	1.618

\* Datos provisorios sujetos a modificación.

Elaboración Propia desde Fuente: 2011 - 2018: Relevamiento Anual. DICE - Dirección General de Estadística - Consejo Provincial de Educación.

Gráfico 1 - Evolución de la matrícula de colegios secundarios públicos – Año 2011/2018



Elaboración propia desde: Fuente: 2011 - 2018: Relevamiento Anual. DIEE - Dirección General de Estadística - Consejo Provincial de Educación

Otro aspecto que es importante señalar, es la cantidad de establecimientos que existen de la Ciudad de Neuquén, tanto públicos como privados. Del análisis de la Tabla 8, se obtiene que hay 46 colegios públicos y 24 colegios privados. En este último grupo también se incluyen los colegios públicos de gestión privada, ya que el Ministerio de Educación no los discrimina para llevar adelante los análisis estadísticos.

Tabla 8 - Establecimientos de Educación Secundaria, Modalidad Común y Adultos; ejido Municipal Neuquén Capital. -

<b>Establecimientos de Educación Secundaria, Modalidad Común y Adultos; ejido Municipal Neuquén Capital.-</b>			
<b>Establecimiento Publico</b>	<b>Distrito</b>	<b>Establecimiento Privado</b>	<b>Distrito</b>
CPEM 64	1	Escuela Diocesana Padre Adolfo Fernández	1
CPEM 40	8	Instituto Pablo VI	1
EPET 8 Capitán Don Juan de San Martín	1	Colegio secundario Jean Piaget	1
CPEM 22	1	San Agustín International School	1
CPEM 63	1	Colegio confluencia	1
CPEM 25	1	Colegio Santa Teresa de Jesús nivel medio	1
CPEM 29	8	A.m.e.n. Colegio bautista nivel medio	1
CPEM 26	8	Instituto Tecnológico del Comahue (ITC)	1
EPET 3	8	Instituto María Auxiliadora Neuquén	1
CPEM 12	1	Colegio Bilingüe Neuquén	1
CPEM 23	1	Escuela Cristiana Evangélica De Neuquén E.C.E.N. N. Medio	1
CPEM 53	8	Colegio de Capacitación Técnica San José Obrero N. Medio	1
Escuela Auxiliares Técnicos De La Medicina	1	Instituto Nicolás Avellaneda	1
CPEM 41	1	Colegio Don Bosco Nivel Medio	1
CPEM 46	1	Instituto panamericano de estudios superiores	1
CPEM 49	8	Escuela Católica Diocesana Nuestra Señora De La Guardia	8
CPEM 19	1	Colegio Nivel Medio Neuquén Oeste	8
CPEM 44	1	Escuela cristiana vida nivel medio	8
CPEM 60	1	I.F.E.S. Colegio secundario	1

CPEM 42	8	Colegio Millaray Nivel Medio	1
EPET 6	1	Centro Educativo Especial Integrador Del Sol Nivel Medio	1
EPET 5	8	Colegio Neuquén Oeste Nivel Medio Común	8
CPEM 47	8	Colegio Lincoln - Nivel Medio	1
CPEM 62	1	Colegio Sagrado Corazón Nivel Medio	1
CPEM 34	1	Colegio Manuel Belgrano Nivel Medio	8
CPEM 18 julio argentino roca	1		
EPET 7	8		
CPEM 2	1		
CPEM 48	8		
CPEM 54	8		
EPET 14 Doña Gregoria Matorras De San Martín	1		
CPEM 21	1		
IFD 6 nivel medio	1		
IFD 12 Gral. José De San Martín Nivel Medio	1		
CEPI 1	1		
CEPI 1 (u 11)	1		
CEPI 1 (u 12)	8		
CEPI 1 (u 16)	8		
CPEM 69 Compañero Carlos Fuentealba	8		
CPEM 70	8		
CPEM 72	8		
EPET 17 Rodolfo Alejandro Torrisi	8		
CPEM 76	8		
CPEM 77	8		
EPET 20	1		
CPEM 88	1		
<b>Total publico</b>	<b>46</b>	<b>Total privado</b>	<b>25</b>
Fuente: 2011 - 2018: Relevamiento Anual. DIEE - Dirección General de Estadística - Consejo Provincial de Educación.			

A su vez, otro dato relevante para tener en cuenta a la hora de analizar la educación en la Ciudad de Neuquén es la cantidad de días de clases que efectivamente se brindaron en los colegios públicos. A fines del ciclo lectivo 2017, un grupo de padres auto-convocados se manifestaron al respecto ante el Tribunal Superior de Justicia. Allí señalaron "...que este año se dictaron apenas 87 días de clases en las escuelas públicas. También señalaron que, desde 2012 a la fecha, se perdieron dos ciclos lectivos completos por los paros. (...) Recordaron que en 2013 hubo 113 días de clases y 39 de paro, mientras que este año concluirá con 87 jornadas de actividad frente a 65 de huelga, es decir que se perdió el 46% del ciclo lectivo" (Calducci, 2017). En la misma línea se manifestó Horacio Quiroga, Intendente de la Ciudad, quien señaló que "...en 2017, en Neuquén hubo solamente 87 días de clases y 65 de paro, es decir que los alumnos perdieron el 54% del año lectivo" (Quiroga, 2018).



## Marco Teórico

### Comportamiento del consumidor

Kerin (2013, pág. 116), señala como el comportamiento del consumidor a “las acciones de las personas al comprar y usar productos y servicios, incluidos los procesos mentales y sociales que preceden y siguen a esas acciones”.

Este concepto es ampliado por Schiffman (2010, pág. 5), quien señala que se puede definir al comportamiento del consumidor como “el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades. El comportamiento del consumidor se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. Eso incluye lo que compran, por qué lo compran, cuándo, dónde, con qué frecuencia lo compran, con qué frecuencia lo utilizan, cómo lo evalúan después de la compra, el efecto de estas evaluaciones sobre compras futuras, y cómo lo desechan”.

Por su parte, Lambin, Gallucci & Sicurello (2009, pág. 91) señalan que “el comportamiento de compra comprende el conjunto de actividades que preceden, acompañan y siguen a las decisiones de compra y en las que el individuo o la organización intervienen activamente; de esta manera la compra se realiza tras una elección con conocimiento de causa. El comportamiento de compra puede verse como un proceso de resolución de problemas”.

Ante lo dicho se puede señalar que el comportamiento del consumidor conlleva un proceso de decisión el cual se desarrolla a continuación.

### *Proceso de decisión de compra*

En palabras de Mullins (2007, pág. 108) “...la toma de decisiones de los consumidores es en esencia un proceso de resolver un problema. La mayoría de los clientes, ya sea consumidores individuales o compradores organizacionales, pasan por procesos mentales similares a decidir qué productos y marcas comprar”.

En el proceso de decisión de compra se pueden apreciar diferentes etapas. Mullins (2007, pág. 109) señala que “cuando compran productos o servicios de mucho interés, los

consumidores pasan por un proceso de solución de problemas que comprende cinco pasos mentales:

- (1) identificación del problema,
- (2) búsqueda de información,
- (3) evaluación de alternativas,
- (4) compra
- y (5) evaluación de poscompra”.

Por su parte, Kotler & Armstrong (2012, pág. 152) también mencionan cinco etapas, a las cuales llama de manera similar: “reconocimiento de necesidades, búsqueda de información, evaluación de alternativas, decisión de compra y comportamiento posterior a la compra”.

A continuación, se desarrollarán los cinco pasos mentales de Mullins que se mencionaron previamente (2007, págs. 109 - 115):

- **Identificación del problema:** Los procesos de decisión de compra de los consumidores son disparados por necesidades o deseos no satisfechos. Las personas distinguen entre el estado ideal y el real en alguna dimensión física o sociopsicológica, lo cual las motiva a buscar productos o servicios para ayudar a que su estado actual se encuentre más en balance con el ideal.
- **Búsqueda de información:** Habiendo reconocido que existe un problema y que podría satisfacerse con la compra y consumo de un producto o servicio, el siguiente paso del consumidor es consultar la información adquirida en experiencias pasadas y almacenada en la memoria para un posible uso posterior.
- **Evaluación de alternativas:** A los consumidores les es difícil comparar muchas marcas alternativas porque cada una podría ser mejor en algunos aspectos, pero peor en otros. En lugar de esto, los consumidores simplifican su evaluación de varias formas. Primero, raras veces consideran todas las marcas posibles; más bien, se concentran en su conjunto evocado, número limitado con el que están familiarizados y que es probable que satisfaga sus necesidades. En segundo término, los consumidores evalúan cada una de las marcas del conjunto evocado en un número limitado de dimensiones o atributos de producto. También juzgan la importancia relativa de estos atributos, o el rendimiento mínimo aceptable de cada uno. El conjunto de

atributos empleado por un consumidor particular y su importancia relativa representan los criterios de selección del consumidor. En tercer lugar, los consumidores combinan evaluaciones de cada marca por medio de atributos, tomando en cuenta su importancia relativa. Esta evaluación de atributos múltiples de una marca genera una actitud hacia ella; aquella hacia la que los consumidores tienen la actitud más favorable es la más probable que adquieran.

- **Compra:** Aun después de que un cliente haya reunido información acerca de marcas alternativas, las haya evaluado y decidido cuál es la más deseable, el proceso de decisión todavía no está completo. El consumidor debe ahora decidir dónde comprar el producto. Seleccionar una fuente en la cual comprar el producto comprende en esencia los mismos procesos mentales que una decisión de comprar un producto. Los consumidores suelen seleccionar la fuente que perciben como la mejor con base en los atributos que para ellos son los más importantes. Si sus experiencias con una fuente son positivas, pueden crear lealtad y en forma rutinaria hacen sus compras en esa fuente, semejante a la forma en que los consumidores crean lealtad a una marca.
- **Evaluación de poscompra:** Que un consumidor se sienta recompensado de manera adecuada después de una compra depende de dos cosas: (1) el nivel de aspiración o expectativa de la persona (...) y (2) la evaluación del consumidor de qué tan bien estuvo el producto en realidad. Las expectativas de los consumidores acerca de las condiciones de un producto se ven influidas por varios factores, entre los que se cuenta la urgencia e importancia de la necesidad de cada persona y la información reunida durante el proceso de toma de decisiones”.

Este proceso planteado por Mullins (2007) se produce cuando el producto o servicio es de gran interés para el consumidor. Cuando no lo es, el proceso es mucho más simple. “Las compras de mucho interés abarcan bienes o servicios que son psicológicamente importantes para el comprador porque abordan necesidades sociales o de ego y, por ende, conllevan riesgos sociales y psicológicos. Esas compras también pueden implicar mucho dinero y cierto riesgo financiero” (pág. 109).

Respecto al paso de “Evaluación de alternativas”, podemos agregar, en palabras de Kotler & Armstrong (2012, pág. 153), que “la manera en que los consumidores evalúan las alternativas de compra depende de cada individuo y de la situación de compra específica. En

ciertos casos, los consumidores se valen de cálculos concienzudos y del pensamiento lógico. En otros, los mismos consumidores realizan poca o ninguna evaluación; en su lugar, compran por impulso o se basan en la mera intuición. Algunas veces los consumidores toman decisiones de compra por su cuenta; aunque en otras ocasiones acuden a los amigos, a las críticas en línea o a los vendedores para recibir consejos de compra”.

### *Roles en el proceso de compra*

En el proceso de compra, el consumidor debe tomar una decisión, pero muchas veces surge el interrogante de quién es el consumidor o qué entendemos por consumidor. Rodríguez Ardura (2006, pág. 164) señala que “los consumidores desarrollan diferentes papeles o funciones en los procesos de decisión de compra. En ocasiones estos roles son desempeñados por la misma persona, pero otras veces, se reparten entre varios individuos”.

En consecuencia, el mencionado autor señala seis tipos de roles, a saber:

- Iniciador, que plantea la existencia de un problema o una necesidad todavía no satisfecha.
- Informador, que se encarga de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión de compra.
- Influenciador, que aporta opiniones y consejos que pueden influir de manera directa en la toma de decisiones.
- Decisor, que toma la decisión sobre algunas o todas las cuestiones que conciernen al acto de compra: si se realiza la compra, que cantidad se adquirirá, donde y cuando se comprará, etc.
- El comprador, que es quien lleva a cabo la compra efectiva del producto.
- El usuario, que es la persona que debe utilizar o consumir el producto adquirido.

Estos mismos roles son mencionados por Dolan (2000, pág. 11), quien considera al consumidor como una “unidad de decisión” o “*Decision Making Unit*”.

Por su parte, Lambin, Galluci & Sicurello (2009, pág. 90) señalan que “cualquier transacción de mercado requiere, como mínimo, tres funciones de cliente:

- 1) comprar (o seleccionar) un producto o servicio;
- 2) pagarlo y

### 3) usarlo o consumirlo.

Así, un cliente puede ser un comprador, un pagador o un usuario/consumidor:

- El usuario es la persona que consume o utiliza realmente el producto, o recibe los beneficios del servicio.
- El pagador es quién financia la compra.
- El comprador es el que participa en la obtención del producto en el mercado”.

A su vez señalan que “cada una de estas funciones puede desempeñarla la misma persona (como ocurre con el ama de casa), o una unidad organizacional (tal como pasa con un departamento de compras), o bien, diferentes personas o departamentos. (...) Cualquiera de estas tres funciones del cliente (usuario, pagador o comprador) hace de la persona un cliente” (Lambin, Gallucci, & Sicurello, 2009, pág. 90).

En el ámbito específico de la educación en Argentina, Scialabba (2006) citando a López (2002) señala “Para comenzar, ... son “electores” de escuela a quienes envían a sus hijos a escuelas privadas y “no electores” a los que los mandan a escuelas públicas. Al analizar los datos de su investigación, las conclusiones más relevantes que pueden destacarse son:

- Quienes tienden a elegir escuela privada poseen mayores niveles educativos y se desempeñan en las ocupaciones más calificadas de la escala ocupacional.
- Son los no electores los que presentan un mayor porcentaje (35%) de intención de cambiar a sus hijos de escuela. En contraposición, sólo el 12% de los padres que mandan a sus hijos a escuelas privadas desean cambiar a sus hijos de colegio. A pesar de esto, puede decirse que prevalece la conformidad de los encuestados con el colegio al que envían a sus hijos (el 65% de los que mandan a escuela pública y el 88% de los que lo hacen a la escuela privada no cambiarían a sus hijos de la escuela a la que asisten).
- Existe un alto grado de conformidad con la calidad educativa independientemente del tipo de establecimiento, público o privado” (Scialabba A. , 2006, pág. 13).

A los propósitos de esta investigación se utilizarán los roles definidos por Rodríguez Ardua, a saber: Iniciador, Informador, Influenciador, Decisor, Comprador y Usuario.

### *Preferencias del consumidor*

Dentro del comportamiento del consumidor hay que tener en cuenta cuáles son sus preferencias. Debemos señalar que este término es muy utilizado en el área del Marketing, pero se hace difícil encontrar definiciones del mismo.

Desde el punto de vista de la Economía, podemos señalar, según Bowles (2004, pág. 140) que “las preferencias son las razones del comportamiento, es decir atributos de los individuos – diferentes de las creencias y las capacidades-, que dan cuenta de las acciones que se toman en una situación dada. Así, las preferencias incluyen una mezcla heterogénea: gustos (gusto o disgusto por comidas), hábitos, emociones (como vergüenza o ira) y otras reacciones viscerales (como el miedo), la forma en que los individuos interpretan situaciones (o más limitado, la manera en que elaboran una decisión), compromisos (como promesas), normas impuestas socialmente, propensiones psicológicas (por agresión, extroversión, etc.), y una relación afectiva con los otros. Decir que las personas actúan según sus preferencias significa sólo que el conocimiento de las preferencias ayudará a explicar las acciones (aunque no necesariamente la explicación que sería dada por el actor, ya que es bien conocido que los individuos algunas veces no son capaces o no están dispuestos a dar una explicación de ese tipo).”

En el ámbito del Marketing, Ruiz de Maya y Munuera Alemán (1993, pág. 25), señalan, citando a los profesores Zajonc y Markus (1982), que “las preferencias son primeramente un fenómeno comportamental basado en lo afectivo. Una preferencia de  $x$  sobre  $y$  es una tendencia del organismo a aproximarse a  $x$  más a menudo y de manera más intensa que a  $y$ . Para los individuos esta aproximación se puede traducir en diferentes actuaciones como hacer comentarios favorables, comprar un producto, cambiar de religión, dar limosna, donar sangre o dar la vida”.

A su vez, Ruiz de Maya y Munuera Aleman, manifiestan que esa definición tiene limitaciones por lo cual plantean la propia y manifiestan que “podemos definir la preferencia de un individuo por un objeto como una valoración positiva, relacionada o no con un proceso de elección, consecuencia de un proceso de evaluación originado por una actividad cognitiva, que supone un contexto en el que aparecen varias alternativas y en donde existe un

tomador de decisiones, o evaluador, con criterios de valoración establecidos” (1993, pág. 25).

La definición desarrollada por Ruiz de Maya y Munuera Aleman es la más adecuada a los fines de esta tesis, en la cual se utiliza el término preferencia para hacer referencia a aquella variable a la cual el consumidor otorgo una valoración positiva y termino seleccionándola como su elección frente a un conjunto de opciones.

### Atributos del servicio

Los productos y/o servicios son considerados por Kerin, Hartley & Rudelius (2013, pág. 18) como “un bien, servicio o idea que consta de un paquete de atributos tangibles e intangibles que satisface las necesidades de los consumidores y a cambio del cual se recibe dinero o algo de valor”. Esto nos otorga una clasificación preliminar de los atributos, los cuales pueden ser tangibles e intangibles. También señalan que cuando los consumidores evalúan un producto tienen en cuenta criterios de evaluación que son “los atributos objetivos (como el tiempo de reproducción de audio) y subjetivos (como el prestigio) que se usan en la comparación de productos y marcas” (Kerin, Hartley, & Rudelius, 2013, pág. 117).

Por su parte, Mullins (2007, pág. 114) señala que “...los consumidores usan diversas dimensiones o atributos cuando evalúan productos y servicios alternativos. Por lo general, los consumidores basan sus evaluaciones en media docena de dimensiones o en menos”. También señala cuatro categorías de atributos con sus atributos específicos, a saber:

- **Atributos de costo:** precio de compra, costos de operación, costos de reparación, costos extras, costos de instalación, rebaja por cambio, probable valor de reventa.
- **Atributos de rendimiento:** durabilidad, calidad de los materiales, construcción, confiabilidad, rendimiento funcional, eficiencia, seguridad.
- **Atributos sociales:** prestigio de la marca, imagen de estado, popularidad con amigos y miembros de la familia, estilo, moda.
- **Atributos de disponibilidad:** vendido por tiendas locales, términos de crédito, calidad de servicio de un distribuidor local, tiempo de entrega.

A su vez, podemos mencionar algunos atributos a los cuales hace referencia Ayala Carrére (2010). En el mismo, señala, citando a Gallego y Hernando (2007), “que la asignación de

alumnos a los colegios dependa de las características del hogar. Postulan que las variables más importantes son los resultados de los test de logro académico, los valores y la disciplina de la escuela, si es mixto o no, las características de grupo (e.g. ingreso a nivel familiar), el costo monetario de la escuela y una medida de la distancia y la accesibilidad de ésta al hogar”.

Ayala Carrére (2010), en el desarrollo de su investigación, analiza los siguientes atributos:

- Cercanía al establecimiento,
- Familiares han estudiado/estudian en él,
- Prestigio,
- Buenos resultados en el SIMCE,
- El establecimiento entrega valores,
- Costo de la escolaridad,
- Recomendado por alguien de Confianza,
- Establecimiento con Jornada Escolar Completa

Para la presente tesis, se utilizará un mix de lo aportado por todos los autores citados previamente. Es así que se aplicará la clasificación de tangibles/intangibles y objetivos/subjetivos propuesta por Kerin, Hartley & Rudelius; se empleará las categorías de atributos (costo, rendimiento, sociales y de disponibilidad) planteada por Mullins y se tomarán en cuenta los atributos de cercanía del establecimiento, prestigio, familiares han estudiado allí, el establecimiento entrega valores, costo de la escolaridad propuestos por Ayala Carrere.

### **Parental Choice/School Choice**

*"Parental Choice o School Choice"* es el término que hace referencia a la elección de escuela por parte de tutores o la familia.

Raczynski (2010), hace un profundo análisis sobre la temática de la educación pública-municipal en Chile. “El tema de la demanda y elección parental de establecimientos educativos ha sido estudiado en EEUU, Inglaterra, Francia y los países nórdicos, independiente del hecho de si tienen o no un sistema de subsidio a la demanda. Sociólogos y antropólogos sociales han estudiado las estrategias que adoptan las familias frente a la



educación de sus hijos, siendo la elección de escuela o el cambio de un establecimiento a otro durante la trayectoria escolar y los factores que condicionan estos movimientos, una arista del tema más general de las estrategias educacionales que adoptan las familias. Estos estudios recogen la tradición de la sociología de la educación, en particular a autores como Bourdieu, Coleman y Jencks. Una de las preocupaciones centrales es el papel de las estrategias educacionales de la familia en la reproducción social de las posiciones sociales y en la segregación social entre establecimientos educacionales o, a la inversa, el papel de la educación como factor de movilidad social, la búsqueda en algunas familias de ambientes sociales diversos y plurales para sus hijos o hijas, y en otras de ambientes sociales familiares y a veces exclusivos que marcan distancia con determinados grupos y estratos sociales" (Raczynski, 2010, pág. 9).

El mencionado autor hace referencia a dos tipos de abordaje que se la ha dado a esta temática "es posible diferenciar entre dos tipos de estudios, uno dominado por la disciplina económica y el otro por educadores, sociólogos y antropólogos. Los primeros privilegian métodos de investigación cuantitativos y econométricos y los segundos métodos cualitativos. Ambos enfoques aportan importante evidencia al tema. En el ámbito de la elección de escuelas, los primeros entregan un perfil de las razones más frecuentes para elegir un establecimiento, diferenciadas por características de la familia, lugar de residencia, tipo de colegio, etc.; proveen un panorama de la información que la familia busca y utiliza para decidir; estudian las características que diferencian a los estudiantes y sus familias que estudian en uno u otro sector y a partir de esto inferir razones de elección; cuando se dispone de datos longitudinales —poco países disponen de éstos— dan cuenta de trayectorias educativas, las características de quienes se mueven en una u otra dirección, los factores que condicionan estos movimientos" (Raczynski, 2010, pág. 17).

