



Maestría de Marketing

**Atributos y beneficios subyacentes en la  
elección de universidades privadas**

Autor: Lucila Dotto

Mentor: Silvia Ramírez Gelbes

Buenos Aires, 29 de julio de 2013

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecer a Dios por los desafíos y aprendizajes a los que me enfrenta día a día.

Cuando me recibí de Psicóloga jamás imaginé que cursaría una Maestría en Marketing y Comunicación, ni que lo haría en la Universidad de San Andrés en forma simultánea a mi trabajo en la institución.

Hoy, en perspectiva, quiero agradecer la oportunidad de contactarme con profesores, compañeros, y contenidos que me han expuesto a nuevas dimensiones del conocimiento y me han posibilitado complementar y expandir mi perfil profesional y personal.

Quiero agradecer a mi familia y amigas que me han acompañado a lo largo de este proceso, sacrificando momentos de encuentro y espacios compartidos.

También reconocer especialmente la labor de mi Directora de Tesis, Silvia Ramírez Gelbes, que con la calidez y humanidad que la caracteriza, me ha guiado y contenido en la elaboración de este trabajo.

Agradezco en forma destacada al Profesor Marcelo Leiras, ejemplo de trabajo y compromiso con la búsqueda de la verdad, el haberme permitido redescubrir el valor de la evidencia empírica.

La experiencia de haber cursado la Maestría de Marketing y Comunicación de la Universidad de San Andrés, y haber concluido la Tesis, me permite confirmar una vez más, que los proyectos siempre involucran esfuerzo y entrega, pero traen aparejada una sensación de profunda gratitud y satisfacción que justifica cualquier esfuerzo o sacrificio realizado. Porque aprender y crecer vale la pena.

# ÍNDICE

<b>1. RESUMEN</b>	1
<b>2. INTRODUCCIÓN</b>	2
2.1. Hipótesis de la investigación	6
2.2 Metodología utilizada	7
2.3 Consideraciones parciales	8
<b>3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN</b>	9
2.1 Modelos económicos de análisis de la elección universitaria	11
2.2 Modelos sociológicos de análisis de la elección universitaria	17
2.3 Balance provisional de la controversia teórica	20
2.4 Consideraciones parciales	21
<b>4. MARCO TEÓRICO</b>	23
3.1 <i>Hipótesis asociadas a los modelos económicos</i>	23
3.1.1 Aspectos académicos	24
3.1.2 Reputación o prestigio	25
3.1.3 Aspectos vinculados al futuro profesional	25
3.1.4 Infraestructura	26
3.1.5 Entendimiento de los estudiantes y sus necesidades	27
3.1.6 Accesibilidad	28
3.1.7 Actividades Extracurriculares	28
3.2 <i>Hipótesis asociadas a los modelos sociológicos</i>	28
3.2.1 La influencia de la educación de los padres	29
3.2.2 La influencia del colegio secundario	30
a. Cuota del colegio	31
b. Subvención estatal	31
c. Doble Diplomatura internacional	32
d. Localidad del colegio	32
3.3 Consideraciones parciales	33
<b>5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	35
4.1 <i>Interpretaciones económicas</i>	37
4.1.1 Aspectos académicos de la propuesta educativa	37
4.1.2 Reputación	40

4.1. 3 Aspectos vinculados al futuro profesional	44
4.1.4 Infraestructura	46
4.1.5 Entendimiento de los estudiantes y de sus necesidades	47
4.1.6 Accesibilidad de la propuesta universitaria	51
4.1.7 Actividades extracurriculares	54
4.1.8 Perspectiva económica: superioridad de los beneficios en la elección de las propuestas universitarias aranceladas	55
4.2 <i>Interpretaciones sociológicas</i>	59
4.2.1 Educación de los padres	60
4.2.2 Colegio secundario	61
a. El impacto de la cuota	61
b. La presencia de subvención estatal	63
c. Diplomatura internacional	64
d. Zona del colegio	66
4.2.3 Interpretaciones sociológicas: el impacto del contexto en la elección universitaria	68
4.3 Consideraciones parciales	69
<b>6. CONSIDERACIONES FINALES</b>	<b>72</b>
<b>7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>78</b>
<b>8. ANEXOS</b>	<b>83</b>
Anexos I	83
Anexos II	87
Anexos III	89



## 1. RESUMEN

En el sistema universitario metropolitano, en el que existe una oferta de educación pública no arancelada, resulta especialmente intrigante que algunos jóvenes acepten agregar al costo intrínseco de estudiar, el pago de un arancel.

La hipótesis principal de esta investigación es que la disposición a asistir a una universidad privada se encuentra moldeada por la combinación de factores económicos, asociados al cálculo racional, y factores sociológicos, tales como la influencia del colegio o la familia.

A partir de un cuestionario autoadministrado a 286 jóvenes que cursan el último año del secundario en colegios del Conurbano Bonaerense, se analiza la influencia de los factores asociados a los modelos económicos y sociológicos de entender la decisión universitaria. En consistencia con la hipótesis principal, los hallazgos demuestran que pagar por educación superior es el resultado de un proceso de cálculo dentro de un pool de alternativas que ha sido construido simbólicamente.

Los jóvenes eligen universidades de gestión arancelada sí reconocen cierta superioridad de los beneficios asociados, que resultan compatibles con las experiencias de socialización familiar y escolar. En este sentido, la personalización del proceso de enseñanza, la oferta de intercambios y de actividades extracurriculares, los factores asociados al desarrollo profesional y la infraestructura, resultan las características institucionales más destacadas en la preferencia por universidades aranceladas.

Son estos atributos, leídos y significados socialmente, bajo la influencia de la cultura, la ideología y las prácticas propias de los colegios secundarios, tales como la Diplomatura Internacional del IB, la zona geográfica en la que se encuentra ubicado el colegio, o la ausencia de subvención estatal, los que parecen moldear la decisión de pagar por educación superior.

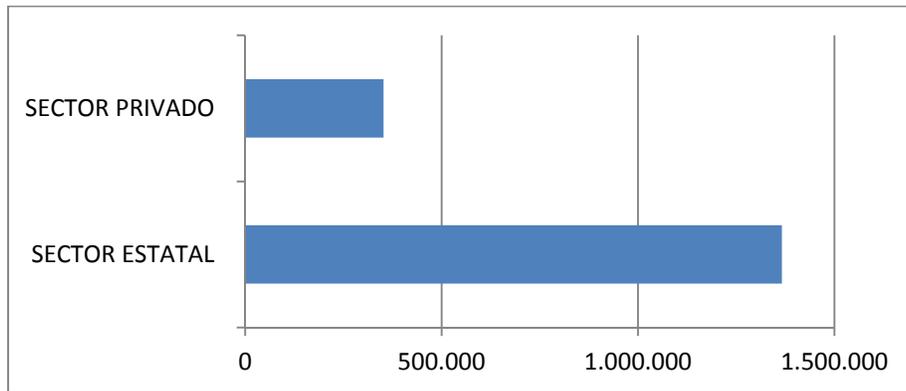
## 2. INTRODUCCIÓN

Al finalizar el colegio secundario, un joven decide ingresar a la universidad, a la fuerza de trabajo o en algunos casos complementar ambas actividades. Los factores que influyen en la decisión de continuar los estudios más allá del nivel secundario y en la elección de una universidad son objeto de diversas interpretaciones (Sojkin, et al 2012).

Esta investigación analiza los determinantes de la elección universitaria prestando especial atención a la significación e influencia del precio en la decisión. Educarse siempre tiene un costo. El costo de la educación superior incluye las erogaciones en materiales de estudio y transporte y el costo de oportunidad de no generar ingresos en el mercado de trabajo. En sistemas universitarios como el del Área Metropolitana de Buenos Aires, en la que existe una oferta de educación pública no arancelada, resulta especialmente intrigante que algunos jóvenes acepten agregar al costo intrínseco de estudiar el pago de un arancel. ¿Por qué algunos jóvenes aceptan pagar por acceder a una universidad y cuáles son los factores que guían su elección? A partir de un breve análisis de la evolución reciente de la educación universitaria privada, se presentan las diversas respuestas a estos interrogantes que ofrece la teoría contemporánea.

Nuestro país se caracterizó por un monopólico ejercicio de educación superior pública iniciado en 1622 con la fundación de la Universidad de Córdoba y continuado por la prestigiosa Universidad de Buenos Aires en 182. El monopolio se interrumpió en 1958 con el surgimiento de las primeras instituciones privadas (Cosentino de Cohen, 2003). Si bien en la actualidad hay casi tantas universidades privadas como públicas (anexo I), éstas últimas convocan a una proporción ampliamente mayoritaria del alumnado. Como indica la figura 2.1, el 79.5% del alumnado concurre a universidades públicas y el restante 20.5% asiste a universidades privadas.

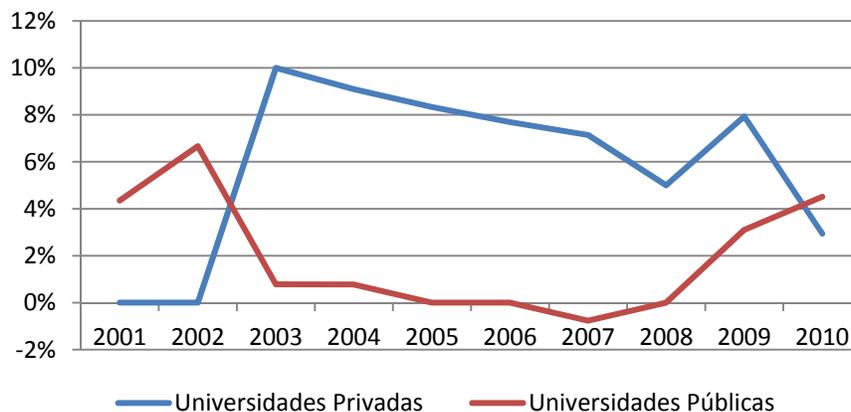
**Figura 2.1**  
**Distribución de alumnos por sector**  
**Fuente: Anuario de Estadísticas Universitarias (2010)**



Con el 20.5% del alumnado total, el sector privado experimentó un crecimiento significativo entre 2000 y 2010. En ese período la matrícula estatal creció a un ritmo interanual promedio de 2%; el ritmo de crecimiento promedio de la educación privada fue tres veces superior: 6% (figura 2.2).

**Figura 2.2**  
**Cantidad de estudiantes universitarios por sector**  
**Tasa de Crecimiento Interanual**

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Anuario de Estadísticas Universitarias (2010)

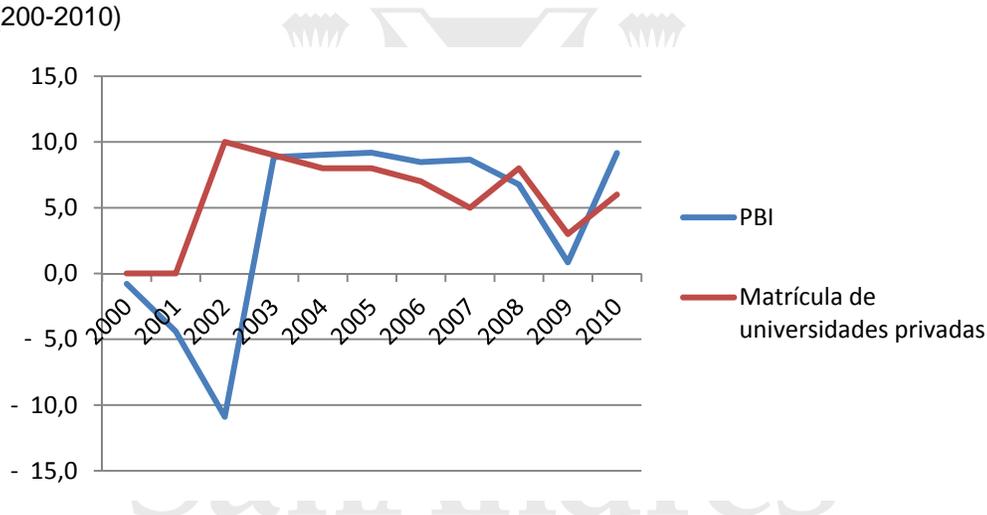


Si bien la tasa de crecimiento promedio de la matrícula privada en esta década fue superior a la tasa de crecimiento de las universidades de gestión pública, para el año 2010 los valores se invierten.

El escenario económico parece explicar estos movimientos: la tasa de crecimiento de la matrícula de las universidades privadas es elástica al PBI (figura 2.3).

**Figura 2.3**  
**Crecimiento económico y matrícula de universidades privadas**

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Anuario de Estadísticas Universitarias (2010) y CEPAL (200-2010)



Si bien el escenario económico opera como condición de posibilidad en la elección de universidades aranceladas, existen otros factores que impactan en el proceso decisorio. Esta ventaja de crecimiento de la matrícula arancelada entre 2000 y 2010 puede estar asociada a la eficacia potencial percibida en instituciones de uno y otro sector. La evolución reciente de las tasas de graduación puede ser una de las fuentes de esa percepción. La educación universitaria en Argentina se distingue por una anomalía: “muchos alumnos, pocos graduados” (Centro de Estudios de la Educación Argentina, Universidad de Belgrano, 2012). Aun cuando se han

incrementado los niveles de graduación<sup>1</sup> durante los últimos años, continúa siendo uno de los países con menor graduación en proporción al total de estudiantes universitarios, (Anuario de Estadísticas Universitarias 2010). En este contexto, el sector privado exhibe una ventaja pequeña pero apreciable: concentra un 20.5% del alumnado pero diploma a un 29% de los graduados totales del país (2010). Es difícil identificar la fuente de esta ventaja. Por un lado, podría ocurrir que la oferta pedagógica e institucional o algún otro atributo de las universidades privadas faciliten la graduación. También es posible que el mero hecho de pagar un arancel aumente el compromiso de los alumnos para concluir con la tarea emprendida. Sea porque ofrecen mejores condiciones o porque proponen un vínculo que refuerza el compromiso individual, es posible que, de acuerdo con los postulados básicos de un enfoque económico, un segmento de los estudiantes elijan universidades privadas porque encuentran allí un beneficio potencial superior a su costo. Desde esta perspectiva, la disposición a pagar un arancel reflejaría ventajas atribuidas a las universidades privadas, como por ejemplo, la redes de contactos a las que dan acceso, la cercanía con los profesores, los intercambios o las actividades complementarias a las propuestas académicas.

Un segundo conjunto de razones, independiente de la comparación entre beneficios y costos, podría guiar la elección universitaria. Estas razones son sociológicas y atribuibles a los entornos familiares y escolares. La ventaja de un abordaje de este tipo es que, a diferencia del anterior, acentúa los aspectos pre-reflexivos de la decisión sobre la continuidad de los estudios y la institución donde hacerlo. Una hipótesis acorde con este punto de vista es que los alumnos tienden a elegir instituciones que presentan atributos o que encarnan valores similares a los que se observan en los entornos familiares y escolares en los que crecieron. De modo interesante, este abordaje admite también una hipótesis contraria: que se tiende a elegir instituciones distintas de las ya conocidas, buscando que la continuidad de los

---

<sup>1</sup> En el año 2002 se graduaban 74.960 universitarios, en 2010 99.431 egresaron de la universidad; este incremento supera al aumento de la población en ese mismo período. (Centro de Estudios de la Educación Argentina, Universidad de Belgrano, 2012).

estudios establezca un corte con la socialización anterior. De acuerdo con esta aproximación sociológica, el precio de los aranceles no representa un elemento en un cálculo sino un símbolo asociado con cierta forma de concebir y de experimentar los primeros años de la educación superior.

Los abordajes económico y sociológico ofrecen distintos retratos del proceso de elección universitaria: nos proponen concebirlo, interpretarlo y evaluarlo de distinta manera. Para elaborar una explicación de validez general, puede ensayarse una combinación de ambos puntos de vista; de hecho, los estudios previos ofrecen varias. Este trabajo prefiere, en cambio, relevar las distintas formas en las que el precio de los estudios universitarios puede influir en la elección. Desde el punto de vista de una teoría general puede resultar importante estimar el peso relativo de los componentes de cálculo y los pre-reflexivos en el proceso de decisión. Esta investigación se ha ocupado, en cambio, de describir e interpretar los distintos caminos a través de los cuales distintos grupos de alumnas y alumnos elaboran y justifican su decisión. Los componentes de cálculo son más relevantes para algunos de los jóvenes, otros, le dan más peso a factores perceptuales y afectivos. Todos pueden evaluar el costo de los aranceles, pero lo hacen desde distintas perspectivas y asignándole distinto significado.

### **2.1. Hipótesis de la investigación**

Esta tesis sostiene como hipótesis principal que la disposición a asistir a una universidad privada se encuentra moldeada por aspectos económicos, asociados al cálculo racional, conjuntamente con aspectos contextuales o sociológicos. A partir de este planteo central se desprenden hipótesis secundarias en relación a los distintos factores, tanto económicos como sociológicos, que se desarrollan en el capítulo 4 (Marco Teórico).

## 2.2. Metodología utilizada

El análisis se apoya en una encuesta a 286 jóvenes que cursan el último año de la educación media en colegios de distintas zonas del Conurbano Bonaerense. Ellos respondieron a un cuestionario autoadministrado que incluyó preguntas con opciones de respuesta predeterminadas y preguntas abiertas. Puesto que el interés del estudio no es proyectar los resultados al conjunto de la población sino identificar distintas actitudes frente al pago de un arancel por los estudios universitarios, la selección de los entrevistados no fue probabilística y la muestra se limitó a instituciones de gestión privada que ya cobran un arancel. El alumnado de estas instituciones es el que más alta probabilidad tiene de afrontar el pago de alguna universidad privada y, entonces, de exhibir distintos mecanismos asociados a la preferencia.

Los resultados de este estudio pueden ser de interés para distintos públicos y por distintos motivos. La indagación sobre los significados atribuidos a la educación arancelada puede contribuir a echar luz sobre la creciente segmentación de los sistemas educativos y el crecimiento de la incidencia del sector privado. Esta es una tendencia global (Kallio 1995; Jarvis 2000; Gibbs 2001; Veloutsou, Lewis & Paton 2004 en Simoes & Soares, 2010) que también ha alcanzado a la Argentina y a todos los niveles del sistema educativo. Este fenómeno es de interés para los diseñadores de políticas educativas y para el público general.

El trabajo puede también aportar valor para las instituciones de educación superior. Conociendo la influencia de la magnitud de los aranceles y los significados atribuidos a ella, pueden ajustarse las políticas de comunicación y difusión de las propuestas universitarias.

### 2.3. Consideraciones parciales

La disposición a asistir a universidades aranceladas no parece ser simplemente una cuestión de disponibilidad de recursos, ni el resultado de sopesar costos y beneficios. Si bien la matrícula de las universidades aranceladas es elástica a las fluctuaciones del escenario económico, en la decisión final parece intervenir otro conjunto de factores, de carácter simbólico, que le otorgan significación al cálculo racional.

En el siguiente capítulo 3 (Problema de Investigación y Estado de la Cuestión) se profundizan las interpretaciones económicas y sociológicas de entender la elección universitaria a partir de la revisión de la bibliografía. La combinación de ambos modelos permite elaborar la hipótesis principal de esta investigación: *en la disposición a elegir una universidad de gestión privada intervienen componentes asociados al cálculo racional y factores contextuales.*

En el capítulo 4 (Marco Teórico) desarrolla las hipótesis secundarias asociadas a los principales componentes económicos y sociológicos involucrados en el proceso decisorio.

El capítulo 5 (Resultados de la Investigación) busca responder estas hipótesis, con base en una muestra de 286 jóvenes que cursan el último año del secundario en colegios privados del Conurbano Bonaerense.

En el capítulo 6 (Consideraciones Finales) se ofrecen algunas consideraciones de cierre y se proponen estudios complementarios, con el afán de profundizar en el proceso de elección de universidades aranceladas.

### 3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

Este capítulo analiza las explicaciones teóricas acerca de los factores que intervienen en la disposición a pagar un arancel en la elección universitaria.

La elección universitaria, como todo proceso de elección y adquisición de un servicio, involucra distintos factores entre los que se encuentran el costo, la cantidad de información, el acceso, el desempeño académico, la experiencia escolar y la experiencia de vida (Moogan & Baron 2003).

El proceso de comparar y evaluar distintas propuestas universitarias no resulta sencillo, probablemente debido a las características de intangibilidad, inseparabilidad entre producción y consumo, y heterogeneidad que distinguen a todos los servicios (Zeithaml, et al 1985).

- a. La intangibilidad es la dificultad de medir la calidad del servicio antes de la prestación.
- b. La inseparabilidad entre producción y consumo es la imposibilidad de permanencia del servicio luego de producido, que solo permanece como experiencia vivida.
- c. La heterogeneidad implica que dos servicios similares nunca serán idénticos. Como la entrega de un servicio es realizada por personas, en lugares y momentos distintos, cambiando uno de estos factores, el servicio se ve alterado.

Son estas características de intangibilidad, inseparabilidad entre producción y consumo y heterogeneidad, las que dificultan cotejar las alternativas educativas. En este escenario el precio aporta una medida concreta y simple de comparación (Bryan & Whipple, 1995). Pero este concepto no es unidimensional (Chapman, 1979), sino que abarca la cuota, la matriculación, el valor de la inscripción, los distintos tipos de beca o facilidades de pago ofrecidos y, si el alumno proviene de lejos, también el costo de alojamiento y manutención.

