

UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

VARIABLES DE MARKETING MIX EN EL MERCADO DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autor

Daniel Esteban Duarte Flores

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Profesor Guía

Andrés Bórquez

Noviembre, 2012



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

VARIABLES DE MARKETING MIX EN EL MERCADO DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR.

Autor

Daniel Esteban Duarte Flores

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Profesor Guía

Andrés Bórquez

Noviembre, 2012

Abstract

The education is one the bases from social mobility and by that is a topic of concern of goberment and people. In a global world, teaching should be armonized in intuition and academic degree, the Bolonia process. Is normal that for a process so important like this, interfere the marketing mix. In Chilean the education is evolving and changing, one of the main milestones in the superior education is the decree N°2 that separated the universities from that period in several regional headquarters and dictates freedom to create private universities. Actually the educative system is controled for a general law of education (LGE), and articles still force from the contituonal law of teaching (LOCE) Through some techniques and studies of marketing was analized the Chilean`s educative system, to take a picture actualized from the education market, to applying the model of the five forces from Michael Porter, a in-depth interview analysis to student from UNIVERSITY OF CHILE, SAN SEBASTIAN, VALPARAISO and MAYOR, its searched tips of the marketing mix in their speech, that was compared with their slogan and put it in map of positioning. All this hit the finality to make an exploratory study and understand the relationship university-marketing.

Keys words: Marketing, High education, The Bologna process, education market, Chilean`s educative system

Resumen

La educación es una de las bases de la movilidad social y es tema de preocupación de los gobiernos y personas. En un mundo globalizado, la enseñanza tiende a armonizar instituciones y grados académicos: el proceso Bolonia. Es normal que en un proceso tan importante como este, interfieran variables de marketing. En Chile la educación ha evolucionado y cambiado, uno de los hitos importantes en la educación superior es el decreto N°2, que separó las universidades de la época en varias sedes regionales y dicta la libertad de crear universidades privadas. Actualmente el sistema educativo es regido por la ley general de educación (LGE), y los artículos vigentes de la ley orgánica constitucional de la enseñanza (LOCE). A través de matrices y estudios de marketing se analizó el sistema educativo chileno, para tomar una foto actualizada del mercado educativo, aplicando el modelo de las cinco fuerzas de Porter, un análisis de entrevistas en profundidad a estudiantes de la UNIVERSIDAD DE CHILE, SAN SEBASTIAN, VALPARAISO Y MAYOR, se buscaron variables de marketing mix en sus discursos, éstas fueron comparadas con sus slogan y colocadas en un mapa de posicionamiento. Esto con el fin de hacer un estudio exploratorio y entender la relación universidad-marketing.

Palabras Claves: Marketing, Educación superior, Tratado de Bolonia, Mercado de la educación superior, Sistema educativo chileno

Agradecimientos

En primera instancia quiero agradecer a mi madre Julia del Carmen Flores Meza, por apoyarme durante el tiempo que duró mi carrera y también al momento de comenzar a escribir este trabajo, que parecía que no iba a salir nunca, pero a fin de cuentas pude terminar.

Quiero agradecer también a mi profesor guía, Andrés Bórquez, por encaminarme, por su ayuda y comprensión durante el tiempo en que estuvimos realizando el trabajo, debido a su supervisión pude sacar esta tesis adelante de forma correcta y me agrada mucho el resultado final de todo este trabajo.

Agradecer a mi familia y mis amigos, que siempre estuvieron dándome su apoyo e incluso hasta presionando en algunos momentos para que sacara esta obra a relucir, mencionar algunos como mi hermano Héctor mi prima Verónica y tantos amigos como Cristian, Carlos, Marcelo, Víctor, Ignacio, Juan, Rubén, Renato, Yanira, Lisette, Nicolás, que siempre me preguntaron ¿Cómo va la tesis?; pregunta tortuosa y que arruinó muchos momentos de diversión y tranquilidad.

A la institución de la Universidad de Valparaíso que me recibió y me permitió formarme como futuro profesional y me dio la oportunidad de conocer muchos amigos y personas invaluable que nunca olvidaré.

Y por ultimo, pero nunca menos importante, quisiera dedicar esta tesis y todo lo que significa a dos personas muy importantes, que ya no se encuentran conmigo a mi padre Don Héctor Osvaldo Duarte Duarte y a mi abuelita materna Doña Adriana del Carmen Meza Meza.

A todos ustedes los que mencioné aquí y los que no mencioné, desde el fondo de mi corazón, muchas gracias por su apoyo, sepan que los valoro y los quiero mucho.

Índice

Abstract	2	Evolución de las instituciones de educación superior hasta hoy	21
Agradecimientos	4	Instituciones autónomas.....	20
Amenaza de nuevos competidores	28	Instituciones en examinación.....	20
Amenazas de nuevos entrantes.....	35, 41	Instituciones en supervisión.....	20
Amenazas de productos sustitos.....	35	Introducción.....	7
Análisis comparado	17	La rivalidad de los competidores	28
Análisis de las cinco fuerzas: Universidades autónomas no pertenecientes al consejo de rectores.(privadas no tradicionales). 39		Mapa de posicionamiento	62
Análisis de las cinco fuerzas: Universidades tradicionales pertenecientes al consejo de rectores.	32	Mapa de posicionamiento, según arancel y calidad percibida por los alumnos.	61
Análisis del eslogan según la percepción de los alumnos: Universidad de Valparaíso	48	Marco Teórico	8
Análisis del slogan según la percepción de los alumnos: Universidad San Sebastián	52	Metodología.....	14
Análisis del slogan según percepción de los alumnos: Universidad de Chile	56	Nuevos integrantes.....	30
Análisis del slogan según percepción de los alumnos: Universidad mayor	60	Objetivos.....	6
Anexos.....	70	<u>Plaza</u>	47, 52, 55, 59
Becas de alimentación y complementarias	26	Poder de negociación de los clientes	39
Becas y Créditos.....	25	Poder de negociación de los clientes:	33
Bibliografía	69	Poder de negociación de los compradores.....	29
Capítulo 1: Perfil del sistema de educación superior.....	19	Poder de negociación de los proveedores.....	28, 34, 40
Capítulo 2: Análisis de las cinco fuerzas de la industria aplicado en las Universidades Chilenas.....	27	<u>Precio</u>	46, 51, 54, 59
Capítulo 3: Las 4p del mercado educativo aplicado en 4 universidades.....	43	Problemática	11
Compradores	30	<u>Producto</u>	45, 49, 53, 57
Conclusiones	64	Productos sustitutos	29
Créditos de educación superior	27	<u>Promoción</u>	52, 55, 59
Cuerpo de análisis	17	Proveedores	30
Entrevista a profundidad – análisis de contenido.....	16	Reconcomiendo instituciones de educación superior	19
Evolución de la matrícula.....	22	Resumen	3
		Rivales de la industria.....	30
		Rivalidad entre los competidores.....	36, 41
		Segmentos analizados.....	29
		Sistema de ingreso a la universidad.....	24
		Sustitos.....	30
		Universidad de Chile	53
		Universidad de Valparaíso.....	45
		Universidad Mayor	57
		Universidad San Sebastián	49
		Universidades autónomas no pertenecientes al consejo de rectores (privadas).....	37
		Universidades tradicionales pertenecientes al consejo de rectores.....	30

Pregunta de investigación

¿Existe una coherencia entre las actividades relacionadas con el posicionamiento institucional y la percepción de los estudiantes de sus casas de estudios?