En contraposición, el autor menciona las "metodologías cualitativas que se detienen, (...), en la dimensión simbólica de las representaciones sociales y los criterios que subyacen a la acción. (...) Aplican metodologías "más blandas" (menos estandarizadas y codificadas) y no tienen representación estadística. Sin embargo, permiten una comprensión más compleja de la realidad. Es así como en el área de la elección de colegio una relevante corriente de investigación inglesa, y en menor medida francesa y de los EEUU de América del Norte, ha dado cuenta que las preferencias de las familias no surgen de manera meramente individual

o espontánea, sino que se encuentran inmersas en un contexto de interacciones sociales donde pesan con fuerza tanto el capital económico y cultural de la familia como los valores y representaciones sociales sobre la educación y su sentido que sostienen distintos segmentos de la sociedad como rasgos propios del funcionamiento de los establecimientos educacionales y del sistema educativo en su conjunto” (Raczynski, 2010, pág. 18).

Raczynski (2010), también hace un recuento sobre los estudios a nivel internacional que se han llevado a cabo sobre la temática del “*parental choice*”. Es así como señala que en los países del norte el foco de la investigación está puesto en temas específicos como “las razones para elegir un colegio o las fuentes de información utilizadas por las familias” (Raczynski, 2010, pág. 19). Sobre estos señala que “dicho tipo de estudios utiliza técnicas de investigación preferentemente de carácter cuantitativo y estudios econométricos que tienden a reducir el proceso de elección y su contexto a razones objetivas y que no logran identificar los significados que las familias asocian a su elección” (Raczynski, 2010, pág. 19).

Su investigación lo lleva a dividir los estudios encontrados de acuerdo con tres temáticas:

- Información que manejan las familias para elegir colegio

Aquí las investigaciones giran en torno a “...analizar cuánta información y de qué tipo disponen las familias al momento de elegir y a través de qué fuentes la obtiene. La literatura reconoce tres tipos de fuentes sobre las cuales las familias pueden informarse sobre las escuelas: fuentes oficiales, los colegios y las redes sociales. La evidencia provista por los estudios revisados indica que las familias manejan poca información objetiva sobre los resultados académicos que tienen los colegios y que las redes sociales son las fuentes claves en la provisión de información. (...) Asociado al tema de la información, algunos autores se preguntan por el tipo de información que demandan las familias y si la entrega oficial de ésta modificaría la forma de elegir colegio por parte de la familia” (Raczynski, 2010, pág. 20).

- Razones de elección y preferencias

En este apartado cobra gran importancia la incidencia de cuestiones geográficas y demográficas en el proceso de elección. Es así que señala que “desde la disciplina de la economía, el foco de los estudios de carácter econométrico ha estado en el “*trade*

*off'* que existe entre calidad académica y cercanía escuela-hogar en el sentido que la disposición a desplazarse aumentaría en función de la calidad académica de los colegios. Así, aparecen, por un lado, padres con una alta valoración de la cercanía de la escuela, que no las eligen por su calidad, y por otro, familias que tienen más bien una importante valoración y preferencia por los resultados, por encima de la proximidad del establecimiento al hogar. Estas distintas preferencias se encuentran asociadas al grupo socioeconómico” (Raczynski, 2010, pág. 21).

A esto agrega que “un importante corpus de investigación ha estudiado específicamente la incidencia que tienen los factores o razones demográficas, a saber clases sociales o características étnicas de los alumnos en la elección de colegio.(...) Dentro de este marco, cobra importancia el estudio llevado a cabo por Saporito y Lareau (2002), de carácter cualitativo, en que distinguen dos etapas del proceso de elección de escuela: Una primera en que las familias excluyen escuelas en base a alguna consideración negativa –en el caso de familias blancas a aquellos colegios con alta concentración de estudiantes de raza negra- y posteriormente, una segunda etapa en que se consideran distintos otros factores positivamente y se selecciona un establecimiento en particular” (Raczynski, 2010, pág. 21).

- El contexto de la elección: capital económico y cultural de las familias y las representaciones sociales de la educación

Aquí se analiza las preferencias de las familias dentro de un proceso más amplio, no se trata solamente del proceso en sí, sino en entender el contexto en el cual se da el mismo. Es por ello que señala “las preferencias de las familias no surgen de manera meramente individual o espontánea, sino que se encuentran inmersas en un contexto de interacciones sociales donde pesan con fuerza tanto el capital económico y cultural de la familia como los valores y representaciones sociales asociado a éste. Para dar cuenta de este tema, la literatura inglesa ha introducido el concepto de “*landscapes of choice*” –campo de elección- mediante el cual se contextualiza el proceso de elección de las familias, se reconoce que los padres están situados en determinadas condiciones, dentro de las cuales se le otorga sentido a los distintos criterios o razones de decisión. La introducción del concepto permite, así,

como los autores señalan, capturar lo profundo y superficial del proceso de elección (Bowe et al. 1994) (Raczynski, 2010, pág. 23).

A los fines de este trabajo de tesis se utilizará el concepto de “Parental Choice/School Choice”, de manera amplia y haciendo referencia al proceso general de elección de un colegio secundario.

## Decisiones Metodológicas

### Tipo de diseño

Para el desarrollo de la presente tesis se llevó a cabo una investigación de tipo descriptiva. De acuerdo con Malhotra (2008, pág. 82) el tipo de investigación descriptiva es aquella que “tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características o funciones del mercado”.

Sampieri (1994) señala que a través de la investigación descriptiva se busca “conocer grupos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento” (1994, pág. 61). Es por ello que a través del presente estudio se busca describir los atributos y preferencias que se tienen en cuenta en el proceso de selección de una institución de nivel medio, como así también determinar si existe relación entre los atributos considerados.

### Población en estudio

Para cumplir los objetivos propuestos en la presente tesis, la población objeto de estudio son los ciudadanos que tienen hijos de un rango etario de 12 a 18 años que se encuentren cursando la educación media en un colegio de la ciudad de Neuquén. Para poder determinar esta población, se utilizaron datos de la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos para saber la cantidad de alumnos matriculados en colegios secundarios que cumplieran con estas características.

De acuerdo con datos de la Dirección Provincial de Estadísticas, en el año 2016 la matrícula fue de 48.460 alumnos repartidos en toda la provincia, como se puede observar en la Tabla 9.

Tabla 9 - Unidades educativas, matrícula y variación. Periodo 2006-2016

Unidades educativas, matrícula y variación. Modalidad común. Nivel secundario. Provincia del Neuquén. Periodo 2006-2016				
Año calendario	Unidades Educativas	Matricula	Variación (en %)	
			Unidades Educativas	Matricula
2006	114	46.076	-	-
2007	116	45.947	1,75%	-0,28%
2008	117	44.973	0,86%	-2,12%
2009	117	45.396	0,00%	0,94%
2010	119	46.258	1,71%	1,90%
2011	120	47.439	0,84%	2,55%
2012	121	47.563	0,83%	0,26%
2013	122	47.491	0,83%	-0,15%
2014	125	47.708	2,46%	0,46%
2015	127	47.879	1,60%	0,36%
2016	129	48.460	1,57%	1,21%

Fuente: Relevamientos Anuales 2006-2016 - DINIEE - Dirección General de Estadística - Dirección Provincial de Estadística - Consejo Provincial de Educación.

En el Departamento Confluencia, donde se ubica la Ciudad de Neuquén, ámbito geográfico de esta investigación, la matriculación se reduce a 31.312 alumnos como se puede observar en la Tabla 10. Respecto a la ciudad de Neuquén, existen datos del año 2015 que señalan que los alumnos matriculados ese año en el Nivel Medio/Polimodal fueron **19.294** (Dirección Provincial de Estadísticas y Censos - Provincia del Neuquén, 2015, pág. 145).

Tabla 10 - Alumnos matriculados por año, según modalidad y nivel. Departamento de Confluencia. Provincia de Neuquén. Años 2011/2016

Modalidad y nivel		Año					
		2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Común</b>							
	Inicial	12.445	12.303	12.693	13.002	13.541	13.940
	Primaria <sup>(1)</sup>	48.698	48.174	48.736	49.257	50.856	52.006
	Media <sup>(2)</sup>	31.077	31.153	30.930	31.068	31.179	31.312
	Sup. no universitario	9.010	8.268	8.414	9.946	12.727	12.554
	Cursos, talleres y ciclos de capacitación de enseñanza artística <sup>(3)</sup>	3.872	5.442	3.753	5.033	3.826	3.842
	Servicios complementarios	12.276	16.082	14.159	10.830	11.161	16.989

<sup>(1)</sup> Incluye la matrícula de las Aplicaciones Experimentales de EGB.  
<sup>(2)</sup> Incluye la matrícula del Polimodal.  
<sup>(3)</sup> Incluye los cursos de capacitación de Superior no universitario, los cursos y talleres de artística y ciclos de enseñanza artística.

**Nota:** Desde la sanción de la nueva Ley de Educación Nacional N° 26.206, los Jardines Maternales se consideran dentro del Nivel Inicial de la modalidad común.

**Fuente:** Elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, en base a datos del Consejo Provincial de Educación. Dirección General de Planeamiento.

Entonces, en base a la información precedentemente detallada, la población en estudio fueron los padres de esos 19.294 alumnos matriculados.

### Tipo de muestreo

El tipo de muestreo seleccionado para llevar adelante la investigación es el “**muestreo no probabilístico por conveniencia**”. Se escogió este tipo de muestreo ya que, dadas las características de la población de estudio, no se podía determinar con exactitud quienes eran los individuos que la formaban.

Es importante resaltar que se consideró esta alternativa ya que se centra en unidades estadísticas que sean accesibles y convenientes para el investigador, aspectos cruciales cuando una investigación es llevada a cabo de manera unipersonal, con bajo presupuesto y poco tiempo.

Para complementar y potenciar el alcance de la investigación, se utilizó el “**muestreo de bola de nieve**”. Considerando las particularidades de la unidad estadística, se estimó que la misma conocería a otra que compartiera las características definidas para la muestra, por lo que al realizar una encuesta se requería al encuestado que refiriera a otras personas para completar la misma.

En la práctica, para llevar a cabo la investigación, se acudió a los contactos del maestrando y a la divulgación de la encuesta por redes sociales.

### Tamaño de la muestra

En base a una población en estudio estimada en 19.294 matriculaciones en colegios secundarios de Neuquén, la muestra teórica para llevar adelante esta investigación es de 400 casos.

Dadas las limitaciones técnicas y humanas de la investigadora, ese número se redujo a 104 casos. Las restricciones que llevaron a obtener solo ese número se desarrollan en el capítulo de limitaciones.

Sin perjuicio de ello es importante destacar que, dado que los muestreos seleccionados son no probabilísticos, **los resultados obtenidos no garantizan representatividad** y pueden tender a poseer “sesgos de comunidad”, es decir que se accede a un subgrupo de individuos dentro de nuestro target y el reclutamiento de nuevos miembros no logra salir de ese

subgrupo. Como señala Malhotra, en un muestreo de bola de nieve “las referencias tendrán características demográficas y psicográficas más similares a las personas que las refieren de lo que ocurriría al azar” (Malhotra, 2008, pág. 346).

En el caso particular de la presente tesis, una vez realizado el trabajo de campo se advirtió que la muestra obtenida se encontraba sesgada. Especialmente si se toman en cuenta los resultados obtenidos, ya que se observa que la muestra claramente no es representativa de la población total de la ciudad de Neuquén. Esto se fundamenta en que el 76,92% de la muestra es de género femenino y la población de la Provincia de Neuquén, según datos del Censo 2010, esta condición es del 51,75% (48,25% masculino). Esto también se visualiza en el nivel de estudio de la muestra, ya que según datos oficiales, el nivel bajo de educación de la población asumen el 57,2% (ningún tipo de instrucción, primario incompleto, primario incompleto y secundario incompleto) y el nivel más alto es del 42,8% (secundario completo, terciario/universitario incompleto y terciario/universitario completo); comparando estos datos con los de la muestra de la investigación (13,47% nivel bajo de educación y 86,54% nivel medio y alto de instrucción) claramente no es representativa de la misma. Los datos mencionados se pueden observar en la Tabla N°11.

**Tabla 11 - Población según sexo por máximo nivel de enseñanza alcanzado - Provincia del Neuquén - Año 2010**

	Población de 25 años y más	Máximo nivel de enseñanza alcanzado						
		Sin instrucción (incluye nunca asistió e inicial)	Primario incompleto	Primario completo	Secundario incompleto	Secundario completo	Terciario/Universitario incompleto	Terciario/Universitario completo
Neuquén	298.588	3,2	13,3	23,2	17,6	19,3	9,4	14,1
Varones	144.061	3,2	13,9	24,7	19,4	19,5	8,3	11,0
Mujeres	154.527	3,2	12,7	21,8	15,9	19,1	10,5	16,9

Fuente: INDEC, Dirección de Estadísticas Sectoriales en base a los Censos Nacionales de Población, Hogares y Viviendas 2001 y 2010.

Si analizamos el caso particular de la Ciudad de Neuquén, respecto al nivel de instrucción, los valores se acercan un poco más. Si observamos la Tabla N° 12, se observa que aquellos que cuentan con un nivel bajo de educación representan el 46,80% y los que cuentan con un nivel más alto representan el 53,08%. Si los comparamos con la muestra obtenida para el presente trabajo que representan el 13,47% y 86,54% respectivamente, se aprecia que la misma sigue sin ser representativa, aunque los porcentajes obtenidos tienen una brecha



menor que si se tomaran en cuenta los valores provinciales. Los datos se pueden apreciar en la Tabla N° 12.-

**Tabla 12 – Población Económicamente Activa según nivel de instrucción\* - Municipio de Neuquén - Año 2010**

Nivel de instrucción	PEA	%	%
<b>Total</b>	<b>124.092</b>		
Inicial (jardín, preescolar)	53	0,04	46,80
Primario Incompleto	8.851	7,13	
Primario Completo	19.364	15,60	
Secundario Incompleto	29.809	24,02	
Secundario Completo	27.159	21,89	53,04
Superior no universitario incompleto	5.652	4,55	
Superior no universitario completo	7.082	5,71	
Universitario Incompleto	12.321	9,93	
Universitario Completo	11.951	9,63	
Post universitario Incompleto	606	0,49	
Post universitario Completo	1.046	0,84	
Educación Especial	198	0,16	

**Fuente:** elaborado por la Dirección Provincial de Estadística y Censos en base a datos del Censo Nacional de Población Hogares y Viviendas 2010.  
\*Se mide entre la población entre 14 años y más.

### Técnicas de recolección de datos

Se utilizó una técnica de recolección de datos primarios. Se realizó una encuesta estructurada, que se aplicó bajo la modalidad:

On-line: el cuestionario se diseñó a través de la herramienta provista por Google ("Google-forms"), la cual se puede apreciar en el Anexo 1. El mismo se envió por correo electrónico a padres que tuvieran hijos que estuvieran cursando en una institución de educación media a los cuales se les solicitó colaboración para reenviar las encuestas.

También se procedió a compartir la encuesta a través de distintas redes sociales como Twitter y Facebook, como así también en grupos de Facebook relacionados con la temática como "Padres y Madres en defensa de la Educación NQN" y "180 días de clases". A su vez, cuando en los diarios se publicaba alguna nota relacionada con la temática educación, se compartió la encuesta en la parte de comentarios.

La encuesta estructurada de aplico a los padres/tutores para determinar su rol en el proceso de selección de un colegio de educación media, y para conocer cuáles son los atributos que tuvieron en cuenta y cuáles son sus preferencias.

### **Variables**

Para llevar adelante esta investigación, en primera instancia se debió establecer quiénes fueron los actores involucrados y cuáles fueron sus roles en el proceso de decisión. Para lo cual, a través de preguntas cerradas, se consultó a los padres/tutores sobre quienes fueron las personas involucradas en el proceso de selección y cuáles fueron sus roles. Para este último aspecto se tuvo en cuenta la clasificación de roles que hace Rodríguez Ardura (2006).

Seguidamente, la principal variable que se tuvo en cuenta es la de los atributos que tendrían que tener las instituciones de educación media para ser consideradas por las familias. Para determinar el grado de importancia que tuvieron estos atributos en el proceso de selección, los encuestados debieron responder una serie de preguntas que tenían como objetivo medir la influencia de esos atributos en el proceso de elección. La escala de medición utilizada para dicha apreciación fue la escala de Lickert. Como punto de partida de estos atributos se tuvo en cuenta la clasificación de atributos de Mullins (2007) y los atributos considerados por Ayala Carrére (2010).

Además, se analizó la variable de las preferencias de los padres. Es aquí donde a través de preguntas cerradas se indago sobre el tipo de institución al que efectivamente se envió al hijo, considerando el tipo de gestión y de jornada, modalidad de educación, valor de cuota, distancia del hogar/trabajo.

Otras variables que se tuvieron en consideración son las que reflejan la situación socioeconómica de los encuestados. Para lo cual se preguntó el nivel de estudios alcanzados, quienes trabajan en la familia y el tiempo que le dedica a su trabajo.

En última instancia, se consultó a los encuestados sobre qué opinión tenían sobre la educación pública y privada, para lo cual tenían que definir con tres palabras de su elección a cada una de ellas.

## Principales decisiones metodológicas

En la Tabla 13, se esboza una síntesis de las principales decisiones metodológicas tomadas a partir de los objetivos específicos planteados en esta investigación.

Tabla 13 - Principales decisiones metodológicas

Objetivo específico	Unidades de análisis	Técnica de recolección de datos	Variable teórica	Indicadores	Escala de medición
Conocer cuáles son los actores que están involucrados en el proceso de selección de una institución de educación media de Neuquén y establecer el rol que cumplen en ese proceso	Padres/tutores de alumnos en edad escolar. Hijos/alumno	Encuesta estructurada.	Actores involucrados en la selección del colegio secundario	Padres Hijos Tutores Terceros	Nominal
			Rol que cumplen los actores en el proceso de decisión	Iniciador Informador Influenciador Decisor Comprador Usuario	
Identificar cuáles son los atributos más relevantes tenidos en cuenta por los consumidores al momento de la selección de una institución de educación media de Neuquén.	Consumidores (Padres/hijos)	Encuesta estructurada.	Grado de valoración otorgado por los consumidores a los Atributos de costo.	<i>Valor de la cuota</i>	Ordinal: medición de la valoración de los atributos en una escala de Lickert del 1 al 7.
			Grado de valoración otorgado por los consumidores a los Atributos de rendimiento.	<i>Calidad de las instalaciones, Nivel académico, Días de clase dictados, Carga horaria, Orientación curricular, Actividades extracurriculares, Calidad de los docentes</i>	
			Grado de valoración otorgado por los consumidores a los Atributos sociales.	<i>Recomendaciones, Asistencia previa /actual de algún familiar, Asistencia de amigos, Formación religiosa, Formación en valores, Prestigio</i>	
			Grado de valoración otorgado por los consumidores a los Atributos de disponibilidad.	<i>Ubicación del colegio con respecto al domicilio, Facilidad en la modalidad de inscripción</i>	
Indagar cuáles son las preferencias de los consumidores al seleccionar una institución de educación media de Neuquén.	Padres/tutores de alumnos en edad escolar.	Encuesta estructurada	Tipo de gestión de la educación elegida	Público – Privado – Publico de Gestión Privada	Nominal y Ordinal
			Tipo de jornada elegida	Normal - Extendida	
			Modalidad de educación elegida	Bachiller / Técnica Laica / Religiosa Monolingüe / Bilingüe	
			Valor de cuota de la institución elegida	Gratuita Hasta \$2000 Entre \$2001 y \$4000	

				Entre \$4001 y \$6000 Entre \$6001 y \$8000 Más de \$8001	
			Cercanía al domicilio familiar o laboral de la institución elegida	Cerca del domicilio familiar – Cerca del domicilio laboral de alguno de los padres – no queda cerca a ninguno de los domicilios	
			La institución elegida suspende las clases por adhesión al paro o jornada docente.	Si – No	
Analizar qué influencia tiene el nivel socioeconómico y el nivel educativo de los consumidores con la elección de un tipo de educación pública o privada.	Padres/tutores de alumnos en edad escolar.	Encuesta estructurada	Edad	Abierta	Nominal
			Sexo	Femenino - Masculino	
			Educación	Primario; Secundario; Terciario/universitario. En todos los casos completo/incompleto	
			Jornada de trabajo (tiempo completo)	Si, la madre – Si, el padre – Ambos – Ninguno	
Conocer que opinión tienen los consumidores con respecto a la educación pública y privada.	Padres/tutores de alumnos en edad escolar.	Encuesta – Pregunta abierta	Opinión educación pública/privada	Abierta	

Fuente: Elaboración propia

## **Análisis de datos**

Para llevar a cabo el estudio de los datos recolectados se realizó un análisis univariado de todas las variables y análisis bivariados a bien de exponer conexiones entre variables. A su vez, se aplicaron técnicas estadísticas como tabulación simple para variables categóricas o nominales, y de tendencias para las numéricas, como así también, análisis de correlación lineal para atributos y nubes de palabras para las preguntas abiertas.

El programa estadístico utilizado para el análisis de la información fue Dyane. A su vez, parte de la información obtenida con el mencionado programa, fue exportada Excel a bien de realizar tablas y gráficos, ya que dicho programa ofrece mejores alternativas de diseño.

## Resultados

### Descripción de la muestra

En la Imagen 3 se resumen las características sociodemográficas de la muestra obtenida (N=104). La edad promedio de los encuestados es de 41 años, siendo el mínimo 32 y el máximo 59. A su vez, el 76,92% de los encuestados han sido mujeres y el 22,12% han sido hombres, siendo solo un 0,96% los que prefirieron no aportar este dato.