Educarse, tanto en una universidad arancelada como en una universidad no arancelada, siempre trae aparejado un costo. El costo de educación involucra tanto los costos directos, como los costos de oportunidad asociados. El costo directo se refiere a la suma de la cuota, los materiales, el traslado y cualquier costo vinculado a la preparación académica. El costo de oportunidad es el dinero que se podría haber obtenido de haber ingresado a la fuerza laboral, en vez de dedicar ese tiempo a la cursada y preparación universitaria (Corazzini, et. al, 1972).

En un país en el que existen universidades públicas no aranceladas, los jóvenes que deciden asistir a la universidad siempre están dispuestos a enfrentar al menos algunos de estos costos, pero no necesariamente el costo del arancel. Esta situación se ve reflejada en la distribución de matrícula en nuestro país: 79.5% del alumnado concurre a universidades públicas y el restante 20.5% asiste a universidades privadas (Anuario de Estadísticas Universitarias, 2010).

Múltiples estudios en economía (Cardoso et ál. 2007; Marcerano-Gutiérrez, Galindo-Rueda & Vignoles, 2007 en Simoes & Soares, 2010) sociología (Cremonini, Westerheijden & Enders 2008 en Simoes & Soares 2010) y política pública (Dill 1997, Archer, Hutchings, & Ross 2003 en Simoes & Soares, 2010) se han ocupado de exponer y analizar el proceso de decisión universitaria. Aun cuando no han arribado a una visión consensuada acerca de los aspectos más influyentes en relación con el pago de un arancel, estas investigaciones aportan modelos de análisis que pueden ser agrupados en dos grandes categorías: modelos económicos y modelos sociológicos.

Los modelos económicos asumen que los jóvenes optan por estudiar en una universidad arancelada porque reconocen ciertos beneficios que justifican el pago de un arancel. Por su parte, los modelos sociológicos consideran que la disposición a pagar un arancel trasciende el mero cálculo racional, y se inspira en creencias generadas en el entorno social en etapas tempranas de la vida.

Con el objetivo de profundizar en la elección universitaria, algunos autores han dividido el proceso de elección en etapas, para un estudio más detallado. Si bien algunos reconocen la existencia de siete instancias, (Kotler, 1979), un esquema de tres etapas posibilita un abordaje exhaustivo y completo (Litten, 1982). Las tres etapas son: decisión de afrontar el estudio universitario, conformación de un conjunto de opciones y evaluación de la opción indicada.

El primer momento del proceso se refiere a la inclinación a favor o en contra de asistir a la universidad; elegir trabajar, estudiar o complementar ambas actividades. Si el resultado es la inclinación a asistir a la universidad, el proceso avanza hacia la conformación de un set de opciones o preferencias, que en términos generales no suele superar las cinco instituciones (Turleyand & Le Blanc 1993 en Haywood et ál, 2010). La etapa final es la elección, a partir del pool de alternativas, de la universidad a la que asistir.

### **3.1. Modelos económicos de análisis de la elección universitaria**

Desde la perspectiva económica, la opción universitaria se analiza contraponiendo los costos de estudiar y los beneficios asociados (Bolton & Lemon, 1999). Estos enfoques asumen, sin desarrollarlo explícitamente, que la instancia de selección de propuestas universitarias, o bien resulta exhaustiva, o es determinada por algún otro mecanismo.

Los modelos económicos consideran que dentro de un set de información que resulta amplio, los jóvenes eligen comparando el costo del arancel y los beneficios asociados, beneficios concebidos con señales imperfectas y teniendo en cuenta resultados futuros que, al momento de la decisión, resultan opacos y riesgosos. Desde esta mirada, los jóvenes analizan el retorno sobre los costos como aspecto central, por encima de la transformación personal que implica asistir a la universidad (Maringe 2006, Calkins & Welki 2006 en Haywood et ál 2010).

Diversos estudios trabajan la elasticidad al costo del arancel como factor determinante de la matriculación universitaria (Leslie & Brinkman, 1987; Sacova, 1990; Bryan & Whipple, 1995). Si bien los resultados coinciden en la existencia de una relación inversamente proporcional entre el costo del arancel y la tasa de matriculación, la magnitud del impacto varía de acuerdo a las diferentes muestras con las que se ha trabajado (Jackson & Weathersby, 1975 en Sacova 1990; Bryan & Whipple, 1995; Desjardins, et ál, 2006). Si bien el costo del arancel es una variable estadísticamente significativa, la cuantificación del efecto no resulta uniforme.

Los estudios de elasticidad a la magnitud del arancel trabajan sobre el comportamiento promedio, pero dentro de la misma muestra existen jóvenes que pueden presentar un comportamiento más elástico que la media, y otros pueden ser menos elásticos. El propósito de este estudio es identificar las distintas sensibilidades al valor del arancel, antes que la elasticidad promedio, buscando determinar los aspectos más relevantes en la inclinación por asistir a universidades aranceladas.

Existen factores que influyen en el impacto del costo del arancel, como, por ejemplo, características familiares tales como el nivel de ingresos y la posibilidad de financiar la educación de los jóvenes (Jackson, 1978; Leslie & Brinkman 1987; Sacova, 1990; Desjardins, et ál, 2006; St. John, 1990 en Curs, 2008). Las familias que perciben ingresos más altos son menos sensibles al costo del arancel, lo que amplía el conjunto de alternativas de elección (Averett & Burton 1996, en Nguyen & Taylor 2002).

Otro factor que impacta sobre la elección universitaria son las posibilidades de ayuda financiera que una universidad ofrece, tales como becas o créditos educativos (Jackson & Weathersby, 1975 en Sacova 1990; Desjardins et ál, 2006). Estudios realizados en los Estados Unidos encuentran que el efecto de la oferta de becas disminuye conforme aumenta el ingreso de la familia, a su vez que se eleva el impacto de los préstamos o créditos educativos (St. John, 1990 en Curs, 2008). Es

razonable que los alumnos con mayor poder adquisitivo sean más sensibles a la beca otorgada por mérito que a aquella que se asigna por necesidad (Singell & Stone, 2002 en Curs, 2008).

El impacto del costo también parece variar de acuerdo a la capacidad intelectual del alumno (Jackson 1982; Singell & Stone 2002 en Curs, 2008). Es esperable que aquellos jóvenes que poseen buen desempeño académico se encuentren más dispuestos a pagar un arancel, debido al compromiso asumido con la formación. Sin embargo el desempeño académico puede ser analizado como variable independiente estructural de la disposición a pagar un arancel, pues es un resultado intermedio de otros factores, como, por ejemplo, la historia académica de los padres.

Si bien el costo del arancel posee impacto diferenciado de acuerdo a las características de la familia y el alumno, determinar los costos asociados a la preparación universitaria resulta relativamente sencillo, dentro del proceso de decisión universitario. Pero evaluar los beneficios y la calidad de las instituciones educativas es ciertamente complejo. La ecuación entre los costos y los beneficios es asimétrica y se realiza analizando los beneficios con señales imperfectas y con supuestos futuros, pues no existe información que permita evaluar la dimensión *del recibir*.

La elección de una universidad es incierta y se realiza sin conocer con exactitud los beneficios a obtener. Es una decisión riesgosa pues es difícil estimar *a priori* tanto el valor de la propuesta elegida como las posibles consecuencias negativas vinculadas con esa elección (Conchar et. ál 2004 en Simoes & Soares, 2010).

En la elección de una universidad existe una dimensión riesgosa que puede ser analizada desde distintos ángulos. Existen, por ejemplo, riesgos financieros vinculados a la posibilidad sostenida de afrontar el valor de la cuota; riesgos funcionales, asociados a determinar si el título otorgado por esa institución permitirá obtener un buen trabajo; riesgos psicológicos, como el impacto que puede generar

en la autoestima una mala elección; y riesgos sociales, como por ejemplo el modo en que el entorno percibe la asistencia a una determinada universidad (Simoes & Soares, 2010).

La bibliografía sobre el tema permite distinguir estrategias para afrontar la dimensión riesgosa que implica la decisión universitaria. Una de ellas tiene que ver con el foco de esta investigación. Los jóvenes pueden mostrarse más reacios a pagar por educación superior porque, si eligen una universidad arancelada, en caso de error, a las consecuencias que genera toda mala decisión, se debe adicionar la pérdida económica del arancel.

La dimensión riesgosa presente en toda elección se ve incrementada por el contexto económico del país. Por ejemplo, la disminución del PBI argentino en el año 2009 podría explicar el descenso en la matrícula de las universidades aranceladas que se produjo en 2010. La percepción de riesgo y la situación económica contextual podrían inclinar a los jóvenes hacia la elección de universidades no aranceladas como mecanismo de protección frente a la incertidumbre.

No obstante la dimensión riesgosa, que parece impactar negativamente en la disposición a pagar un arancel, en promedio la matrícula de las universidades privadas argentinas se encuentra en crecimiento (Anuario de Estadísticas Universitarias, 2010). Algunos jóvenes, tras el cálculo de costos y beneficios asociados, se inclinan por elegir universidades pagas porque reconocen cierta superioridad en cuanto a la calidad o el valor de la propuesta educativa. Pero la calidad no es una concepción unánime, sino que abarca una multiplicidad de atributos y adquiere interpretaciones diversas de acuerdo a cada joven. En un intento por reducir la asimetría de la información y establecer una comparación objetiva entre las distintas universidades, los rankings comenzaron a adquirir popularidad de alcance internacional, por ejemplo el *QS World University Ranking* o el *Academic Ranking of World Universities* (Hazelkorn, 2008).

En algunos mercados universitarios muy institucionalizados, la ubicación de una universidad en los rankings parece impactar en la cantidad y la calidad de los aspirantes, tanto como en la reputación institucional (Monks & Ehrenberg 1999 en Hazelkorn, 2008). No obstante, los rankings presentan algunas dificultades metodológicas como, por ejemplo, la validez de las métricas utilizadas y la importancia otorgada a cada uno de los atributos evaluados. Los rankings no logran comparar adecuadamente instituciones con tamaños, misiones y valores distintos (Hazelkorn, 2008).<sup>2</sup> El uso de los rankings depende de la estructuración del mercado universitario y de la cantidad y calidad de la información específica que manejan los estudiantes acerca de los distintos campos profesionales. Estas métricas objetivas reducen la dificultad de estimar el valor potencial de estudiar en una u otra universidad pero solo parcialmente.

Para identificar los atributos de acuerdo con los cuales se determina el valor de una oferta de educación superior pueden distinguirse *aspectos académicos*, tales como la calidad de los profesores o los niveles de exigencia, y *aspectos extraacadémicos* o institucionales, como la calidad de las instalaciones o la oferta de actividades extracurriculares, como la enseñanza de idiomas extranjeros o la práctica de deportes. Los jóvenes que eligen pagar un arancel por educarse perciben ventajas significativas en términos académicos, en aspectos extraacadémicos, o bien en ambos, que justifican el pago del arancel.

---

<sup>2</sup> En Argentina los alumnos provenientes del exterior del país son más propensos a utilizar rankings como herramientas de comparación entre universidades, que los jóvenes argentinos. (Hazelkorn, 2008) Los alumnos de posgrado, o los padres de los alumnos de grado, suelen prestar mayor atención a este elemento como factor de decisión (Hazelkorn, 2008) Cuando los jóvenes de 16-17 años comparan universidades resultan más importantes las opiniones de padres, amigos y el *boca a boca* (Dawes & Brown, 2003).

Una parte de la bibliografía sostiene que el aspecto más relevante de la educación universitaria arancelada es el conjunto de atributos extra académicos (Cubillo Pinilla, 2006). Así, los jóvenes que optan por una universidad privada estarían pagando por beneficios tales como una red de contactos más extensa, un acceso más sencillo a los profesores o la posibilidad de estudiar en universidades de otros países a través de acuerdos de intercambio (Binsardi & Ekwulgo 2003 en Cubillo Pinilla, 2006).

Por otro lado, la disposición a pagar por educación puede adquirir estatuto informativo en sí mismo, como predictor de la calidad de la propuesta universitaria. Algunos estudios sostienen que los jóvenes eligen pagar por educación porque asocian un arancel más alto con una mejor calidad académica (Bryan & Whipple, 1995).

En síntesis para los modelos económicos, la decisión universitaria es racional, en el sentido instrumental del término, y se construye comparando el costo del arancel y los beneficios que se aspira obtener, analizados a partir de señales imperfectas y resultados futuros opacos, tal como se expresó más arriba. No obstante, los motivos que inclinan a los jóvenes a elegir educación arancelada parecen extenderse más allá de la racionalidad de un cálculo. Así lo indica el fuerte crecimiento de la matrícula privada entre 2000 y 2010 en el sistema universitario argentino. Como ya fue dicho, en ese período, la matrícula estatal creció a un ritmo interanual promedio de 2%. En el mismo período, el ritmo de crecimiento promedio de la educación privada fue tres veces superior: 6%, a pesar del descenso que se aprecia en el año 2010 (Anuario de Estadísticas Universitarias, 2010).

Si bien la tasa de crecimiento promedio de la matrícula privada entre 2000 y 2010 es elástica a los movimientos económicos del país, no es razonable pensar que el poder adquisitivo de ningún grupo social se triplicó en ese lapso. Cabe concluir que estos cambios son señal de que existen factores complementarios a la simple comparación costos-beneficios. Algunos de ellos pueden afectar las concepciones acerca de la educación arancelada. Por ejemplo, el incremento de la matrícula universitaria

general puede haber debilitado el símbolo de distinción asociado a la formación superior. El acceso a educación universitaria ya no resulta una experiencia distintiva, y podría ser el pago de un arancel lo que posibilita la diferenciación y exclusividad en el escenario educativo.

### 3.2. Modelos sociológicos de análisis de la elección universitaria

Desde un abordaje sociológico, la opción por una universidad no parece ser un acto deliberado sino la restricción del campo imaginario, resultado de la experiencia previa. Con esta mirada, la decisión universitaria más que producto de un cálculo racional, resulta de la adecuación o ajuste al contexto. En este sentido, mientras los modelos económicos se concentran principalmente en el proceso racional de analizar costos y beneficios de asistir a la universidad y luego de asistir a determinada universidad, los modelos sociológicos ponen el acento en la influencia del contexto sobre la decisión de asistir a la universidad y luego en la conformación del pool de opciones a partir del cual se decide.

Como la decisión de carrera y de universidad generan profunda ansiedad, preocupación por el futuro y temor a errar (Moogan & Baron 2003 en Brown et ál, 2009) los adolescentes recurren a sus grupos afectivos como fuentes de apoyo. El *capital social*, entendido como aquellas relaciones que aportan apoyo y guía, generando recursos y oportunidades (Cejda et ál, 2008), se vuelve pieza angular en la elección de una institución educativa.

El capital social es el conjunto de recursos actuales o potenciales relacionados con la posesión de una *red durable de relaciones* más o menos institucionalizadas que aporta confianza, cooperación e información (Bourdieu, 1989) Es esta red la que permite hacer frente a la elección universitaria, pues brinda bienes materiales, recursos financieros, y contención afectiva. Esta red social posee estatuto informativo y valorativo acerca del mercado universitario, información que resulta relevante por provenir de interlocutores cercanos y confiables. Pero la información no es simplemente transmitida, sino que es evaluada, jerarquizada, connotada y

cargada de significación (Bourdieu, 1989). El entorno social no solo informa acerca de las propuestas universitarias, sino que indica lo que es apropiado estudiar y dónde se espera que se cursen los estudios superiores.

Dentro de la red de relaciones, la familia es pivotal. La familia posee poderoso impacto en la construcción de creencias o concepciones desarrolladas tempranamente, que luego operan como tamiz a la luz del cual se interpretará el material recogido en la búsqueda activa de información sobre las distintas propuestas universitarias (Chapman, 1979). El contexto familiar moldea el simbolismo en relación con el estudio y el impacto del dinero asociado a este hecho. Es decir, si en el entorno familiar es aceptable pagar por educación, los jóvenes probablemente estarán más dispuestos a considerar la alternativa arancelada. Por el contrario, en aquellos contextos en los cuales el pagar por educación tienen una connotación peyorativa, asociado por ejemplo a una mayor laxitud en los niveles de exigencia, los jóvenes serán poco propensos a incluir opciones privadas en el set de universidades posibles.

El contexto familiar resulta central en la elección de universidad (Hossler, Braxton & Coopersmith 1989; Litten, 1982; Cejda et ál 2008), pues no solo representa el *capital social* que opera como sostén en el proceso de elección, sino que moldea esta elección desde etapas tempranas de la vida. Estas percepciones o creencias gestadas por influencia del contexto recortan el conjunto de alternativas a partir de las cuales se genera la elección universitaria. En este sentido es factible que algunas propuestas ni siquiera resulten consideradas, por ser contrarias a determinadas creencias. Por ejemplo, si un joven se ha formado en una familia que valora la educación de carácter público y en la que no hay registro de educación arancelada, aunque cuente con los recursos económicos e información que indique que determinadas propuestas privadas poseen beneficios superiores a los costos, es poco probable que las tenga en consideración.

Un estudio realizado en Polonia (Sojkin, et al 2012) da cuenta de que las opiniones y expectativas familiares y el gusto por un determinado estilo de vida son los factores más influyentes en la elección universitaria (Christensen et ál. 1975, Ellwood & Kane 2000 en Nguyen & Taylor, 2002). Los padres más educados son más propensos a invertir en la educación de sus hijos, como consecuencia de la propia experiencia educativa, y a su vez la educación de los padres es un indicador de la herencia intelectual que los individuos reciben (Nguyen & Taylor, 2002; An, 2010). Como los jóvenes buscan alcanzar o superar el status social de sus padres (Jackson,1978), es esperable que la formación y los logros profesionales de los progenitores moldee la decisión universitaria.

Otro aspecto contextual con alto impacto en la disposición a pagar un arancel es el colegio en el cual un joven se ha formado, pues se tiende a repetir la experiencia educativa anterior (Ellwood & Kane 2000 en Nguyen & Taylor 2002). De hecho, aquellos jóvenes que han asistido a colegios secundarios privados suelen ser más propensos a considerar estudiar en universidades privadas. Para este grupo de jóvenes, acostumbrados a pagar por educación, la experiencia previa de educación arancelada posibilita superar la barrera imaginaria de pagar.

Los profesores secundarios también pueden generar poderoso impacto en el proceso de acompañar a un joven en su decisión universitaria<sup>3</sup>. Aquellos que reconocen valor en la educación privada, ya sea porque se desempeñan profesionalmente en este ámbito o porque se han formado en instituciones de este tipo, son más propensos a recomendar universidades aranceladas que aquellos que se encuentran vinculados con la educación de carácter público.

---

<sup>3</sup> Con todo, no se encuentran estudios específicos que den cuenta de la relevancia de este factor a la hora de decidir, más allá de lo trabajado por Buckley & Feldbaum (1979, en Curl, 2008).

### 3. 3. Balance provisional de la controversia teórica

Los atributos de las universidades poseen un rol destacado en el proceso de decisión, pues afectan la comparación entre las distintas propuestas. Pero no intervienen solamente como términos de una ecuación, sino como símbolos en una decisión socialmente formada y socialmente valorada. Por ejemplo si los jóvenes han crecido y se han desarrollado en contextos donde el dinero representa exclusividad, pueden estar inclinados a elegir propuestas educativas aranceladas como símbolo de recibir una experiencia educativa distintiva. Aun cuando en etapas intermedias puedan reconocer beneficios superiores a los costos en propuestas no aranceladas, estos factores contextuales probablemente resulten más influyentes.

En la elección de una universidad operan características externas, tales como la calidad académica, la distancia o el costo del arancel, que son leídas e interpretadas a la luz de factores tales como la familia, la cultura y la historia (Hodkinson, 1999; Hemsley & Brown 1999 en Maringe 2006). Estos factores se extienden más allá del cálculo propuesto por los modelos económicos y permiten ampliar el entendimiento del proceso de elección universitaria, al reconocer la existencia de creencias que son inmutables, aun en presencia de evidencia que indique lo contrario (Denzau & North 1994 en Munger 2011). Así por ejemplo si un joven se ha criado en una familia donde pagar por educación posee una connotación negativa, asociada a la distensión en los niveles de exigencia, aunque reciba información objetiva sobre la calidad académica de determinadas propuestas privadas y cuente con el dinero para afrontar el costo del arancel, es poco probable que incluya instituciones aranceladas dentro del set de alternativas a considerar.

En definitiva, la decisión universitaria, como toda decisión, es un concepto complejo y de influencia múltiple. Nunca es completamente racional, pero tampoco irracional o aleatorio (Marringe, 2006). En la decisión universitaria opera la percepción de atributos o cualidades externas, pero principalmente la significación que estos atributos adquieren para los jóvenes. En este sentido, elegir una universidad

representa una *construcción*, es decir la elaboración cognitiva de las características objetivas presentes en una institución. Los jóvenes no solo perciben las universidades calculando costos y beneficios, sino que significan su decisión, entendiendo la significación como la inscripción en un contexto (Van Castler, 1987).

En la evaluación de una propuesta universitaria, cada atributo o característica, adquiere resonancia valorativa, pues se lo procesa a la luz de experiencias personales y socialmente determinadas. En el proceso de elegir universidad, los jóvenes evalúan el grupo de alternativas que resulta compatible con sus experiencias tempranas. En última instancia, la opción por una determinada propuesta universitaria parece relacionarse con el ideal de sí, formado por influencias tempranas y contextuales, que impacta en la comparación de costos y beneficios, otorgándoles significación.