Objetivos

General

Estudio exploratorio del mercado de la educación superior, para determinar las variables del marketing mix que intervienen, con el fin de obtener una fotografía del momento actual del sistema educativo chileno, a través de un estudio de las cinco fuerzas de Porter y de entrevistas en profundidad, para un análisis conceptual de las variables del marketing mix, establecer un mapa de posicionamiento y entre las universidades estudiadas.

Específicos

- A) Realizar una investigación exploratoria, en la industria de educación superior aplicando las cinco Fuerzas de Porter
- B) Analizar las entrevistas y encontrar las variables de marketing mix destacadas en los discursos de los entrevistados
- C) Posicionar según la información a las cuatro universidades, para saber su posición actual y la efectividad de sus esfuerzos de marketing
- D) Obtener un panorama del momento actual del mercado de la educación superior.

Introducción

La educación es una de las bases de la movilidad social, lo que hace que posea un papel central en la sociedad y sea tema de preocupación de los gobiernos y personas del mundo.

En un mundo globalizado, la enseñanza también tiende a lo mundial tratando de armonizar instituciones y grados académicos entre otros varios tópicos, como pasó en Europa con el proceso Bolonia. Es normal que en un proceso tan importante como este, interfieran variables de marketing para mejorarla o para su comunicación efectiva entre la sociedad y los educadores.

En Chile la educación ha evolucionado y cambiado bastante durante los años, uno de los hitos importantes en la educación superior chilena fue la promulgación del decreto N°2, que separó las universidades de la época en varias sedes regionales y dicta la libertad de enseñanza para crear universidades privadas.

Actualmente, el sistema educativo es regido por la Ley General de Educación (LGE), y los artículos aun vigentes de la antigua Ley Orgánica Constitucional de la Enseñanza (LOCE).

A través de matrices y estudios de marketing se analizó el sistema educativo chileno, para tomar una foto precisa del momento actual del mercado educativo, aplicando el modelo de las cinco fuerzas del mercado de Michael Porter, un análisis de entrevistas en profundidad a estudiantes de la UNIVERSIDAD DE CHILE, UNIVERSIDAD SAN SEBASTIAN, UNIVERSIDAD DE VALPARAISO Y UNIVERSIDAD MAYOR, se buscaron variables de marketing mix en sus discursos que luego fueron comparadas con sus slogan y colocadas en un mapa de posicionamiento de las universidades analizadas.

Todo con el fin, no de encontrar estrategias de marketing para la educación, sino como estudio exploratorio sobre el tema y para entender el trabajo de las instituciones de educación superior y su relación con el marketing. Se encuentra una industria fuertemente constituida con una gran institucionalidad, en donde los estudiantes eligen a que instituciones ingresar a estudiar, influenciados por variables del marketing mix.

Marco Teórico

“Educar es gobernar” fue el lema bajo el cual fue electo el presidente Pedro Aguirre Cerda en 1938, esta frase hace entrever la importancia histórica de la educación para los gobernantes. Las herramientas que esta entrega a la personas, hacen que la educación sea un rol central de la sociedad, siendo esta participe de constantes revisiones y discusiones, estando muchas veces en el centro de la polémica, envuelta en movimientos sociales y políticos.

Este estudio, aborda el concepto de educación a través de dos perspectivas. Éstas son la calidad de la educación y el Marketing de la educación. Sobre la primera mirada, no existe un consenso en cuanto a la definición de concepto de calidad de la educación. No obstante, los diferentes autores sostienen que es posible analizar, los métodos con los cuales se compara y asegura la calidad en las instituciones de educación superior. Según OCDE (OCDE: 1995), la educación de calidad es la que *"asegura a todos los jóvenes la adquisición de los conocimientos, capacidades destrezas y actitudes necesarias para equipararles para la vida adulta"*. UNESCO en 2005 entrega una definición que abarca dos dimensiones principalmente estas son:

- (1) “La cual considera que el desarrollo cognitivo del educando es el objetivo explícito más importante de todo sistema educativo y, por consiguiente, su éxito en este ámbito constituye un indicador de la calidad de la educación que ha recibido.” (Unesco: 2005: 6)
- (2) “Hace hincapié en el papel que desempeña la educación en la promoción de las actitudes y los valores relacionados con una buena conducta cívica, así como en la creación de condiciones propicias para el desarrollo afectivo y creativo del educando” (Unesco: 2005: 6)

En este sentido, la literatura infiere que ambas dimensiones resultan difíciles de medir concretamente. Otro elemento que conlleva la calidad de la educación, es el aseguramiento de esta. J. Manes (2004) sostiene que *“un modelo de evaluación de la calidad de servicios está basado en la medición de expectativas y percepciones de la realidad de una institución educativa inserta en una determinada comunidad en un momento dado”*. Los métodos de acreditación son una de las herramientas que permiten el aseguramiento de la calidad, según la comisión nacional de acreditación, la acreditación: *“corresponde a una práctica de aseguramiento de la calidad de la*

educación superior que se aplica ampliamente en diversos países del mundo. Su propósito es verificar, a través de un proceso de autoevaluación con validación externa, el cumplimiento de estándares de calidad definidos para programas e instituciones de educación superior”. Otros autores aseguran que la calidad es de carácter multidimensional, se puede medir en varias dimensiones. Los autores E. Rodríguez, L. Pedraja, C. Araneda, M. González y J. Rodríguez en su obra “El impacto del aseguramiento de la calidad en el servicio entregado por las universidades privadas Chilenas” publicada en el año 2011, identifica 4 dimensiones de calidad: evaluación, control, auditoría y administración total de calidad. La evaluación de calidad está referida al proceso de evaluación externa de la calidad de la enseñanza y al aprendizaje en la Educación Superior. El control de calidad es un término utilizado para describir las técnicas operacionales o procedimientos sistemáticos. Auditoría de calidad se entiende como el proceso que garantiza el control de calidad acordado en una institución sea satisfactorio. Administración total se refiere a un proceso de constante adaptación, el que trata de mejorar la calidad del servicio para los estudiantes y empleados de las instituciones educativas.