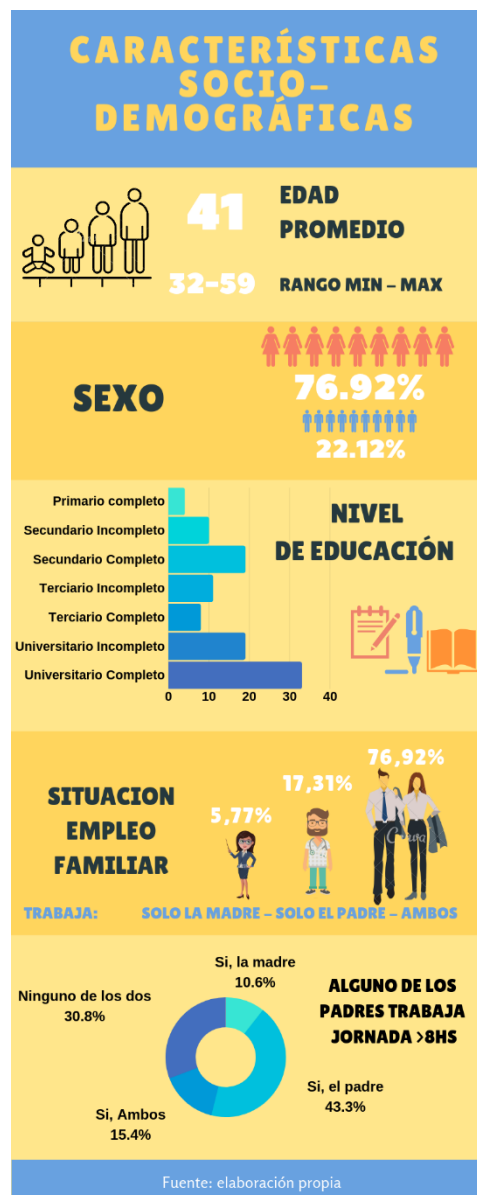
Respecto a la educación de los encuestados el 27,89% tiene estudios secundarios, 18,27% estudios terciarios y el 50% tiene estudios universitarios<sup>9</sup>. Respecto a la situación de empleo familiar se obtiene que en el 76,92% de los casos trabajan ambos padres, 17,31% solo trabaja el padre y en un 5,77% solo trabaja la madre. Relacionado con este aspecto está el tipo de jornada laboral de los progenitores donde en el 43,27% de los casos solo el padre trabaja una jornada mayor de ocho horas, el 10,58% la madre, el 15,38% ambos padres y por último en el 30,77% de los casos ninguno de los padres trabaja una jornada mayor a las ocho horas.

Para mayor información sobre este apartado ver Anexo 2, Gráficos 29 y 30.

### Resultados del análisis de los actores y roles en el proceso de selección del colegio secundario

En este apartado se analizan los resultados obtenidos para resolver el objetivo N°1: “Conocer cuáles son los actores, y que rol cumplen cada uno de ellos, en el proceso de selección de una institución de educación media de Neuquén”. Cabe destacar que, para la

Imagen 3 - Características sociodemográficas

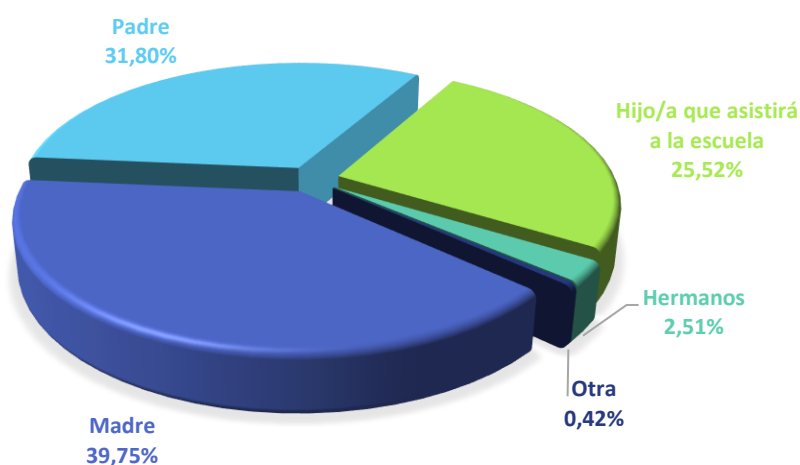


<sup>9</sup> Estos valores se obtuvieron de agrupar de cada categoría aquellos que tenían sus estudios de manera completa como incompleta.

determinación de los roles, se tuvo en cuenta, como se mencionó en el marco teórico, la clasificación aportada por Rodríguez Ardura (2006) : iniciador, informador, influenciador, decisor, comprador y usuario.

En primera instancia, se analizó aquellas personas que se vieron involucradas en el proceso de selección del colegio secundario, cuyos resultados se observan en el Grafico 2. Cuando se llevó a cabo la encuesta se solicitó a los padres que señalaran aquellas personas que se vieron involucradas en el proceso de selección, dando la posibilidad de elegir más de una opción (multirrespuesta).

Gráfico 2 - Personas que se vieron implicadas en el proceso de selección del colegio secundario (%) N=239<sup>10</sup>



Fuente: Elaboración propia

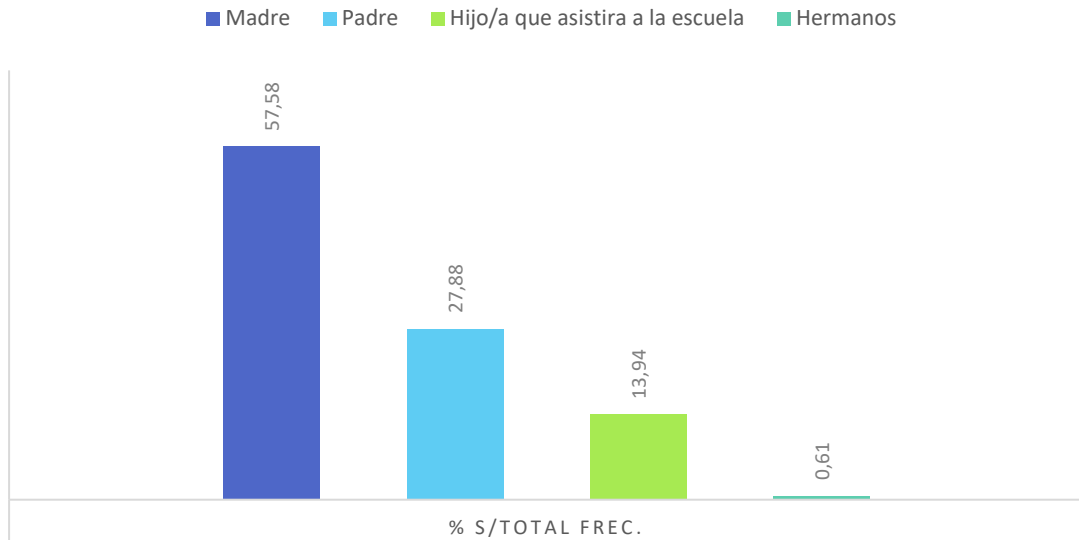
Si analizamos los resultados en base a la cantidad de respuestas (frecuencias N=239) podemos observar que el 39,75% de los casos señalaron que mayoritariamente la madre estuvo implicada en la selección del colegio secundario, seguida por el padre 31,8% y en tercer lugar el hijo con el 25,52% de los casos.

Desde el Gráfico 3 al Gráfico 8, se analiza para cada etapa del proceso de elección del colegio quienes fueron las personas involucradas. Aquí también se le dio la opción a los encuestados de no limitar su respuesta a una sola opción, por lo que el total de respuestas

<sup>10</sup> En el presente gráfico, se entiende por Frecuencia a los valores absolutos, es decir, la cantidad de veces que se eligió esa opción. Cuando hacemos referencia al % sobre el total de frecuencias nos referimos al porcentaje con respecto a la cantidad de veces que se eligió cada variable y cuando hablamos de % sobre la muestra hacemos referencia al porcentaje sobre la cantidad de encuestados N=104.-

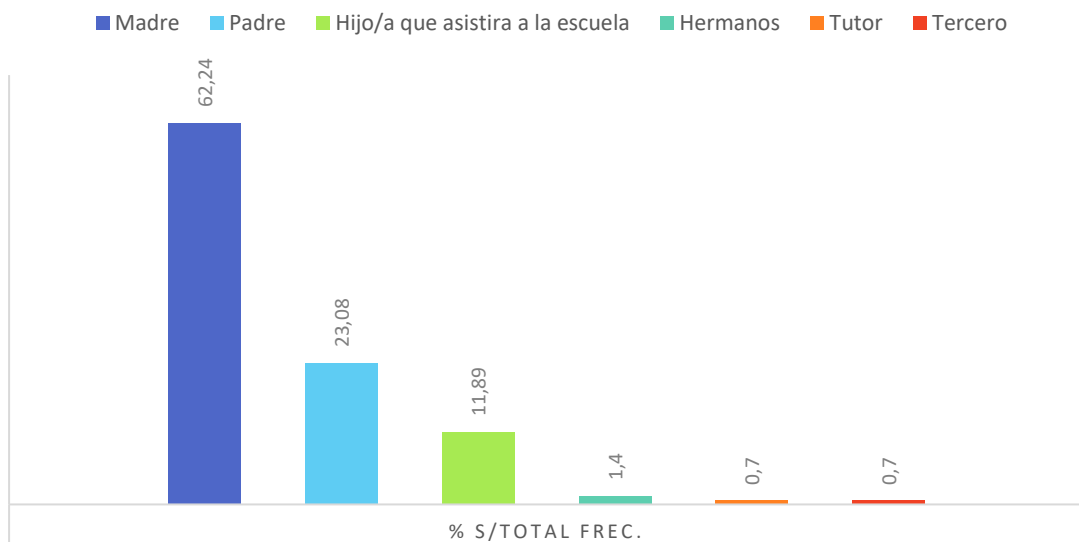
fue variable para cada etapa. En los mismos se analiza el porcentaje sobre la cantidad total de respuestas (% frecuencias) y no sobre el total de encuestados.

**Gráfico 3 - Definición de Roles: Persona que planteó la necesidad de empezar a buscar un colegio secundario % (N=165)**



Fuente: Elaboración propia

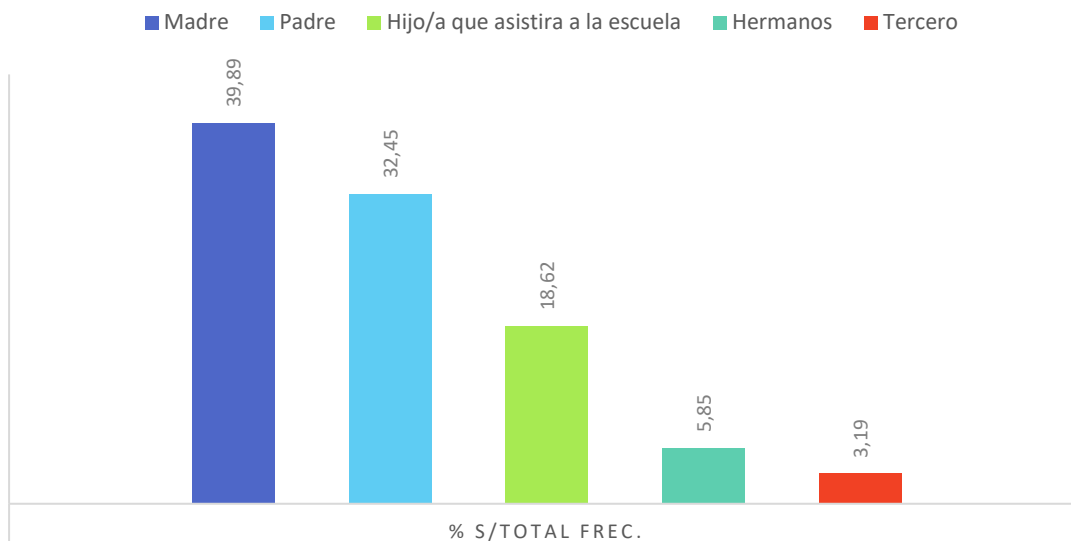
**Gráfico 4 - Definición de Roles: Persona que se encargó de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión % (N=143)**



Fuente: Elaboración propia

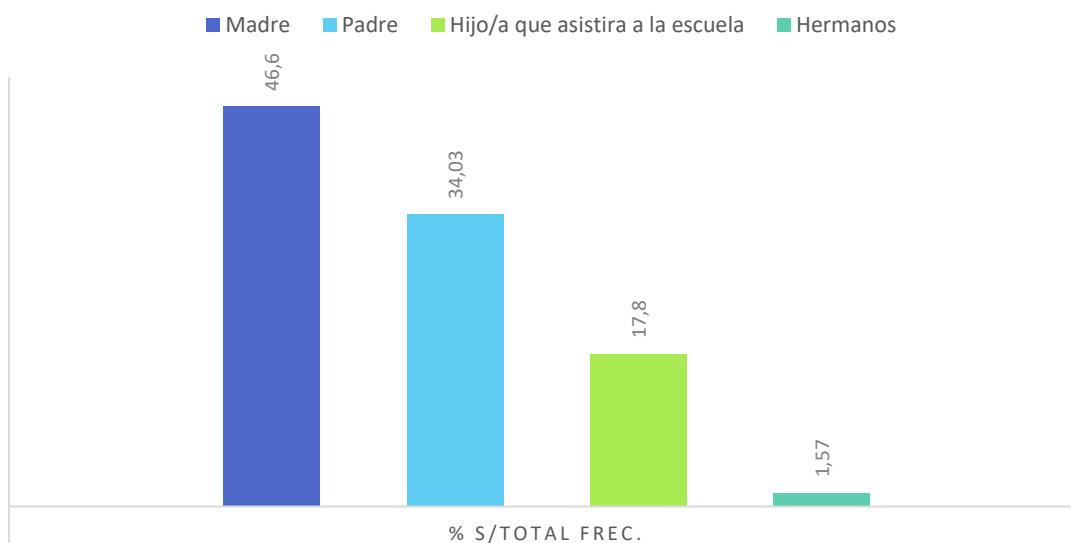


**Gráfico 5 - Definición de Roles: Persona que aportó opiniones y consejos que influyeron de manera directa en la toma de la decisión final % (N=188)**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 6 - Definición de Roles: Persona que tomó la decisión sobre algunas o todas las cuestiones que conciernen a la decisión sobre que Institución Educativa elegir % (N=191)**

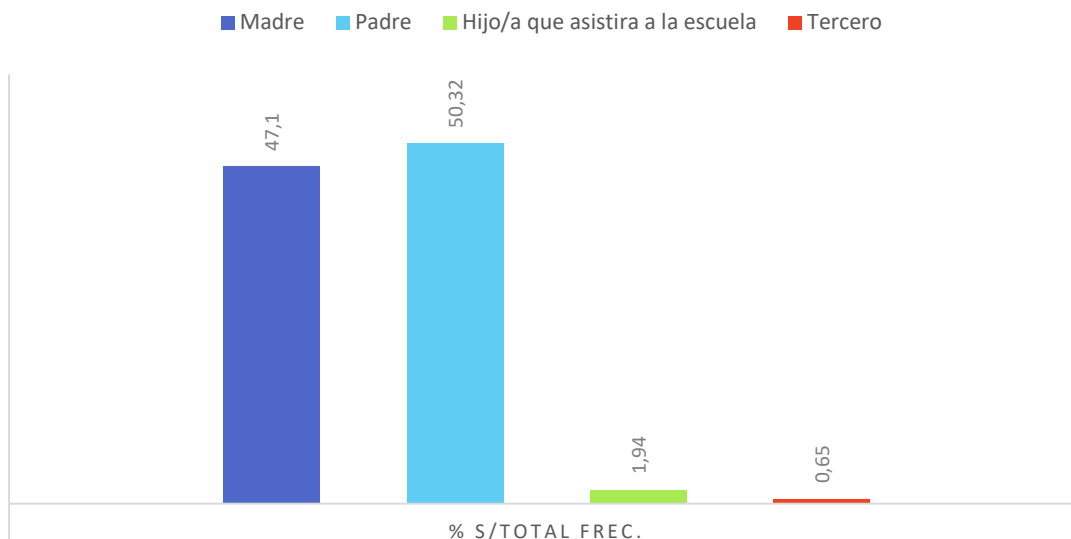


Fuente: Elaboración propia

Entonces, analizando desde el Grafico 3 al Grafico 6 podemos observar que ante las variables: *“Persona que planteo la necesidad de empezar a buscar un colegio secundario”, “Persona que se encargó de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión”, “Persona que aporto opiniones y consejos que influyeron de manera directa en la toma de decisión final” y “Persona que tomó la decisión sobre alguna o todas las cuestiones con conciernen a la decisión sobre que institución educativa elegir”, en todas ellas la madre*

fue la opción más elegida con el 57,58%, 62,24%, 39,89% y 46,6% respectivamente y, en segundo lugar el padre con el 27,88%, 23,08%, 32,45% y 34,03% respectivamente.

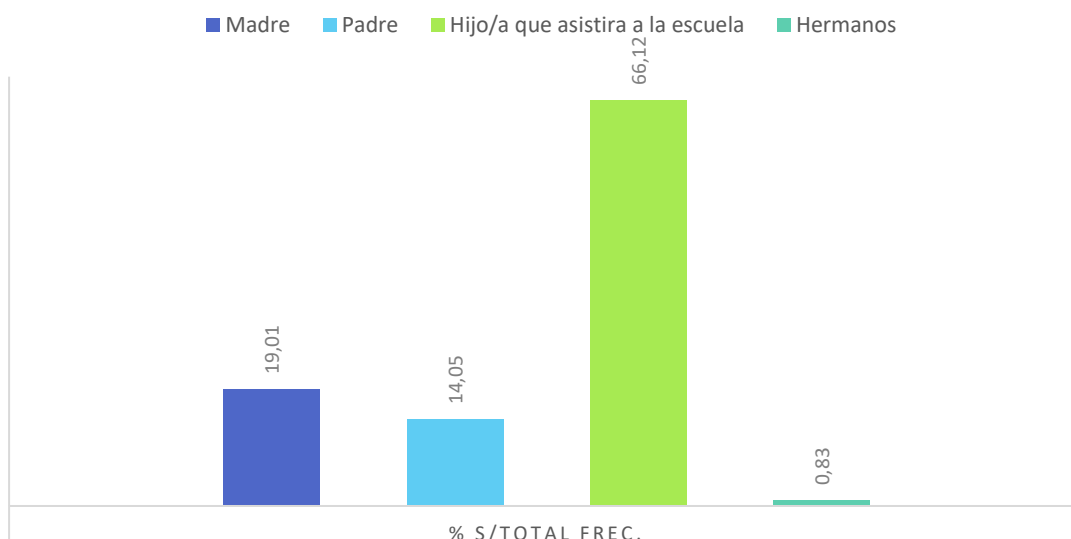
**Gráfico 7 - Definición de Roles: Persona que se encarga de afrontar el pago de la Institución elegida % (N=155)**



Fuente: Elaboración propia

Si analizamos el Grafico 7, variable “Persona que se encarga de afrontar el pago de la institución elegida”, aquí el primer lugar lo toma el padre con el 50,32% seguido por la madre con el 47,1%.

**Gráfico 8- Definición de Roles: Persona que utiliza el servicio de educación elegido % (N=121)**



Fuente: Elaboración propia

Por último, en el Grafico 8 variable “Persona que utiliza el servicio de educación elegido”, el 66,12% menciona al hijo/a que asistirá a la escuela. También debemos mencionar que el

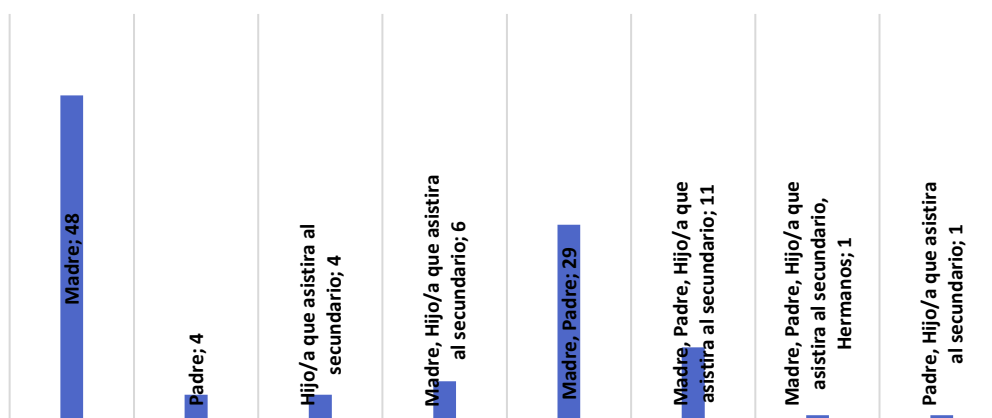
19,01% menciono a la madre y el 14,05% al padre, dando a entender de cierta forma que, a pesar de que ellos no asisten a la escuela, en cierto modo se sienten usuarios del servicio.

En el Anexo 2, Tabla 14 se puede apreciar los porcentajes sobre la muestra (N=104) y los porcentajes sobre el total de respuestas obtenidos para cada rol.

En la Tabla 15 se puede observar el porcentaje de las respuestas discriminadas de acuerdo a si el encuestado eligió solo una opción (ej: solo madre) o si eligió más de una (Ej: madre, hijo, hermanos). A continuación, se presentan de manera gráfica para cada variable las respuestas obtenidas según el criterio mencionado.

Si analizamos la *primera variable* (Persona que planteo la necesidad de empezar a buscar un colegio secundario) (Grafico 9), en 48 casos se eligió a la madre sola y en 29 casos se eligió en conjunto a la madre y al padre.

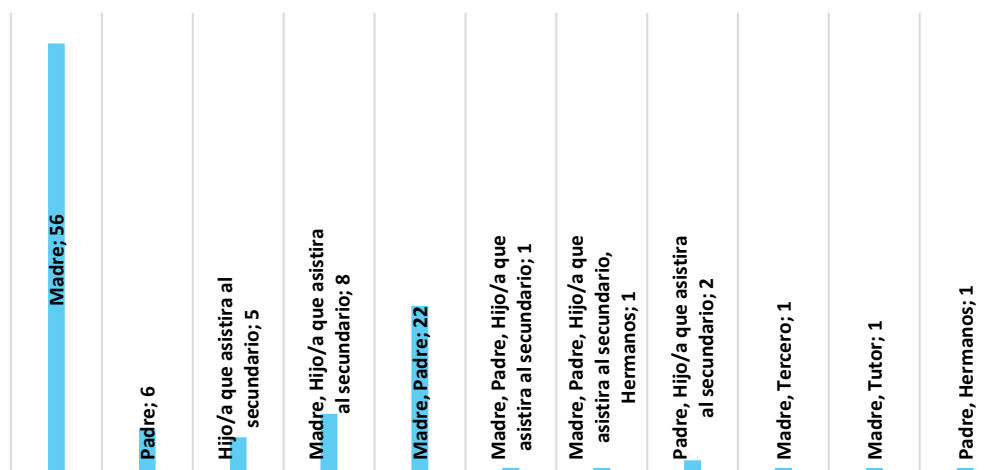
Gráfico 9 -Persona que planteó la necesidad de empezar a buscar un colegio secundario (N=104)



Fuente: Elaboración propia

Al analizar la *segunda variable* (Persona que se encargó de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión), Grafico 10, observamos que en 56 casos se eligió a la madre sola y en 22 casos se eligió de manera conjunta a la madre y al padre.