#### 3.4. Consideraciones parciales

En este capítulo se han presentado las principales características y particularidades de los modelos económicos y sociológicos de entender el proceso de elección de universidades aranceladas. Tanto las miradas económicas como sociológicas permiten arribar a conclusiones interesantes. La prevalencia de uno u otro enfoque interpretativo parece variar de acuerdo al grupo estudiado.

En el capítulo 4 (Marco Teórico) se presentan las hipótesis que guían la investigación, con el objetivo de echar luz sobre esta controversia, en el marco de la realidad educativa argentina, combinando ambos modelos de análisis.

Para las interpretaciones económicas, es claro que los jóvenes se encuentran dispuestos a pagar por una propuesta educativa de calidad, aunque no resulta evidente cuáles son los atributos que intervienen en este constructo.

Las interpretaciones sociológicas consideran que la decisión se encuentra moldeada por características de la historia personal y contextual, aunque la combinación e impacto no son manifiestos. Por todo ello, el trabajo de campo que se lleva a cabo aquí procura echar luz a los componentes involucrados en la concepción de calidad institucional, a la vez que analiza el simbolismo asociado, es decir cuánto vale una propuesta universitaria, en el sentido de cuán valiosa resulta; y cuáles son los factores contextuales más influyentes en el proceso decisorio.



## 4. MARCO TEÓRICO

Este capítulo expone las hipótesis que guían la exploración empírica de esta tesis. Se describen los componentes centrales que intervienen en el proceso de decisión universitaria y se presentan y justifican las hipótesis que serán sometidas a prueba a través del trabajo de campo.

La variable dependiente del estudio es la disposición a pagar para estudiar en la universidad, entendida como la inclinación a aceptar pagar el costo de un arancel, generalmente asociado con la educación de carácter privado.

La primera parte de este capítulo formula hipótesis que buscan testear el abordaje económico, mientras que la segunda expone hipótesis vinculadas a la mirada sociológica desarrollada en el capítulo precedente.

### 4.1. Hipótesis asociadas a los modelos económicos

Desde la mirada económica, la disposición a pagar se encuentra determinada por la superioridad de los beneficios percibidos en relación a los costos. Así los jóvenes eligen pagar un arancel por aquellas propuestas universitarias en las que reconocen ventajas en cuanto a la calidad del servicio ofrecido.

El concepto calidad es una *construcción* que abarca distintas dimensiones. La bibliografía lista de diversos modos los componentes asociados a la *construcción* de calidad.

Por ejemplo, la escala HEdPERF (*High Education Performance*; Abdullah, et ál. 2006) reconoce seis factores que parecen intervenir en la concepción de calidad institucional. Estos son: la *reputación*, los *aspectos académicos*, los *aspectos no académicos*, la *facilidad de acceso a la información* y al *predio universitario*, los

*programas o la currícula ofrecidos y el entendimiento de los estudiantes y sus necesidades.*

Por su parte, la SERVQUAL (Service Quality Variables) es una escala que busca medir la calidad del servicio a través de cinco dimensiones (Zeithaml et ál, 1993): los *tangibles*, el *entorno físico del servicio*, la confiabilidad de quien provee el servicio, la sensibilidad de los empleados, el conocimiento o garantía de certeza y la empatía con las necesidades de los consumidores. Si la SERVQUAL es aplicada al servicio educativo (Management Education Firdaus, 2004, en Abdullah, et. ál 2006) es posible considerar que en la *construcción* de la calidad de una universidad intervienen variables tales como el acceso, la reputación, las oportunidades de empleo, la calidad de los profesores, las actividades extracurriculares y la calidad de la atención del staff.

El trabajo de campo, cuyos resultados presenta el próximo capítulo, fue realizado a partir de la combinación de estas dos escalas, incluyendo atributos en las distintas dimensiones que parecen intervenir en la *construcción* de calidad institucional. A saber:

#### **4.1.1. Aspectos académicos**

Se entiende por aspectos académicos atributos tales como los niveles de exigencia, la calidad de los profesores, la biblioteca y el atractivo de los cursos.

El efecto de la percepción de calidad académica sobre la disposición a pagar un arancel es difícil de estimar a priori. Por un lado es esperable que aquellos jóvenes que reconocen valor en los atributos académicos se inclinen a pagar porque asocian el pago del arancel con una mayor calidad educativa. Por el contrario, existe la creencia extendida de que la educación privada es sinónimo de reducción de los niveles de exigencia. De acuerdo con esta interpretación alternativa, los jóvenes que valoran los aspectos académicos serían reacios a pagar por formarse.

### 4.1.2. Reputación

La reputación designa al conocimiento y valoración pública de la institución (Dutton et al, 1994 en Sung, 2008). En esta línea, por ejemplo, que los profesores sean conocidos y valorados positivamente en sus comunidades profesionales o entre el público en general puede ser uno de los factores que colabora en la construcción de la reputación de la universidad.

En general, puede esperarse que los alumnos para quienes la reputación es un factor relevante estén más dispuestos a pagar un arancel que quienes prestan menos atención a la reputación. Esta expectativa puede sostenerse en distintos argumentos.

Por un lado, el reconocimiento externo de la institución es un predictor cercano del valor de mercado de los títulos que ella expide. Educarse en una universidad prestigiosa implicaría, entonces, participar de los beneficios que otorga ese reconocimiento amplio.

En un sentido menos instrumental, estudiar en una universidad de amplio reconocimiento público implica identificarse con la imagen o la tradición que la institución representa. Para algunos alumnos, esta identificación puede ser deseable y valiosa, independientemente de su asociación con el éxito en el mercado de trabajo o el nivel de ingresos que pueda estar asociado con el título de una determinada institución.

### 4.1.3 Aspectos vinculados al futuro profesional

Valores *de inversión* como la disminución del riesgo de desempleo o el incremento potencial de los ingresos futuros también pueden guiar la elección de una universidad (Alstadsaeter, 2011). Este aspecto puede concebirse, en alguna medida, como una representación del valor económico futuro que se le atribuye a la

educación universitaria en el presente. En general, se espera que la atribución de valor futuro incremente la disposición a pagar un arancel.

Esta atribución de valor puede vincularse tanto con atributos de imagen de la institución como el que analiza el párrafo anterior como con características de la oferta concreta de las instituciones. Por este motivo, se incluye una sub categoría de factores que favorecen la transición del mundo académico al profesional, por ejemplo la posibilidad de realizar pasantías y la de efectuar estudios en el extranjero. Los programas de este tipo y otros atributos semejantes enriquecen la experiencia educativa y facilitan el desempeño en distintos ámbitos profesionales y sociales. Es de esperar que los jóvenes que valoran las experiencias de intercambio o de práctica laboral como factores de enriquecimiento personal y profesional se encuentren más inclinados a pagar un arancel.

#### 4.1.4. Infraestructura

Se entiende por infraestructura la calidad de los espacios y los materiales disponibles para el desarrollo de las actividades dentro de la universidad.

Como la infraestructura disponible aporta simplicidad y eficiencia al proceso de aprendizaje, aquellos jóvenes que valoran los aspectos materiales que facilitan el proceso educativo se encuentran más inclinados a pagar el costo del arancel.

Pero la infraestructura también se encuentra asociada a robustez, una institución educativa con buena infraestructura da idea de respaldo y estabilidad. Los jóvenes que valoran la solidez y consistencia, aspecto simbólico de la infraestructura, se encuentran más dispuestos a pagar por educación.

#### 4.1.5. Entendimiento de los estudiantes y sus necesidades

Se incluye en esta categoría aspectos tales como que los profesores sean cercanos y comprensivos, que el staff sea servicial y que las clases estén conformadas por un grupo reducido de alumnos, con el objetivo de generar mayor aprendizaje.

La experiencia educativa personalizada podría estar asociada a reducción de la dificultad de adaptarse a las exigencias irrelevantes de la vida universitaria.

Cursar estudios superiores resulta difícil en sí mismo. Aprender y demostrar que uno aprendió implica adaptarse a exigencias externas, al momento desconocidas. Pero existen otras exigencias de la experiencia universitaria que no son académicamente relevantes, por ejemplo algunos trámites burocráticos, y por cuya reducción los estudiantes podrían estar dispuestos a pagar. El trato personalizado estaría asociado a mayor disposición a pagar un arancel porque reduce los costos académicamente irrelevantes de estudiar en la universidad.

Por otro lado, como cada persona posee tiempos de aprendizaje y experiencias educativas previas diversas, el poder adaptar la pedagogía y la dedicación de los profesores, por ejemplo a través de horarios de consulta, de la posibilidad de conversar fuera del aula o de realizar consultas electrónicas, son aspectos valorados por muchos jóvenes, que justifican el pago de un arancel.

Un estudio realizado en España en 2011 (Fondevila Gascón et al, 2011) fundamenta la elección de universidades privadas en una mayor personalización de la docencia, destacando factores como el ambiente de estudio, la accesibilidad del profesor a los estudiantes y la amabilidad en el trato del personal de la universidad.

#### **4.1.6. Accesibilidad**

Dentro de esta dimensión accesibilidad se incluye la facilidad de acceso al predio universitario y la flexibilidad horaria, que repercute en la accesibilidad de la propuesta formativa.

La accesibilidad reduce otros costos irrelevantes de la formación universitaria como son el tiempo de traslado y el resto de actividades que deben postergarse para dedicarse al estudio. Cuanto más sencillo sea el acceso y más flexibles los horarios, mayor será la disposición a pagar un arancel.

#### **4.1.7. Actividades extracurriculares**

Esta sección se refiere a la presencia de actividades complementarias a la propuesta académica, tales como, por ejemplo, la oferta deportiva.

Un grupo de jóvenes valora estos atributos asociados a una socialización más completa, y a la capacidad de la universidad de ofrecer un ambiente donde desplegar distintos intereses. Las actividades extracurriculares se relacionan con el disfrute de la experiencia universitaria. Es esperable que los jóvenes que valoran el desarrollo de gustos e intereses que se extienden más allá del espacio áulico sean más propensos a pagar un arancel.

### **4.2. Hipótesis asociadas con los modelos sociológicos**

Los modelos sociológicos extienden las explicaciones de la elección universitaria más allá del aspecto utilitario descrito por los modelos económicos. Adoptando una perspectiva sociológica, la influencia del contexto resulta determinante en la selección del destino universitario. Así, la elección de universidad sería guiada por creencias, disposiciones y percepciones que varían de acuerdo con las trayectorias de socialización familiar y escolar de cada joven.

A continuación se describirán algunos aspectos que, se espera, impacten en la disposición a pagar un arancel.

#### 4.2.1. La influencia de la educación de los padres

Los valores educativos predominantes en el entorno familiar influyen de modo decisivo en el destino universitario (Nguyen & Taylor, 2002). Los jóvenes que se han educado en núcleos familiares donde ambos padres han cursado estudios universitarios se encuentran más dispuestos a asistir a la universidad, pues tienden a reproducir y, de ser posible a aumentar, el capital cultural de sus padres. Ahora bien, el efecto de la formación académica de los padres sobre la disposición a pagar un arancel no parece ser evidente.

Por un lado, en un país en el que la educación universitaria es minoritaria, reproducir el capital cultural familiar implica sostener una marca de distinción. Puesto que quienes pueden pagar un arancel son minoría, el concurrir a una universidad arancelada puede interpretarse como signo de distinción. Por este motivo, los hijos de padres con títulos universitarios podrían estar más dispuestos a pagar un arancel que aquellos cuyos padres no cursaron estudios superiores.

No obstante, el mismo argumento de reproducción podría llevarnos a una predicción contraria. Gran parte de los títulos universitarios son expedidos por universidades públicas. Si el mecanismo de influencia es la reproducción del capital cultural, el tener padres universitarios podría inclinar a los jóvenes a estudiar en universidades públicas que, en la Argentina, no son aranceladas y, por tanto los haría reacios a pagar un arancel.

#### 4.2.2. La influencia del colegio secundario

Si bien es más probable que aquellos jóvenes que asisten a colegios secundarios privados concurren a la universidad, la influencia del colegio sobre la disposición a pagar un arancel admite distintas interpretaciones.

En cierta medida aquellos jóvenes que han asistido a colegios secundarios privados han superado la barrera de pagar por recibir educación, por lo que estarían más dispuestos a asumir el costo del arancel universitario. Pero pagar por educación universitaria puede adoptar diversas interpretaciones.

Por ejemplo, el pago del arancel puede representar similitud y continuidad con el colegio secundario. En este sentido, un grupo de jóvenes estaría dispuesto a pagar un arancel buscando una transición más sencilla a la vida universitaria. Contrariamente, parece existir otro grupo de jóvenes que aspira obtener una experiencia educativa diferente, como mecanismo de ingreso a la adultez. Este grupo de jóvenes optaría por educación pública buscando romper con los cánones de orden y personalización propios de la escuela privada.

El pago de un arancel puede representar, también, calidad educativa. En este sentido, aquellos jóvenes que se han formado en colegios privados caracterizados por altos niveles de preparación y exigencia pueden estar más inclinados a reconocer calidad en las propuestas universitarias de carácter privado, justificando el pago de un arancel.

Pagar también puede simbolizar prestigio y pertenencia. La reputación, el fuerte vínculo profesional y la red de contactos que se genera en algunas universidades privadas de nuestro país, puede motivar a los jóvenes a elegir educación superior privada, como si en algún sentido estuviesen comprando una *membresía*. Es esperable que aquellos jóvenes que han cursado el colegio secundario en instituciones vinculadas a la exclusividad y la distinción sean más propensos a pagar

por pertenecer a determinadas universidades privadas, como continuidad de la experiencia educativa a la que acostumbran.

No obstante, otro grupo de jóvenes, aun habiendo asistido a este conjunto de colegios privados, caracterizados por la distinción y el status, pueden elegir instituciones superiores de carácter público porque valoran la reputación asociada a algunas propuestas educativas no aranceladas, como por ejemplo la Universidad de Buenos Aires.

A continuación se detallan las distintas hipótesis, en relación a algunos atributos de los colegios seleccionados.

#### **a. Cuota del colegio**

Es esperable que los alumnos que asisten a los colegios con aranceles más elevados se encuentren más dispuestos a pagar un arancel.

En primer lugar, porque los jóvenes que concurren a estos colegios están dispuestos a gastar dinero en la cuota de una institución educativa, lo que facilita el acceso a la educación superior de carácter arancelado. Pero también el valor simbólico de la cuota elevada puede operar en la decisión. Los alumnos de colegios asociados a exclusividad y prestigio se encuentran más inclinados a elegir universidades aranceladas, disponibles para un grupo reducido de jóvenes, como continuidad de la experiencia educativa distintiva a la que acostumbran.

#### **b. Subvención estatal**

Se puede presumir que los alumnos de los colegios privados al ciento por ciento, es decir, colegios que no presentan subvención del estado, se encuentran más dispuestos a pagar un arancel, principalmente debido a su alta disponibilidad económica.

Los colegios subvencionados poseen una cuota más baja que aquellos que no presentan subvención. Es esperable que los alumnos de estos colegios se encuentren menos dispuestos a pagar por educación, debido a la menor disponibilidad económica que se les puede suponer.

### **c. Doble Diplomatura Internacional**

Es esperable que los jóvenes que asisten a los colegios que presentan doble diplomatura internacional se encuentren más dispuestos a pagar por educación arancelada. Estos colegios presentan, en su mayoría, aranceles mensuales superiores al resto de las instituciones de la muestra. La mayor disponibilidad de las familias de estos colegios favorece la disposición a asumir los costos del arancel universitario.

Es factible que este grupo de jóvenes, que ha recibido una formación disponible para un grupo reducido de jóvenes, valore positivamente la asistencia a universidades aranceladas, como continuidad de la experiencia distintiva recibida.

### **d. Localidad del colegio**

Los alumnos que asisten a colegios de las distintas zonas geográficas, presentan costumbres y valores diversos que podrían impactar en la preferencia del sector universitario.

La mayor oferta de propuestas educativas de nivel secundario, de gestión arancelada, que se observa en la Zona Norte del Conurbano Bonaerense, es indicador de una mayor disposición a invertir en educación, en las familias de estas localidades. Es esperable que los alumnos de estos colegios de Zona Norte, producto de la influencia contextual, se encuentren más dispuestos a pagar por educación superior.

### 4.3. Consideraciones parciales

Este capítulo ha detallado las hipótesis secundarias, económicas y sociológicas, que se desprenden del planteo central. A saber:

-Los jóvenes que reconocen valor en los atributos académicos están más inclinados a pagar por calidad académica. A su vez, la creencia extendida de que la educación privada es sinónimo de reducción de los niveles de exigencia podría impactar negativamente en la elección de universidades aranceladas.

-Los alumnos para quienes la reputación es un factor relevante se encuentran más dispuestos a pagar un arancel, que quienes prestan menos atención a la reputación.

-Se espera que la atribución de valor futuro incremente la disposición a pagar un arancel.

-Los jóvenes que valoran la infraestructura se encuentran más dispuestos a pagar por educación.

-La experiencia educativa personalizada justifica asumir el costo del arancel universitario.

-Es probable que los jóvenes que valoran la presencia de actividades complementarias a la formación académica se encuentren más dispuestos a pagar un arancel.

-Los hijos de padres con títulos universitarios podrían estar más dispuestos a pagar un arancel que aquellos cuyos padres no cursaron estudios superiores. No obstante, también se puede suponer que los jóvenes con una mayor trayectoria universitaria familiar en el ámbito público podrían elegir universidades de gestión pública como intento de reproducir la experiencia formativa de los padres.

-Se espera que los jóvenes que asisten a los colegios más costosos se encuentren más dispuestos a invertir en educación superior.

-Los jóvenes que asisten a colegios sin subvención estatal probablemente se encuentran más dispuestos a asistir a universidades aranceladas, que los alumnos de colegios subvencionados.

-Los alumnos de los colegios bilingües podrían presentar una mayor disposición a elegir universidades de gestión privada, como continuidad de la experiencia educativa recibida

-Los alumnos de colegios de Zona Norte podrían presentar mayor preferencia por asistir a universidades privadas, en comparación a los alumnos de los colegios de Zona Sur.

En el capítulo 5 (Resultados de la Investigación) se exponen los hallazgos del análisis empírico con base en una muestra de colegios del Conurbano Bonaerense. El análisis de esos resultados permitirá verificar qué combinación de estas conjeturas y cuáles de sus variantes describe de modo más convincente la disposición a pagar un arancel.

## 5. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presentan los resultados del estudio con el objetivo de poner a prueba las hipótesis económicas y sociológicas detalladas en la sección precedente.

El interés del estudio no es proyectar los resultados al conjunto de la población sino identificar distintas actitudes frente al pago de un arancel por los estudios universitarios. La selección de la muestra se limitó a instituciones de gestión privada. Se optó por trabajar con colegios privados porque sus alumnos son más propensos a asistir a universidades de gestión arancelada, que los jóvenes que se han formado en colegios públicos. Al haber superado la barrera del pago por el servicio educativo, es factible que en la consideración de universidades intervengan propuestas aranceladas.

Se seleccionaron nueve colegios privados del Conurbano Bonaerense con distintas características:

- Se eligieron colegios con aranceles más bajos y aranceles elevados: el colegio más costoso posee una cuota mensual de \$6000 pesos, mientras que el más económico posee un arancel mensual de \$200 pesos. Tres colegios poseen cuotas mensuales entre los \$1000 pesos y \$3000 pesos, y cuatro colegios entre los \$3000 pesos y \$5000 pesos.
- Tres colegios poseen subvención del estado, y los otros seis colegios son propuestas educativas privadas sin subvención.
- De los nueve colegios seleccionados, cinco colegios son bilingües; tres de ellos realizan el Bachillerato Internacional (IB) y dos el AICE (Advanced International Certificate of Education).
- Siete colegios corresponden a Zona Norte y dos colegios a Zona Sur.

Se aplicó un cuestionario autoadministrado (anexo II) a un total de 286 jóvenes que cursan el último año del colegio secundario. El cuestionario incluyó preguntas con

opciones de respuestas abiertas y predeterminada. En el anexo III se detallan las características de cada institución preservando su identidad y se indican cuántos cuestionarios fueron aplicados en cada colegio.

Los resultados del estudio serán analizados obedeciendo al esquema propuesto en el capítulo 4 (Marco Teórico), con la aspiración de profundizar en las interpretaciones económicas y sociológicas de la elección de universidades aranceladas. Del total de jóvenes encuestados, **94.8 %** declara su intención de recibir preparación universitaria.

El estudio indica que el **46.5 %** de los jóvenes se encuentra dispuesto a pagar por educación universitaria, mientras que el **34.3%** está inclinado por estudiar en universidades de gestión pública. **19.23%** de los jóvenes declara no tener decidido aún el sector de preferencia universitaria.

A continuación se exhiben las valoraciones de las variables independientes (VI) de análisis, tanto económicas como sociológicas, y su influencia sobre la variable dependiente (VD), la disposición a pagar el costo del arancel universitario. Los resultados se ilustran con gráficos, cuyos ejes X corresponden a las distintas variables independientes. La comparación entre la valoración extrema superior (alta) y la valoración extrema inferior (baja) determina en qué medida cada una de las variables independientes planteadas en el capítulo 4 (Marco Teórico) influyen sobre la disposición a pagar por educación superior (VD).