La segunda perspectiva sobre la educación tratada en este estudio se enfoca en el marketing de servicios en Educación Superior. Marketing educativo se define como *“el proceso de investigación de las necesidades sociales tendientes a desarrollar y llevar a cabo proyectos educativos que satisfagan, produciendo un crecimiento integral del individuo, mediante el desarrollo de servicios educativos con su valor percibido, disponibles en el tiempo y lugar y éticamente promocionadas para lograr el bienestar de los individuos y organizaciones”* (Manes: 2004:19).

Otra definición pertinente es *“el Marketing Educacional es un proceso de creación de valor para los estudiantes y sus padres, de colegios, universidades o institutos, a través de productos educativos de calidad, resultados efectivos, servicios relevantes de atención, relaciones competentes y proyección de la imagen corporativa”* (Bustos: 2007).

Se infiere de las definiciones anteriores, que el marketing educativo, es un proceso que permite generar un valor agregado a la institución, ayudando a entender las necesidades y deseos de los usuarios y clientes receptores del servicio, esto se refleja en una mejor calidad del sistema educativo.

La calidad de la educación, junto con los métodos de aseguramiento de calidad y el marketing educacional, son factores que en sinergia pueden favorecer un mejor sistema educativo. El marketing según la literatura viene a reforzar la necesidad de innovación permanente en educación, consolidando y generando sus procesos retroalimentación.

Problemática

La globalización, es un proceso el cual ha generado cambios en muchos aspectos de la sociedad actual. Experimenta transformaciones profundas en lo económico, social y educativo.

La educación es uno de los componentes principales de la movilidad social y del progreso de las economías, siendo ella, la base de sustentabilidad de las naciones y de sus políticas de estado. Después de la segunda guerra mundial, Estados Unidos se convierte en centro de los negocios mundiales, las economías en general adoptaron el sistema de libre mercado usado por Estados Unidos.

La mercancías, comienzan a circular libremente entre países, por lo cual lo producido por un país ya no sólo compite con su oferta local, sino que debe competir con la oferta mundial, es en este contexto que los servicios y el conocimiento adquieren una gran importancia como factor diferenciador de los productos de los distintos países.

Con la importancia cada vez mayor de los servicios y el conocimiento en un mundo globalizado, el capital humano se vuelve más importante, reclutar talentos, que se puedan alinear a la organización y generar ventajas competitivas para las organizaciones.

La encargada de generar esos nuevos talentos, que sean competitivos y con el conocimiento adecuado para este nuevo contexto, son las instituciones de educación superior.

En ese momento se da el apogeo de la educación en mundo, creando más universidades, se obtiene una población más capacitada, para la productividad según lo que la sociedad necesita, sin embargo, en un mundo de conocimiento global, es necesario que la educación que ofrecen las universidades del mundo también este integrada.

Uno de los grandes ejemplos mundiales de integración, es la Unión Europea quienes constituyen un mercado común, donde existe libre circulación de personas. Dentro de este contexto surge el proceso Bolonia, que busca crear un sistema de alta calidad educativa donde existía una armonía y transparencia en materias relacionadas a los grados académicos, prácticas del aseguramiento de la calidad y mecanismos de créditos.

Este modelo de la alta calidad de educación, es tomado como ejemplo y tratado de imitar en las distintas universidades del mundo, en los distintos continentes.

Antiguamente en la sociedad chilena, el acceso a la educación superior era limitado, antes de la restructuración de 1981 existían solo 8 universidades, solo dos eran estatales, el resto eran privadas con aportes del estado.

El 3 enero de 1981 mediante el decreto N°2, se fragmenta las universidades privadas y públicas de la época, en sedes regionales y se dicta una completa libertad de educación superior para crear universidades privadas, se crean 11 universidades privadas.

Posteriormente en 1986 se crea el Consejo de Rectores de Universidades Chilenas, integrado por 25 rectores de las universidades tradicionales y sus derivados, agencia que se encargaba de la coordinación del derecho público de las universidades, sin que este afectara la autonomía de administración de sus integrantes.

Terminado el período militar, en marzo de 1990 se crea la ley 18.962 o Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE), esta ley crea el Consejo Superior de Educación (CSE), este se encarga de supervisar y acreditar a las universidades privadas. En la década de los 90 se crearon 29 nuevas universidades privadas, en el proceso de acreditación se eliminan 6 y otras se fusionan.

Después del proceso de acreditación las universidades podían llamarse autónomas “*que es un derecho que concede el Estado para que se rijan por sí mismas, con autonomía económica y administrativa*” (Cruz-Coke: 2004). Además de la autonomía las universidades privadas, estas pudieron recibir otro beneficio estatal, a través del DFL N°4 de 1981, éste cual consiste en un aporte fiscal indirecto (AFI), que beneficia a todas la universidades que seleccionen a los mejores 27.500 mejores puntajes de las pruebas para ingresar a la universidad, antiguamente la PAA y actualmente la PSU.

Hasta el 2009, según los datos existentes en MINEDUC, en Chile existen 58 universales, que representan el 45% de la oferta de pregrado en educación superior, la universidades privadas corresponden a un 31.24% y las del Consejo de Rectores corresponden a un 35.12%. Las universidades chilenas se pueden dividir en Universidades del Consejo de Rectores, universidades privadas autónomas y universidades privadas no autónomas.

Con un aumento exponencial en la matrícula universitaria, las universidades y las instituciones educativas en general, se ven en un nuevo entorno en el cual deben adaptarse rápidamente. En este entorno, se encuentran nuevas amenazas y oportunidades para éstas.

El crecimiento de la oferta educativa provoca que en ciertas zonas exista una saturación de la oferta educativa, donde existen muchas alternativas para elegir, creando una competencia entre las Universidades para captar matrícula. Esto sucede principalmente en la región metropolitana, donde existen 124 instituciones de educación superior de un total de 158 instituciones en el país, concentrándose aquí el 78,48% del total.

Es en este contexto, el marketing es una manera, para crear valor y diferenciar a las universidades, con el objeto de potenciar la matrícula de las instituciones y entregar herramientas para estudiar y comprender el mercado conformado por el alumnado.