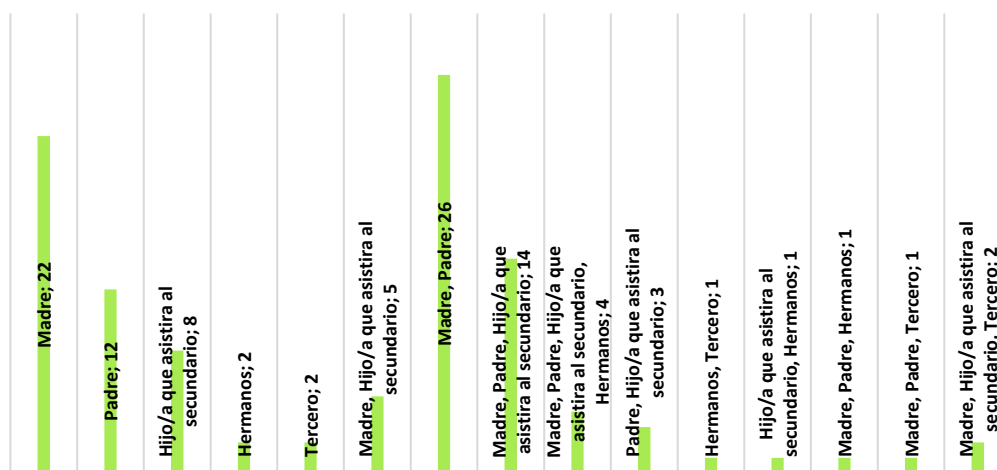
Gráfico 10 - Persona que se encargó de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión (N=104)



Fuente: Elaboración propia

Cuando analizamos la *tercera variable* (persona que se aportó opiniones y consejos que influyeron de manera directa en la toma de la decisión final), Grafico 11, se observa que en 26 casos se eligió en conjunto a la madre y al padre, seguido por 22 casos que solo eligieron a la madre y 14 casos donde se eligió a la madre, padre e hijo/a que asistirá al secundario.

Gráfico 11 - Persona que aportó opiniones y consejos que influyeron de manera directa en la toma de la decisión final (N=104)

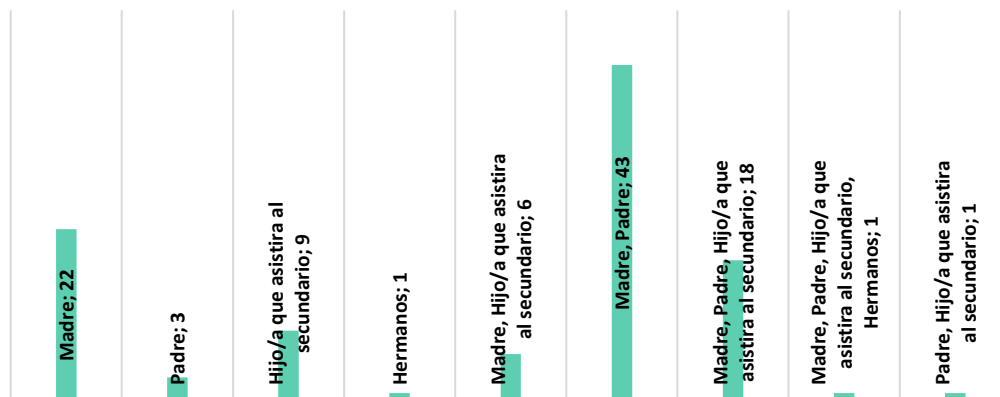


Fuente: Elaboración propia

En el análisis de la *cuarta variable* (persona que tomó la decisión sobre alguna o todas las cuestiones que conciernen a la decisión sobre que institución educativa elegir), Grafico 12, se aprecia que en 43 casos los encuestados se inclinaron a elegir en conjunto a la madre y al

padre, seguido con 22 casos que optaron solo por la madre y 18 casos donde se seleccionó a la madre, padre e hijo/a que asistirá al secundario.

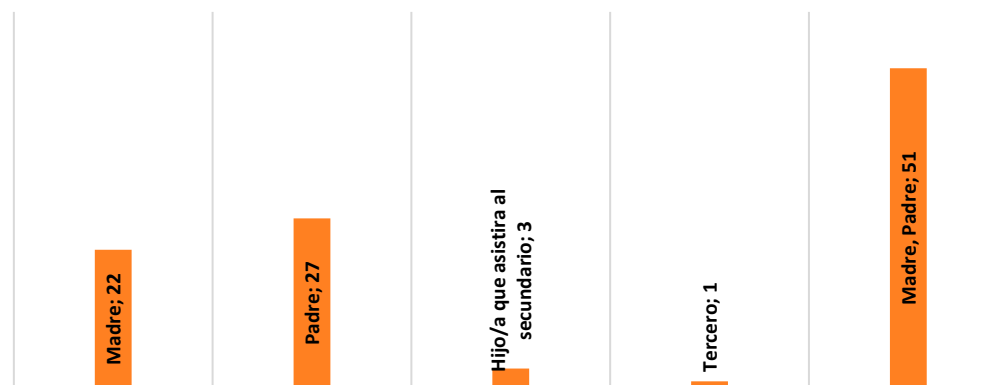
Gráfico 12 - Persona que tomó la decisión sobre algunas o todas las cuestiones que conciernen a la decisión sobre que Institución Educativa elegir (N=104)



Fuente: Elaboración propia

En la quinta variable (persona que se encarga de afrontar el pago de la institución elegida), Gráfico 13, se observa que en 51 casos se eligió la opción conjunta de madre y padre, 27 casos solo el padre y 22 casos solo la madre.

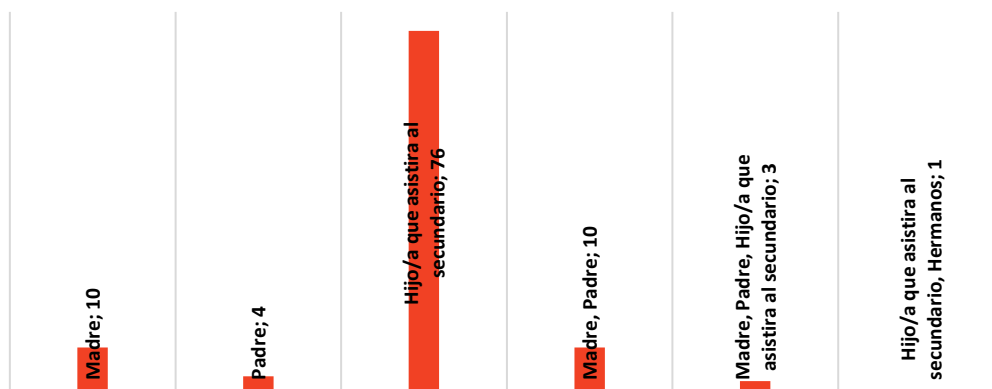
Gráfico 13 - Persona que se encarga de afrontar el pago de la Institución elegida (N=104)



Fuente: Elaboración propia

Por último, en la sexta variable (persona que utiliza el servicio de educación elegido). Gráfico 14, se aprecia que 76 encuestados optaron por hijo/a que asistirá al secundario. Seguido por 10 casos que respondieron solo la madre y 10 casos que respondieron madre y padre en conjunto.

Gráfico 14 - Persona que utiliza el servicio de educación elegido (N=104)



Fuente: Elaboración propia

Analizando de esta manera la información se puede observar la importancia que juega la madre en la mayoría de los roles, muchas veces de manera solitaria y en otras acompañada por el padre.

### Resultados sobre preferencias de los padres

En este apartado se analizan los resultados obtenidos para resolver el objetivo N°2: “Indagar cuáles son las preferencias de los consumidores al seleccionar una institución de educación media de Neuquén”. Es oportuno recordar que cuando hacemos mención al termino *preferencia*, es para hacer referencia a aquella variable a la cual el consumidor otorgo una valoración positiva y termino seleccionándola como su elección frente a un conjunto de opciones.

En la Imagen 4 se ilustran las preferencias de los padres, es decir, se analizan las variables relacionadas con las características y tipo de colegio elegido por los padres para sus hijos.

En el Grafico 15, se puede apreciar los resultados de acuerdo al tipo de gestión del colegio al que asiste el hijo. Es así que el 51,92% de los padres

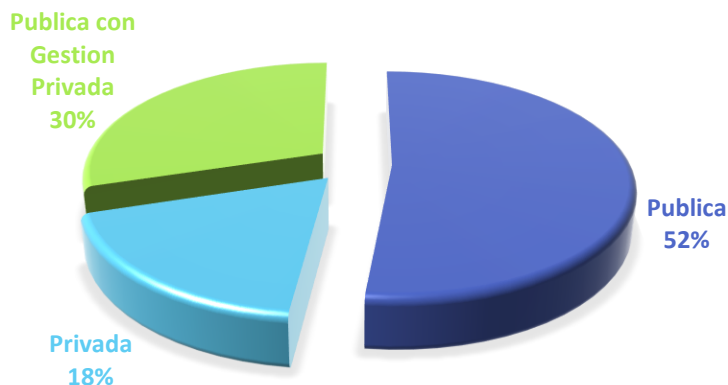
Imagen 4 - Preferencia de los padres



Fuente: elaboración propia

escogió un colegio de gestión pública, un 29,81% un colegio público con gestión privada y solo un 18,27% eligió un colegio privado.

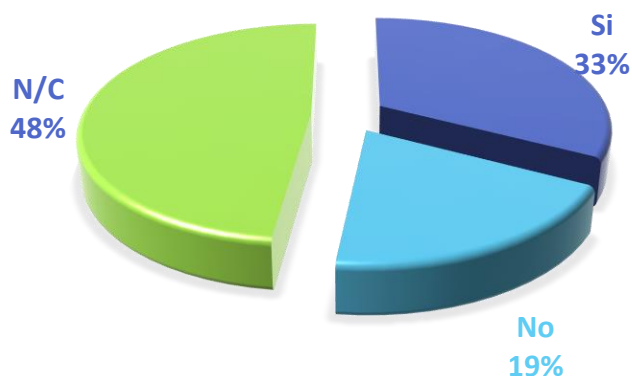
Gráfico 15 - Tipo de gestión del colegio al que asiste el hijo (% N= 104)



Fuente: Elaboración propia

Respecto a la ubicación geográfica del colegio, Grafico 16, el 48% de los encuestados no contesto esta pregunta y en el 33% de los casos el colegio elegido es el que correspondía por radio geográfico y el 19% no. De estos últimos, Grafico 17, el 7,41% de los casos tuvieron que cambiar el domicilio familiar para poder acceder al colegio que preferían<sup>11</sup>.

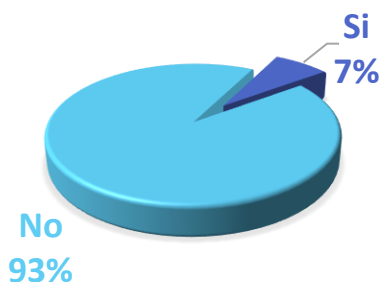
Gráfico 16 - El colegio al que envía al hijo/a es el que corresponde por radio geográfico (% N=104)



Fuente: Elaboración propia

<sup>11</sup> Es una práctica habitual que, como las vacantes en los colegios públicos se otorgan por radio geográfico, muchas veces los padres prefieren enviar a sus hijos a un colegio fuera de su radio geográfico, por lo cual denuncian otro domicilio para que se les permita anotar a su hijo en el colegio de su preferencia.

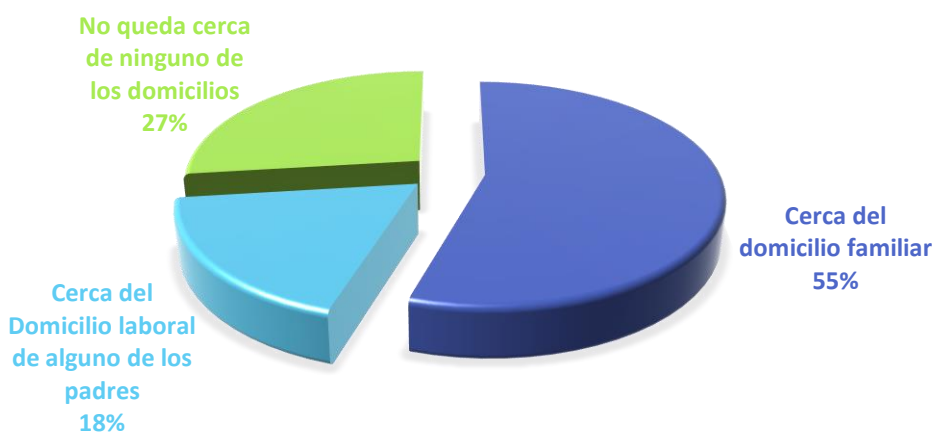
Gráfico 17 - Tuvo que cambiar al hijo/a de domicilio para conseguir vacante en el colegio elegido (% n=54)



Fuente: Elaboración propia

También se consultó sobre la cercanía del colegio al domicilio familiar o laboral de alguno de los progenitores. Del Gráfico 18, surge que en el 54,81% de los casos el colegio queda cerca del domicilio familiar, en el 18,27% cerca del domicilio laboral de alguno de los padres y en el 26,92% de los casos no queda cerca de ninguno de los dos. Se puede observar que la mayoría de las familias priorizaron que el colegio quede cerca de sus domicilios familiares.

Gráfico 18 - Cercanía al domicilio familiar o laboral de la institución elegida (% N=104)

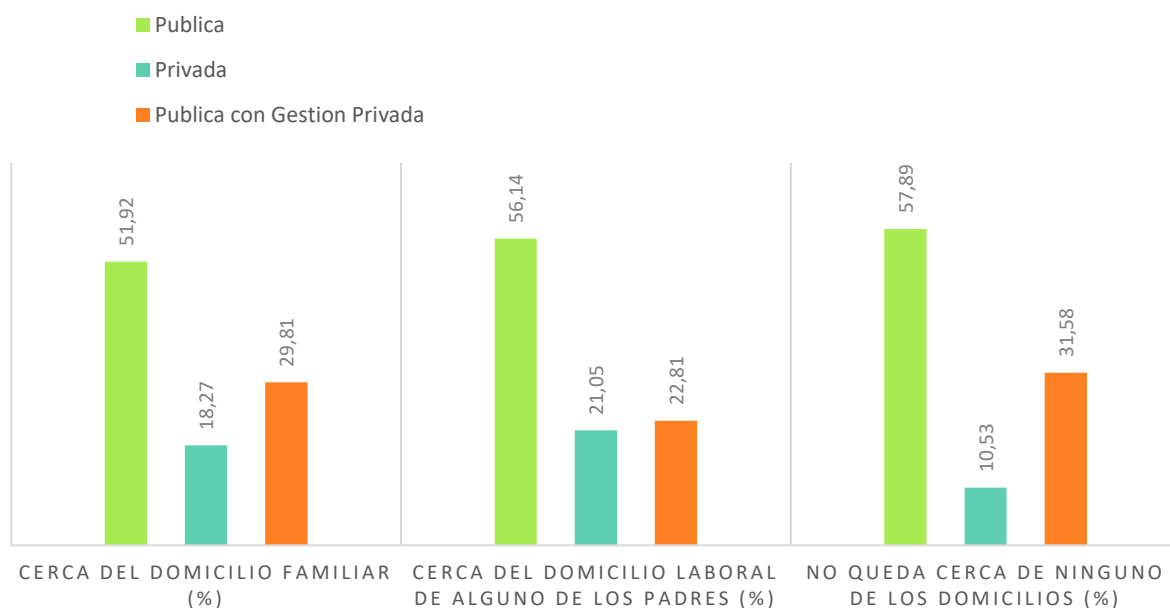


Fuente: Elaboración propia

Relacionado con este último aspecto, el domicilio, se llevó a cabo un análisis de tabulación cruzada para analizar si existe relación entre el domicilio del colegio con el tipo de gestión. En el Gráfico 19 “Relación entre tipo de gestión con cercanía al domicilio familiar o laboral”, se observa que cuando se opta por un colegio público, el tema del domicilio no es determinante ya que en todas las opciones alcanzo el mayor porcentaje de selección. Cuando los padres optaron por un colegio público con gestión privada, hay una mayor inclinación a que el mismo no quede cerca ni del domicilio familiar o laboral (31,58%) o próximo al domicilio familiar (29,81%). En cambio, cuando eligen un colegio privado este es más factible que quede cerca del domicilio laboral (21,05%) o familiar (18,27%).



**Gráfico 19 - Relación entre tipo de gestión con cercanía al domicilio familiar o laboral (% N=104)**



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 20 están plasmados los resultados del colegio elegido de acuerdo al tipo y modalidad. En relación al tipo de jornada, el 58,65% optó por una jornada normal y el 41,35% eligió una jornada extendida. En relación a la modalidad “orientación profesional” el 63,46% optaron por la orientación bachiller y un 36,54% orientación técnica. Cuando analizamos la modalidad “orientación religiosa” el 67,31% de las familias seleccionaron la opción laica y el 32,69% prefirió un colegio religioso. Finalizando con las opciones de modalidad se analizó la variable de los idiomas, es así que el 56,73% de los encuestados prefirió una educación bilingüe y el 43,27% una monolingüe.

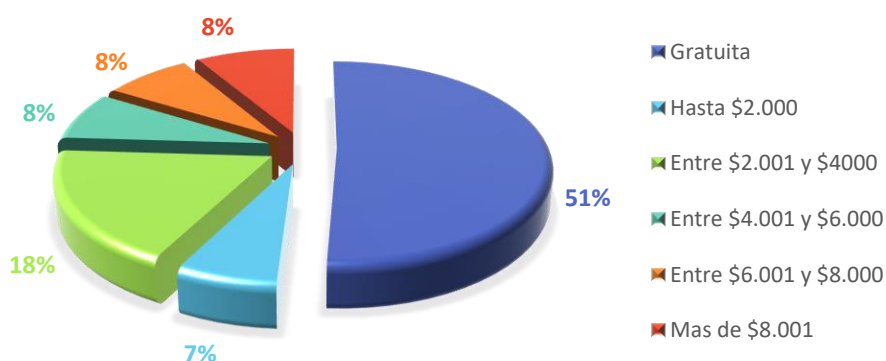
**Gráfico 20 - Colegio elegido: tipo y modalidad (% N=104)**

TIPO DE JORNADA	MOD. ORIENT. PROF.	MOD. ORIENT. RELIGIOSA	MOD. IDIOMAS
<b>Normal</b> 58,65%	<b>Bachiller</b> 63,46%	<b>Laica</b> 67,31%	<b>Bilingüe</b> 56,73%
<b>Extendida</b> 41,35%	<b>Técnica</b> 36,54%	<b>Religiosa</b> 32,69%	<b>Monolingüe</b> 43,27%

Fuente: Elaboración propia

El último aspecto analizado sobre las preferencias de los padres es el del valor de la cuota, el cual se puede ver en el Gráfico 21. El mayor porcentaje corresponde a gratuita con el 50,96%, lo cual se relaciona justamente con el hecho de que más de la mitad de los encuestados envía a sus hijos a una escuela pública. En segundo lugar, se posiciona el rango que va entre \$2.001 y \$4.000 de valor de la cuota, al cual le corresponde el 18,27% de los casos. Le sigue el rango de más de \$8.000 con un 8,65%. En paridad se encuentran los rangos de \$4.001-\$6.000 y \$6.001-\$8.000 con el 7,69% cada uno. Y en última instancia, con el 6,73% se encuentra el rango de hasta \$2.000.-

Gráfico 21 - Rango de Valor de la cuota (% N=104)



Fuente: Elaboración propia

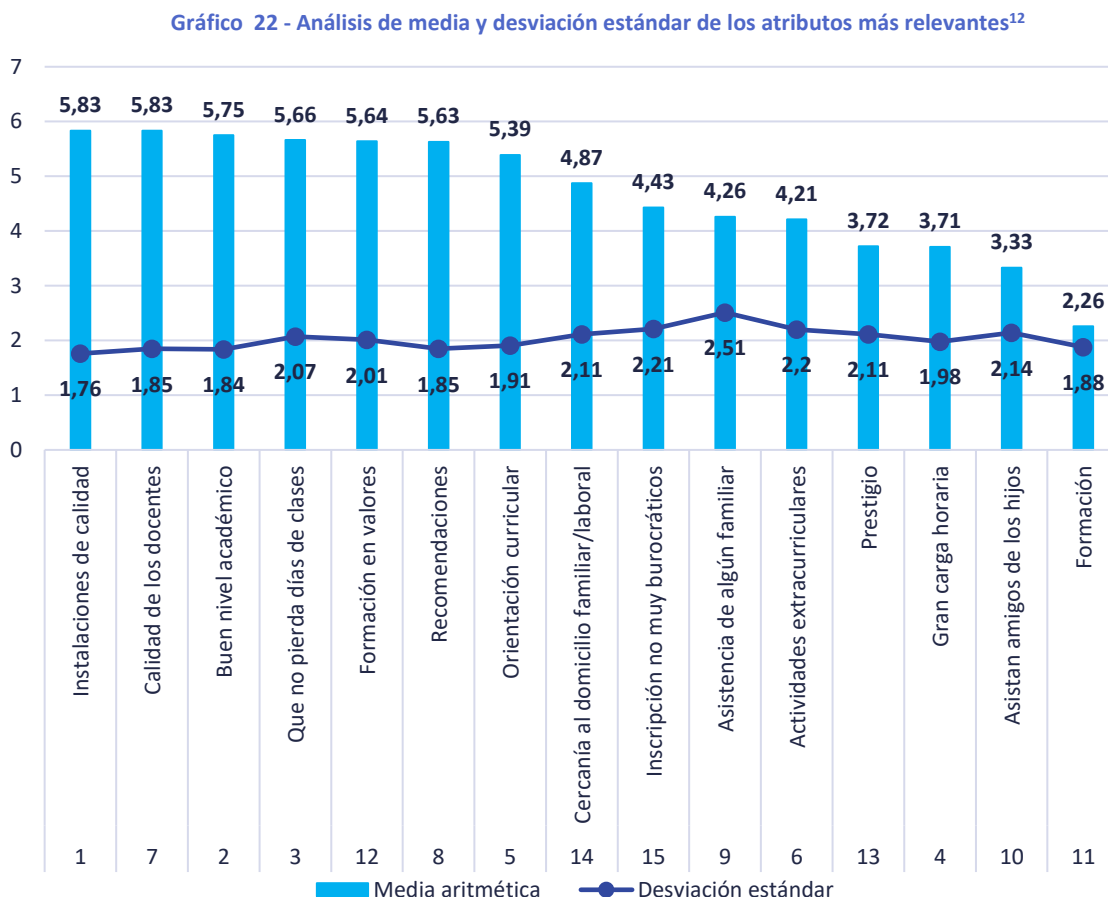
### Resultados de atributos considerados al momento de selección de un colegio secundario

En este apartado se analizan los resultados obtenidos para resolver el objetivo específico n°3: “Identificar cuáles son los atributos más relevantes que se consideran al momento de la selección de una institución de educación media de Neuquén”.