Se considera que a partir de los 8 puntos de diferencia entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior dicha variable independiente comenzaría a moldear la preferencia por el sector arancelado (VD). Esta magnitud (8 puntos) se ha fijado como parámetro de referencia pues representa la tercera parte de la diferencia máxima observada en los resultados de la investigación (23.9 puntos).

## 5.1. Interpretaciones económicas

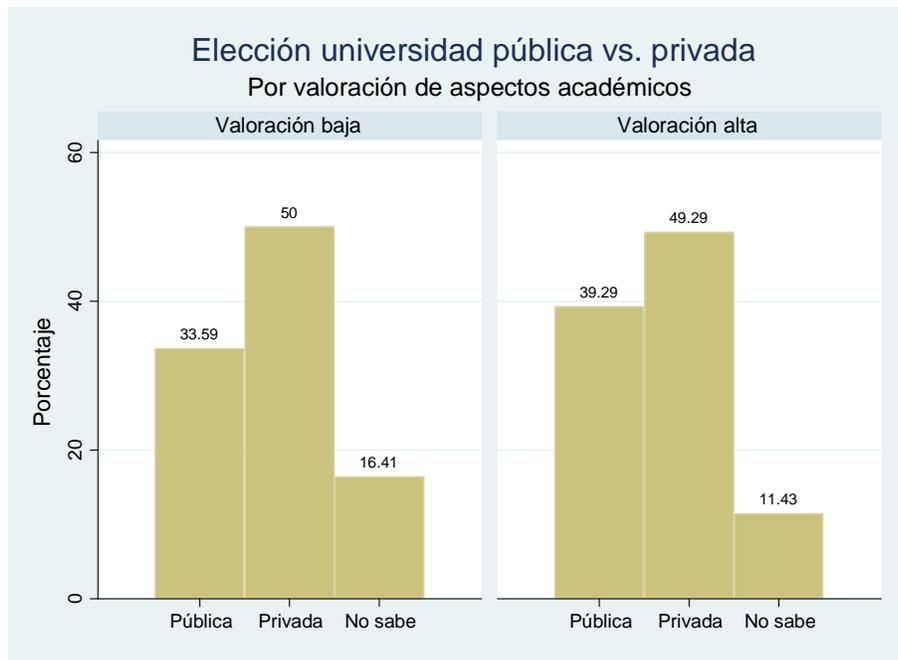
Los modelos económicos sostienen que los jóvenes eligen pagar un arancel por aquellas propuestas universitarias en las que reconocen superioridad de los beneficios en relación a los costos arancelarios. En los párrafos siguientes se recorren los principales atributos y beneficios universitarios, buscando analizar el impacto relativo de cada uno de ellos, sobre la disposición a asumir los costos del arancel.

### 5.1.1. Aspectos académicos de la propuesta educativa

La dimensión aspectos académicos de la propuesta universitaria incluye atributos tales como los niveles de exigencia, el atractivo de los cursos, la calidad de los profesores y la biblioteca.

Conforme los resultados del estudio, la dimensión académica no parece moldear la elección de universidades de gestión privada. Tal como se refleja en la figura 5.1, los jóvenes que valoran positivamente esta dimensión se encuentran tan dispuestos a asistir universidades aranceladas como aquellos que exhiben una baja valoración de los aspectos académicos de la propuesta educativa.

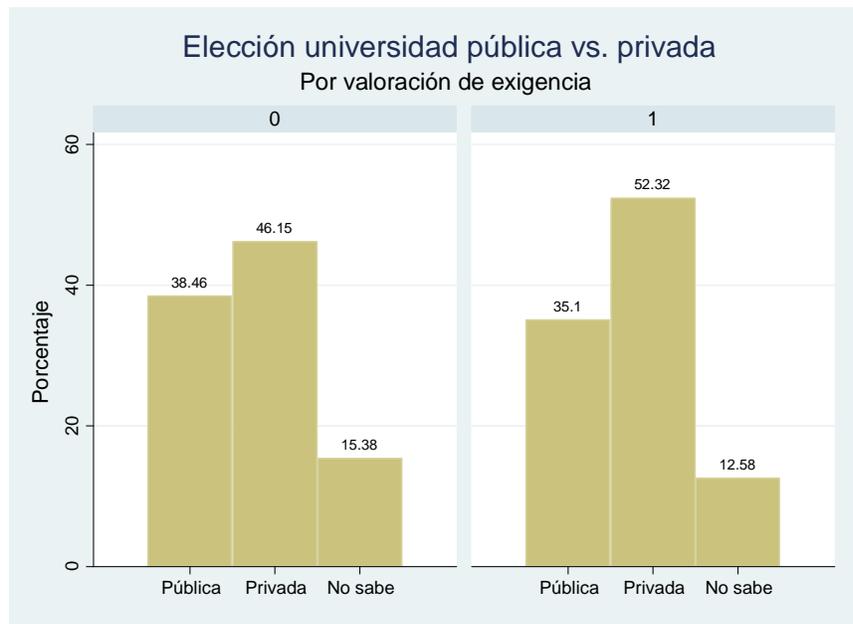
**Figura 5.1**  
**Preferencia sector universidad por valoración de aspectos académicos**



La dimensión académica, con una diferencia de 0.7 puntos entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior, no parece influir en disposición a pagar un arancel por educación superior.

Como se observa en la figura a continuación, la valoración de la exigencia posee un pequeño impacto sobre la preferencia por sector privado que no resulta significativo en función del parámetro de referencia establecido (8 puntos).

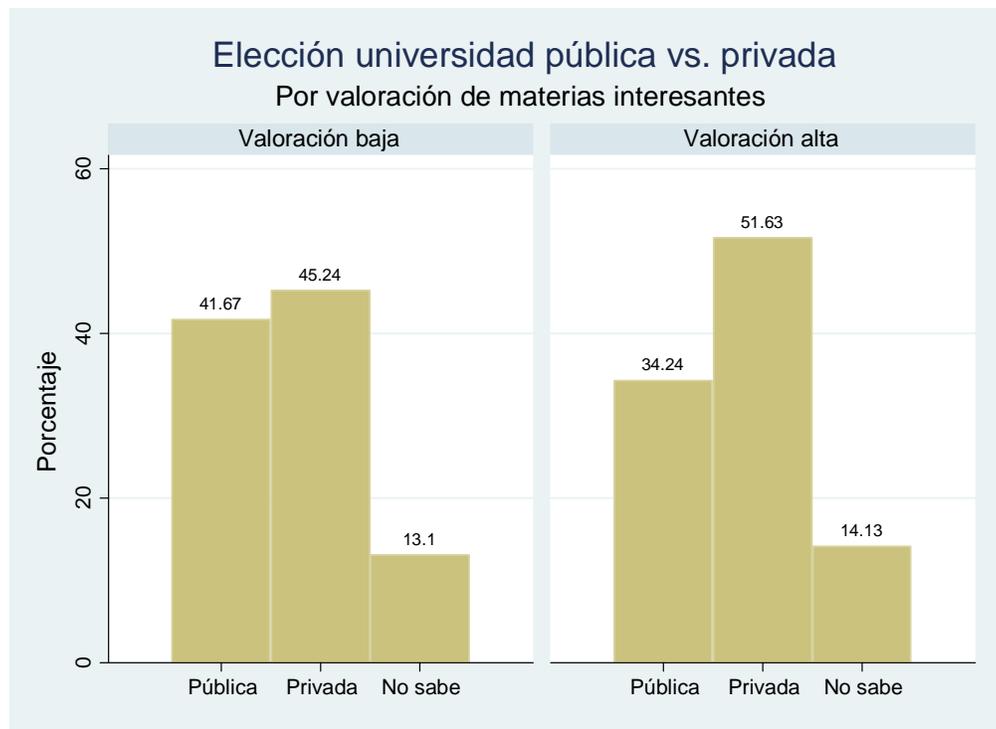
**Figura 5.2**  
**Preferencia sector universidad por valoración de la exigencia**



Con una diferencia de 6.2 puntos entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior, el atributo exigencia no parece moldear la preferencia hacia el sector universitario de carácter privado..

A su vez, y tal como lo indica la figura 5.3, el grupo de jóvenes que reconoce valor en el atractivo de los cursos también presenta una pequeña preferencia por las universidades de gestión arancelada, que tampoco resulta significativa en función del criterio establecido.

**Figura 4.3**  
**Preferencia sector universidad por valoración del atractivo de los cursos**

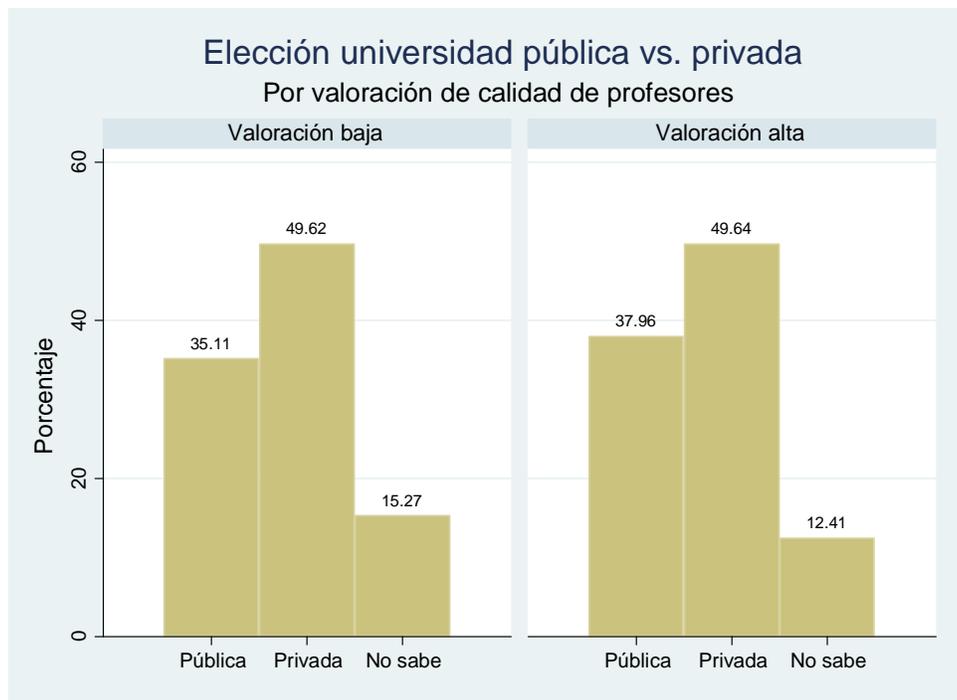


La diferencia entre la valoración extrema superior del atractivo de los cursos y la valoración extrema inferior es de 6.4 puntos, por lo que este atributo no parece influir significativamente en la preferencia por universidades privadas.

Por su parte, dentro de este pull de atributos académicos, la calidad de los profesores tampoco parece moldear la inclinación por el sector privado. Como se observa en la figura 5.4, los jóvenes que valoran la calidad de los docentes se encuentran tan dispuestos a asistir a universidades de gestión privada como aquellos que no reconocen valor en esta característica.

**Figura 5.4**

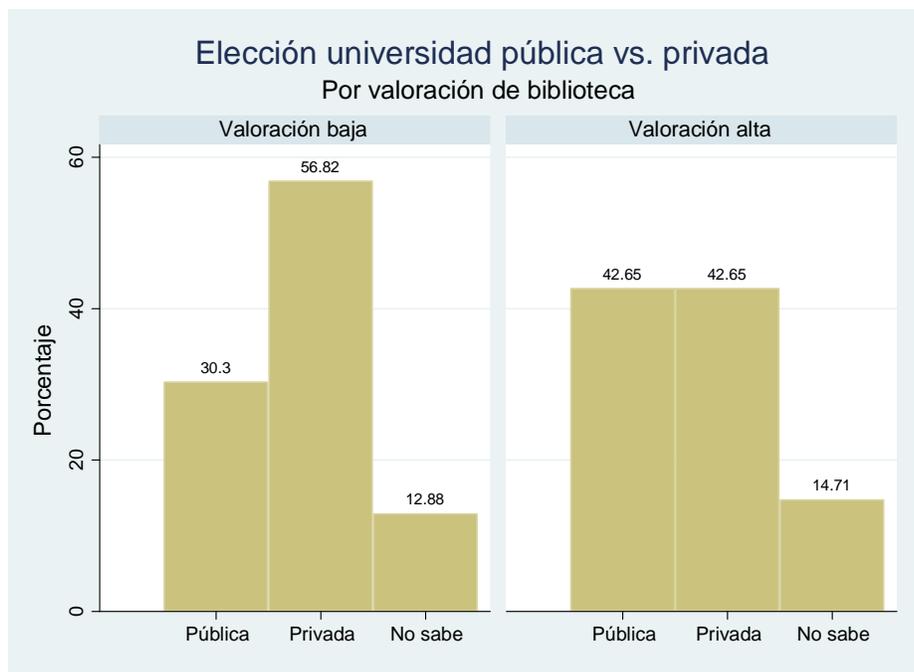
**Preferencia sector universidad por valoración de la calidad de los docentes**



La magnitud de 0.02 puntos entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior que se ilustra en la figura 5.4, indica que el atributo calidad docente no posee impacto sobre la preferencia por el sector privado.

En relación a otro de los atributos que conforma el conjunto de aspectos académicos, la biblioteca, la figura 5.5 indica que su valoración no justifica, al menos para este grupo de jóvenes, asumir los costos del arancel universitario. Los jóvenes que presentan una baja valoración del atributo biblioteca se encuentran más dispuestos a asistir a universidades de gestión arancelada, que el grupo de jóvenes que valoran positivamente este atributo.

**Figura 5.5**  
**Preferencia sector universidad por valoración de la biblioteca**



Una diferencia de (-) 14. 2 a favor de la valoración extrema inferior da cuenta de la baja evaluación del atributo biblioteca por parte del grupo de jóvenes que eligen asistir a universidades de gestión privada.

Tal como fue reflejado en el análisis de los distintas figuras, si bien la valoración de la dimensión académica en su conjunto no parece influir en la disposición a pagar un arancel por educación superior (tal como lo indican los 0.7 puntos de diferencia entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior), la exigencia (6.2 puntos de diferencia) y el atractivo de los cursos (6.4 puntos) presentan un impacto relativo sobre la decisión, que no resulta significativo en función del parámetro establecido (8 puntos).

Por su parte, la valoración de la calidad de los profesores (0.02 puntos de diferencia entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior) no parece

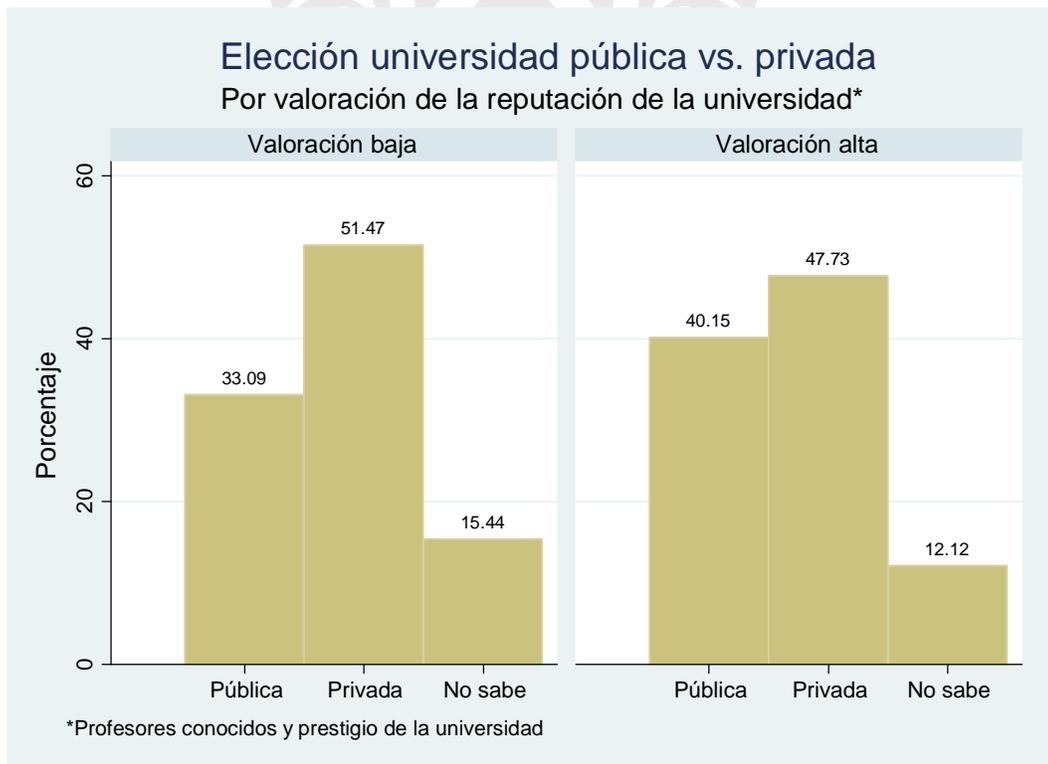
impactar en la opción por universidades aranceladas, y menos aún el atributo biblioteca, que exhibe la valoración más baja de la muestra (-14.2).

### 5.1.2. Reputación

La reputación de la propuesta universitaria se refiere al grado de conocimiento y valoración pública de la institución. Dentro de la dimensión reputación el estudio incluye el prestigio de la universidad y el grado de reconocimiento público de sus profesores. Tal como lo refleja la figura 5.6, los jóvenes que presentan una baja valoración de esta dimensión se encuentran más dispuestos a elegir universidades aranceladas que quienes valoran positivamente esta dimensión.

**Figura 5.6**

**Preferencia sector universidad por valoración de la reputación**

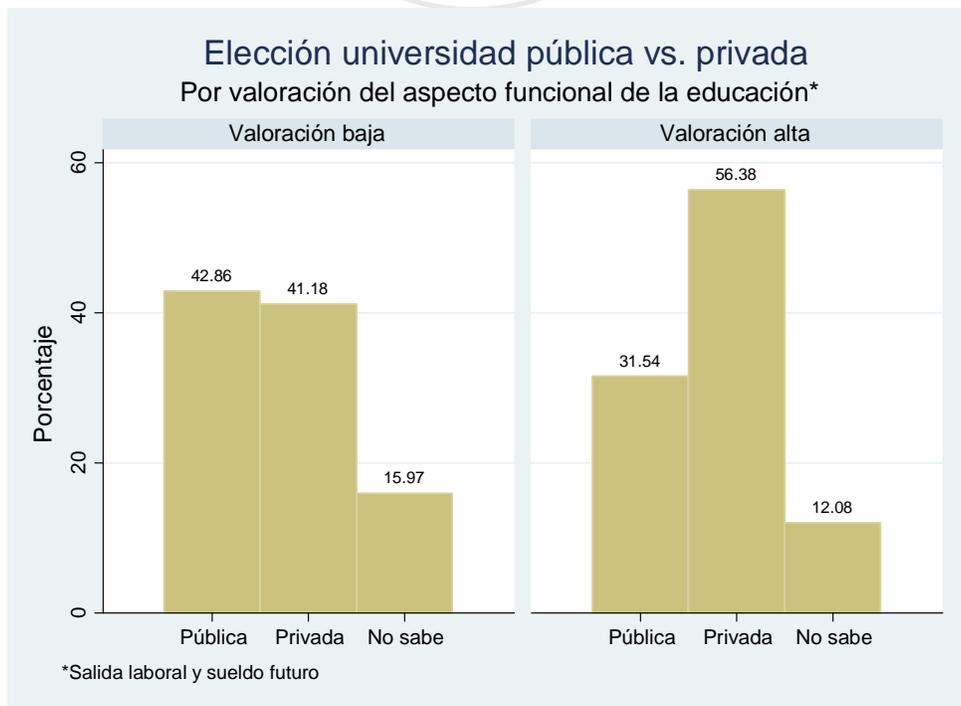


La diferencia entre la valoración máxima superior y la valoración máxima inferior es de (-) 3.7, a favor de aquellos que presentan una baja valoración del atributo reputación. Es decir, quienes eligen asistir a universidades aranceladas no parecen valorar la dimensión reputación de la propuesta universitaria.

### 5.1.3. Aspectos vinculados al futuro profesional

Estos aspectos son una representación del valor económico futuro que se le atribuye a la educación universitaria en el presente. Los resultados del estudio son consistentes con la hipótesis planteada en el capítulo 4 (Marco Teórico): la atribución de valor futuro de una propuesta universitaria incrementa la disposición a pagar un arancel.