En tal escenario, surgen las siguientes interrogantes: ¿cómo se despliega el uso de las herramientas de marketing en el posicionamiento de las casas de estudios? ¿Cuáles son las dinámicas que confluyen en las actividades de promoción de las universidades? ¿Existe una coherencia entre el posicionamiento institucional y la percepción de los estudiantes de sus casas de estudios?

Metodología

Este estudio analiza el posicionamiento de diferentes universidades chilenas, basado en la percepción de los estudiantes inscritos en las mismas. En primera instancia, se procedió a realizar una revisión bibliográfica. Posteriormente, se procedió a seleccionar mediante el criterio de acceso a la información y segmentación, a cuatro universidades de la región Metropolitana. En tercer lugar, se procedió a entrevistar, mediante un cuestionario semi-estructurado a 10 estudiantes de cuatro universidades seleccionadas. En cuarto lugar, se procedió a analizar mediante el método de análisis de contenido, los discursos de estudiantes entrevistados. En último lugar, se procedió a analizar comparativamente las campañas de comunicación de las universidades estudiadas. A continuación, se detallan los métodos anteriormente citados.

1- Análisis bibliográfico

En el presente estudio, realizó un estudio bibliográfico de los principales autores, principalmente sobre temas de educación y marketing educacional. Esto se llevó cabo con el fin de realizar un estado del arte del fenómeno estudiado.

Los principales autores leídos son:

- Michael Porter “Estrategias competitivas”: En este libro, se tratan temas del entorno del mercado. Lo más relevante de este trabajo, es el desarrollo de una herramienta de análisis del entorno de los mercados, llamada por el autor como el análisis de las cinco fuerzas.
- Kotler & Keller “Dirección del marketing”: presenta una visión general sobre el marketing. El autor profundiza sobre la herramienta de análisis de las 4P de mercadeo.
- Juan Manuel Manes “Gestión estratégica para instituciones educativas”: entrega la definición de marketing educativo y señala las principales herramientas que aporta el marketing a las instituciones educativas.

Los principales autores leídos en temas de educación:

- Artículo revista de ingeniería, Emilio Rodríguez Ponce y otros “El impacto del sistema de aseguramiento de calidad en el servicio entregado por universidades

privadas Chilenas”: definiciones sobre el aseguramiento de la calidad en las instituciones de educación superior y una contextualización general de la universidad privada chilena.

- Artículo Revista Medica Chile por Ricardo Cruz-Coke “Evolución de las universidades Chilenas 1981-2004”: número, conformación, evolución y figuras legales de las universidades Chilenas.
- Unesco “informe de seguimiento de la EPT en el mundo 2005”: documento resumen de la Unesco, donde entrega definiciones y revisiones sobre la educación a nivel mundial.
- OCDE “Higher education to 2030” y “Educación superior transfronteriza”: la educación superior envuelta en un contexto global, y en su forma actual.
- Clifford Adelman “The bologna Club”: explica la gestación del proceso Bolonia en Europa y la necesidad mundial de adaptarnos a este mismo modelo de educación superior”
- Páginas Web, de instituciones de gobierno e universidades para obtener datos concretos sobre las instituciones y sus políticas. www.cned.cl; www.mineduc.cl; www.demre.cl; www.uchile.cl; www.junaeb.cl .

2- Entrevista en profundidad – análisis de contenido

Guía de entrevista

¿Qué hacías antes de entrar a la universidad?	• Saber colegio donde estudio • Obtener información sociológica • Obtener información del pasado de la persona
¿Cómo fue tu elección de la Universidad y carrera?	• Influencias en la decisión • Identificar vocación o motivación • Orígenes familiares • Patrones de decisión
¿Cómo se ha desarrollado tu vida de estudiante en la universidad X?	• Obtener una evaluación de la institución • Obtener la opinión sobre la institución
¿Cómo te enteraste de esta carrera y de esta Universidad?	• ¿Por qué aquí? • Medios por los que se enteró de la institución

Una vez grabadas las encuestas serán transcritas a formato digital en Word y anexadas al final del documento de la tesis.

Cuerpo de análisis

El cuerpo de análisis, está conformado por 10 estudiantes de universidades Chilenas, pertenecientes a carreras de facultades de ciencia económicas y administrativas (FACEA), que actualmente se encuentren cursando sus carreras como alumnos regulares, que no hayan sido eliminados ni suprimidos académicamente de éstas.

La distribución de los 10 integrantes de la muestra es la siguiente:

Nombre	Edad	Sexo	Estudios Padre	Estudios Madre	Año en la universidad	Universidad
Entrevistado 1	19	M	Universitaria	Media	Primero	U. de Chile
Entrevistado 2	24	F	Media	Universitaria incompleta	Cuarto	U. de Valparaíso
Entrevistado 3	32	M	Universitaria	Universitaria incompleta	Cuarto	U. Mayor
Entrevistado 4	21	M	Universitaria	Instituto profesional	Cuarto	U. de Valparaíso
Entrevistado 5	25	M	Media	Media	Quinto	U. Mayor
Entrevistado 6	20	M	Media	Media	Segundo	U. de Chile
Entrevistado 7	28	M	Media	Media	Cuarto	U. San Sebastián
Entrevistado 8	27	M	No sabe	Media	Cuarto	U. San Sebastián
Entrevistado 9	22	M	Universitaria	Media	Tercero	U. San Sebastián
Entrevistado 10	25	F	Media	Media	Cuarto	U. de Valparaíso

3- Análisis comparado

Mediante un cuestionario semi estructurado, se procedió a entrevistar diferentes estudiantes inscritos en las universidades analizadas. Estas entrevistas entregaron una serie de variables que posteriormente se procedieron a comparar.

Se estableció, un paralelo entre una universidad privada y tradicional, que atienden a un segmento de estudiantes similar. En base a esto, se procedió a comparar mediante la técnica de contraste, diferentes variables relacionadas con el posicionamiento y la construcción social de la imagen de las universidades.

A continuación se enlistan las variables contrastadas:

- 1- Calidad de la educación
- 2- Nivel de Profesores

- 3- Expectativas profesionales
- 4- Identidad con la universidad
- 5- Infraestructura
- 6- Universidad tradicional

Estas variables fueron sometidas a dos matrices de análisis, estudiando el entorno en la industria de las universidades, a través de la herramienta de las 5 fuerzas de Michael Porter y también fueron evaluadas dentro del contexto interno de las organizaciones ocupando como guía el análisis de las 4P del mercadeo para luego colocarlas en un mapa de posicionamiento.