Para analizar la relevancia de los atributos que se les atribuyen a los colegios secundarios, se les requirió a los encuestados que señalaran que tan de acuerdo o desacuerdo estaban frente a unas afirmaciones donde se destacaban algunos de los atributos que se deseaban medir, como calidad educativa, valor de la cuota o prestigio, los cuales fueron elegidos teniendo en cuenta la clasificación realizada por Mullins (2007) y Ayala Carrere (2010). Para ello tuvieron que puntuar de 1 a 7 las mismas, donde 1 equivalía a totalmente en desacuerdo y 7 a totalmente de acuerdo. Luego se procesó estas respuestas en el programa

estadístico DYANE y se llevó a cabo un análisis univariado para obtener la media aritmética y la desviación estándar para determinar cuál de todos los atributos era el más elegido por los encuestados.

Se pueden observar los resultados obtenidos en el Anexo 2, Tabla 21 “Relevancia de los atributos adjudicables a los colegios secundarios” y en el Grafico 22 que se encuentra a continuación.



Fuente: Elaboración propia

En base a los resultados se visualiza que el atributo más valorado por los encuestados es que el colegio cuente con “instalaciones de calidad” (variable N°1), donde el 70,2% respondió sobre la media (media=5,83) con una dispersión de un punto y el 29,8% respondió bajo la media con una dispersión de tres puntos. Pero con una desviación estándar de 1,76, aquí es importante aclarar que la desviación estándar es la medida de dispersión más común, que

<sup>12</sup> Por una cuestión de diseño se colocan los atributos de manera abreviada. Para ver el nombre completo del atributo ir al Anexo 2, Tabla 21.

indica qué tan dispersos están los datos con respecto a la media. Mientras mayor sea la desviación estándar, mayor será la dispersión de los datos.

El siguiente atributo más valorado es el que hace referencia a “calidad de los docentes” (variable N°7). En este caso el 76% respondió sobre la media (media=5,83) con una dispersión de un punto y el 24% respondió bajo la media con una dispersión de tres puntos. La desviación estándar de este atributo es de 1,85, por lo cual se ubica en segundo lugar y no en primer lugar ya que esta en cuanto a media empatado con el atributo de instalaciones de calidad.

En tercer lugar, se encuentra el atributo “buen nivel académico” (variable N°2), en donde el 71,2% contesta sobre la media (media=5,75) con una dispersión de un punto y el 28,8% contesta bajo la media con una dispersión de tres puntos. En este caso la desviación estándar es de 1,84.

En cuarto lugar, se posiciona el atributo donde se indica que el colegio “no pierda días de clases” (Variable N°3). Aquí el 70,2% contestó sobre la media (media=5,66) con una dispersión de un punto y el 29,8% respondió bajo la media con una dispersión de tres puntos. En este caso la desviación estándar es de 2,07.

Luego le siguen los atributos “formación en valores” (variable N°12), “recomendaciones” (variable N°8) y “orientación Curricular” (variable N°5), en donde respondió sobre la media (media=5,64/5,63/5,39) entre el 59% y el 70% de los encuestados con una dispersión de un punto y alrededor del 30%/40% respondió bajo la media con una dispersión de tres puntos.

Respecto a los atributos “cercanía al domicilio laboral/familiar”, “inscripción no muy burocrática”, “asistencia de algún familiar”, “actividades extracurriculares”, “prestigio”, “gran carga horaria” y “asistencia amigos de los hijos” (variables 14, 15, 9, 6, 13, 4 y 10) (se puede ver los gráficos en el Anexo N°2 – Grafico 34), se observa una mayor dispersión entre las respuestas. Son más homogéneas y la dispersión, tanto para sobre la media como bajo la misma, es de dos puntos.

En última instancia se encuentra la variable “formación religiosa” (variable N°11). Este es el único caso donde se observa que un gran porcentaje, el 68,3%, contestó por debajo de la media (media=2,26) con una dispersión de un punto. Y el 31,7% contestó sobre la media con

una dispersión de tres puntos. Sobre esta variable se puede ver el gráfico en el Anexo 2, Gráfico 33.

A su vez, se procedió a realizar una tabulación cruzada de valores medios entre las variables de atributos y modalidad de educación elegida por los padres. Los resultados obtenidos se encuentran plasmados en la Tabla 22 ubicada en el Anexo 2.

De la misma, se analizan las variables más importantes de acuerdo con el análisis previo realizado supra. Respecto a la variable *“es importante que el colegio elegido cuente con instalaciones de calidad”*, podemos señalar que es considerada más importante por aquellos padres que envían a sus hijos a un colegio público (media=6,11) ubicándose sobre la media (media 5,82).

Con respecto a la variable *“calidad de los docentes...”*, se aprecia que es un aspecto valorado por los encuestados que envían a sus hijos a un colegio público (media=5,96) y publica con gestión privada (media=5,87) ubicándose ambos sobre la media (media=5,82).

Si analizamos la variable *“...buen nivel académico”* (media=5,75), se observa que este aspecto es más valorado por aquellos que envían a sus hijos a un colegio público (media=5,92) o público de gestión privada (media=5,77), ubicándose ambos sobre la media.

Analizando la variable *“no me gusta que el colegio pierda días de clases”* (media=5,66) este aspecto es considerado en primer lugar por aquellos que optaron por una educación privada (media=5,94) y luego por los que envían a sus hijos a un colegio público con gestión privada (media=5,70).

También es importante destacar que la variable más importante para aquellos que envían a sus hijos a un colegio público con gestión privada es *“...la formación en valores...”* la cual obtuvo la media más alta para este tipo de gestión (media=6,16) y para la media total de todas las variables. Aquellos que envían a sus hijos a un colegio público consideran como lo más importante que *“...cuente con instalaciones de calidad”*, obteniendo la media (media=6,11) más alta para el tipo de gestión y el segundo lugar en cuanto a la media total. Por último, los que envían a sus hijos a un colegio privado consideran más importante *“que el colegio no pierda días de clases”* (media=5,94). Siendo la variable más importante para ese tipo de gestión y ubicándose en cuarto lugar respecto a las medias totales.

Con la información obtenida sobre los atributos también se llevó a cabo un análisis de correlación lineal de los mismos con el objetivo de determinar qué relaciones hay entre los atributos elegidos por los encuestados. En el Anexo 2 se encuentra la tabla con los resultados obtenidos (Tabla 23).

Los datos obtenidos más relevantes son que aquellos que buscan *“recomendaciones”* también consideran importante el *“Nivel Académico”* como así también la *“Calidad de los Docentes”*. A su vez, aquellos que tienen en cuenta esta última variable también consideran el *“Nivel Académico”* de las instituciones elegidas y que la misma *“Forme en Valores”*.

En menor medida, aquellos que consideran importante *“los días de clases”* consideran también el *“Nivel académico”* y la *“Calidad de los Docentes”*. También se observa que aquellos que buscan que el colegio tenga *“Recomendaciones”*, buscan que *“Forme en Valores”*.

Por último, aquellos que buscan que un colegio tenga *“Formación Religiosa”* no tienen en cuenta *“las instalaciones de calidad”*, *“Nivel Académico”*, *“Actividad Extracurriculares”*, *“Calidad Docente”* o que tenga *“Recomendaciones”*.

### **Resultados del análisis de la influencia del nivel socioeconómico y nivel de estudio en la elección de un colegio secundario.**

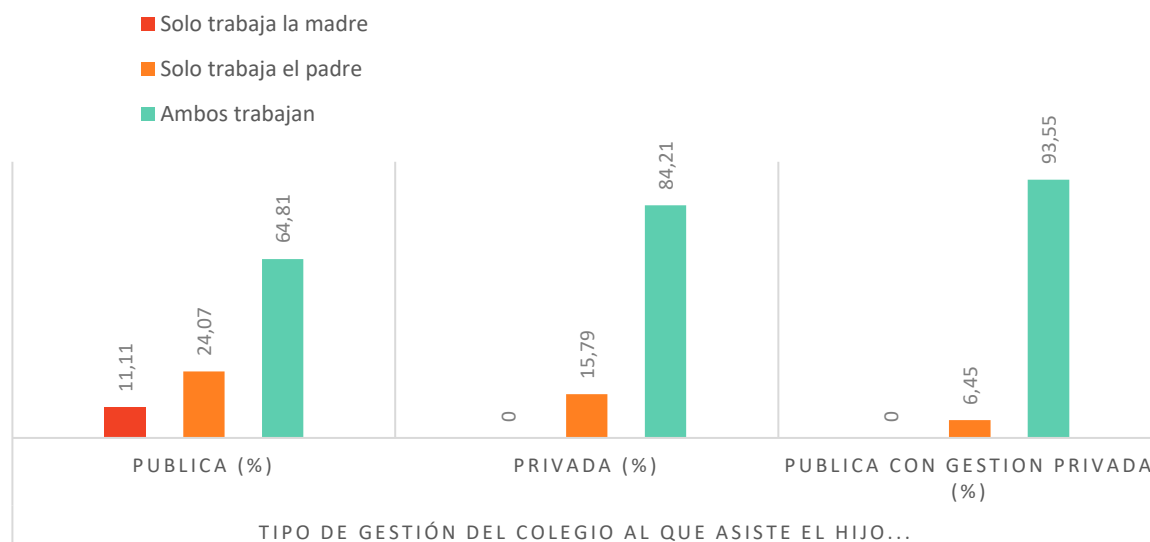
En este apartado se analizan los resultados obtenidos para resolver el objetivo específico n°4: *“Analizar qué influencia tiene el nivel socioeconómico y el nivel educativo de los consumidores con la elección de un tipo de educación pública o privada”*.

A través de la tabulación cruzada de datos se buscó determinar la relación entre el tipo de gestión del colegio al que asiste el hijo con la situación laboral familiar, jornada laboral de más de 8hs de alguno de los padres y nivel de instrucción alcanzada por los mismos. Por último, se analiza la relación entre tipo de gestión del colegio al que asiste el hijo y al que asistiría si no existiera ninguna restricción económica.

En el Grafico 23 *“Relación entre situación laboral familiar y tipo de gestión”*, podemos visualizar que cuando ambos padres trabajan hay una mayor inclinación a elegir un colegio público con gestión privada (93,55%) o un colegio de gestión privada (84,21%). En cambio, cuando solo trabaja el padre hay una mayor inclinación a elegir un colegio público (24,07%)

frente a uno privado (15,79%). Por último, cuando solo trabaja la madre, se opta por un colegio público (11,11%).

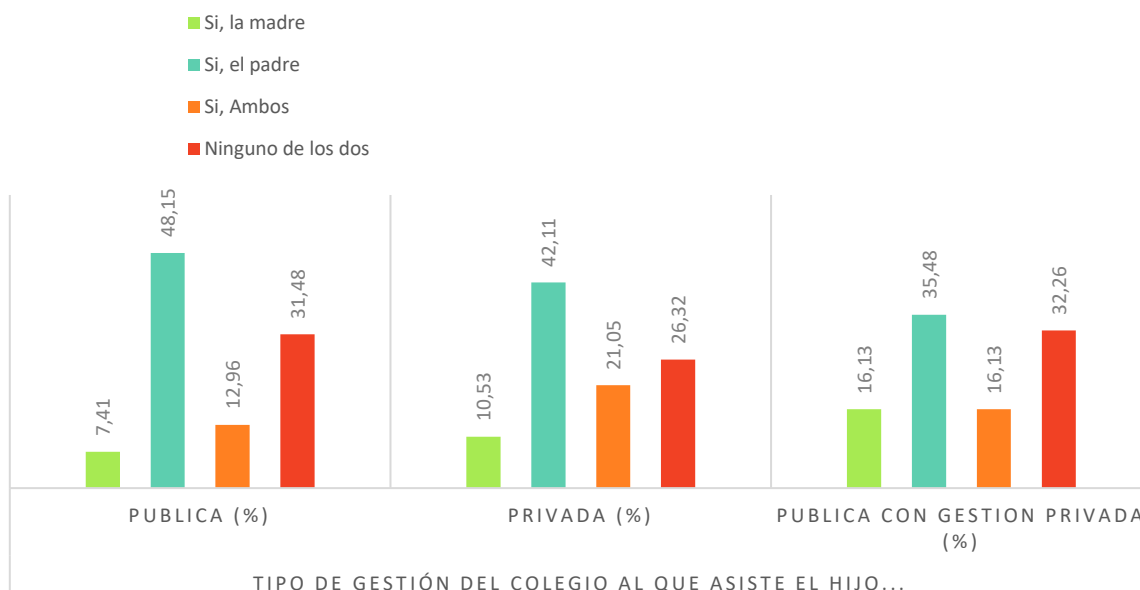
**Gráfico 23 - Relación entre situación laboral familiar y tipo de gestión (n=104)**



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 24 “Relación entre tipo de gestión y jornada laboral 8 hs de alguno de los padres”, se observa que cuando ambos padres trabajan una jornada mayor de 8 hs eligen un colegio de gestión privada (21,05%) o un colegio público con gestión privada (16,13%). Cuando es la madre quien trabaja más de ocho horas, elige una educación pública con gestión privada (16,13%) o un colegio privado (10,53%). En cambio, cuando es el padre el que trabaja una mayor jornada elige mayormente educación pública (48,15%) o educación privada (42,11%).

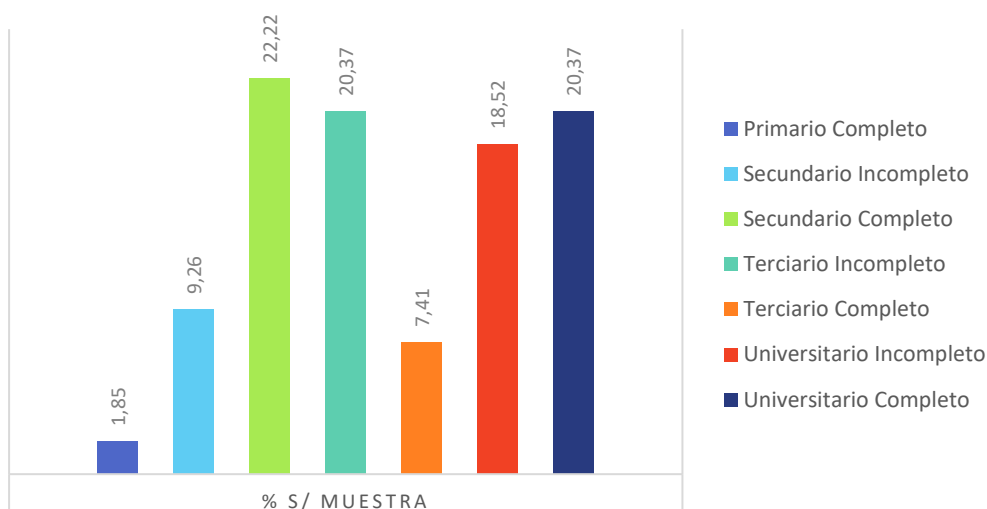
**Gráfico 24 - Relación entre tipo de gestión y jornada laboral 8> hs de alguno los padres (% N=104)**



Fuente: Elaboración propia

También se llevó a cabo un análisis entre el nivel de instrucción alcanzada por los padres y el tipo de gestión del que colegio al que decidió enviar al hijo. Si observamos el Gráfico 25, 26 y 27, se aprecia que aquellos que tienen una educación universitaria completa se inclinan por elegir un colegio privado (47,37%) o uno público con gestión privada (41,94%). En cambio, si analizamos el tipo de educación pública, se advierte que es más homogénea su representación, y no sobresale ningún tipo de educación en particular. Para ver más datos sobre este análisis en particular ver Anexo 2, Tabla 20 y Gráfico 31.

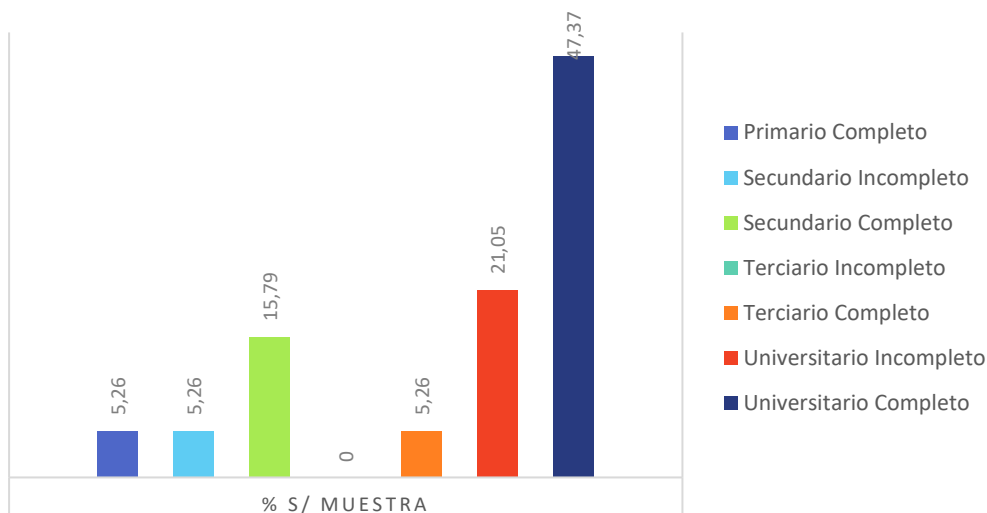
**Gráfico 25 - Relación: Nivel de instrucción alcanzada por el padre/madre y tipo de gestión: publica (N=104)**



Fuente: Elaboración propia

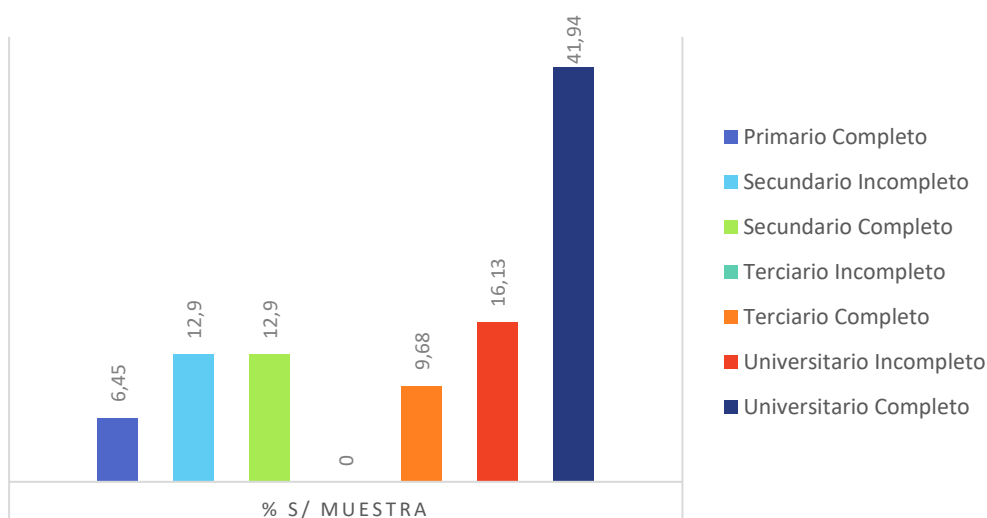


**Gráfico 26 - Relación: Nivel de instrucción alcanzada por el padre/madre y tipo de gestión: privada (N=104)**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 27 - Relación: Nivel de instrucción alcanzada por el padre/madre y tipo de gestión: publica con gestión privada (N=104)**

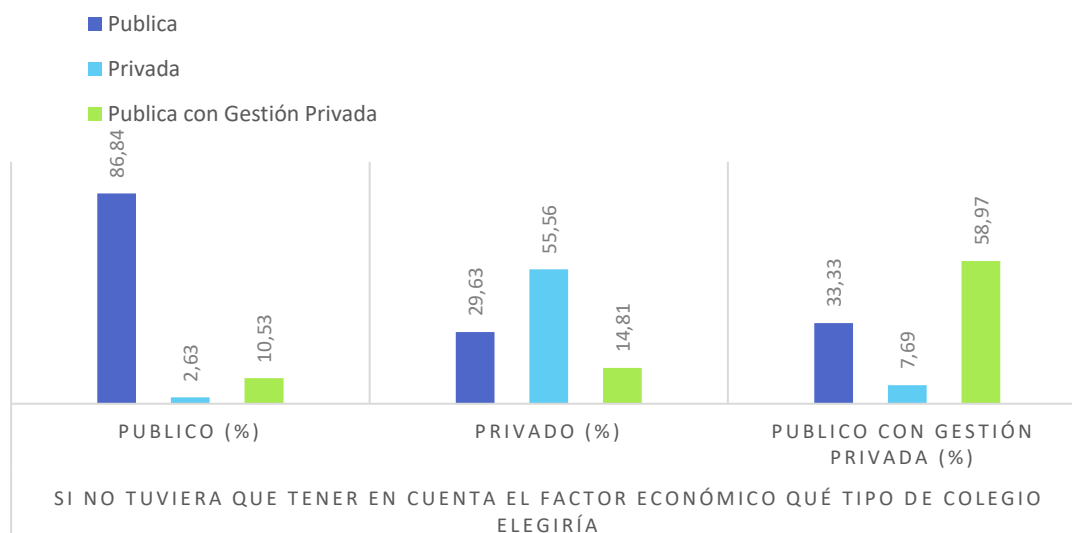


Fuente: Elaboración propia

Del Grafico 28 “Relación entre Colegio al que asiste y al que asistiría”, podemos inferir que aquellos que van a un colegio público seguirían prefiriendo esta opción (86,84%) si el factor económico no fuese un condicionante. Por otra parte, elegirían un colegio privado los que asisten actualmente a un privado (55,56%), seguidos por los que asisten a un colegio público (29,63%). Respecto a los que elegirían un colegio de gestión privada en primera instancia están los que asisten a una institución con esa gestión (58,97%) y en segundo lugar los que asisten a un colegio público (33,33%).