**Figura 5.7**  
**Preferencia sector universidad por valoración del aspecto funcional de la educación**

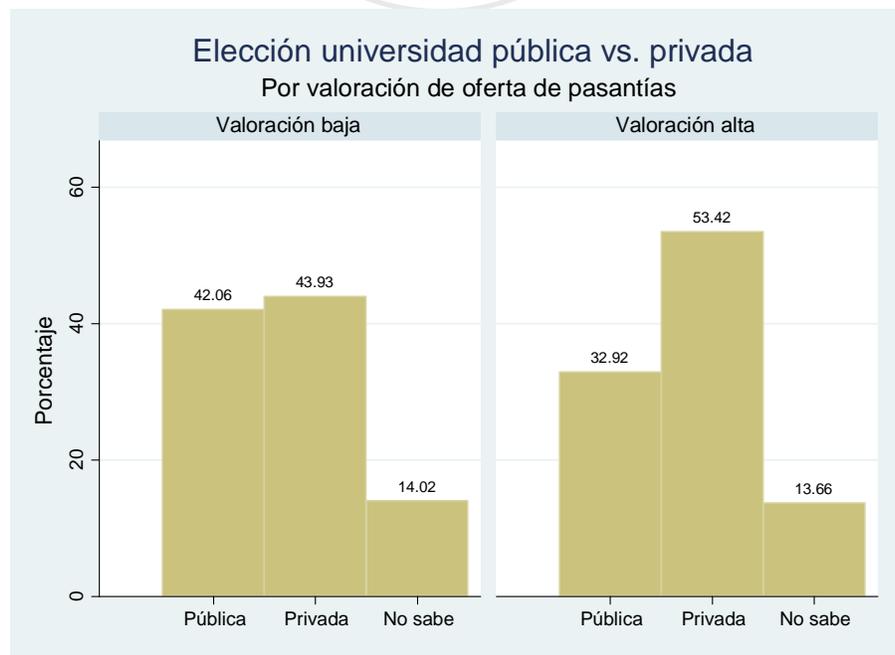


Tal como se observa en el gráfico precedente, una magnitud de 15.2 puntos entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior da cuenta del impacto de los aspectos funcionales de la educación sobre la disposición a pagar un arancel.

Dentro de la dimensión funcional o instrumental de la formación universitaria, el estudio incluye una sub categoría de factores que favorecen la transición del mundo académico al profesional, como son, por ejemplo, la posibilidad de realizar pasantías y la de efectuar estudios en el extranjero. Tal como se refleja en la figuras 5.8 y 5.9, los resultados del estudio son consistentes con las hipótesis planteadas: los jóvenes que valoran factores de enriquecimiento personal y profesional, como son las pasantías o los intercambios con otras universidades, se encuentran más inclinados a pagar un arancel, en comparación al grupo de jóvenes que presentan una baja valoración de estos factores.

**Figura 5.8**

**Preferencia sector universidad por valoración de la oferta de pasantías**

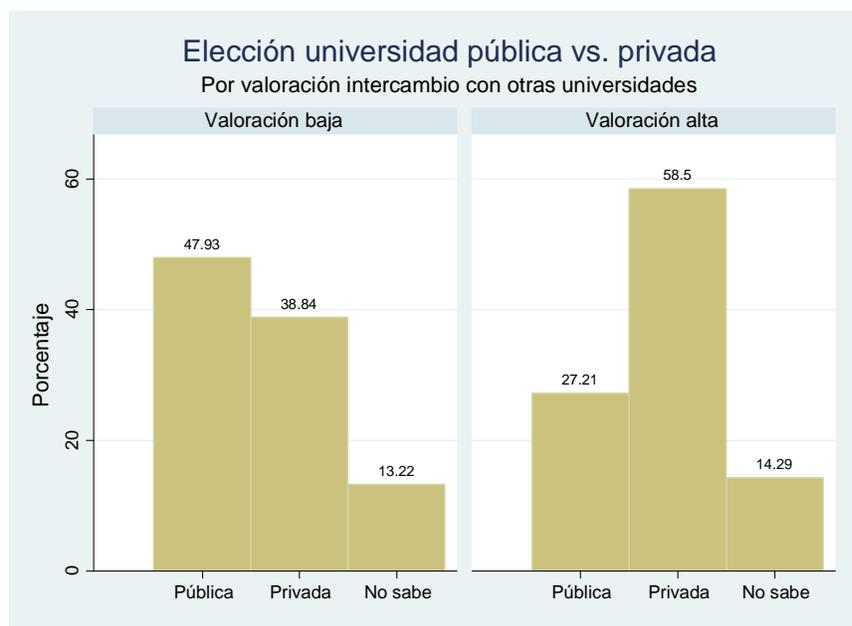


Dado que la diferencia entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior es de 9.5 puntos, la oferta de pasantías resulta uno de los factores que influyen sobre la disposición a pagar un arancel por educación superior.

Por su parte, la oferta de intercambios con otras instituciones es el atributo con mayor impacto sobre la disposición a pagar un arancel, tal como lo indica la figura 5.9.

**Figura 5.9**

**Preferencia sector universidad por valoración de la oferta de intercambios**



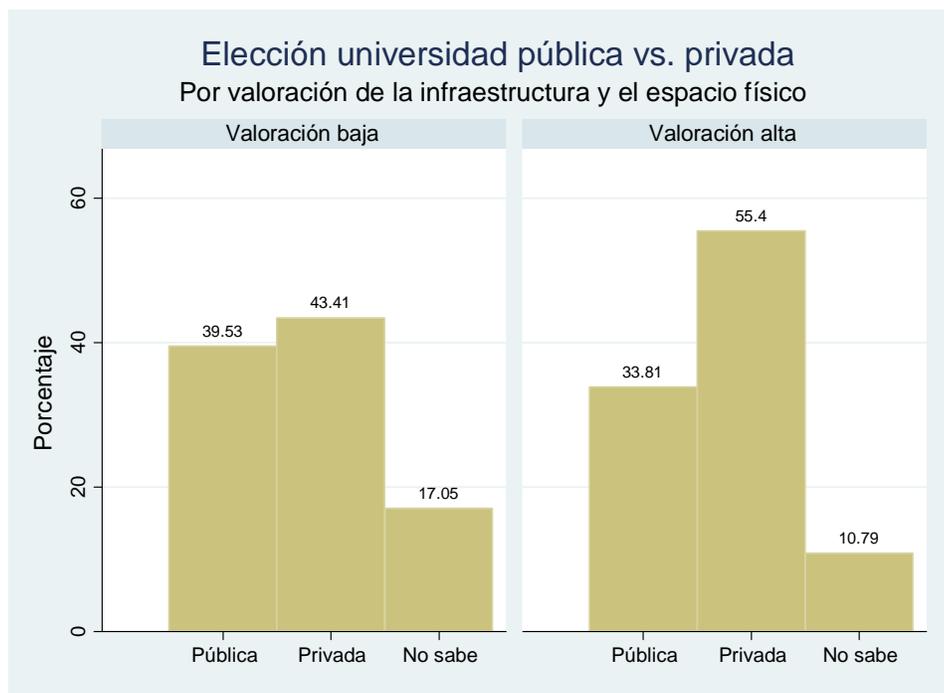
La diferencia de 19.7 puntos entre la valoración extrema superior de los intercambios y la valoración extrema inferior, ilustra la fuerte influencia de este atributo sobre la disposición a asistir a universidades de gestión arancelada.

**5.1.4. Infraestructura**

La dimensión infraestructura abarca la calidad de los espacios y materiales disponibles para el desarrollo del proceso educativo. Tal como se planteó en el

capítulo 4 (Marco Teórico), los jóvenes que valoran positivamente la infraestructura de una propuesta universitaria se encuentran más dispuestos a pagar un arancel, en comparación a aquellos que exhiben una baja valoración de este atributo.

**Figura 5.10**  
**Preferencia sector universidad por valoración de la infraestructura y el espacio físico**



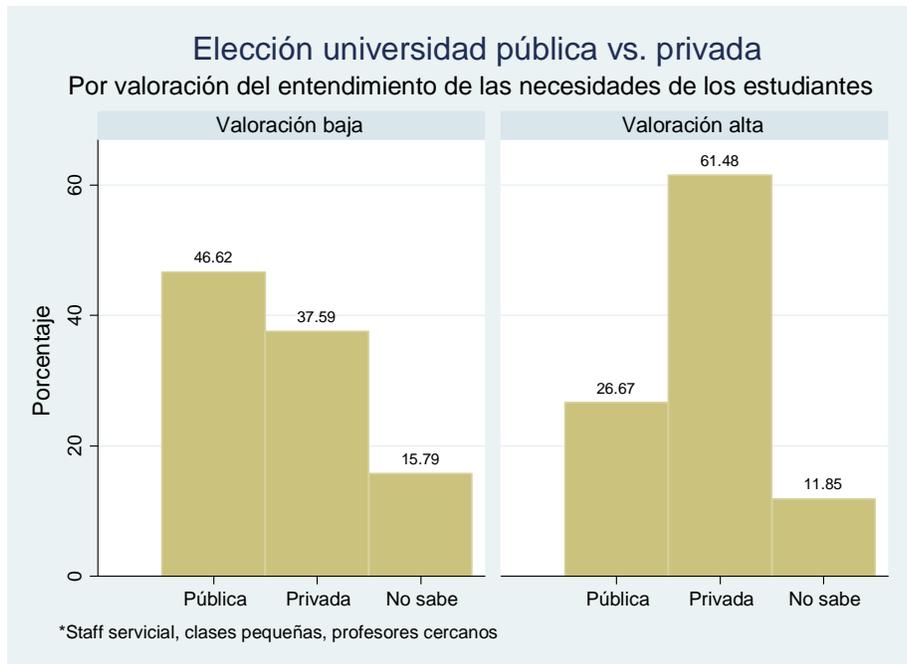
La diferencia de 12 puntos entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior de la infraestructura y el espacio físico, indican que esta dimensión moldea la preferencia de universidades de gestión privada.

### 5.1.5. Entendimiento de los estudiantes y de sus necesidades

Se incluyen en esta categoría atributos tales como la cercanía y comprensión de los profesores, que el staff sea servicial y que las clases estén conformadas por un grupo reducido de alumnos, con el objetivo de generar mayor aprendizaje. Como se presenta en la figura 5.11, los resultados del estudio coinciden con la hipótesis

planteada en el capítulo 4 (Marco Teórico). Los jóvenes que valoran estos aspectos se encuentran fuertemente inclinados a pagar un arancel por educación superior.

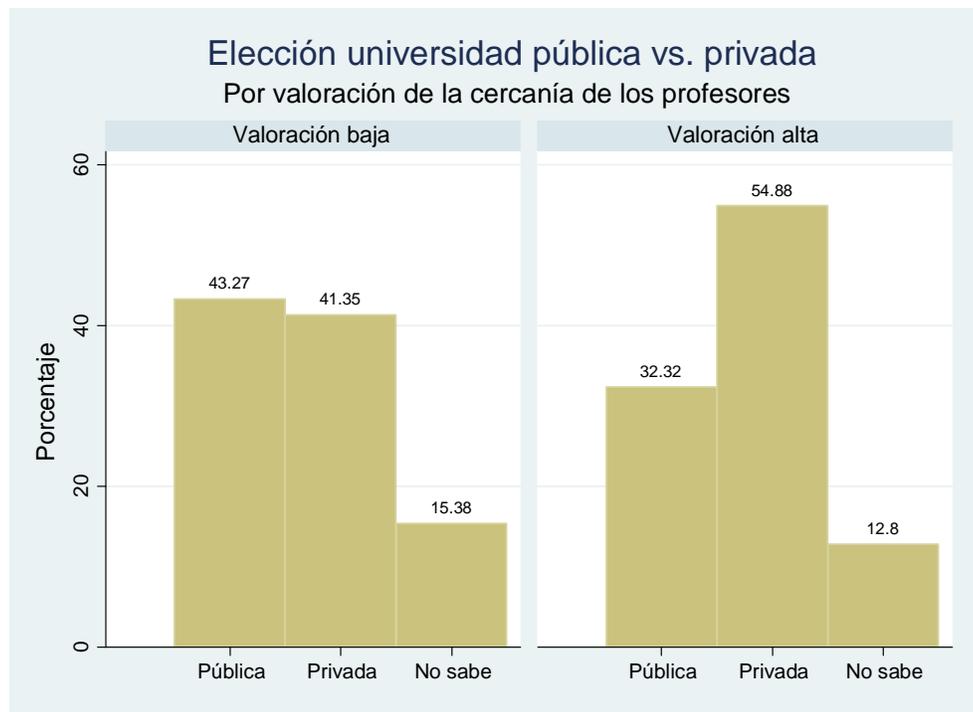
**Figura 5.11**  
**Preferencia sector universidad por valoración del entendimiento de los estudiantes y sus necesidades**



La diferencia de 23.9 puntos entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior da cuenta de que el entendimiento de los estudiantes y sus necesidades es la dimensión con mayor influencia sobre la disposición a pagar un arancel. Dentro de este pull de atributos, la cercanía de los profesores es uno de los aspectos que contribuye a moldear la preferencia por universidades de gestión privada, tal como lo ilustra la figura 5.12.

**Figura 5.12**

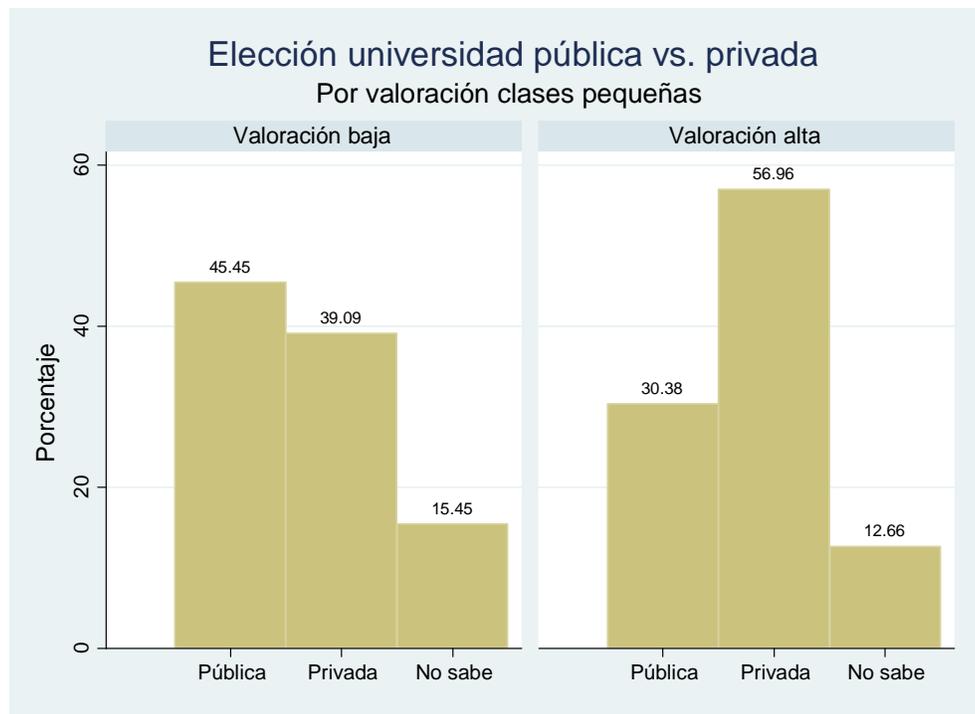
**Preferencia sector universidad por valoración de la cercanía de los profesores**



La diferencia de 13.5 entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior que se refleja en la figura 5.12 da cuenta del poderoso impacto que posee la cercanía de los profesores sobre la disposición a pagar el costo del arancel.

Tal como lo indica la figura 5.13, la valoración de las clases pequeñas es otro de los atributos que impacta en la disposición a pagar por educación superior.

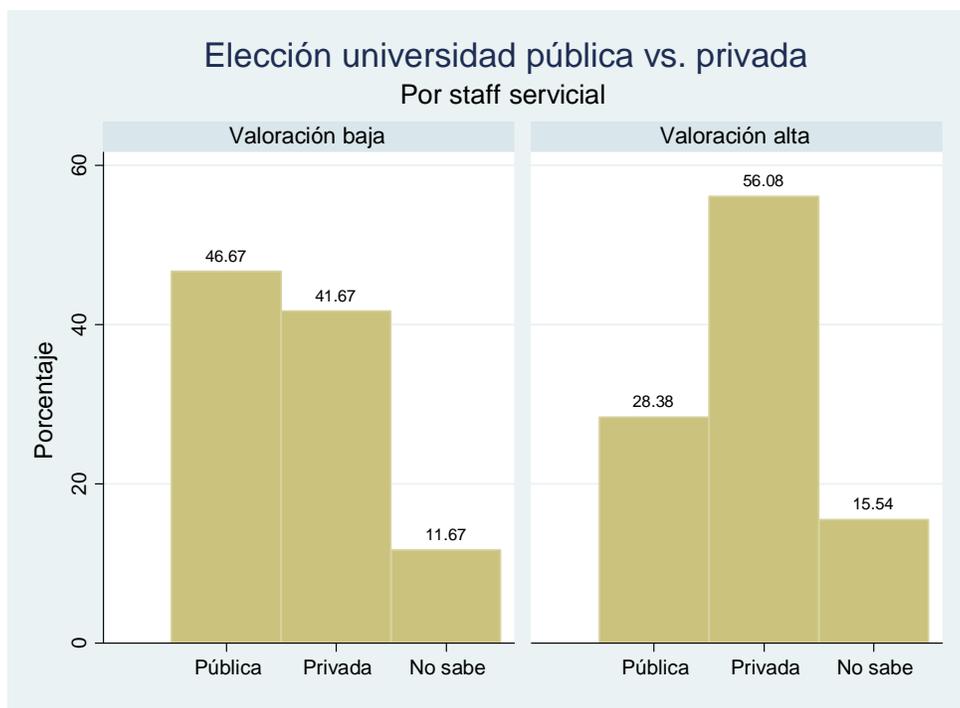
**Figura 5.13**  
**Preferencia sector universidad por valoración de las clases pequeñas**



La diferencia de 17.9 puntos que se observa entre la valoración extrema superior de las clases pequeñas y la valoración extrema inferior, da cuenta del potente impacto de esta variable sobre la inclinación a asistir a universidades privadas.

La disposición a pagar un arancel también se encuentra influida por la posibilidad de contar con personal servicial, que pueda procurar por las necesidades extraacadémicas de los alumnos, tal como evidencia la figura 5.14.

**Figura 5.14**  
**Preferencia sector universidad por valoración del staff servicial**



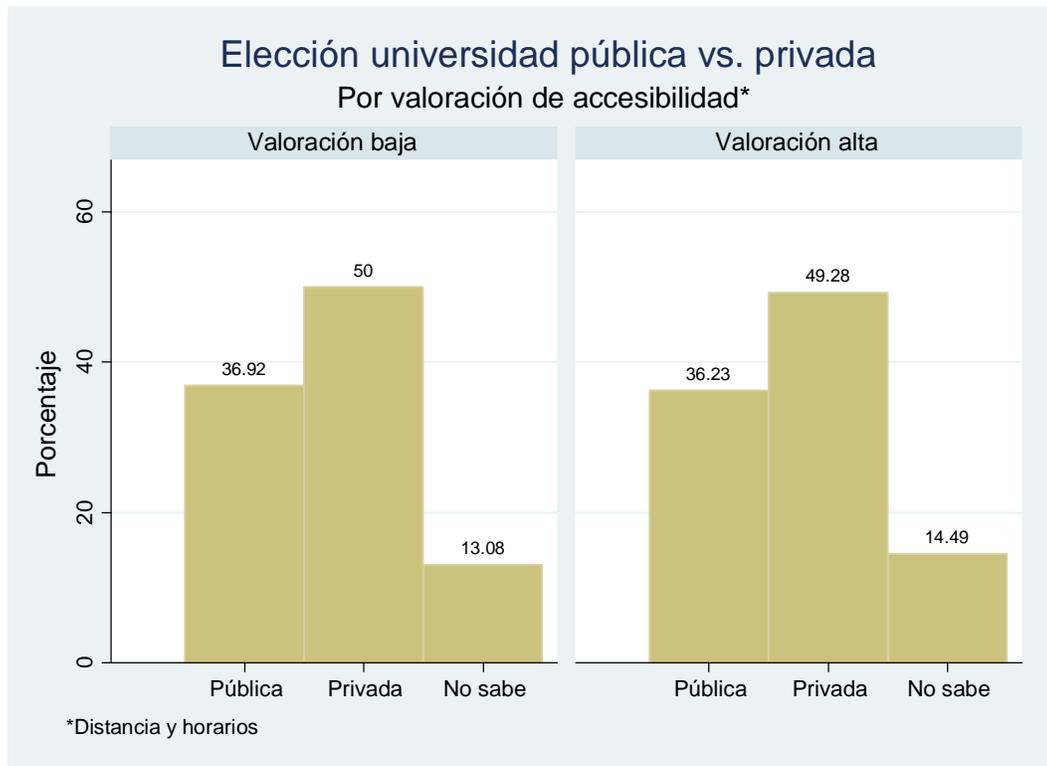
La diferencia de 14.4 puntos que se observa entre la valoración extrema superior del atributo staff servicial y la valoración extrema inferior, ilustra el poderoso impacto de este dimensión sobre la disposición a pagar el costo de un arancel universitario.

Con todo, la dimensión entendimiento de los estudiantes y de sus necesidades es la dimensión con mayor influencia en la preferencia de universidades de gestión arancelada (23.9).

### 5.1.6 Accesibilidad de la propuesta universitaria

Dentro de la accesibilidad de la propuesta universitaria se incluye la facilidad de acceso al predio y la flexibilidad horaria. Tal como exhibe la figura 5.15 la accesibilidad de la propuesta educativa no justifica, al menos para este grupo de jóvenes, asumir el costo de un arancel.