Capítulo 1: Perfil del sistema de educación superior

En Chile existen diversos niveles de educación, se consideran 4 niveles educación pre-básica, básica, media y superior. En la Ley General de Educación (LGE) se considera a la educación como un derecho para todas las personas. El Estado debe garantizar el acceso a ésta; promover la educación pre básica gratuita; financiar un sistema de educación básica y media. Hasta este punto la educación es obligatoria, todos los ciudadanos chilenos, deben terminar su educación hasta cuarto medio los que es equivalente a 12 años de escolaridad, el Estado debe asegurar el acceso a ésta. Así mismo, deberá ofrecer oportunidades para ingresar a la educación superior o terciaria, la cual no es obligatoria, sino de acceso voluntario para quien quiera continuar estudios y obtener un grado académico profesional. Las instituciones que permiten continuar estudios a nivel superior reconocidos por la LGE son: Universidades, Centros de Formación Técnica, Institutos Profesionales, academias y escuelas de formación de las distintas ramas de las fuerzas armadas y del orden. En estas instituciones se pueden obtener grados académicos, reconocidos por el estado, tales como: técnico de nivel superior, títulos profesionales, licenciaturas, magíster y doctorado.

Reconocimiento de las instituciones de educación superior

“Son instituciones de educación superior aquellas universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica que han obtenido el reconocimiento oficial del Estado y que actualmente se encuentran desarrollando actividades docentes”¹.

Estas instituciones para su funcionamiento están obligadas a obtener el reconocimiento oficial del Estado chileno, autorizando a estas a entregar títulos y grados académicos. Para obtener este reconocimiento se debe cumplir los requisitos que se establecen en la LGE y los artículos que aun permanezcan vigente de la LOCE, cumpliéndose estos, la institución será reconocida a través de una ley o un decreto supremo del Ministerio de Educación.

Las instituciones de educación superior podrán ser autónomas o estar sometidas a un régimen de supervisión externa.

¹ Página web del consejo Nacional de Educación, visitada el 01/09/2012; 13:23, www.cned.cl

Instituciones autónomas

“Son autónomas aquellas instituciones que están facultadas para otorgar los títulos y grados que corresponda en forma independiente, desarrollando sus funciones, en conformidad con lo establecido en sus estatutos, y comprende la autonomía académica, económica y administrativa ”².

La autonomía se puede obtener de dos maneras, la primera es a través de la ley, que otorga la autonomía a dicha institución o cumpliendo satisfactoriamente su proceso de supervisión respectivo.

Actualmente, todas las instituciones nuevas de educación superior deben ser sometidas a procesos de supervisión para que puedan obtener su autonomía. Este periodo durará hasta que la institución obtenga su autonomía o hasta el cierre de la misma.

Instituciones en examinación

El régimen de examinación se aplica a algunos institutos profesionales creados antes de 1990, que no han optado por el licenciamiento. Se caracteriza por la supervisión que ejerce otra institución de educación superior, en lo relativo a la aprobación de sus planes y programas de estudio, y a la aplicación de exámenes finales de las asignaturas y exámenes de grado de sus alumnos³.

Instituciones en supervisión

El régimen de supervisión se aplica a los centros de formación técnica creados antes de 1990 y que no han optado por el licenciamiento. Están bajo la supervisión permanente del Ministerio de Educación respecto del cumplimiento de sus condiciones mínimas de funcionamiento, y no pueden llegar a ser autónomos⁴.

Instituciones en licenciamiento (acreditación)

² CNED; 01/09/2012: 15:45

³ CNED; 01/09/2012: 16:25

⁴ CNED; 01/09/2012: 18:45

Este régimen de licenciamiento, antes conocido como acreditación que era llevado por el Ministerio de Educación, hoy en día y a partir de la promulgación de la ley 20.129 el 17 de noviembre de 2006, este proceso es llevado por el Consejo Nacional de Educación y éste es aplicado a las nuevas universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica, que deseen ser autónomos.

Las instituciones deberán someterse a un periodo de supervisión el cuál puede durar hasta once años, donde el Consejo Nacional de Educación evaluará el avance y concreción del proyecto institucional, considerando aspectos docentes, didácticos y técnico-pedagógicos, sus planes y programas de estudio, su plan general de desarrollo, sus recursos físicos y de infraestructura, así como la disponibilidad de los recursos económicos y financieros necesarios para otorgar los títulos profesionales y grados académicos.

Desarrollo de las instituciones de educación superior

Como se mencionó previamente, en Chile las universidades se regulan por la LGE y los artículos aun vigentes de la LOCE. Sin embargo, antes de la restructuración de 1981 existían solamente 8 universidades, de las cuales dos eran estatales, el resto eran privadas con aportes del Estado.

El 3 enero de 1981 mediante el decreto N°2, se dividen las universidades privadas y publicas de la época, en sedes regionales, lo que actualmente conocemos como Universidad de Valparaíso, Universidad de la Serena, entre otras y se dicta una completa libertad de educación superior lo que permite que se creen más universidades. A partir de ese momento comienzan a figurar las universidades privadas, en este periodo se crean 11 universidades privadas.

Posteriormente en 1986 se crea el Consejo de Rectores de Universidades Chilenas, integrado por 25 rectores de las universidades tradicionales y sus derivados. El consejo se encargaba de la coordinación del derecho público de las universidades, sin que este afectara la autonomía de administración de sus integrantes.