A su vez, los que envían a sus hijos a un colegio público tienen mayor intención de mandar a su hijo/a a un colegio público de gestión privada (33,33%) antes que a uno privado (29,63%).

**Gráfico 28 - Relación entre colegio al que asiste y al que asistiría (% n=104)**



Fuente: Elaboración propia

### Resultados sobre el análisis de las opiniones que tienen los padres respecto a la educación pública y privada.

En este apartado se analizan los resultados obtenidos para resolver el objetivo específico n°5: “Conocer qué opinión tienen los consumidores con respecto a la educación pública y privada”.

Como última instancia, cuando se realizó las encuestas, se procedió a solicitar a los encuestados que definieran a la educación pública y a la educación privada, desde su punto de vista, con tres palabras para cada caso. Los resultados obtenidos se representan en dos nubes de palabras que se ilustran en las Imágenes 5 y 6.

Analizando las mismas podemos señalar, de acuerdo a la Imagen 5, que respecto a la educación pública se destacan las opiniones positivas como que es buena, necesaria, laica, publica, indispensable, gratuita, es un derecho. Las opiniones negativas señalan que esta desvalorizada, en decadencia, desactualizada, pobre, con pocos días de clase, mala, politizada.



Imagen 6 - Opinión respecto al colegio privado



Fuente: Elaboración propia

En algunos casos, los encuestados se explayaron un poco más e hicieron devoluciones interesantes con respecto al tema analizado. Es así como debemos rescatar las siguientes opiniones:

- Respecto a la educación pública:
  - *“En decadencia, porque se mezclan intereses y posiciones políticas, grietas sociales por diferentes pensamientos e ideales además del poco interés de los gobiernos por tener ciudadanos instruidos”.*
  - *“Mucho gremialismo y política que no permiten que tenga la calidad de antes”.*
  - *“Indispensable, valiosa y fundamental”.*
  - *“Mediocre, desactualizado, desinteresada de los alumnos y politizada”.*
  - *“Falta compromiso, paros excesivos, niños rehenes de los gremios y gobierno desinteresado”.*
  - *“La verdad es que siempre aposté a la pública pero ya no es muy buena”.*

- *“La educación pública es lo más importante y que tenemos que cuidar. Es super importante la igualdad para todos y que todos puedan acceder a la educación pública y gratuita”.*
- *“Está en peligro”.*
- Respecto a la educación privada:
  - *“Si uno puede acceder sabe que les brinda a los hijos constancia en la educación y logro de los objetivos planteados para el nivel secundario”.*
  - *“Al menos tienen clase”.*
  - *“Tiene continuidad y logran terminar con la planificación anual además de estar menos intoxicada de posiciones políticas y diferencias sociales”.*
  - *“Crece por fallas en la educación pública”.*
  - *“Necesaria ante la decadencia de la escuela pública”.*
  - *“Solo para el que puede pagarla”.*

## Limitaciones

Cuando se planificó el trabajo de campo, se decidió utilizar la encuesta como técnica de recolección de datos. Aquí es importante señalar que, sin perjuicio de que se utilizó una sola herramienta de recolección de datos, “la encuesta”; la misma fue elaborada de manera tal que permitiera obtener respuesta a todos los objetivos planteados en la presente tesis. La misma se desarrollaría a través de un cuestionario de Google Forms y se difundiría a través del email y redes sociales. Dada la popularidad que revisten éstas, se especuló que se llegaría a un público más grande y diverso.

Es aquí donde se planteó la principal dificultad para el maestrando. La recolección de datos comenzó en agosto del año 2018 y terminó en febrero del año 2019. A pesar de utilizar un sistema moderno, ágil y al alcance de todos, se observó reticencia por parte de la muestra para responder a la encuesta, en consecuencia, se tuvo que ampliar el tiempo que estaba destinado a este aspecto de la investigación. A pesar de ello, solo se consiguieron 104 encuestas que cumplían con los requisitos.

Por otra parte, una vez realizado el trabajo de campo, se advirtió que la técnica de recolección de datos utilizada no permitió que se vean reflejadas las características sociodemográficas de la población en estudio, especialmente en lo que se refiere a género y nivel de estudio.

Es importante aclarar que la herramienta (encuesta) y el tipo de muestreo (no probabilístico por conveniencia y bola de nieve) elegido para la recolección de datos tiene su fundamento en que para desarrollar el trabajo de campo se contaba con recursos escasos y con solo una persona para llevar a cabo todo el proceso. Dicha situación, condujo a la limitación de que la muestra resultara sesgada y que los resultados no sean concluyentes ni generalizables, sobre lo cual ya se hizo mención precedentemente en el apartado de las “decisiones metodológicas”.

Otra limitación para destacar fue la dificultad de conseguir bibliografía específica sobre el tema de la educación relacionada con el Marketing, y específicamente con la temática que se abordó en la presente tesis. Cuando se realizó la investigación para armar el Marco Referencial de la Tesis, se consiguieron muchos artículos de opinión y periodísticos

disponibles en la red, pero no se encontró la misma cantidad de trabajos académicos relacionados con el marketing aplicado a la educación.

Por último, respecto a las hipótesis planteadas, se debe señalar como limitación el no haber podido responder a una de ellas: *La elección de una institución privada de educación se debe a la dificultad de conseguir vacantes en escuelas públicas de su interés*, ya que con la información recolectada no se pudo determinar la veracidad y relevancia de este aspecto.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

El principal objetivo que se planteó en el presente trabajo de tesis fue “Analizar los atributos y preferencias considerados en el proceso de selección de una institución pública o privada de educación media de la Ciudad de Neuquén”. El mismo se cumplió, no obstante, al considerar las limitaciones de la muestra, las cuales fueron explicadas en el apartado de las “decisiones metodológicas” y “limitaciones”, los resultados obtenidos en la presente Tesis no son determinantes, pero son una primera aproximación al objeto de estudio.

Para poder cumplir con los objetivos planteados se llevó a cabo un trabajo de campo que implicó la realización de una encuesta a aquellos padres que tuvieran hijos que asistieran al colegio secundario en la Ciudad de Neuquén.

A través del análisis de los datos recolectados, se obtuvo en primera instancia una aproximación al perfil sociodemográfico de la muestra. Es así que se observa padres con una edad promedio de 41 años, mayormente mujeres, con estudios principalmente universitarios o terciarios, a su vez, ambos padres trabajan y el padre normalmente trabaja una jornada laboral de más de ocho horas. Cabe recordar, que estas características de la muestra no se corresponden, como se desarrolló en el apartado “decisiones metodológicas”, con las características de la población de Neuquén según Censo 2010.

Cuando se analiza a los actores involucrados en el proceso de selección de un colegio secundario es posible indicar que la Madre, Padre e hijo son los principales actores del mismo. Se debe destacar que, cuando se tiene que tomar las decisiones respecto a todo el proceso de selección del colegio secundario al cual enviarán a los hijos (*School Choice*), la madre juega un rol muy importante. La mayoría de las veces lo hace de manera individual y en otras, con el soporte del padre. En el único caso donde el padre toma mayor protagonismo de manera individual es cuando se trata de afrontar el pago de la educación.

Resumiendo, y retomando los roles definidos por Rodríguez Ardura, se puede señalar que el *rol de iniciador* (quien plantea la existencia de un problema o una necesidad todavía no satisfecha) e *informador* (quien se encarga de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión de compra) lo tiene la madre de manera individual. El rol de



*influenciador* (quien aporta opiniones y consejos que pueden influir de manera directa en la toma de decisiones), *decisor* (quien toma la decisión sobre algunas o todas las cuestiones que conciernen al acto de compra: si se realiza la compra, que cantidad se adquirirá, donde y cuando se comprará, etc.) y *comprador* (que es quién lleva a cabo la compra efectiva del producto) lo comparten la madre y el padre de manera conjunta y, en última instancia, tenemos el *rol de usuario* (que es la persona que debe utilizar o consumir el producto adquirido) que obviamente lo cumple el hijo.

Al momento de analizar las preferencias de los padres se llega a la conclusión de que hay una mayor tendencia de los padres a enviar a sus hijos a un *colegio público* (52%) seguido por un *colegio público con gestión privada* (30%). El colegio elegido principalmente tiene una jornada normal (58,65%), es bachiller (63,46%), laico (67,31%), bilingüe (56,73%) y gratuito (50,96%). A su vez, se prioriza que el colegio quede cerca del domicilio familiar (55%) y, en el caso de elegir un colegio público, es el que corresponde al radio geográfico.

Respecto a los atributos, si tomamos la clasificación aportada por Mullins, se puede señalar que existe una inclinación por la elección de atributos de *rendimiento*, ya que si se analiza cuáles fueron los cuatro atributos más elegidos, estos pertenecen a este grupo, a saber: *instalaciones de calidad* (media=5,82), *calidad de los docentes* (media=5,82), *buen nivel académico* (media=5,75) y *días de clase* (media=5,66). A su vez, tomando la clasificación de Kerin, Hartley & Rudelius la mitad de ellos son *objetivos y tangibles* (instalaciones de calidad y días de clase) y la otra mitad *subjetivos e intangibles* (calidad de los docentes y buen nivel académico).

Es de destacar que, al analizar los atributos que tuvieron en cuenta los padres al elegir un colegio, aquellos que envían a sus hijos a un colegio público consideran como atributo más importante *Instalaciones de Calidad* (media=6,11), en segundo lugar la *Calidad de los Docentes* (media=5,96) y en tercer lugar *Buen Nivel Académico* (media=5,92). Los que envían a sus hijos a un colegio privado consideran en primer lugar los *Días de Clase* (media=5,94) seguido por *Instalaciones de Calidad* (media=5,36) y *Calidad de los Docentes* (media=5,36) de manera equitativa. Por último, los que envían a sus hijos a colegios públicos de gestión privada eligen como atributo más importante la *Formación en Valores* (media=6,16). Hay

que subrayar que es en el único caso donde este atributo se destaca. A su vez, estos padres consideran en segundo lugar a la *Calidad de los Docentes* (media=5,87).

Si comparamos estos resultados con los que surge del estudio del Centro de Investigaciones Sociales (CIS), en primer lugar podemos señalar que, de los dieciocho atributos considerados por dicha investigación, diez son iguales o similares a los considerados en la presente tesis, a saber: “Calidad del Personal Docente”, “Nivel Académico de Enseñanza”, “Educación en Valores”, “Infraestructura/Espacios/Ambientación”, “Ubicación/Cercanía a su Domicilio/Comodidad”, “Amistades /Personas que Asisten”, “Nivel de Aranceles”, “Formación Religiosa”, y a su vez, “Enseñanza Bilingüe” y “Actividad deportiva” las cuales se pueden relacionar con el atributos de “Actividades extracurriculares”.

Respecto a los resultados, en dicho estudio se señala que los atributos más considerados son “Calidad del Personal Docente”, “Nivel Académico de Enseñanza” y “Educación en Valores”. En la presente Tesis si analizamos de manera general, sin discriminar el tipo de colegio elegido, los padres eligen como más importantes los atributos de “Instalaciones de Calidad”, “Calidad de los Docentes” y “Nivel Académico”. Por lo que se puede observar que existe una similitud entre los resultados de dicho estudio y los obtenidos en la presente Tesis.

Un aspecto para resaltar es que la mayoría de los padres encuestados están conformes con el tipo de educación que eligieron para sus hijos y no la cambiarían si el factor económico no influyera en su decisión. Este aspecto es más visible en el colegio público donde hay un alto porcentaje en elegir el mismo tipo de educación (86,84%) y, a su vez, no se observa intención de los que envían a sus hijos al colegio privado o público con gestión privada de pasar a sus hijos a un colegio público. Lo señalado guarda relación con lo manifestado por Scialabba (2006, pág. 13) quien manifestaba que prevalece la conformidad de los encuestados con el colegio al que envían a sus hijos (el 65% de los que mandan a escuela pública y el 88% de los que lo hacen a la escuela privada no cambiarían a sus hijos de la escuela a la que asisten).

Respecto al tipo de colegio elegido de acuerdo con el nivel de instrucción del encuestado, se observa que aquellos con estudios universitarios completos tienden a elegir un *colegio de educación privada* (47,37%) o *pública de gestión privada* (41,94%). Por otra parte, aquellos padres que eligieron un *colegio público* tienen un nivel de educación homogéneo siendo una

opción para todos los niveles de educación. Estos resultados tienen semejanza con lo desarrollado en el apartado “roles en el proceso de compra”, donde Scialabba (2006, pág. 13) menciona que quienes tienden a elegir una escuela privada poseen mayores niveles educativos y se desempeñan en las ocupaciones más calificadas de la escala ocupacional. A su vez, debemos remarcar el hecho de que las conclusiones aquí arribadas no son generalizables a la población en general debido a las limitaciones ya señaladas con respecto a la constitución de la muestra.

Al analizar la relación entre la situación laboral familiar y el tipo de gestión del colegio elegido se observa que cuando solo trabaja el padre o ambos trabajan hay una mayor tendencia a elegir un *colegio de educación privada* (15,79% y 84,21% respectivamente) o *pública de gestión privada* (6,46% y 93,55% respectivamente). En cambio, aquellos que envían a sus hijos a un *colegio público*, tienen una situación laboral donde el porcentaje donde ambos padres trabajan es menor (64,81%), hay mayor tendencia a que solo trabaje un solo progenitor (24,07%) y siendo notable los casos donde solo trabaja la madre (11,11% frente a 0% de las otras opciones).

A su vez, al examinar las opiniones que tienen los encuestados respecto a la educación pública y privada se puede señalar que, respecto a la primera, manifiestan que es necesaria, buena, gratuita, pero a la vez decadente, desvalorizada y pobre. Respecto a la educación privada señalan que no hay paros, tiene calidad y es buena, pero a su vez hacen mención de que es solo para algunos, es un negocio y es cara.

Por último, es importante responder a las hipótesis planteadas en la presente tesis, por lo cual, a continuación, se determinará si cada una de ellas se han visto confirmadas o no.

- *Los padres son los decisores en el proceso de selección de una institución de educación media a pesar de que los hijos son los usuarios del servicio.* Esta hipótesis se logró comprobar con el análisis de roles, ya que se observó que la madre de manera individual adquiere el rol de iniciador e informador, la madre de manera conjunta con el padre cumple el rol de influenciador, decisor y comprador y el hijo cumple el rol de usuario
- *Los consumidores, a la hora de seleccionar una institución de educación media, tienen preferencia por instituciones privadas.* En base a la constitución de la muestra se

puede señalar que esta hipótesis es falsa, ya que se pudo determinar que en primera instancia los padres eligen colegios de gestión pública (52%), colegios públicos de gestión privada (30%) y en última instancia los colegios de gestión privada (18%). Aunque se debe aclarar que aquellos que eligieron esta última lo hicieron por la cantidad de días de clases.

- *Los consumidores eligen instituciones privadas de educación media por la falta de clases en las instituciones públicas.* Con los resultados obtenidos y con las limitaciones que oportunamente se mencionaron, se logró establecer que aquellos padres que eligen una escuela de gestión privada tienen muy en cuenta la cantidad de días de clases brindados, pero no es el único factor considerado, ya que también aprecian que la institución educativa posea Instalaciones de Calidad y la Calidad de los Docentes.
- *La elección de una institución privada de educación se debe a la dificultad de conseguir vacantes en escuelas públicas de su interés.* Con la información recolectada no se pudo determinar la veracidad y relevancia de este aspecto.
- *La falta de clases en las escuelas públicas es un atributo determinante en la decisión de los padres, a la hora de elegir el tipo de escuela, pública o privada, a la cual enviarán a sus hijos.* A través de la investigación solo se logró inferir que el atributo “días de clases” sería más importante para aquellos que envían a sus hijos a un colegio de gestión privada. En general, los *días de clases* (media=5,66) son uno de los atributos tenidos en cuenta al momento de tomar una decisión, pero no se puede establecer que sea el más importante, ya que también juega un rol relevante los atributos de *instalaciones de calidad* (media=5,82), *calidad de los docentes* (media=5,82) y *buen nivel académico* (media=5,75).

En conclusión, con la presente tesis se pudo realizar una primera aproximación al objeto de estudio y, más allá de que los resultados no pueden ser generalizables por la limitación admitida con respecto al sesgo de la muestra, se puede señalar que los padres y especialmente la madre, son los decisores con respecto a qué colegio mandan a sus hijos. Estos padres manifiestan una preferencia por los colegios secundarios públicos, aunque, a su vez, los colegios públicos de gestión privada van adquiriendo mayor relevancia. Asimismo, consideran como atributos importantes las Instalaciones de Calidad, la Calidad de los

Docentes y el Nivel Académico y respecto al atributo de los Días de Clases destacan que es importante pero no determinante.

El nivel educativo de los padres adquiere relevancia cuando se analiza los colegios privados o públicos de gestión privada, ya que los padres con estudios superiores se inclinan a elegir más este tipo de colegios que uno público. En la misma línea se incluye el aspecto de la situación laboral familiar, ya que cuando ambos padres (madre y padre) trabajan o solo lo hace el padre hay una mayor tendencia a elegir colegios con este tipo de gestión.

### Recomendaciones

A través de este trabajo se demuestra la importancia y relevancia de la temática tratada, aunque es necesario, para obtener datos más concluyentes y representativos de la población, profundizar y llevar a cabo un estudio en el que la muestra permita su extrapolación.

A su vez, dadas las limitaciones señaladas oportunamente, sería interesante profundizar en la investigación, ampliar el tamaño y composición de la muestra acorde a las características (nivel de estudio, género y nivel de ingreso) de la población en estudio y, para el trabajo de campo, implementar un tipo de muestreo probabilístico que permita obtener un mayor grado de confiabilidad estadística. Para llevar adelante el mismo se considera que se necesita contar con un equipo de investigación mayor y disponer de mejores herramientas logísticas y de presupuesto.

Por otra parte, hay aspectos que se aconseja debieran profundizarse, como el crecimiento de las instituciones de “educación privada” y “públicas con gestión privada” a lo largo del tiempo.

Las futuras líneas de investigación generadas a partir de los resultados de la presente investigación pueden ser:

- Extender la investigación para considerar el nivel inicial y primario de educación.
- Ampliar la zona geográfica de investigación, ya que hay sectores de la provincia que no cuentan con colegios privados y por ende la posibilidad de elección no existe, por lo que sería interesante conocer, a pesar de este limitante, cuál es su opinión con respecto a la educación pública.

- Profundizar en el análisis de los atributos y preferencias según el nivel de educación alcanzado por los progenitores.
- Analizar si existe relación entre el crecimiento de las instituciones de educación privada con el crecimiento demográfico de la Ciudad de Neuquén. A su vez, relacionado con este aspecto, si el crecimiento demográfico se vio acompañado por la creación de nuevas instituciones públicas.
- Investigar la hipótesis que no se pudo resolver en la presente tesis: *“La elección de una institución privada de educación se debe a la dificultad de conseguir vacantes en escuelas públicas de su interés”*.
- Indagar sobre el proceso de elección de un colegio secundario a través de las tres temáticas de School Choice planteadas por Raczynski.
- Analizar los atributos y las preferencias desde el punto de vista de los usuarios del servicio (alumno/hijo) y descubrir si existen diferencias con los resultados obtenidos en la presente investigación.

## Bibliografía

- Ayala Carrère, J. M. (2010). *Estudio de las variables determinantes de los padres en la elección de colegios para enseñanza básica*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Belmartino, A., Liseras, N., & Berges, M. (2016). ¿Que atributos busca el consumidor en prendas de vestir? *Nulan*, 7 - 18.
- Bottinelli, L. (Abril de 2013). ¿Por qué crece la educación privada? 166. *Le monde diplomatique*. Recuperado el 2018, de <http://www.eldiplo.org/index.php/archivo/166-de-chavez-a-francisco/por-que-crece-la-educacion-privada/>
- Bowles, S. (2004). *Microeconomía: Comportamiento, Instituciones y Evolución* (Edición electrónica ed.).
- Calducci, A. L. (21 de octubre de 2016). Los colegios estatales perdieron 17 mil alumnos. *La Mañana de Neuquen*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <https://www.lmneuquen.com/los-colegios-estatales-perdieron-17-mil-alumnos-n530071>
- Calducci, A. L. (14 de Diciembre de 2017). Padres denunciaron que hubo sólo 87 días de clases. *La Mañana de Neuquen*. Recuperado el Marzo de 2018, de <https://www.lmneuquen.com/padres-denunciaron-que-hubo-solo-87-dias-clases-n574362>
- Centro de Estudios de la Educación Argentina. (2016). *Lejos de la igualdad de oportunidades en la escuela secundaria*. CABA: Universidad de Belgrano.
- Centro de Estudios de la Educación Argentina. (Octubre de 2016). *Universidad de Belgrano*. (D. A. Guadagni, Ed.) Recuperado el Agosto de 2017, de Centro de Estudios de la Educación Argentina: [http://www.ub.edu.ar/centros\\_de\\_estudio/cea/cea\\_numero\\_52.pdf](http://www.ub.edu.ar/centros_de_estudio/cea/cea_numero_52.pdf)
- Centro de Estudios de la Educación Argentina. (Febrero de 2017). Nuestra escuela secundaria esta muy lejos de la igualdad de oportunidades. (62). Buenos Aires, Argentina: Universidad de Belgrano. Recuperado el Noviembre de 2017, de [http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/8519/Cea\\_n%C3%BAmero\\_62.pdf?sequence=2](http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/8519/Cea_n%C3%BAmero_62.pdf?sequence=2)
- Cifuentes, L., & Gutierrez, J. (2010). *Filosofía. Investigación, innovación y buenas prácticas*. Barcelona: Grao.