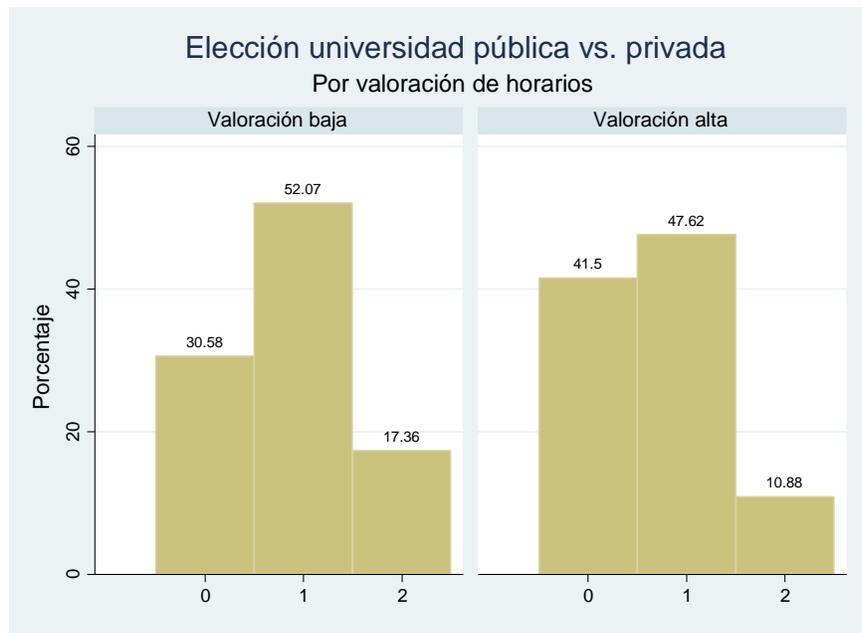
**Figura 5.15**  
**Preferencia sector universidad por valoración de la accesibilidad**



La diferencia de (-) 0.7 puntos a favor de la valoración extrema inferior, por sobre la valoración extrema superior exhibe el bajo impacto de la dimensión accesibilidad en la elección de universidades aranceladas.

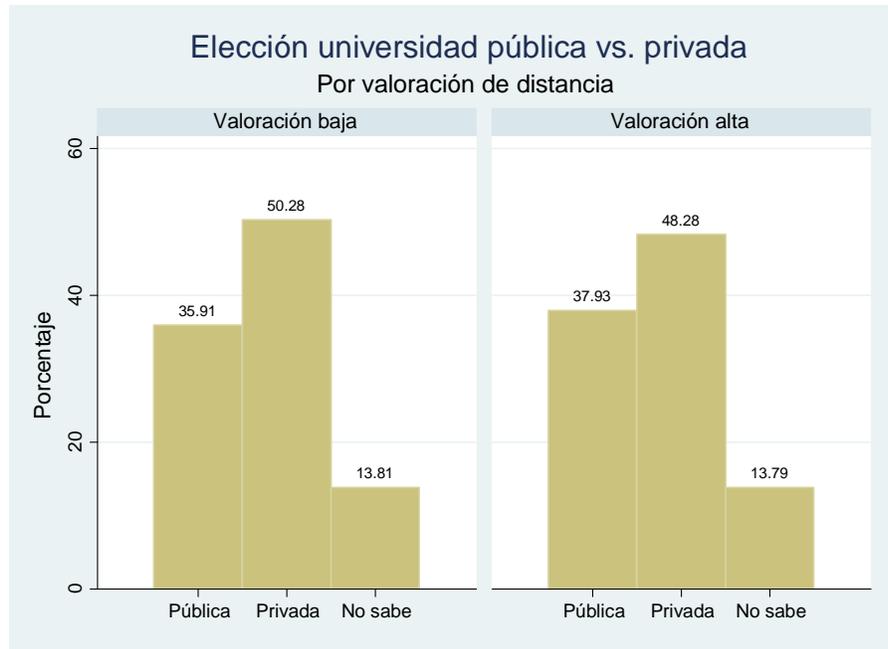
La figura 5.16 ilustra la baja valoración del atributo flexibilidad horaria que presenta el grupo de jóvenes que se dispone a pagar por educación.

**Figura 5.16**  
**Preferencia sector universidad por valoración de la flexibilidad horaria**



La magnitud de la diferencia entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior de (-) 4.5 puntos que se ilustra en la figura 5.16, estaría indicando que los jóvenes que se disponen a asistir a universidades aranceladas no parecen tener en cuenta esta dimensión. Por su parte, la valoración de la accesibilidad al predio (distancia), aunque en menor magnitud tampoco impactaría en la preferencia por universidades de carácter privado, tal como lo refleja la figura a continuación.

**Figura 5.17**  
**Preferencia sector universidad por valoración de la accesibilidad al predio universitario (distancia)**

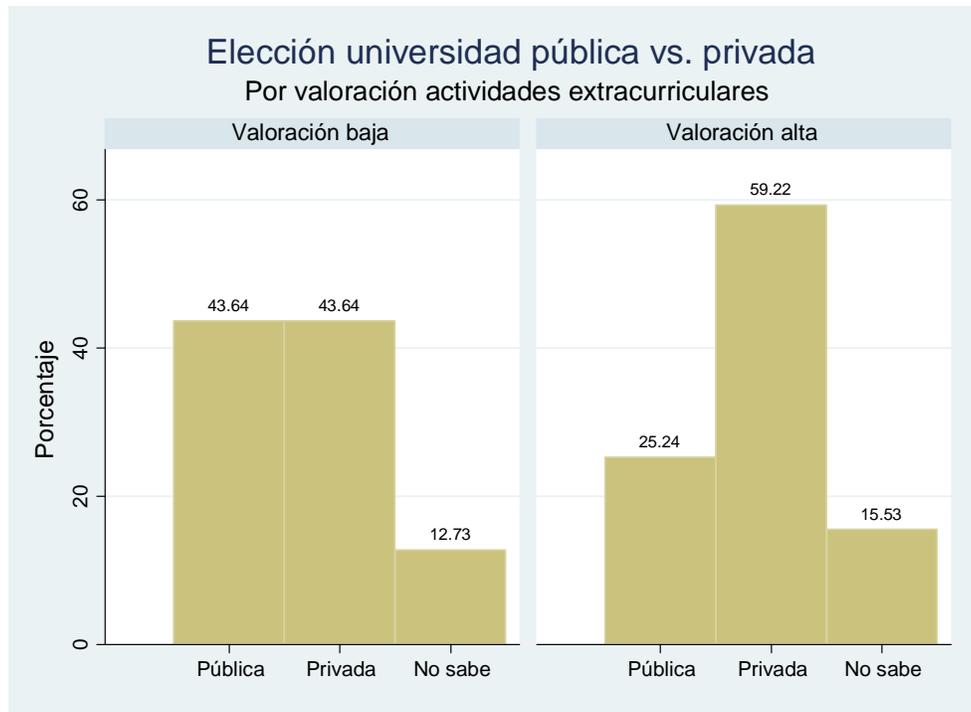


Los resultados del estudio indican una diferencia de (-) 2 puntos a favor de la valoración extrema inferior de este atributo, lo que estaría indicando la baja evaluación del atributo accesibilidad en la preferencia por el sector privado.

### 5.1.7 Actividades extracurriculares

Consistentemente con la hipótesis planteada en el capítulo 4 (Marco Teórico), los jóvenes que valoran positivamente el desarrollo de gustos e intereses que se extienden más allá del espacio áulico son más propensos a pagar el costo de un arancel, tal como se observa en la figura 5.18.

**Figura 5.18**  
**Preferencia sector universidad por valoración de la oferta de actividades extracurriculares**



Una magnitud de 15.6 entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior del atributo actividades extracurriculares manifiesta el alto impacto de esta dimensión sobre la disposición a pagar por educación superior.

**5.1.8. Perspectiva económica: superioridad de los beneficios en la elección de las propuestas universitarias aranceladas**

El 46.5 % de los casos relevados se inclina por estudiar en universidades de gestión privada porque reconoce beneficios asociados a estas propuestas, que resultan superiores a los costos involucrados.

La dimensión que parece influir de manera más significativa en la elección de universidades aranceladas es el entendimiento de los estudiantes y sus necesidades,

con una diferencia entre la valoración extrema superior y la valoración extrema inferior de 23.9 puntos. El trato personalizado estaría asociado a mayor disposición a pagar un arancel porque reduce los costos académicamente irrelevantes de estudiar en la universidad. Por otro lado, como cada joven posee tiempos de aprendizaje y experiencias educativas previas distintas, el poder adaptar la pedagogía y la dedicación de los profesores, y la posibilidad de aprender en grupos más reducidos de alumnos parecen ser atributos fuertemente valorados en la elección de universidades aranceladas.

Si se tienen en cuenta el impacto de los atributos de manera aislada, es decir fuera de las dimensiones de análisis, la posibilidad de realizar intercambios con otras instituciones educativas es el factor con mayor impacto sobre la disposición a pagar el costo del arancel universitario (con una magnitud de la diferencia de 19.7 puntos). La posibilidad de viajar y estudiar en otras instituciones educativas posibilita una vivencia universitaria más completa que justifica el pago de un arancel universitario. En esta misma línea de análisis, la posibilidad de participar de actividades extracurriculares influye poderosamente en la disposición a pagar por educación superior (15.6 puntos).

A su vez, la dimensión instrumental de la preparación universitaria impacta directamente en la disposición a asistir a una universidad arancelada (15.2 puntos). La proyección de acceso a un buen trabajo y a una buena remuneración a futuro, como también la posibilidad de realizar prácticas o pasantías profesionales (9.5 puntos), justifica asumir el costo del arancel universitario.

También, los jóvenes que le asignan valor a la infraestructura, por su dimensión funcional o por su impacto simbólico, se encuentran más dispuestos a asistir a universidades aranceladas (12 puntos).

En oposición a estos hallazgos, los aspectos académicos (0.7 puntos) no parecen justificar la asistencia a una universidad arancelada. La calidad de los docentes (0.02

puntos) y la reputación institucional (-3.7 puntos) presentan baja valoración en el grupo de jóvenes que se inclina por asistir a universidades privadas, probablemente debido a que las propuestas educativas de gestión pública continúan fuertemente asociadas a estos atributos. No obstante, el nivel de exigencia o el atractivo de los cursos son aspectos, dentro de la dimensión académica, que parecen conservar cierto impacto en la consideración de universidades privadas (6.2 puntos y 6.4 puntos, respectivamente), aunque no resultan significativos en función del parámetro establecido (8 puntos).

Por su parte, la biblioteca (-14.2 puntos), la flexibilidad horaria (-4.5 puntos), la reputación (-3.7 puntos) y la facilidad de acceso al predio universitario (-2 puntos) son los atributos menos valorados en la preferencia por universidades privadas.

Es esperable que los jóvenes, acostumbrados a las prácticas educativas propias de la escuela media, no le asignen valor a la biblioteca como instrumento de aprendizaje (-14.2). Por su parte, si bien la flexibilidad horaria (-4.5) o la o facilidad de acceso al predio universitario (-2), reducen costos irrelevantes de la preparación superior, no justifican por sí mismos hacer frente al costo de un arancel.

La figura 5.19 sintetiza el impacto de las distintas dimensiones (VI) sobre la disposición a asumir el costo de un arancel universitario (VD), ordenándolas jerárquicamente de acuerdo al grado de influencia.

**Figura 5.19**  
**Impacto de las distintas dimensiones sobre la disposición a pagar por educación superior**

<b>Fuerte influencia sobre la disposición a pagar un arancel</b>	<b>Magnitudes</b>
Entendimiento de los estudiantes y sus necesidades	23.9
Actividades extracurriculares	15.6
Aspecto funcional de la educación	15.2
Infraestructura y espacio físico	12
<b>Baja influencia sobre la disposición a pagar un arancel</b>	<b>Magnitudes</b>
Aspectos académicos	0.7
Accesibilidad de la propuesta	-0.7
Reputación	-3.74

La figura 5.20 lista cada uno de los atributos que intervienen en la construcción de estas dimensiones, ordenándolos jerárquicamente de acuerdo al impacto sobre la elección de universidades de gestión arancelada.

Universidad de  
**San Andrés**

**Figura 5.20**  
**Impacto de los distintos atributos sobre la disposición a pagar un arancel por educación superior**

<b>Atributos con mayor impacto en la preferencia por universidades aranceladas</b>	<b>magnitudes</b>
Oferta de intercambios	19.7
Clases pequeñas	17.9
Oferta de actividades extracurriculares	15.6
Salida laboral y buen sueldo futuro	15.2
Staff servicial	14.4
Cercanía de los profesores	13.5
Infraestructura y espacio físico	12
Oferta de pasantías	9.5
<b>Atributos con impacto menor al parámetro establecido como influyente (8 puntos)</b>	<b>magnitudes</b>
Atractivo de los cursos	6.4
Exigencia	6.2
Calidad de los docentes	0.02
<b>Atributos con impacto negativo en la preferencia por universidades aranceladas</b>	<b>magnitudes</b>
Accesibilidad de acceso al predio (distancia)	-2
Reputación	-3.7
Flexibilidad horaria	-4.5
Biblioteca	-14.2

## 5.2. Interpretaciones sociológicas

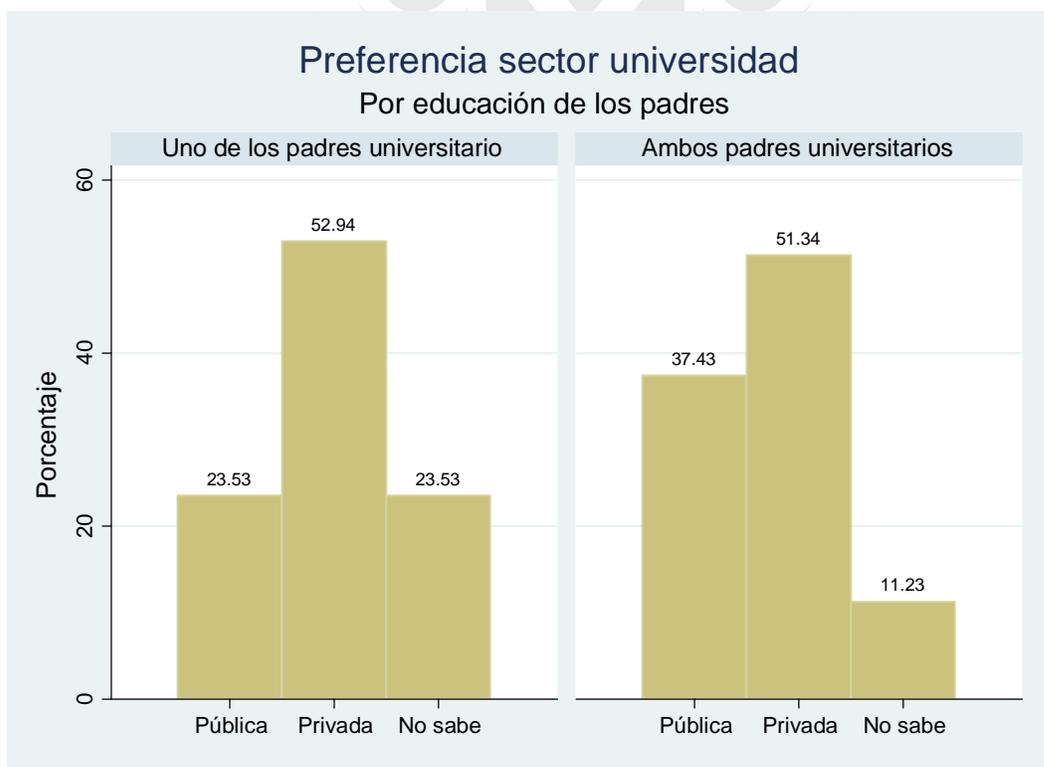
La perspectiva sociológica sostiene que la elección de una universidad se encuentra guiada por creencias, disposiciones y percepciones que varían de acuerdo

con las trayectorias de socialización familiar y escolar de cada joven. Los resultados que se ofrecen a continuación permiten analizar la disposición a pagar por educación superior desde la influencia del contexto.

### 5.2.1. Educación de los padres

No es posible apreciar diferencias significativas en cuanto al impacto de la preparación académica de los padres sobre la decisión de asistir a universidades de gestión arancelada (figura 5.21).

**Figura 5.21**  
**Preferencia sector universidad por educación de los padres**



Tal como ilustra la figura 5.21, la preferencia por universidades de gestión privada de 1.6 puntos a favor del grupo de jóvenes con tan solo un padre universitario indica que esta variable independiente no parece moldear, en principio, la preferencia de sector

universitario. No obstante, en relación con la elección de universidades de gestión pública, se observa una marcada preferencia en el grupo de jóvenes con ambos padres universitarios (14 puntos de diferencia).

Estos hallazgos parecen ser consistentes con la hipótesis de reproducción de la educación parental analizada en el capítulo 4 (Marco Teórico). Gran parte de los títulos universitarios son expedidos por universidades públicas, si el mecanismo de influencia es la reproducción del capital cultural, el tener padres universitarios podría inclinar a los jóvenes a estudiar en universidades públicas que, en la Argentina, no son aranceladas. En este sentido, mientras que el argumento de reproducción de la educación parental puede explicar la preferencia por universidades de gestión pública, su impacto sobre la disposición a pagar un arancel no resulta evidente.

### 5.2.2. El colegio secundario

La trayectoria escolar posee poderoso impacto en la elección universitaria. A continuación se exhiben las principales características de los colegios seleccionados, y su influencia sobre la disposición a pagar un arancel por educación superior.

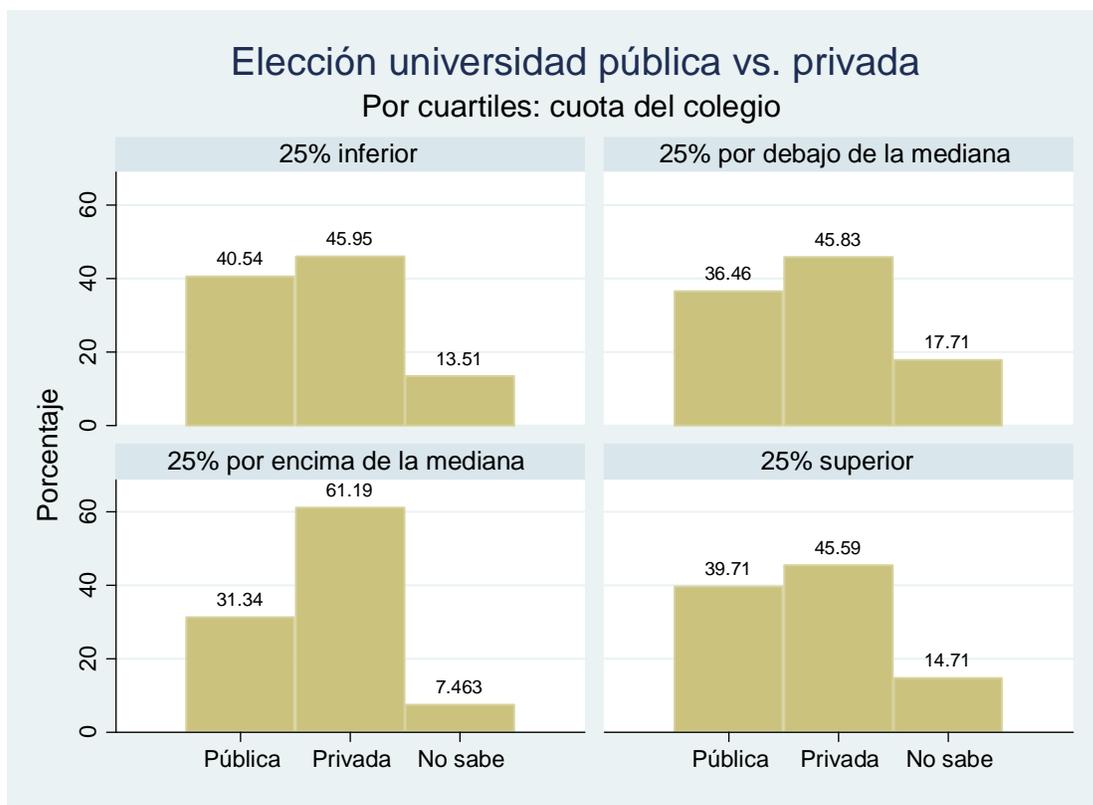
#### a. El impacto de la cuota

Si bien la asistencia a colegios privados favorece la elección de universidades aranceladas, el valor de la cuota del colegio no parece explicar por sí mismo la disposición a pagar un arancel universitario.

La figura 5.22 ilustra el impacto de la cuota del colegio sobre la disposición a pagar por educación superior, agrupando los colegios en cuartiles, en relación a la mediana de cuota. El primer recuadro de la figura 5.22 ilustra el grupo de colegios que se encuentran en el *extremo inferior en cuanto al valor de la cuota mensual*. El siguiente recuadro agrupa a los colegios cuya cuota se ubica en el *25% inferior a la mediana*, luego se ilustra el comportamiento del grupo de colegios que se encuentran en el

25% superior a la mediana y el último recuadro nuclea al 25% de los colegios más costosos de la muestra.

**Figura 5.22**  
**Preferencia del sector universitario por cuota del colegio**



Los alumnos de los colegios más costosos, que corresponden al cuadrante 25% superior, se encuentran tan dispuestos a pagar por educación como los alumnos de los colegios con las cuotas más bajas (*cuadrante 25% inferior*) o aquellos que se ubican en el 25% por debajo de la mediana. Por su parte, el grupo de alumnos de los colegios que se encuentran agrupados en el 25% por encima de la mediana son los más dispuestos a pagar, con una diferencia de 15.4 puntos en comparación a los otros tres grupos de colegios.