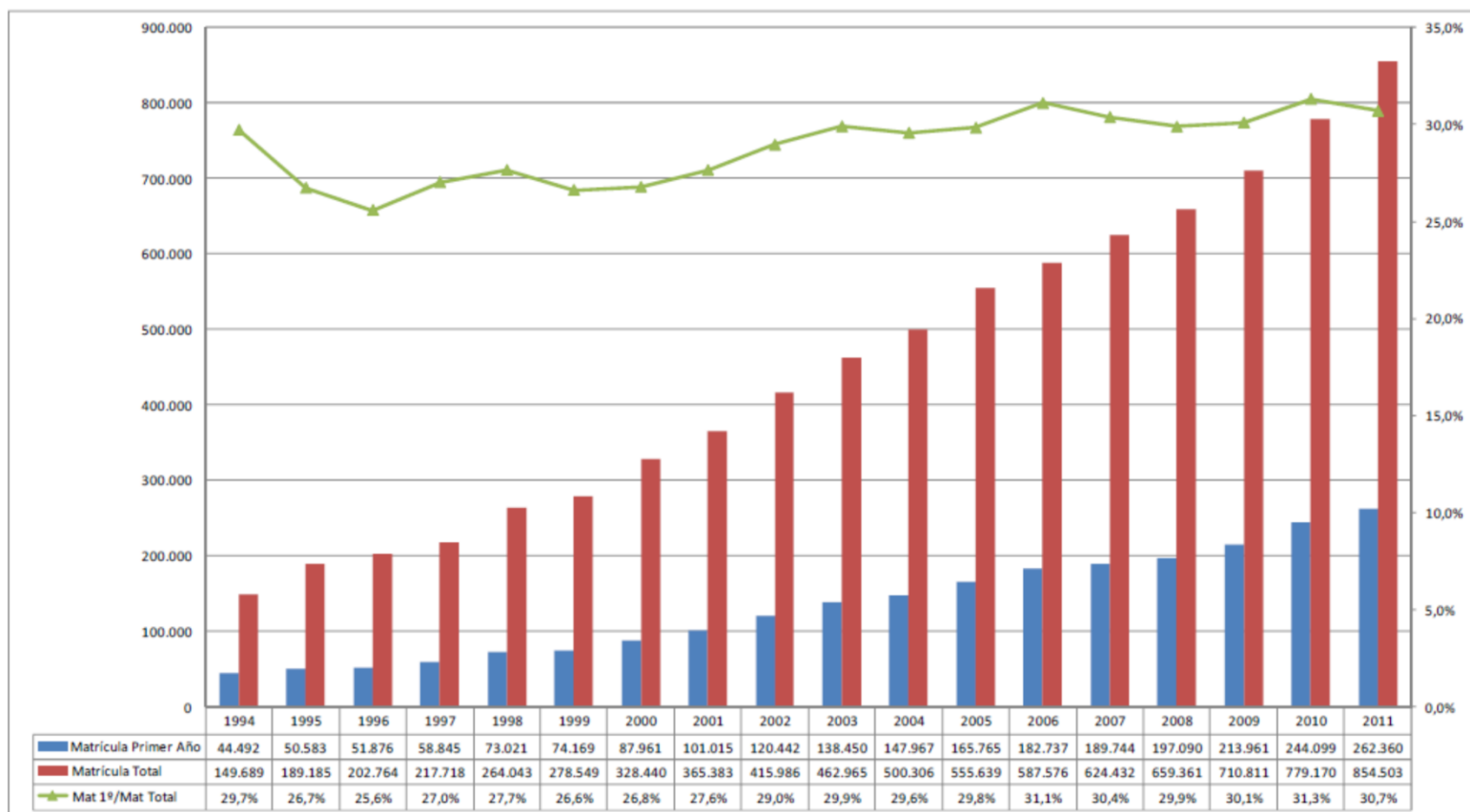
En la década de los 90 se crearon 29 nuevas universidades privadas, en el proceso de acreditación se eliminan 6 y otras se fusionan.

Actualmente según los registros del CNED, existen 60 centros de formación técnica, 40 institutos profesionales y 58 universidades. Instituciones que se encuentran debidamente funcionando, en sus respectivos ciclos, ya sean autónomas, en proceso de revisión, supervisión o licenciamiento.

Evolución de la matrícula

La matrícula de los estudiantes de educación superior ha experimentado un aumento en los últimos 18 años, ha quintuplicado su número de estudiantes desde 149.689 a 854.503. Existe una tendencia similar con la matrícula de alumnos de primer año, que aumentó de 44.492 estudiantes en 1994 a 262.360 en 2011.

Gráfico 1



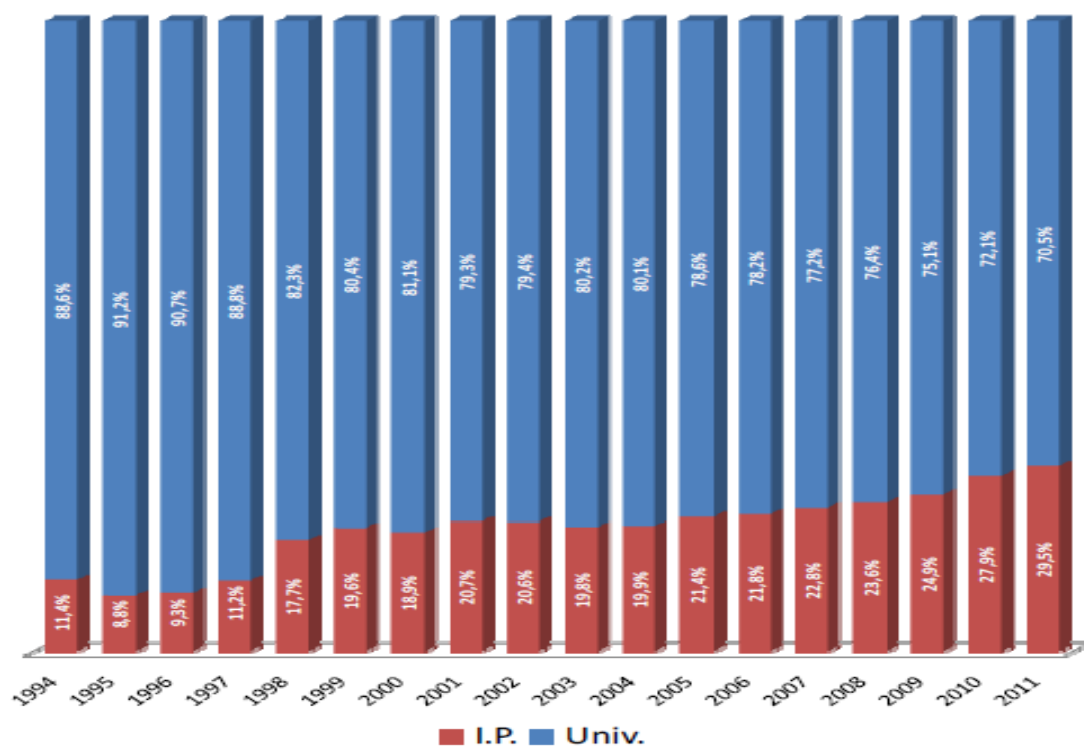
*Artículo evolución de la matrícula de Educación Superior 1994-2011: CNED diciembre 2011

En el gráfico, se aprecia la evolución de la matrícula por año desde 1994 hasta 2011, con la incidencia de los alumnos de primer año en el total de la matrícula. (CNED: 2012).

Los alumnos de primer año, representan un tercio del total de la matrícula universitaria, lo que puede deberse a las buenas políticas de integración (como el crédito con aval del estado) de los diversos sectores sociales que antes no participaban en la educación superior.

Las universidades históricamente han tenido una participación mayor en la matrícula respecto de los institutos profesionales. Sin embargo, los institutos profesionales han ido en un aumento progresivo pasando de una participación de 11,4% en 1994 a un 29,5% en 2011.