- CIPPEC. (2015). *Ciclo lectivo 2015: 7 datos clave sobre educación*. Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento, Buenos Aires. Recuperado el Noviembre de 2017, de <http://politicaeducativa.cippec.org/materiales/ciclo-lectivo-2015-7-datos-claves-sobre-educacion/>
- CIS. (Abril 2019). *Informes de Opinión Pública CIS UADE-VOICES! La Educación en la Argentina*. Centro de Investigaciones Sociales (CIS). Fundación UADE. Voices! Research and Consultancy. ISSN 2618-2173. Obtenido de <https://www.uade.edu.ar/upload/INVEX/Informe%20CIS%202019%20n.%206%>
- *Constitucion de la Provincia de Neuquen*. (1957 - Reforma 2006).
- Diario Rio Negro. (21 de Octubre de 2016). [www.rionegro.com.ar](http://www.rionegro.com.ar). Recuperado el Noviembre de 2017, de <https://www.rionegro.com.ar/region/privadas-duplicaron-la-matricula-BX1437333>
- Dirección Nacional de Información y Evaluación de la Calidad Educativa - Ministerio de Educación de la Nación. (2013). *El debate sobre el crecimiento reciente de la educación privada*. Buenos Aires. Recuperado el Marzo de 2018
- Dirección Provincial de Estadísticas y Censos - Provincia del Neuquen. (2015). *Informacion Municipal Basica - Año 2015*. Neuquen. Recuperado el 2018
- Dolan, R. (2000). Note on Marketing Strategy. *Harvard Bussines School*.
- Garnier, L. (30 de noviembre de 2013). Educación pública y privada: relativizar el estereotipo. *La Nacion*. Recuperado el febrero de 2018, de <https://www.nacion.com/opinion/foros/educacion-publica-y-privada-relativizar-el-estereotipo/SWI7G2FJFNCENHZUEJYREEVBZM/story/>
- Gobierno de la Nación Argentina. (2018). *Argentina.gob.ar*. Recuperado el Marzo de 2018, de <https://www.argentina.gob.ar/tema/estudiar/niveles>
- Kerin, R., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2013). *Marketing* (Undecima ed.). Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). Mexico: Pearson Educacion.



- Lambin, J.-J., Gallucci, C., & Sicurello, C. (2009). *Dirección de Marketing "Gestión Estratégica y Operativa del Mercado"* (Segunda ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Ley 26.206 de Educación Nacional. (2006). Argentina.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). Mexico: Pearson Education.
- Ministerio de Educación, P. (09 de Septiembre de 2013). *www.educ.ar*. (D. Kremer, Editor) Recuperado el Marzo de 2018, de <https://www.educ.ar/recursos/117951/sistema-educativo-argentino-aspectos-generales>
- Mullins, J. W. (2007). *"Administración de Marketing"*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Narodowski, M., Moschetti, M., & Alegre, S. (2013). *Radiografía de las huelgas docentes en la Argentina: Conflicto laboral y privatización de la educación*. Ciudad de Buenos Aires: Universidad Torcuato Di Tella.
- Narodowski, M., Nores, M., & Andrada, M. (2002). *Nuevas Tendencias en Políticas Educativas: Estado, Mercado y Escuela*. Buenos Aires: Granica.
- Neuquen Informa. (20 de julio de 2015). *Neuquen Informa*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <http://www.neuqueninforma.gob.ar/neuquen-tiene-200-720-alumnos-en-su-matricula-educativa/>
- Penizzotto, D. (24 de Mayo de 2015). Educación: como estamos en la región. *Diario Río Negro*. Recuperado el Noviembre de 2017, de [http://www.rionegro.com.ar/pulso/educacion-como-estamos-en-la-region-JPrn\\_7597713](http://www.rionegro.com.ar/pulso/educacion-como-estamos-en-la-region-JPrn_7597713)
- Pereyra, A. (Sin fecha). *La fragmentación de la oferta educativa: la educación pública vs. la educación privada*. UNESCO - IPE UNESCO - OEI. Buenos Aires: SITEAL (Sistema de Información de Tendencias Educativas de América Latina). Recuperado el Octubre de 2019, de <http://archivo.siteal.ipe.unesco.org/cuadernos/18/educacion-publica-vs-educacion-privada>
- Quiroga, H. (27 de 02 de 2018). *www.rionegro.com.ar*. Obtenido de <https://www.rionegro.com.ar/columnistas/hipocresia-y-educacion-YL4508302>
- Raczynski, D. (2010). *Hacia una estrategia de validación de la educación pública-municipal: imaginarios, valoraciones y demandas de las familias*. Chile: Fondo de Investigación y Desarrollo en Educación - FONIDE.

- Rodríguez Ardura, I. (2006). *Principios y Estrategias de Marketing*. Barcelona: UOC.
- Ruiz de Maya, S., & Munuera Aleman, J. (Enero de 1993). Las preferencias del consumidor: estudio de su composición a través del análisis conjunto. *Articulo*, 25-41. Murcia: Universidad de Murcia. Recuperado el Mayo de 2019, de [https://www.researchgate.net/profile/Salvador\\_Ruiz\\_de\\_Maya/publication/28245079\\_Las\\_preferencias\\_del\\_consumidor\\_estudio\\_de\\_su\\_composicion\\_a\\_traves\\_del analisis\\_conjunto/links/02e7e522f44df392ed000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Salvador_Ruiz_de_Maya/publication/28245079_Las_preferencias_del_consumidor_estudio_de_su_composicion_a_traves_del analisis_conjunto/links/02e7e522f44df392ed000000.pdf)
- Sabino, C. (1994). *Como hacer una Tesis*. Caracas: Panapo.
- San Martín, R. (2 de septiembre de 2012). Fuga a la escuela privada en la era K. *La Nacion*. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/opinion/fuga-a-la-escuela-privada-en-la-era-k-nid1504347>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del Consumidor* (Decima ed.). Mexico, Mexico: Pearson Educacion.
- Scialabba, A. (Febrero de 2006). Evaluación de la educación por parte de la opinión pública y su conformidad con la educación pública y privada en la Ciudad de Buenos Aires. *Tesis de Maestria*. Buenos Aires: Universidad de San Andres.
- Scialabba, A. (18 de SEPTIEMBRE de 2013). <http://entremujeres.clarin.com/>. Recuperado el 2 de DICIEMBRE de 2016, de [http://entremujeres.clarin.com/hijos/educacion-scialabba-primaria-elegir\\_escuela\\_0\\_rkhnpKwQl.html](http://entremujeres.clarin.com/hijos/educacion-scialabba-primaria-elegir_escuela_0_rkhnpKwQl.html)
- Universia España. (s.f.). *Universia.es*. Recuperado el Febrero de 2018, de <http://www.universia.es/estudiar-extranjero/argentina/sistema-educativo/estructura-sistema-educativo/2646>
- Universidad Interamericana para el Desarrollo. (s.f.). *Analisis de Producto*.

## Anexo 1: encuesta

### Sección Primera

A) Ciudad de residencia

1. Neuquén
2. Plottier
3. Centenario
4. Cipolletti
5. Otros:

B) ¿Tiene hijos que tengan entre 12 y 18 años que estén asistiendo a un colegio secundario de la Ciudad de Neuquén?

1. Sí
2. No

### Sección segunda: Datos sociodemográficos

En este apartado se te harán algunas preguntas sobre tu educación y trabajo.

A) Edad

---

B) Sexo

1. Mujer
2. Hombre
3. Pre ero no decirlo

C) Nivel de Instrucción

1. Primario completo
2. Secundario incompleto
3. Secundario completo
4. Terciario incompleto
5. Terciario completo
6. Universitario incompleto
7. Universitario completo

D) Situación de empleo del grupo familiar

1. Solo trabaja la madre
2. Solo trabaja el padre
3. Ambos trabajan
4. Ninguno trabaja

E) ¿Alguno de los padres trabaja en una jornada de más de ocho horas?

1. Si, la madre
2. Si, el padre

3. Si, ambos
4. Ninguno de los dos

### **Sección Tercera: El estudiante**

En esta sección se le harán algunas preguntas breves sobre su hijo/a que se encuentre cursando el colegio secundario

A) ¿Tiene más de un hijo que este cursando sus estudios en el colegio secundario?

1. Sí
2. No

B) Edad \*

Aquí puede seleccionar más de una opción, de acuerdo a la cantidad de hijos/as tenga

1. 12
2. 13
3. 14
4. 15
5. 16
6. 17
7. 18
8. Otros:

C) ¿Qué año del secundario se encuentran cursando? \*

Aquí puede seleccionar más de una opción, de acuerdo a la cantidad de hijos/as tenga

1. Primer año
2. Segundo año
3. Tercer año
4. Cuarto año
5. Quinto año
6. Sexto año

### **Sección Cuarta: El proceso de selección**

En este apartado, las preguntas se orientan a conocer quienes intervinieron en el proceso de selección del Colegio secundario y la influencia de cada uno de ellos en la decisión tomada.

A) ¿Quiénes de las siguientes personas se vieron implicadas en el proceso de selección del colegio secundario?

Puede elegir más de una opción

1. Madre
2. Padre
3. Hijo/a que asistirá a la escuela
4. Hermanos
5. Tutor
6. Tercero

## 7. Otros:

B) Teniendo en cuenta su experiencia familiar de selección de una Institución de Educación secundaria, ¿A qué persona del grupo familiar asocia cada una de estas tareas...?

	Madre	Padre	Hijo/a que asistirá al secundario	Hermanos	Tutor	Tercero
Persona que planteó la necesidad de empezar a buscar un colegio secundario.						
Persona que se encargó de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión.						
Persona que aportó opiniones y consejos que influyeron de manera directa en la toma de la decisión final.						
Persona que tomó la decisión sobre algunas o todas las cuestiones que conciernen a la decisión sobre que Institución Educativa elegir						
Persona que se encarga de afrontar el pago de la Institución elegida.						
Persona que utiliza el servicio de educación elegido						

### Sección Quinta: Información sobre el Colegio elegido

El siguiente grupo de preguntas tiene como objetivo obtener información y características sobre el colegio secundario que eligió para enviar a su hijo/a.

A) Tipo de gestión del colegio al que asiste su hijo... \*

1. Pública (Siga respondiendo la pregunta "B")
2. Privada (Siga respondiendo la pregunta "D")
3. Pública con gestión privada (Siga respondiendo la pregunta "D")

B) ¿El colegio al que envía a su hijo/a es el que le corresponde por radio geográfico?

1. Si
2. No

C) ¿Tuvo que cambiar usted o su hijo/a de domicilio para conseguir vacante en el colegio elegido?

1. Si
2. No

D) Tipo de jornada

Aquí hacemos referencia a las horas de clases. La jornada Normal sería hasta el mediodía (Pudiendo tener gimnasia u otra actividad en contraturno). La jornada extendida abarcaría la mañana y parte de la tarde sin interrumpir la jornada de clases.

1. Normal
  2. Extendida
- E) Modalidad (Orientación Profesional)
1. Bachiller
  2. Técnica
- F) Modalidad (Orientación Religiosa)
1. Laica
  2. Religiosa
- G) Modalidad (Idiomas)
1. Monolingüe
  2. Bilingüe
- H) Valor de la cuota ¿entre que valores se encuentra?
1. Gratuita
  2. Hasta \$2.000
  3. Entre \$2001 y \$4000
  4. Entre \$4001 y \$6000
  5. Entre \$6001 y \$8000
  6. Más de \$8001
- I) Cercanía al domicilio familiar o laboral de la institución elegida
1. Cerca del domicilio familiar
  2. Cerca del domicilio laboral de alguno de los padres
  3. No queda cerca a ninguno de los domicilios
- J) ¿La institución elegida suspende las clases por adhesión al paro?
1. Sí
  2. No
  3. A veces
  4. No se
- K) ¿La institución elegida suspende las clases por jornada docente?
1. Si
  2. No
  3. No sé

### Sección sexta: Importancia otorgada a los atributos del Colegio elegido

El siguiente grupo de preguntas tiene como objetivo medir la influencia que tuvieron para usted, a la hora de seleccionar un colegio secundario para sus hijos, una serie de atributos adjudicables a colegios secundarios. Se debe señalar la importancia de los siguientes aspectos manifestando que tan de acuerdo o en desacuerdo está con las afirmaciones planteadas.

Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las siguientes afirmaciones, siendo 1 Totalmente en desacuerdo y 7 Totalmente de acuerdo

		1	2	3	4	5	6	7
A	El valor de la cuota es un factor muy relevante al elegir un colegio							
B	Es importante que el colegio elegido cuente con instalaciones de calidad							
C	El colegio debe ser conocido por tener un buen nivel académico							
D	No me gusta que el colegio pierda días de clases							
E	Considero que el colegio debe tener una gran carga horaria							
F	Al momento de elegir un colegio la orientación curricular del mismo juega un papel muy importante							
G	Al momento de elegir un colegio secundario tuve en cuenta que brindara actividades extracurriculares							
H	Creo que la calidad de los docentes es un aspecto muy importante a considerar cuando se elige un colegio							
I	Cuando se elige un Colegio es importante buscar recomendaciones sobre el mismo							
J	La elección del colegio estuvo influenciada por la asistencia previa /actual de algún familiar							
K	Es importante que al Colegio elegido asistan amigos de mis hijos							
L	Al momento de elegir un Colegio para mis hijos considero que la formación religiosa es algo que no puede faltar							
M	Al momento de elegir un Colegio para mis hijos considero que la formación en valores es algo que no puede faltar							
N	Un atributo que debe tener el Colegio al que envió a mis hijos es el "Prestigio"							
O	Al elegir un Colegio es importante tener en cuenta su cercanía con respecto al domicilio familiar o laboral							
P	Es importante que el Colegio no tenga tramites de inscripción muy burocráticos							

### Sección séptima: Casi terminamos...

¡Estas son las últimas cuatro preguntas, último esfuerzo!

A) ¿Cuáles fueron las tres principales razones por las cuales decidió matricular a su hijo en el colegio en que lo hizo?

1. Valor de la cuota
2. Calidad de las instalaciones
3. Nivel académico
4. Días de clases dictados
5. Carga horaria elevada
6. Orientación curricular ofrecida
7. Calidad de los docentes
8. Actividades extracurriculares ofrecidas

9. Recomendaciones
10. Asistencia previa de alguna familiar
11. Asistencia de amigos del hijo/a
12. Formación religiosa
13. Formación en valores
14. Prestigio de la Institución
15. Facilidad en los tramites de inscripción
16. Ubicación del colegio respecto al domicilio familiar/laboral
17. Otros:

B) Describa con tres palabras, desde su punto de vista, a la educación pública

---

C) Describa con tres palabras, desde su punto de vista, a la educación privada

---

D) ¿Si usted no tuviera que tener en cuenta el factor económico, que tipo de colegio elegiría? \*

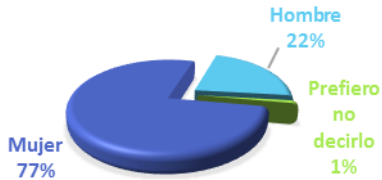
1. Publico
2. Privado
3. Publico con Gestión privada



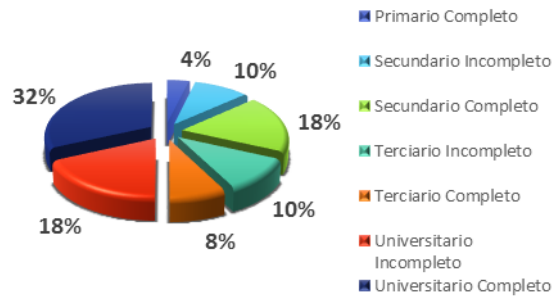
## Anexo 2: tablas y gráficos

Gráfico 29 - Análisis Variables Sociodemográficas

SEXO DE LOS ENCUESTADOS (% N=104)



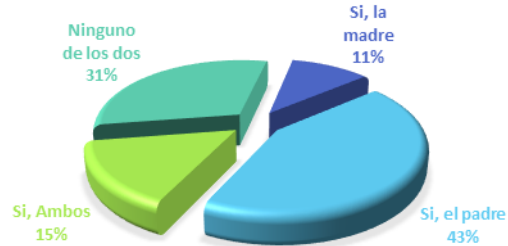
NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO POR LOS ENCUESTADOS (% N=104)



SITUACION DE EMPLEO DEL GRUPO FAMILIAR (% N=104)



ALGUNO DE LOS PADRES TRABAJA EN UNA JORNADA DE MAS DE OCHO HORAS (% N=140)



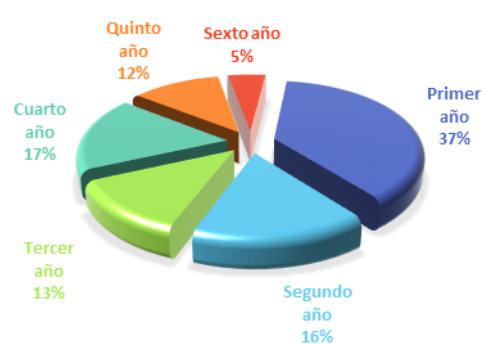
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 30 - Hijos en el secundario

TIENE MAS DE UN HIJO QUE ESTE CURSANDO SUS ESTUDIOS EN EL COLEGIO SECUNDARIO (% N=104)



AÑO DEL SECUNDARIO QUE SE ENCUENTRA CURSANDO (% N=104)



Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 - Análisis de roles (Análisis de porcentajes sobre frecuencias y sobre la muestra)<sup>13</sup>

Variable	Factor por analizar	Madre	Padre	Hijo/a que asistirá a la escuela	Hermanos	Tutor	Tercero	Total Frecuencias	Total Muestra
Persona que planteo la necesidad de empezar a buscar un colegio secundario (1)	Frecuencias	95	46	23	1	0	0	165	104
	% s/total Frec.	57,58	27,88	13,94	0,61	0	0		100
	% s/muestra	91,35	44,23	22,12	0,96	0	0		158,65
Persona que se encargó de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión (2)	Frecuencias	89	33	17	2	1	1	143	104
	% s/total Frec.	62,24	23,08	11,89	1,4	0,7	0,7		100
	% s/muestra	85,58	31,73	16,35	1,92	0,96	0,96		137,5
Persona que aportó opiniones y consejos que influyeron de manera directa en la toma de la decisión final (3)	Frecuencias	75	61	35	11	0	6	188	104
	% s/total Frec.	39,89	32,45	18,62	5,85	0	3,19		100
	% s/muestra	72,12	58,65	33,65	10,58	0	5,77		180,77
Persona que tomó la decisión sobre algunas o todas las cuestiones que conciernen a la decisión sobre que Institución Educativa elegir (4)	Frecuencias	89	65	34	3	0	0	191	104
	% s/total Frec.	46,6	34,03	17,8	1,57	0	0		100
	% s/muestra	85,58	62,5	32,69	2,88	0	0		183,65
Persona que se encarga de afrontar el pago de la Institución elegida. (5)	Frecuencias	73	78	3	0	0	1	155	104
	% s/total Frec.	47,1	50,32	1,94	0	0	0,65		100
	% s/muestra	70,19	75	2,88	0	0	0,96		149,04
Persona que utiliza el servicio de educación elegido (6)	Frecuencias	23	17	80	1	0	0	121	104
	% s/total Frec.	19,01	14,05	66,12	0,83	0	0		100
	% s/muestra	22,12	16,35	76,92	0,96	0	0		116,35

Fuente: Elaboración propia

<sup>13</sup> En el presente gráfico, se entiende por *Frecuencia* a los valores absolutos, es decir, la cantidad de veces que se eligió esa opción. Cuando hacemos referencia al % sobre el total de frecuencias nos referimos al porcentaje con respecto a la cantidad de veces que se eligió cada variable y cuando hablamos de % sobre la muestra hacemos referencia al porcentaje sobre la cantidad de encuestados N=104.-

Tabla 15 - Análisis de Roles (Agrupada por tipo de respuestas)

PERSONAS	1 <sup>14</sup>	2 <sup>15</sup>	3 <sup>16</sup>	4 <sup>17</sup>	5 <sup>18</sup>	6 <sup>19</sup>
Madre	48	56	22	22	22	10
Padre	4	6	12	3	27	4
Hijo/a que asistirá al secundario	4	5	8	9	3	76
Hermanos			2	1		
Tutor						
Tercero			2		1	
Madre, Hijo/a que asistirá al secundario	6	8	5	6		
Madre, Padre	29	22	26	43	51	10
Madre, Padre, Hijo/a que asistirá al secundario	11	1	14	18		3
Madre, Padre, Hijo/a que asistirá al secundario, Hermanos	1	1	4	1		
Padre, Hijo/a que asistirá al secundario	1	2	3	1		
Madre, Tercero		1				
Madre, Tutor		1				
Padre, Hermanos		1				
Hermanos, Tercero			1			
Hijo/a que asistirá al secundario, Hermanos			1			1
Madre, Padre, Hermanos			1			
Madre, Padre, Tercero			1			
Madre, Hijo/a que asistirá al secundario, Tercero			2			0
TOTAL	104	104	104	104	104	104

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 - Relación entre Tipo de Gestión del Colegio Secundario y Situación Laboral Familiar

Código	Categorías	Total muestra		Tipo de gestión del colegio al que asiste su hijo...					
		Frecuencias	% s/ muestra	Pública		Privada		Pública con Gestión Privada	
				Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Solo trabaja la madre	6	5,77	6	11,11	0	0,00	0	0,00
2	Solo trabaja el padre	18	17,31	13	24,07	3	15,79	2	6,45
3	Ambos trabajan	80	76,92	35	64,81	16	84,21	29	93,55
	TOTAL	104	100,00	54	100,00	19	100,00	31	100,00

Fuente: Elaboración propia

<sup>14</sup> Persona que planteo la necesidad de empezar a buscar un colegio secundario

<sup>15</sup> Persona que se encargó de recoger y proporcionar la información necesaria para tomar la decisión

<sup>16</sup> Persona que aportó opiniones y consejos que influyeron de manera directa en la toma de la decisión final

<sup>17</sup> Persona que tomó la decisión sobre algunas o todas las cuestiones que conciernen a la decisión sobre que Institución Educativa elegir

<sup>18</sup> Persona que se encarga de afrontar el pago de la Institución elegida.