Si bien la disponibilidad de recursos económicos ofrece las condiciones de posibilidad para la elección de universidades aranceladas, no se observa una

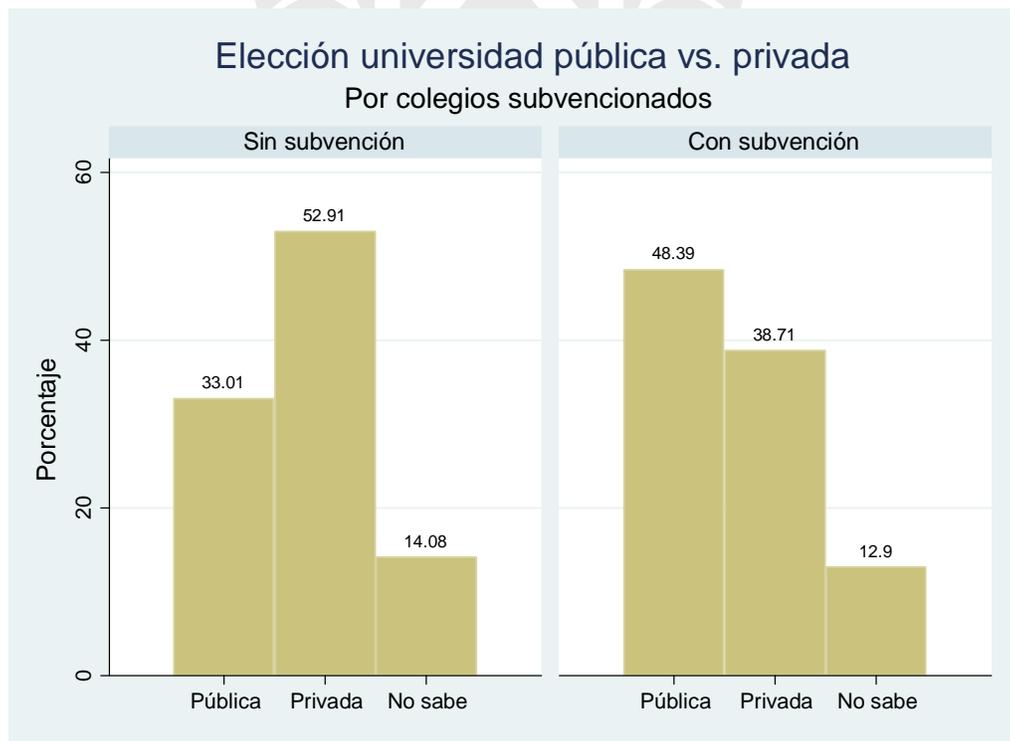
relación de influencia directa. Tal como indican los hallazgos de la investigación, parecen existir otro conjunto de factores que impactan en la preferencia de universidades aranceladas, que se extienden más allá de la capacidad económica de invertir en educación superior.

**b. Presencia de subvención estatal**

Tal como se refleja en la figura 5.23, los jóvenes que asisten a colegios secundarios que no poseen subvención del estado se encuentran más dispuestos a elegir universidades privadas que el grupo de jóvenes que asiste a colegios privados con algún porcentaje de subvención estatal.

**Figura 5.23**

**Preferencia del sector universitario por presencia de subvención estatal**



La valoración de la educación arancelada en el grupo de jóvenes que asiste a colegios sin subvención del estado es 14.2 puntos superior a la preferencia que manifiestan los alumnos de los colegios subvencionados.

No obstante el grupo de jóvenes que asiste a colegios con subvención, en su mayoría, presenta menor disponibilidad de recursos económicos, el análisis de la influencia de la cuota sobre la preferencia del sector universitario (que corresponde a la figura 5.22), indica que no existe relación lineal entre el incremento de la cuota del colegio secundario y la disposición a pagar un arancel por educación superior. En este sentido, la preferencia por el sector universitario estatal que se observa en los colegios subvencionados no estaría determinada por factores económicos, y podría ser explicada por la ideología y valores presentes en la cultura de este tipo de colegios. En contraposición, quienes asisten a colegios privados sin subvención, podrían inclinarse a elegir universidades privadas como continuidad de la experiencia educativa recibida.

Con todo, estas explicaciones del impacto de la subvención estatal sobre la preferencia del sector universitario resultan provisionales y pueden ser objeto de estudio de ulteriores investigaciones.

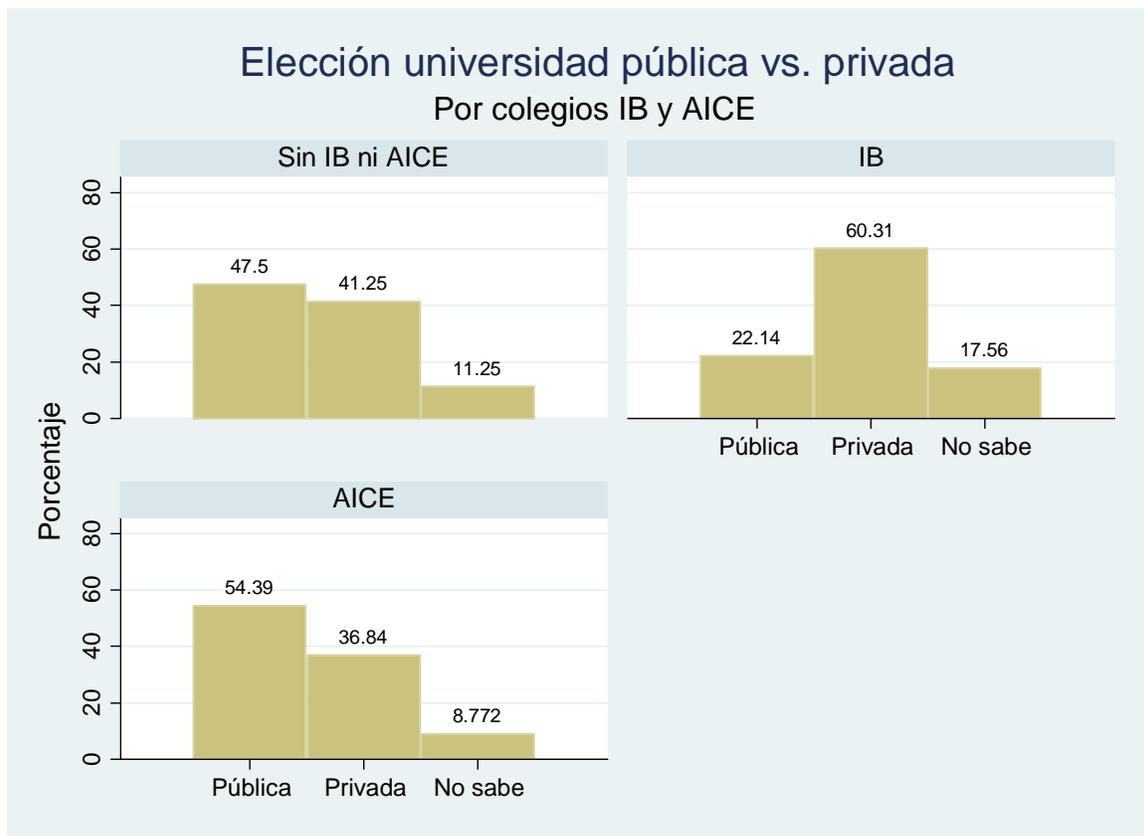
### **c. Diplomatura internacional**

Conforme la característica de doble diplomatura, los colegios pueden agruparse en tres categorías: colegios bilingües IB (Bachillerato Internacional) colegios bilingües que rinden el AICE (Advance International Certificate of Education) y colegios no bilingües. Los resultados del estudio, que se ilustran en la figura 5.24, indican que los jóvenes que asisten a los colegios bilingües que rinden el IB se encuentran altamente dispuestos a asumir los costos de la educación arancelada.

Por otro lado, los jóvenes que asisten a colegios secundarios bilingües que rinden la diplomatura del AICE (Advance International Certificate of Education) están

marcadamente menos dispuestos a pagar por educación. Si bien estos colegios son costosos, y en algunos casos poseen cuotas similares a los colegios IB, se encuentran significativamente menos inclinados a elegir universidades de gestión privada. Los alumnos de los colegios no bilingües también se encuentran menos dispuestos a pagar por educación, que los alumnos de los colegios IB.

**Figura 5. 24**  
**Doble diplomatura internacional**



Los alumnos de los colegios IB son los más dispuestos a elegir universidades de gestión arancelada, 19.1 puntos por encima de la disposición observada en los alumnos de los colegios no bilingües y 23.5 puntos por encima de los alumnos de los colegios que rinden el AICE. Los alumnos de los colegios no bilingües, y los alumnos de los colegios que rinden la diplomatura del AICE, se encuentran más inclinados a optar por universidades de gestión pública. El 47.5% de los alumnos de los colegios

no bilingües se inclina por elegir universidades públicas y 54.4% del alumnado de los colegios AICE.

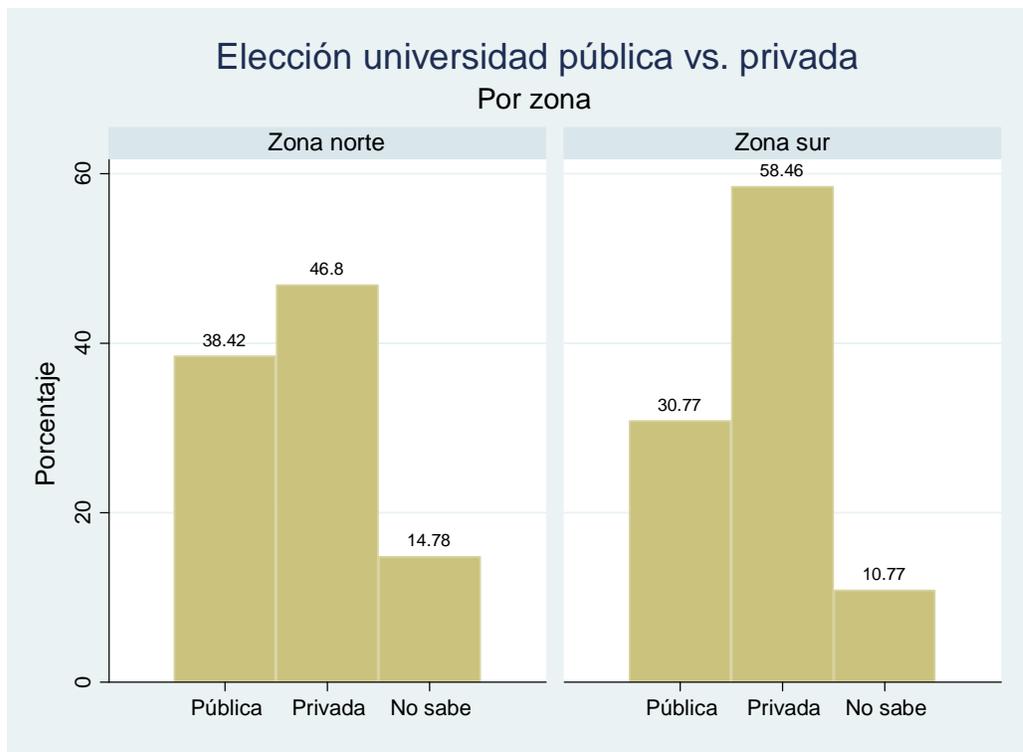
Si bien, en promedio, los alumnos de los colegios IB presentan mayor cantidad de recursos económicos, el análisis del impacto de la cuota del colegio sobre la disposición a pagar un arancel revela la existencia de otras razones en la preferencia por universidades de gestión arancelada. Los alumnos que cursan el Bachillerato Internacional se encuentran fuertemente exigidos en relación a tiempos y dedicación al estudio, y podrían asociar la experiencia educativa arancelada con mayor calidad académica o exigencia.

A su vez, reciben una experiencia educativa que en nuestro país es minoritaria. La elección de universidades privadas podría simbolizar una continuidad con la historia de formación distintiva. No obstante, si se quiere arribar a un conocimiento más acabado de la influencia del IB sobre la disposición a pagar y su diferencia con la diplomatura del AICE es necesario complementar estos hallazgos con estudios ulteriores.

#### d. Zona del colegio

Contrariamente a la hipótesis planteada, el estudio refleja una mayor disposición a asumir el costo del arancel universitario en los alumnos de los colegios de Zona Sur, en comparación con el grupo de alumnos de los colegios de Zona Norte.

**Figura 5.25**  
**Preferencia sector universidad por zona**



El grupo de jóvenes que asiste a colegios ubicados en la Zona Sur del Conurbano Bonaerense presenta una preferencia 11.7 puntos superior al grupo de chicos que asiste a colegios de Zona Norte. Para este grupo, la preferencia por educación arancelada puede estar asociada a la simbología de distinción y superación del contexto en el que se encuentran ubicados estos colegios. Participar de una experiencia educativa arancelada se convierte en un valor aspiracional.

No obstante esta interpretación es tentativa y requiere de investigaciones más profundas y minuciosas que permita constatar este argumento.

### 5.2.3. Interpretaciones sociológicas: el impacto del contexto en la elección universitaria

La decisión universitaria se encuentra moldeada por la historia, valores e ideología presentes en los colegios secundarios y se extienden más allá de los recursos financieros, que ofrecen una condición de posibilidad para la consideración de propuestas aranceladas. Así, por ejemplo, los colegios más costosos no son necesariamente los más inclinados a elegir universidades privadas y la preferencia asciende cuando se adicionan la dimensión simbólica asociada al IB, o la ausencia de subvención estatal. En este sentido cierta manera de concebir el proceso educativo de gestión privada podría explicar la preferencia percibida en este grupo de colegios. No obstante, se requieren investigaciones ulteriores más profundas para conclusiones más acabadas acerca del impacto de la dimensión simbólica de la decisión.

La influencia de la ubicación del colegio también parece impactar en la decisión del sector universitario. En este sentido, el grupo de alumnos que concurre a colegios de la Zona Sur del Conurbano Bonaerense presenta una mayor inclinación a elegir universidades privadas. Aunque se requieren estudios más profundos que permitan explicar esta situación, esta diferencia podría ser analizada desde el punto de vista aspiracional, entendiendo la educación privada como sinónimo de distinción o superación contextual.

Por otro lado, la mayor educación parental, asociada a un incremento de disponibilidad económica de la familia, no parece tener impacto en la preferencia por universidades de gestión arancelada. El grupo de jóvenes con ambos padres universitarios tienden a estar más inclinado a elegir universidades públicas, probablemente como intento de reproducir la experiencia educativa de sus padres.

La figura 5. 26 sintetiza el grado de influencia de las variables independientes de carácter sociológico sobre la disposición a asistir a universidades de gestión

arancelada. Las variables son presentadas jerárquicamente de acuerdo a la magnitud del impacto observado en la muestra.

**Figura 5.26**  
**Impacto de las distintas variables sociológicas analizadas**  
**sobre la disposición a pagar un arancel por educación superior**

<b>Variables independientes</b>	<b>Magnitudes</b>
Diplomatura Internacional (IB vs AICE)	23.5
Subvención del estado	14.2
Zona del colegio (Zona Sur vs Zona Norte)	11.7
Cuota del colegio (colegio más costoso vs menos costoso)	-0.4
Educación de los padres (ambos padres universitarios vs un padre universitario)	-1.6

### 5.3. Consideraciones parciales

Este capítulo indica que los resultados principales del estudio son consistentes con la hipótesis central de nuestra investigación. La elección de una universidad privada se encuentra determinada por la contraposición de costos y beneficios asociados, analizados, interpretados y construidos en una matriz simbólica y socialmente determinada.

Si bien existen algunos hallazgos contrarios a las hipótesis económicas y sociológicas propuestas en el capítulo 4 (Marco Teórico), el planteo general de la investigación se ve reforzado por la evidencia empírica.

Las características institucionales que más influyen en la disposición a pagar por educación son, ordenadas jerárquicamente en relación a la magnitud del impacto:

- Los atributos que dan cuenta del entendimiento de los estudiantes y sus necesidades
- La oferta de intercambios
- La presencia de actividades extracurriculares
- Los atributos que dan cuenta de los aspectos funcionales de la educación
- La infraestructura y el espacio físico

Por el contrario, los atributos menos relevantes en la preferencia por universidades de gestión arancelada, presentados de menor a mayor impacto, son:

- La biblioteca
- La flexibilidad horaria
- La reputación
- La accesibilidad al predio universitario
- Atributos académicos, tales como la calidad de los docentes, la exigencia, o el atractivo de los cursos

En relación a las variables sociológicas, los aspectos más influyentes sobre la disposición a asistir a universidades aranceladas son las siguientes características de los colegios secundarios:

- La Diplomatura del IB
- La ausencia de subvención estatal
- La influencia de la zona geográfica

Por el contrario, las variables educación de los padres y la cuota del colegio resultan ser los aspectos sociológicos menos influyentes sobre la disposición a asistir a universidades de gestión arancelada.

No se observa una relación de influencia directa entre el valor de la cuota y la disposición a asumir el costo del arancel universitario. Por su parte, la mayor

educación parental parece impactar sobre la preferencia hacia el sector público, como intento de reproducción de la experiencia educativa de los padres.



## 6. CONSIDERACIONES FINALES

Pagar por educación superior es el resultado de un proceso de cálculo dentro de un pool de alternativas que ha sido construido simbólicamente. La decisión de asistir a la universidad siempre involucra costos y presupone cierto nivel de ingresos familiares, o un extraordinario desempeño académico que facilite la obtención de becas de estudio.

La disponibilidad económica ofrece las condiciones de posibilidad de asistir a la universidad, y de asistir a determinado tipo de universidad. Así lo indica la elasticidad de la tasa de crecimiento interanual de la matrícula privada, a los cambios observados en el escenario económico en ese mismo período (2000-2010). No obstante la tasa de crecimiento de las universidades aranceladas fue tres veces superior al ritmo de crecimiento del sector público en la década 2000-2010, no es razonable suponer que el nivel de ingresos se triplicó en ese mismo período. Tampoco es posible establecer una relación de proporcionalidad directa entre la cuota del colegio secundario y la preferencia por universidades de gestión privada.

Parecen existir otros factores que se extienden más allá de la condición de posibilidad que inaugura la disponibilidad económica y que impactan sobre la disposición a asumir el costo del arancel. Si bien en la elección de una institución educativa intervienen los costos y los beneficios asociados, descritos por los modelos económicos de análisis, la decisión final no parece ser producto solamente de un cálculo racional.

En la opción entre la educación arancelada y la no arancelada tienen participación aspectos más profundos y de carácter simbólico que trascienden la ecuación racional de comparar la dimensión del dar y la de recibir. Para las interpretaciones económicas, es claro que los jóvenes se encuentran dispuestos a pagar por una propuesta educativa de calidad, aunque no resulta evidente cuáles son los atributos que intervienen en este constructo. Tal como exhiben los resultados del estudio, la

*construcción* de calidad institucional no es unánime, sino que abarca una multiplicidad de atributos y adquiere interpretaciones diversas de acuerdo a cada joven. Son los atributos de las universidades los factores que afectan la comparación de las propuestas, pero entendidos como símbolos en una decisión que es socialmente formada y socialmente valorada.

El 46.5% de los casos relevados en el estudio elige universidades de gestión privada, arribando a la *construcción* de calidad o de valor de la propuesta a partir de características objetivas, simbólicamente determinadas. En la evaluación de la propuesta universitaria, cada atributo o característica, adquiere resonancia valorativa, pues se lo procesa a la luz de experiencias personales y tempranamente determinadas.

De los resultados de la investigación se desprende que la preferencia por educación arancelada se sostiene primordialmente en la posibilidad de disponer de una experiencia educativa *a medida*, que favorece la adaptación del proceso a las distintas necesidades y tiempos de aprendizaje. La dimensión entendimiento de los estudiantes y sus necesidades presenta el mayor impacto sobre la disposición a pagar un arancel universitario. En este sentido, el costo del arancel es justificado por un mayor acceso a los docentes, por la presencia de clases más pequeñas y personal de apoyo que reduce las exigencias irrelevantes de la preparación universitaria.

Si pagar por educación asegura una experiencia acorde a las necesidades y tiempos de aprendizaje, es esperable que los alumnos de las universidades privadas presenten mayores posibilidades de concluir su preparación. El Anuario de Estadísticas Universitaria (2010), indica que las universidades privadas que concentran un 20.5% del alumnado total, diploman a un 29% de los graduados totales del país.

En segundo lugar, se observa que pagar por educación también posibilita enriquecer la experiencia universitaria y participar de una socialización completa, que se extiende más allá de la formación recibida dentro del ámbito del aula. Asistir a una universidad privada simboliza disfrutar de la etapa de estudiante, complementando la formación académica con otros intereses y preferencias. De hecho, la oferta de programas de intercambio con otras universidades y las propuestas de actividades extracurriculares son relevantes en la inclinación a pagar por educación superior.

En tercer lugar, los jóvenes eligen asistir a universidades privadas pues le asignan valor a la representación económica futura que se le atribuye a la educación en el presente. La decisión actual se encuentra guiada por el componente de *inversión* asociado. Pagar por educación puede simbolizar la disminución de riesgo de desempleo o el incremento potencial de los ingresos futuros, a través de mayor cercanía con el mundo profesional y la participación en una red de contactos más sólida.