Gráfico 2



*Artículo evolución de la matrícula de Educación Superior 1994-2011; CNED diciembre 2011

En el gráfico se aprecia la participación en la matrícula total en instituto profesionales y universidades (CNED: 2012)

Tabla 2

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Tecnología	26,8%	25,5%	24,5%	24,4%	28,1%	26,8%	29,2%	28,2%	27,1%	26,5%	25,4%	24,3%	23,5%	22,7%	23,3%	23,7%	24,2%	24,5%
Administración y Comercio	20,2%	20,1%	19,8%	19,5%	19,4%	18,6%	17,2%	16,3%	15,5%	14,6%	13,3%	13,2%	12,4%	12,4%	13,3%	13,7%	14,3%	15,0%
Educación	11,6%	10,1%	10,3%	10,0%	8,7%	10,7%	9,6%	10,5%	13,2%	14,1%	15,6%	16,6%	16,1%	16,0%	16,6%	16,0%	15,8%	15,2%
Ciencias Sociales	9,4%	10,7%	11,5%	11,5%	10,8%	11,4%	11,2%	12,1%	11,7%	11,9%	11,6%	11,3%	11,0%	10,5%	10,1%	9,8%	9,5%	9,3%
Recursos Naturales	9,2%	9,2%	9,1%	9,8%	8,9%	8,7%	8,2%	7,6%	7,0%	6,6%	6,0%	5,5%	5,2%	5,1%	4,7%	4,2%	3,7%	3,3%
Arte y Arquitectura	6,9%	6,6%	7,0%	7,2%	7,1%	7,5%	7,8%	8,6%	8,5%	8,2%	8,1%	7,6%	7,8%	7,7%	7,5%	7,1%	6,7%	6,1%
Derecho	6,4%	6,7%	6,7%	6,7%	5,8%	6,1%	5,6%	5,5%	5,2%	5,9%	6,2%	7,1%	7,7%	8,3%	5,7%	5,3%	4,9%	4,6%
Salud	6,1%	7,2%	7,2%	7,1%	7,2%	6,4%	6,6%	6,7%	6,9%	7,7%	9,2%	10,1%	12,0%	13,2%	14,7%	16,1%	17,2%	18,4%
Ciencias	2,2%	2,7%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	3,1%	3,1%	3,2%	3,1%	3,0%	2,7%	2,7%	2,5%	2,5%	2,3%	2,2%	2,1%
Humanidades	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,2%	1,3%	1,3%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,7%	1,7%	1,7%	1,6%	1,6%	1,5%

*Artículo evolución de la matrícula de Educación Superior 1994-2011; CNED diciembre 2011

La tabla indica el número total de matrícula por sectores del conocimiento (CNED: 2012)

Se aprecia en la tabla que durante los 18 años del estudio, la mayoría de la matrícula de las universidades e institutos profesionales se concentra en el sector de la tecnología.

Las áreas de educación y salud experimentaron un aumento, educación en el año 2004 supera el 15% y luego se mantiene constante hasta 2011, salud por su parte en 2005 supero el 10% y desde esa fecha se mantuvo en alza hasta 2011.

El área Administración y Comercio que, de un 20,2% en 1994 bajó su participación respecto del total a un 15,0% en 2011.

Sistema de ingreso a la universidad

El método más común de ingreso a carreras de pregrado, es a través de la Prueba de Selección Universitaria (PSU). Esta prueba se realiza desde el año 2003 y antes se nombraba prueba de aptitud académica (PAA).

La PSU está compuesta por cuatro pruebas diferentes: matemáticas, lenguaje y comunicación, ciencias e historia, estas son administradas, desarrolladas, aplicadas y reportadas por el DEMRE.

El DEMRE es el organismo técnico de la Universidad de Chile responsable del desarrollo y construcción de instrumentos de evaluación y medición de las capacidades y habilidades de los egresados de la enseñanza media; la aplicación de dichos

instrumentos y la realización de una selección inter universitaria a nivel nacional en forma objetiva, mecanizada, pública e informada. A su vez, es el organismo encargado de la administración del sistema de selección a la educación superior (DEMRE: 2012).

La PSU es un instrumento de evaluación educacional que mide la capacidad de razonamiento de los postulantes egresados de la Enseñanza Media, teniendo como medio, los contenidos del Plan de Formación General de Lenguaje y Comunicación, de Matemática, de Historia y Ciencias Sociales y de Ciencias. Esta última incluye a Biología, Física y Química (DEMRE; 2012).

Los postulantes a la universidad deberán rendir la prueba de Matemáticas y Lenguaje de forma obligatoria y elegir entre la prueba de ciencias o de historia, y si el postulante lo desea, puede rendir las 4 pruebas.

Las distintas universidades, piden distintos puntajes y pruebas, esto dependiendo de las exigencias de las distintas instituciones de educación superior donde se quiera postular.

Existen otros mecanismos de ingreso a la educación superior, como son los ingresos especiales, los cambios entre universidad y carreras y los ingresos para alumnos extranjeros, sin embargo estos mecanismos son internos dentro de las instituciones y cada institución tiene exigencias y requisitos diferentes para estos procesos de selección o admisión.

Becas y Créditos

En el sistema de educación chileno existen ciertos subsidios y beneficios para los estudiantes, con el fin de ayudar a solventar y hacer más accesible la educación superior a familias de menores recursos.

Una beca es un apoyo económico que otorga el Ministerio de Educación (MINEDUC) para que puedas concretar sus estudios⁵.

En Educación superior existen becas de Arancel, Alimentación y complementarias.

⁵ www.mineduc.cl: 03/09/2012; 19:30

-Becas de arancel

Las becas de arancel, pueden cubrir el valor total del arancel o un porcentaje de este y en ocasiones también abarcan la matrícula.

A continuación se nombran las becas entregadas por el Ministerio de Educación (también existen becas internas en las distintas instituciones)

1. Beca Vocación de Profesor Pedagogías (BVP Pedagogías)
2. Beca Vocación de Profesor Licenciaturas (BVP Licenciaturas)
3. Beca Puntaje PSU (BPSU)
4. Beca Excelencia Académica (BEA)
5. Beca Bicentenario (BBIC)
6. Beca para Hijos de Profesionales de la Educación (BHPE)
7. Beca Juan Gómez Millas (BJGM)
8. Beca de Nivelación Académica (BNA)
9. Beca Juan Gómez Millas para Estudiantes Extranjeros (BJGME)
10. Beca Nuevo Milenio (BNM)
11. Beca Excelencia Técnica (BET)
12. Beca Reparación (B. Reparación)⁶

-Becas de alimentación y complementarias

Son becas entregadas para solventar gastos económicos, como lo son alimentación, transporte, mantención, entre otros.