<sup>19</sup> Persona que utiliza el servicio de educación elegido (6)

Tabla 17 - Relación entre Tipo de Gestión del Colegio Secundario y Tipo de Jornada Laboral de los Padres

Alguno de los padres trabaja en una jornada de más de ocho horas		Total muestra		Tipo de gestión del colegio al que asiste su hijo...					
				Publica		Privada		Publica con Gestión Privada	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Si, la madre	11	10,58	4	7,41	2	10,53	5	16,13
2	Si, el padre	45	43,27	26	48,15	8	42,11	11	35,48
3	Si, Ambos	16	15,38	7	12,96	4	21,05	5	16,13
4	Ninguno de los dos	32	30,77	17	31,48	5	26,32	10	32,26
	TOTAL	104	100,00	54	100,00	19	100,00	31	100,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 - Relación entre Tipo de Gestión del Colegio Secundario y Cercanía del Colegio al Domicilio Familiar o Laboral

Tipo de gestión del colegio al que asiste su hijo...		Total muestra		Cercanía al domicilio familiar o laboral de la institución elegida					
				Cerca del domicilio familiar		Cerca del Domicilio laboral de alguno de los padres		No queda cerca de ninguno de los domicilios	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Publica	54	51,92	32	56,14	11	57,89	11	39,29
2	Privada	19	18,27	12	21,05	2	10,53	5	17,86
3	Publica con Gestión Privada	31	29,81	13	22,81	6	31,58	12	42,86
	TOTAL	104	100,00	57	100,00	19	100,00	28	100,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19 - Relación entre tipo de gestión y el interrogante si no tuviera que tener en cuenta el factor económico que tipo de colegio elegiría

Tipo de gestión del colegio al que asiste su hijo...		Total muestra		¿Si usted no tuviera que tener en cuenta el factor económico, que tipo de colegio elegiría?					
				Publico		Privado		Publico con Gestión Privada	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Publica	54	51,92	33	86,84	8	29,63	13	33,33
2	Privada	19	18,27	1	2,63	15	55,56	3	7,69
3	Publica con Gestión Privada	31	29,81	4	10,53	4	14,81	23	58,97
	TOTAL	104	100,00	38	100,00	27	100,00	39	100,00

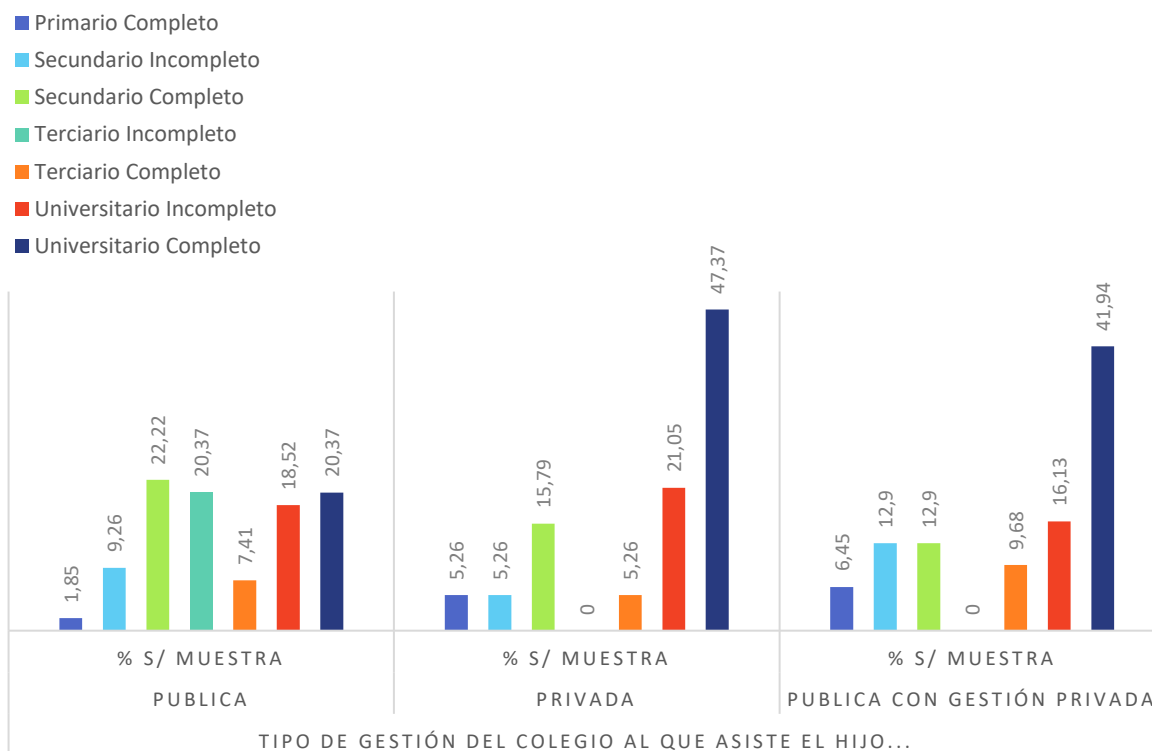
Fuente: Elaboración propia

**Tabla 20 - Relación entre Nivel de Instrucción alcanzada y tipo de Gestión del colegio al que envía al hijo**

Nivel de Instrucción alcanzada	Total muestra		Tipo de gestión del colegio al que asiste el hijo...					
	Frecuencias	% s/ muestra	Pública		Privada		Pública con Gestión Privada	
Categorías			Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
Primario Completo	4	3,85	1	1,85	1	5,26	2	6,45
Secundario Incompleto	10	9,62	5	9,26	1	5,26	4	12,9
Secundario Completo	19	18,27	12	22,22	3	15,79	4	12,9
Terciario Incompleto	11	10,58	11	20,37	0	0	0	0
Terciario Completo	8	7,69	4	7,41	1	5,26	3	9,68
Universitario Incompleto	19	18,27	10	18,52	4	21,05	5	16,13
Universitario Completo	33	31,73	11	20,37	9	47,37	13	41,94
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100</b>	<b>54</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>31</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 31 - Relación entre nivel de instrucción alcanzada por padre/madre y tipo de gestión del colegio al que asiste el hijo (% n= 104)**



Fuente: Elaboración propia

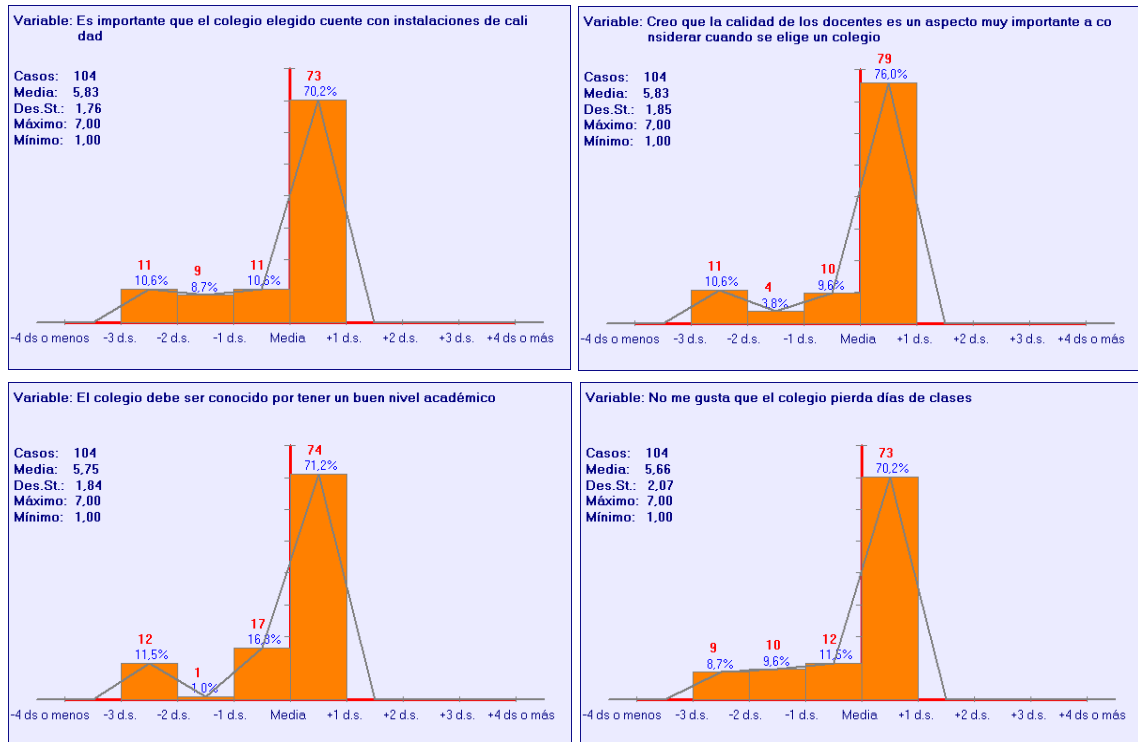
Tabla 21 - Relevancia de los atributos adjudicables a los colegios secundarios<sup>20</sup>

Nº variable	Denominación	Nº de casos	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
1	Es importante que el colegio elegido cuente con instalaciones de calidad	104	5,83	1,76	7,00	1,00
7	Creo que la calidad de los docentes es un aspecto muy importante a considerar cuando se elige un colegio	104	5,83	1,85	7,00	1,00
2	El colegio debe ser conocido por tener un buen nivel académico	104	5,75	1,84	7,00	1,00
3	No me gusta que el colegio pierda días de clases	104	5,66	2,07	7,00	1,00
12	Al momento de elegir un Colegio para mis hijos considero que la formación en valores es algo que no puede faltar	104	5,64	2,01	7,00	1,00
8	Cuando se elige un Colegio es importante buscar recomendaciones sobre el mismo	104	5,63	1,85	7,00	1,00
5	Al momento de elegir un colegio la orientación curricular del mismo juega un papel muy importante	104	5,39	1,91	7,00	1,00
14	Al elegir un Colegio es importante tener en cuenta su cercanía con respecto al domicilio familiar o laboral	104	4,87	2,11	7,00	1,00
15	Es importante que el Colegio no tenga tramites de inscripción muy burocráticos	104	4,43	2,21	7,00	1,00
9	La elección del colegio estuvo influenciada por la asistencia previa /actual de algún familiar	104	4,26	2,51	7,00	1,00
6	Al momento de elegir un colegio secundario tuve en cuenta que brindara actividades extracurriculares	104	4,21	2,20	7,00	1,00
13	Un atributo que debe tener el Colegio al que envió a mis hijos es el 'Prestigio'	104	3,72	2,11	7,00	1,00
4	Considero que el colegio debe tener una gran carga horaria	104	3,71	1,98	7,00	1,00
10	Es importante que al Colegio elegido asistan amigos de mis hijos	104	3,33	2,14	7,00	1,00
11	Al momento de elegir un Colegio para mis hijos considero que la formación religiosa es algo que no puede faltar	104	2,26	1,88	7,00	1,00

Fuente: Elaboración propia

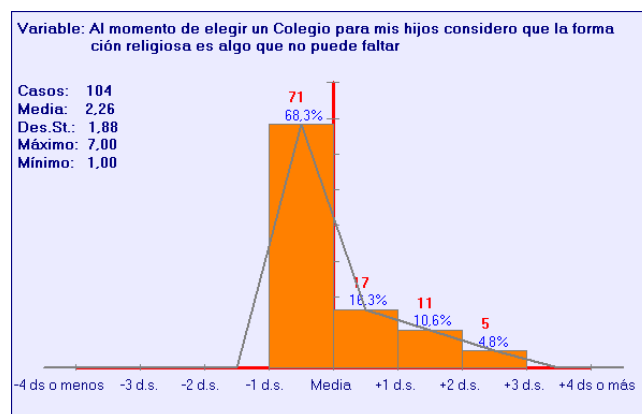
<sup>20</sup> La escala usada para medir estas variables fue de 1 (totalmente en desacuerdo) a 7 (totalmente de acuerdo).

**Gráfico 32 - Análisis de media de las variables más relevantes**



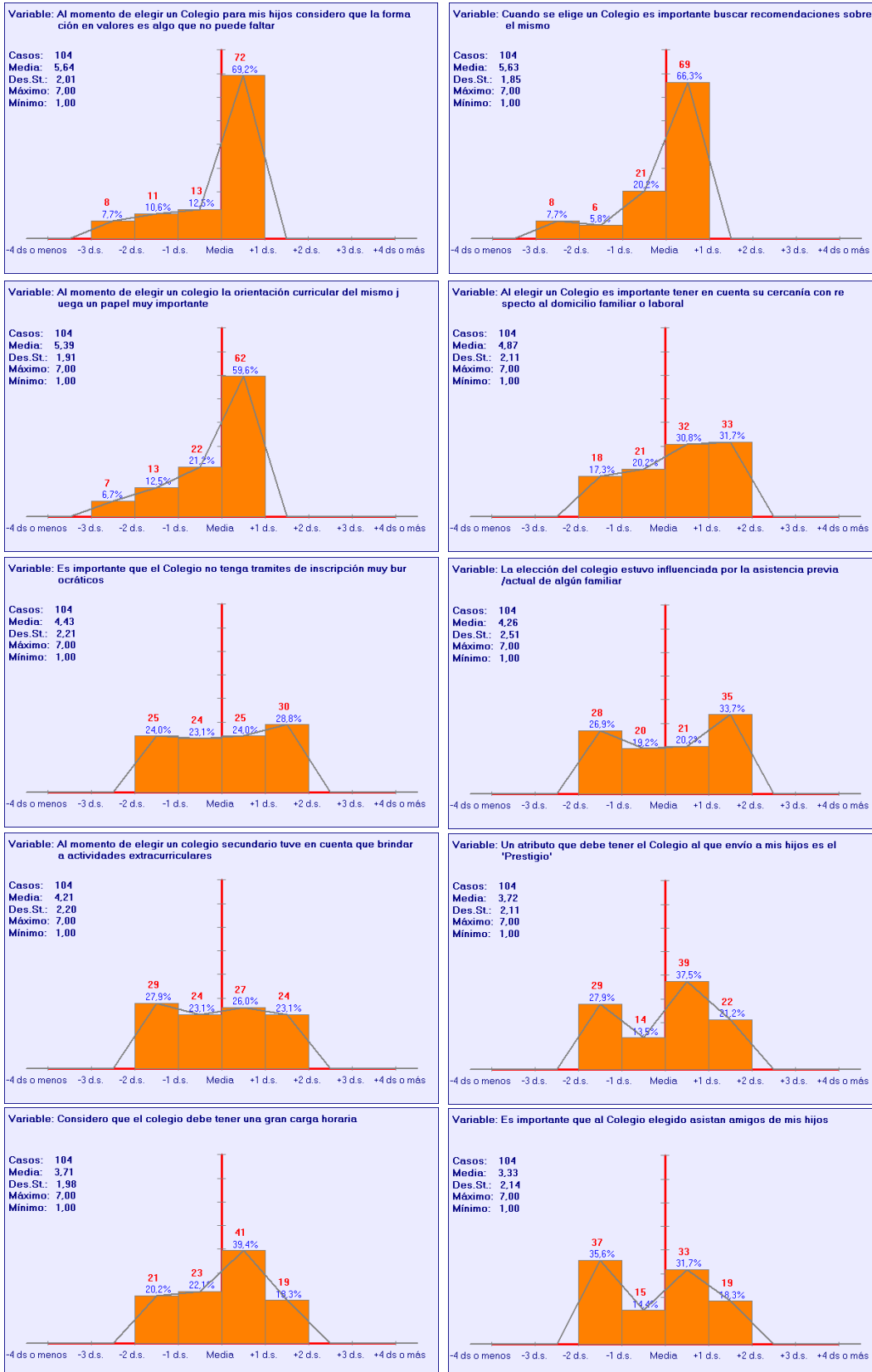
Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 33 - Análisis de media de la variable menos relevante**



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 34 - Análisis de Media de Variables



Fuente: Elaboración propia



Tabla 22 - Relevancia de los atributos de los colegios secundarios según modalidad de educación elegida

Nº variable	Denominación	Total muestra n = 104	Tipo de gestión del colegio al que asiste su hijo...		
			Publica n = 54	Privada n = 19	Publica con Gestión Privada n = 31
1	Es importante que el colegio elegido cuente con instalaciones de calidad	5,8269 n = 104	6,1111 n = 54	5,3684 n = 19	5,6129 n = 31
2	El colegio debe ser conocido por tener un buen nivel académico	5,7500 n = 104	5,9259 n = 54	5,2105 n = 19	5,7742 n = 31
3	No me gusta que el colegio pierda días de clases	5,6635 n = 104	5,5370 n = 54	5,9474 n = 19	5,7097 n = 31
4	Considero que el colegio debe tener una gran carga horaria	3,7115 n = 104	3,9444 n = 54	3,6316 n = 19	3,3548 n = 31
5	Al momento de elegir un colegio la orientación curricular del mismo juega un papel muy importante	5,3942 n = 104	5,8704 n = 54	4,5263 n = 19	5,0968 n = 31
6	Al momento de elegir un colegio secundario tuve en cuenta que brindara actividades extracurriculares	4,2115 n = 104	4,1296 n = 54	4,3158 n = 19	4,2903 n = 31
7	Creo que la calidad de los docentes es un aspecto muy importante a considerar cuando se elige un colegio	5,8269 n = 104	5,9630 n = 54	5,3684 n = 19	5,8710 n = 31
8	Cuando se elige un Colegio es importante buscar recomendaciones sobre el mismo	5,6250 n = 104	5,8148 n = 54	5,0526 n = 19	5,6452 n = 31
9	La elección del colegio estuvo influenciada por la asistencia previa /actual de algún familiar	4,2596 n = 104	4,3519 n = 54	3,5263 n = 19	4,5484 n = 31
10	Es importante que al Colegio elegido asistan amigos de mis hijos	3,3269 n = 104	2,9630 n = 54	3,6842 n = 19	3,7419 n = 31
11	Al momento de elegir un Colegio para mis hijos considero que la formación religiosa es algo que no puede faltar	2,2596 n = 104	1,7222 n = 54	2,3684 n = 19	3,1290 n = 31
12	Al momento de elegir un Colegio para mis hijos considero que la formación en valores es algo que no puede faltar	5,6442 n = 104	5,5370 n = 54	5,1053 n = 19	6,1613 n = 31
13	Un atributo que debe tener el Colegio al que envío a mis hijos es el 'Prestigio'	3,7212 n = 104	3,4815 n = 54	3,6316 n = 19	4,1935 n = 31
14	Al elegir un Colegio es importante tener en cuenta su cercanía con respecto al domicilio familiar o laboral	4,8654 n = 104	5,2963 n = 54	4,8421 n = 19	4,1290 n = 31
15	Es importante que el Colegio no tenga tramites de inscripción muy burocráticos	4,4327 n = 104	4,5000 n = 54	4,4737 n = 19	4,2903 n = 31

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23 - Matriz de coeficientes de correlación simple entre Atributos

Variables	Inst cal	Nivel Ac	Dias cla	Carg Hor	Or Curri	Act Extr	Cal Doc	Recome	Asis Pre	Amigos	For Rel	For Valo	Prestigi	Cercania	Buroc
Inst cal	<b>1,0000</b>	0,5864	0,3325	0,1071	0,4093	0,1858	0,4547	0,4532	0,1933	0,0330	-0,0914	0,4430	0,2049	0,3487	0,2374
Nivel Ac	0,5864	<b>1,0000</b>	0,6344	0,2300	0,5403	0,3253	0,7053	0,7501	0,2362	0,0696	-0,0730	0,5886	0,3578	0,2555	0,3240
Dias cla	0,3325	0,6344	<b>1,0000</b>	0,2008	0,3436	0,4258	0,6131	0,5107	0,0999	0,1550	0,0744	0,5044	0,2928	0,1587	0,3047
Carg Hor	0,1071	0,2300	0,2008	<b>1,0000</b>	0,3617	0,4229	0,2114	0,1774	0,0633	0,1924	0,1958	0,2010	0,3208	-0,0070	0,2194
Or Curri	0,4093	0,5403	0,3436	0,3617	<b>1,0000</b>	0,3358	0,5373	0,5113	0,2628	0,1072	0,0465	0,4091	0,2702	0,1416	0,1780
Act Extr	0,1858	0,3253	0,4258	0,4229	0,3358	<b>1,0000</b>	0,4587	0,3517	0,2246	0,1935	-0,0435	0,3492	0,3642	0,1094	0,3228
Cal Doc	0,4547	0,7053	0,6131	0,2114	0,5373	0,4587	<b>1,0000</b>	0,7326	0,3755	0,1795	-0,0369	0,7094	0,2312	0,1538	0,2956
Recome	0,4532	0,7501	0,5107	0,1774	0,5113	0,3517	0,7326	<b>1,0000</b>	0,3312	0,0820	-0,1132	0,6337	0,3302	0,2035	0,2725
Asis Pre	0,1933	0,2362	0,0999	0,0633	0,2628	0,2246	0,3755	0,3312	<b>1,0000</b>	0,3712	0,0143	0,2203	0,1679	0,0446	0,0456
Amigos	0,0330	0,0696	0,1550	0,1924	0,1072	0,1935	0,1795	0,0820	0,3712	<b>1,0000</b>	0,3506	0,0584	0,1908	0,1674	0,1921
For Rel	-0,0914	-0,0730	0,0744	0,1958	0,0465	-0,0435	-0,0369	-0,1132	0,0143	0,3506	<b>1,0000</b>	0,0347	0,1495	0,0307	0,0216
For Valo	0,4430	0,5886	0,5044	0,2010	0,4091	0,3492	0,7094	0,6337	0,2203	0,0584	0,0347	<b>1,0000</b>	0,4030	0,1269	0,3401
Prestigi	0,2049	0,3578	0,2928	0,3208	0,2702	0,3642	0,2312	0,3302	0,1679	0,1908	0,1495	0,4030	<b>1,0000</b>	0,1124	0,2466
Cercania	0,3487	0,2555	0,1587	-0,0070	0,1416	0,1094	0,1538	0,2035	0,0446	0,1674	0,0307	0,1269	0,1124	<b>1,0000</b>	0,3401
Buroc	0,2374	0,3240	0,3047	0,2194	0,1780	0,3228	0,2956	0,2725	0,0456	0,1921	0,0216	0,3401	0,2466	0,3401	<b>1,0000</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24 - Correlación de Variables

Nº	Identificación de las variables
1	Inst cal - Es importante que el colegio elegido cuente con instalaciones de calidad
2	Nivel Ac - El colegio debe ser conocido por tener un buen nivel académico
3	Dias cla - No me gusta que el colegio pierda días de clases
4	Carg Hor - Considero que el colegio debe tener una gran carga horaria
5	Or Curri - Al momento de elegir un colegio la orientación curricular del mismo juega un papel muy importante
6	Act Extr - Al momento de elegir un colegio secundario tuve en cuenta que brindara actividades extracurriculares
7	Cal Doc - Creo que la calidad de los docentes es un aspecto muy importante a considerar cuando se elige un colegio
8	Recome - Cuando se elige un Colegio es importante buscar recomendaciones sobre el mismo
9	Asis Pre - La elección del colegio estuvo influenciada por la asistencia previa /actual de algún familiar
10	Amigos - Es importante que al Colegio elegido asistan amigos de mis hijos
11	For Rel - Al momento de elegir un Colegio para mis hijos considero que la formación religiosa es algo que no puede faltar
12	For Valo - Al momento de elegir un Colegio para mis hijos considero que la formación en valores es algo que no puede faltar
13	Prestigi - Un atributo que debe tener el Colegio al que envió a mis hijos es el 'Prestigio'
14	Cercania - Al elegir un Colegio es importante tener en cuenta su cercanía con respecto al domicilio familiar o laboral
15	Buroc - Es importante que el Colegio no tenga tramites de inscripción muy burocráticos

Fuente: Elaboración propia