Por último, el aspecto funcional de la infraestructura, que aporta comodidad y facilidad al proceso educativo, o su concepción simbólica de solidez o robustez, es otra de las dimensiones que favorecen la preferencia por universidades de gestión arancelada.

Con todo, los jóvenes que prefieren cursar sus estudios superiores en universidades de gestión arancelada reconocen cierta superioridad de los beneficios asociados que resultan compatibles con las experiencias de socialización familiar y escolar. Son estas experiencias familiares o escolares las que influyen la lectura y análisis de las características objetivas de las propuestas universitarias. En este sentido, elegir una universidad arancelada es producto de la elaboración cognitiva de las características objetivas presentes en una institución.

Desde la mirada sociológica, los hallazgos de la investigación revelan el poderoso impacto de la Diplomatura del IB sobre la disposición a elegir universidades

privadas. Si bien este grupo de colegios presenta aranceles elevados, no parece ser la mayor disponibilidad económica el factor que influye en esta preferencia. La ideología, la cultura y las prácticas propias de este tipo de colegios son los que impactan en el modo de concebir la educación superior arancelada y favorecen la disposición a pagar. Bajo esta misma explicación, los alumnos de los colegios sin subvención estatal se inclinan a asistir a universidades de gestión privada, como continuidad de la experiencia educativa recibida.

La zona geográfica donde se emplaza el colegio parece condicionar la preferencia del sector universitario. En efecto, los jóvenes que asisten a colegios de la zona sur del Conurbano Bonaerense pueden estar más inclinados a asistir a universidades privadas, como símbolo de distinción y superación del contexto en el que se han criado.

Por el contrario, la variable sociológica educación de los padres condiciona la preferencia por el sector universitario público. Algunos jóvenes tienden a reproducir la experiencia educativa de sus padres, que en nuestro país es mayoritariamente pública, y se encuentran reacios a pagar por educación, aunque puedan reconocer valor en alguno de los atributos de las propuestas de gestión privada.

Ciertas creencias extendidas, la formación de los padres de mano del ámbito público y algunas prácticas escolares, influyen en la baja valoración que posee otro conjunto de atributos en la selección de universidades aranceladas. Por ejemplo, la reputación y la calidad docente se encuentran asociadas principalmente a la Universidad de Buenos Aires, y condicionan la baja valoración de este conjunto de atributos en la preferencia por el sector privado.

A su vez, la biblioteca parece ser el atributo menos valorado en la preferencia por universidades aranceladas. Los jóvenes no reconocen beneficios en la biblioteca, probablemente condicionados por la historia escolar previa, que no los ha entrenado en su uso y utilidad.

Por otro lado, si bien la flexibilidad horaria y la facilidad de acceso al predio universitario reducen ciertos costos irrelevantes de la experiencia educativa, no justifican por sí mismos el pago de un arancel. En efecto, los jóvenes que aceptan pagar por educación superior exhiben una baja valoración de la dimensión accesibilidad.

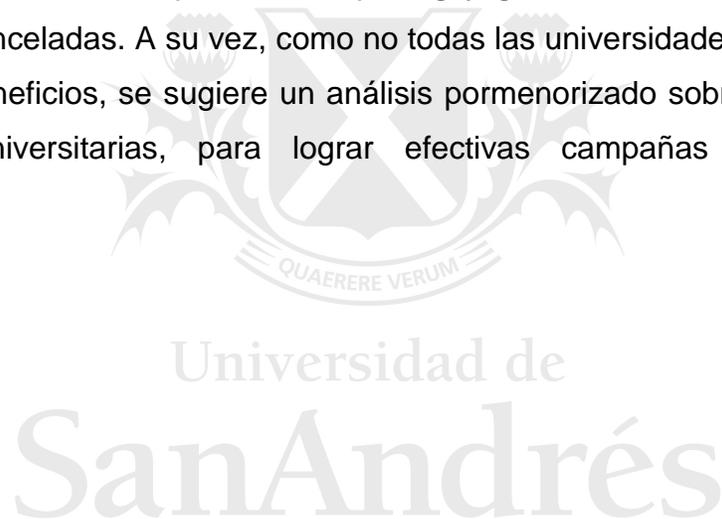
Con todo, pagar por educación significa reconocer ciertos beneficios en una propuesta educativa que justifica asumir los costos del arancel. Estos beneficios no son unánimes y se establecen bajo la influencia de la familia y la trayectoria escolar previa. Esta tesis ha sido un intento de entender la elección de una propuesta educativa arancelada por medio de complementar los enfoques económicos y sociológicos de análisis. Se han presentado algunas ideas con el objetivo de iniciar un tema que resulta de particular importancia para el sector universitario argentino. Es factible que, conociendo los factores valorados en la elección de universidades privadas y sus significados asociados, pueden ajustarse las políticas de comunicación y difusión de estas instituciones.

Este estudio se ha limitado a medir el impacto de componentes contextuales como el grado de preparación de los padres o algunas características de los colegios secundarios, factibles de analizar en un cuestionario auto administrado. Si bien se ofrecen algunas consideraciones acerca de los principales factores que influyen en la disposición a pagar por educación, esta perspectiva es temporaria y acotada a una población determinada y debe ser actualizada periódicamente si fuese tomada en cuenta para potenciales campañas de marketing educativo.

De esta tesis se desprende la necesidad de realizar estudios más exhaustivos sobre el impacto de los componentes sociológicos de la decisión. Probablemente, investigaciones ulteriores y de carácter cualitativo ayuden a comprender con mayor grado de profundidad la influencia de las creencias tempranas, socialmente constituidas. Para un análisis pormenorizado de la influencia de las creencias

tempranamente constituidas sobre la elección de una universidad, se requieren estudios longitudinales que implican otros tiempos de análisis y grado de inversión. Se sugiere profundizar acerca del simbolismo de la doble diplomatura del IB en contraposición con el AICE, así como también en el impacto de la zona geográfica sobre la preferencia del sector universitario.

Desde la perspectiva económica, resulta especialmente interesante poder complementar esta tesis con estudios de elasticidad de la matrícula privada al costo del arancel, buscando cuantificar la disposición a pagar por educación superior. Si bien este trabajo ofrece algunas reflexiones al respecto, cuantificar el impacto puede resultar de utilidad en las políticas de pricing y gerenciamiento de las propuestas educativas aranceladas. A su vez, como no todas las universidades privadas exhiben los mismos beneficios, se sugiere un análisis pormenorizado sobre cada una de las propuestas universitarias, para lograr efectivas campañas de marketing y comunicación.



## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdullah, F. (2006). Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(1), 31-47.

Alstadsaeter, A. (2011) Measuring the Consumption Value of Higher Education. *CESifo Economic Studies*, 57(3), 458-479.

An, B. (2010) The relations between race, family characteristics, and where students apply to college. *Social Science Research* 39, 310–323.

Anuario de Estadística Universitaria – Argentina (2010). Departamento de Información Universitaria, Secretaría de Políticas Universitarias (SPU), Ministerio de Educación de la Nación. <http://portales.educacion.gov.ar/spu/>

Bolton, R. & Lemon, K. (1999) A Dynamic Model of Customers' Usage of Services: Usage as an Antecedent and Consequence of Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 36, (2).

Bryan, G. & Whipple, T. (1995) Tuition Elasticity of the Demand for Higher Education among Current Students: A Pricing Model Author. *The Journal of Higher Education*, 5, 560-574.

Brown, C., Varley, P., & Pal, J. (2009). University course selection and service marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 27(3), 310-325.

Bourdieu, P. (1989). Social space and symbolic power. *Sociological theory*, 7 (1), 14-25.

Cejda, B. & Casparis, C. (2008). The Role of Social Capital in the Educational Decisions of Hispanic Students Attending Hispanic-Serving Community Colleges. *Enrollment Management Journal*, 2, (1).

CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <http://interwp.cepal.org/sisgen/ConsultaIntegrada.asp?idIndicador=2204&idioma=e>

Chapman, R.G., (1979), College Choice Process. *Research in Higher Education* , 10, (1), 37-57.

Christensen, A., Arkowitz, H. & Anderson, J. (1975) Practice dating as treatment for college dating inhibitions. *Behaviour Research and Therapy*. 13, (4), 321-331.

Corazzini, A., Dugan, D. & Grabowski, H. (1972) Determinants and Distributional Aspects of Enrollment in U.S. Higher Education. *The Journal of Human Resources*, Vol. 7, No. 1.

Cosentino de Cohen, C (2003) Dimensions and Impact of Private Sector Growth. *Higher Education*, 46, (1),1-35.

Cubillo-Pinilla, J. (2006). The influence of aspirations on higher education choice: a telecommunication engineering perspective. *European Journal Of Engineering Education*, 31(4), 459-469.

Curs, B. & Singell, L. (2008) Aim High or Go Low? Pricing Strategies and Enrollment Effects. When the Net Price Elasticity Varies with Need and Ability. *The Journal of Higher Education*, 81, (4), 515-543.

Dawes, P. & Brown, J. (2003) The Composition of Consideration and Choice Sets in Undergraduate University Choice: An Exploratory Study. *Journal of Marketing for Higher Education*. 14, (2).

DesJardins, S. L., Ahlburg, D. A., & McCall, B. P. (2006). An integrated model of application, admission, enrollment, and financial aid. *Journal of Higher Education*, 381-429.

Fondevila Gascón, J.F., Del Olmo Arriaga, J. L., Sierra Sánchez, J. (2011) Universidades privadas, ¿un subsistema diferente?. Cómo desarrollan los estudiantes sus preferencias hacia la universidad. *Vivat Academia*. 114 A means-end chain model based on consumer categorization processes, *J Mark*, 46, 60-72.

Haywood, H., & Molesworth, M. (2010). The uncomfortable mix of seduction and inexperience in vocational students' decision making. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(7), 831-846.

Hazelkorn, E. (2008) Learning to Live with League Tables and Ranking The Experience of Institutional Leaders. *Higher Education Policy* 21, 193- 215.

Hodkinson, H, & Hodkinson,P. (1999) Teaching to learn, learning to teach? School-based non teaching activity in an initial teacher education andr training partnership scheme. *Teacher and Teacher Education*. 15, (3), 273-285.

Hossler, D., Braxton, J., & Coopersmith, G. (1989). Understanding student college choice. *Higher education: Handbook of theory and research*, 5, 231-288.

Informe Centro de Estudios de la Educación Argentina, Universidad de Belgrano (2012). Año 1, No. 5.

Jackson, G. & Weathersby, G. (1975) Individual Demand for Higher Education: A Review and Analysis of Recent Empirical Studies. 46, (6), 623-652.

Jackson, G.(1978) Financial Aid and Student Enrollment. *The Journal of Higher Education*, 49, (6), 548-574.

Kember, D. , Ho, A. & Hong, C. ( 2010) Initial motivational orientation of students enrolling in undergraduate degrees. *Studies in Higher Education*. 35, (3).

Kotler, P. (1979). Strategies for introducing marketing into nonprofit organizations. *The Journal of Marketing*, 37-44.

Lages, L. F., & Fernandes, J. C. (2005). The SERPVAL scale: a multi-item instrument for measuring service personal values. *Journal of Business Research*, 58(11), 1562-1572.

Leslie, L. & Brinkman, P. (1987). *The Journal of Higher Education*, 58, (2) pp. 181-204

Litten, L. (1982) Identifying distinctive groups in college applicant pool. *Higher education*, 16, (3) 195-208.

Maringe, F (2006) University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing, *International Journal of Educational Management*, 20, (6): 466-479.

Moogan, Y. J. &Baron, S. (2003) An analysis of students characteristics within the student decisión making process, *Journal of Further and Higher Education*, 27 (3), 271-287.

Munger, M. C. (2011). Persuasion, psychology and public choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 80 (2), 290-300.

Nguyen, A N and Taylor, Jim (2002) Post High school choices New evidence from a multinomial logit model, *Population Economics*, 16, 287- 306.

Sacova. E. (1990) Another Look at the Demand for Higher Education: Measuring the Price Sensitivity of the Decision to Apply to College. *Economics of Education Review*, 9. (2), pp. 123-134.

Simoës, C. & Soares, A.M. (2010) Applying to higher education: information sources and choice factors. *Studies in Higher Education* 35, (4), 371-389.

Sojkin, B., Bartkowiak, P., Skuza, A (2012) Determinants of higher education choices and student satisfaction the case of Poland, *Higher Education*, 63, 565-581.

Sung, M., & Yang, S. (2008). Toward the Model of University Image: The Influence of Brand Personality, External Prestige, and Reputation. *Journal Of Public Relations Research*, 20(4), 357-376.

Van Calster, K., Lens, W., & Nuttin, J. R. (1987). Affective attitude toward the personal future: Impact on motivation in high school boys. *The American journal of psychology*, 1-13.

Zeithaml, V., Parasuraman, A and Berry, L. 1993 The nature and determinants of customer expectations of service. *J Acad Mark Sci*, 21 (1) 1-12

## 8. ANEXOS

### 8.1 ANEXO I

#### Universidades Argentinas (Cosentino de Cohen, 2003)

##### Universidades públicas

- Universidad de Buenos Aires
- Universidad Nacional Arturo Jauretche
- Universidad Nacional de Avellaneda
- Universidad Nacional de Catamarca
- Universidad Nacional de Chilecito
- Universidad Nacional de Córdoba
- Universidad Nacional de Cuyo
- Universidad Nacional de Entre Ríos
- Universidad Nacional de Formosa
- Universidad Nacional de General San Martín
- Universidad Nacional de General Sarmiento
- Universidad Nacional de José C. Paz
- Universidad Nacional de Jujuy
- Universidad Nacional de La Matanza
- Universidad Nacional de La Pampa
- Universidad Nacional de la Patagonia
- Universidad Nacional de la Patagonia Austral
- Universidad Nacional de La Plata
- Universidad Nacional de La Rioja
- Universidad Nacional de Lanús
- Universidad Nacional de Lomas de Zamora
- Universidad Nacional de Luján
- Universidad Nacional de Mar del Plata

- Universidad Nacional de Misiones
- Universidad Nacional de Moreno
- Universidad Nacional de Quilmes
- Universidad Nacional de Río Cuarto
- Universidad Nacional de Río Negro
- Universidad Nacional de Rosario
- Universidad Nacional de Salta
- Universidad Nacional de San Juan
- Universidad Nacional de San Luis
- Universidad Nacional de Santiago del Estero
- Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur
- Universidad Nacional de Tres de Febrero
- Universidad Nacional de Tucumán
- Universidad Nacional de Villa María
- Universidad Nacional de Villa Mercedes
- Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
- Universidad Nacional del Chaco Austral
- Universidad Nacional del Comahue
- Universidad Nacional del Litoral
- Universidad Nacional del Nordeste
- Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires
- Universidad Nacional del Oeste
- Universidad Nacional del Sur
- Universidad Tecnológica Nacional

### **Universidades privadas**

- Universidad Adventista del Plata
- Universidad Argentina de la Empresa
- Universidad Argentina John F. Kennedy
- Universidad Atlántida Argentina

- Universidad Austral (Argentina)
- Universidad Blas Pascal
- Universidad Caece
- Universidad Católica Argentina
- Universidad Católica de Córdoba
- Universidad Católica de Cuyo
- Universidad Católica de La Plata
- Universidad Católica de Paraná
- Universidad Católica de Salta
- Universidad Católica de Santa Fe
- Universidad Católica de Santiago del Estero
- Universidad Champagnat
- Universidad de Belgrano
- Universidad de CEMA
- Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
- Universidad de Concepción del Uruguay
- Universidad de Congreso
- Universidad de Flores
- Universidad de la Cuenca del Plata
- Universidad de la Fraternidad de Agrupaciones Santo Tomás de Aquino
- Universidad de la Marina Mercante
- Universidad de Mendoza
- Universidad de Morón
- Universidad de Palermo
- Universidad de San Andrés
- Universidad de San Isidro (USI)
- Universidad de San Pablo (Tucumán)
- Universidad del Aconcagua
- Universidad del Centro Educativo Latinoamericano
- Universidad del Cine
- Universidad del Museo Social Argentino

- Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino
- Universidad del Salvador
- Universidad Empresarial Siglo 21
- Universidad Favaloro
- Universidad ISALUD
- Universidad Juan Agustín Maza
- Universidad Maimónides
- Universidad Notarial Argentina
- Universidad Torcuato Di Tella

## 8. 2. ANEXO II

### Cuestionario

- a. colegio
- b. Sexo
- c. Edad
- d. Nivel de estudio de la madre
- e. Nivel de estudio del padre

**Ahora que estás terminando el colegio secundario, y surge la pregunta sobre qué estudiar y dónde...**

- f. ¿Tenés pensado hacer una carrera universitaria?-----
- g. ¿Te inclinás por universidad pública o universidad privada? -----  
¿Por qué?
- h.....
- i.....
- j.....

**¿Qué aspectos considerarás importantes para elegir una universidad?**

Redondeá del 1 al 7 el grado de importancia que le das a estos aspectos al momento de evaluar una universidad, siendo 7 el puntaje más alto.

- k. Si la universidad está cerca de donde vivís 1....2....3....4....5....6....7
- l. El precio a pagar 1....2....3....4....5....6....7
- m. La biblioteca 1....2....3....4....5....6....7
- n. Que haya actividades no académicas, como por ejemplo, deportes  
1....2....3....4....5....6....7
- o. El espacio físico: el campus, los amenities, la infraestructura  
1....2....3....4....5....6....7
- p. La reputación o el prestigio de la universidad 1....2....3....4....5....6....7
- q. Horarios flexibles 1....2....3....4....5....6....7

- r. Que los compañeros que vas a tener, sean parecidos a vos y hayan ido a colegios como el tuyo 1....2....3....4....5....6....7
- s. Que permita tener una buena salida laboral 1....2....3....4....5....6....7
- t. Que ofrezca intercambios con otras universidades del mundo 1....2....3....4....5....6....7
- u. Que los profesores sean conocidos 1....2....3....4....5....6....7
- v. Que sea una universidad exigente 1....2....3....4....5....6....7
- w. Que ofrezca becas o créditos educativos 1....2....3....4....5....6....7
- x. Que haya pasantías 1....2....3....4....5....6....7
- y. Que puedas conversar con los profesores y hacerle consultas; que sean comprensivos y cercanos 1....2....3....4....5....6....7
- z. Que las clases sean dinámicas y puedas participar 1....2....3....4....5....6....7
- aa. Que te forme más allá de lo académico, en valores y aspectos sociales 1....2....3....4....5....6....7
- ab. Que las personas que te atienden sean serviciales y puedan ayudarte (el staff) 1....2....3....4....5....6....7
- ac. Que los compañeros que vas a tener sean responsables y se preocupen por mejorar 1....2....3....4....5....6....7
- ad. Que te permita obtener un buen sueldo a futuro 1....2....3....4....5....6....7
- ae. Que las materias sean interesantes y divertidas 1....2....3....4....5....6....7
- af. Que las clases sean de pocos alumnos, para aprender más 1....2....3....4....5....6....7
- ag. ¿Otro aspecto? ¿Cuál? 1....2....3....4....5....6....7
- ah. ¿Otro aspecto? ¿Cuál? 1....2....3....4....5....6....7
- ai. ¿Otro aspecto? ¿Cuál? 1....2....3....4....5....6....7

**SOLO PARA QUIENES ESTAN DECIDIDOS:** ¿Podrías contarme en qué universidad pensás estudiar?

**SOLO PARA QUIENES TIENEN ALGUNA PREFERENCIA:** ¿Qué carrera pensás seguir? ¿Entre qué carreras estás decidiendo?

### 8. 3 ANEXO III

#### **Instituciones que conforman la muestra sobre la que se aplicó el cuestionario autoadministrado.**

**Colegio A.** Zona Norte. Privado no bilingüe. Cuota mensual \$2900. Orientación Humanidades.

**Colegio B.** Zona Norte. Subvencionado. Cuota mensual \$1250. Orientación Humanidades.

**Colegio C.** Zona Norte. Subvencionado. Cuota mensual \$2160. Orientación Económica.

**Colegio D.** Zona Norte. Privado bilingüe AICE. Cuota mensual \$4690. Orientación Humanística.

**Colegio E.** Zona Norte. Privado bilingüe IB. Cuota mensula \$6000. Orientacion Sociales.

**Colegio F.** Zona Norte. Privado bilingüe AICE. Cuota mensual \$4700. Orientación Economía y Administración.

**Colegio G.** Zona Norte. Privado bilingüe IB. Cuota mensual \$3500. Orientación Humanidades, Economía, Arte y Diseño.

**Colegio H.** Zona Sur. Privado bilingüe IB. Cuota mensual \$ 4571. Orientación Economía, Naturales y Sociales.

**Colegio I.** Zona Sur. Subvencionado. Cuota mensual \$200,55. Orientación Economía, Humanidades y Naturales.

El total de 286 cuestionarios se distribuye de la siguiente forma:

**Colegio A.** Veinte (20)

**Colegio B.** Doce (12)

**Colegio C.** Veintisiete (27)

**Colegio D.** Veintisiete (27)

**Colegio E.** cuarenta y dos (42)

**Colegio F.** treinta y dos (32)

**Colegio G.** cincuenta y cuatro (54).

**Colegio H.** cuarenta (40)

**Colegio I.** treinta y dos (32)



Universidad de  
**San Andrés**