En Chile existen dos becas de este tipo que son entregadas por Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas (JUNAEB), sin embargo estas becas se encuentran relacionadas a las becas de arancel entregadas previamente.

⁶ www.mineduc.cl: 03/09/2012: 20:45

JUNAEB: es una institución pública del Estado, parte del MINEDUC, cuya labor es "*hacer efectiva la igualdad de oportunidades ante la educación de niños y jóvenes en condición de vulnerabilidad económica*". Su tarea principal es disponer de alimentación, becas, útiles escolares, entre otras a todos los estudiantes vulnerables socioeconómicamente.

Al momento de postular a las becas de arancel, se debe llenar un documento llamado Formulario único de acreditación socioeconómica (FUAS), de lo aquí expuesto se evaluará si el postulante es merecedor o no del beneficio.

1. Beca de alimentación para la educación superior (BAES): consiste en un subsidio de alimentación entregado a través de una tarjeta electrónica de canje, que es utilizado en una red de locales especializados en la venta de productos alimenticios y supermercados. (JUNAEB; 2012).
2. Beca de mantención para la educación superior (BMES): consiste en la entrega de un dinero de libre disposición orientado a cubrir las necesidades derivadas de estar realizando estudios en la educación superior. Para el año 2012, se fijó en diez cuotas de \$ 15.500 pesos, distribuidas en el período de marzo a diciembre. (JUNAEB: 2012).

Créditos de educación superior

Un crédito es un beneficio que otorga el Estado para financiar parte o el total del arancel referencial anual de la carrera. Actualmente existen dos créditos para la Educación Superior:

- 1.-Fondo Solidario de Crédito Universitario (FSCU)
- 2.-Crédito con Garantía del Estado (Ley 20.027)⁷

⁷ www.mineduc.cl:04/09/2012: 13:45

Capítulo 2: Análisis de las cinco fuerzas de la industria aplicado en las Universidades Chilenas.

El modelo de las cinco fuerzas, es propuesto por Michael Porter en 1980 en su libro Estrategia Competitiva; técnicas para el análisis de la industria y la competencia.

El autor del modelo, plantea que existen cinco fuerzas que determinan la rentabilidad del mercado en el largo plazo o de algún segmento específico de este mismo, es tarea de las distintas organizaciones analizar la industria y tomar mejores decisiones para las organizaciones.

Las cinco fuerzas planteadas por Porter son: Amenazas de entrada de nuevos competidores, la rivalidad entre los competidores, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores y Amenazas de ingreso de productos sustitutos.

Amenaza de nuevos competidores

Hace referencia al posible ingreso de nuevos participantes, lo que suelen encontrarse limitados por diferentes variables, tales como las barreras de entrada, altos requerimiento de capital, economías de escala, avances en la curva de experiencia, entre otros.

La rivalidad de los competidores

Hace referencia a las empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto.

El grado de rivalidad entre los competidores aumentará a medida que se eleve la cantidad de éstos, se vayan igualando en tamaño y capacidad, disminuya la demanda de productos, se reduzcan los precios, etc.

Esta suele ser una suma de las otras cuatro fuerzas de la industria y es una de las más importantes.

Poder de negociación de los proveedores

Esta variable es respecto a la capacidad que tenga la industria de barajar distintas opciones con respecto a sus proveedores, y cuál es la capacidad que tiene para negociar con ellos.

Dentro de esta variable existen temas como: la existencia de más de un negociador, la exclusividad de los productos ofrecidos por algún proveedor, amenazas de integraciones hacia adelante por parte de los proveedores o hacia atrás por parte de las empresas de la industria, entre otros.

Poder de negociación de los compradores

Hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o compradores, por ejemplo, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos.

Además de la cantidad de compradores que existan, el poder de negociación de los compradores también podría depender del volumen de compra, la escasez del producto, la especialización del producto, etc.

Productos sustitutos

Son empresas que ofrecen productos similares a los que vende la industria, estos pueden ser parecidos, de menor calidad y menor precio o también pueden ser productos diferentes, pero que satisfacen la misma necesidad, por lo que se pueden convertir en una competencia peligrosa para la industria.

Esto dependerá de la propensión que tengan los clientes a cambiar fácilmente de producto, precios relativos de los productos sustitos, costo de cambiar de comprador, diferenciación del producto y acceso a los sustitutos cercanos.

Segmentos analizados

En este estudio, el análisis de la industria de la educación superior, específicamente el sector universitario, dividimos el mercado en dos segmentos, el primer segmento correspondiente a las Universidades tradicionales pertenecientes al Consejo de Rectores

y el segundo segmento universidades autónomas privadas no pertenecientes al consejo de rectores.

Es necesario realizar algunas aclaraciones, para poder definir correctamente las variables analizadas.

Proveedores

El proveedor es quien genera las materias primas para la producción, si bien las materias primas educación pueden plantearse como los conocimientos y los alumnos, el conocimiento es de tipo universal y es lo que los estudiantes van a buscar a las universidades, por lo tanto este es el servicio ofrecido por la educación superior. Entonces las materias primas serán los estudiantes, pero ¿quién prepara a los estudiantes? Los encargados de capacitar y entregar los conocimientos y destrezas básicas para que un alumno pueda estudiar en la universidad, es la educación básica y la educación media, por lo que se definirán a los proveedores como las escuelas básicas y liceos de enseñanza media que preparan a los estudiantes para la educación superior.

Rivales de la industria

Son las universidades integrantes de ambos segmentos las 25 universidades del Consejo de Rectores para el primer segmento y las 33 universidades autónomas no pertenecientes al consejo de rectores para el segundo segmento.

Compradores

Si bien, en el análisis común de la industria de la educación, se plantea que los estudiantes son la materia prima, las universidades el proceso de fabricación y las empresas los clientes finales, las empresas no son quienes pagan los aranceles de los estudios, ellos toman la decisión de contratación del estudiantes después del egreso de este, por lo tanto para este estudio se definirá a los compradores como los mismos estudiantes que deberán elegir su mejor opción de estudios superiores y financiar ellos sus carreras.

Sustitutos

Estos son los del segmento contrario del segmento analizado y otras instituciones que ofrecen estudios de educación superior, los institutos profesionales y centros de formación técnica.

Nuevos integrantes

Serán las nuevas universidades que quieran ingresar y unirse al segmento analizado

Universidades tradicionales pertenecientes al consejo de rectores.

Es un organismo integrado por veinticinco (25) rectores de las universidades tradicionales y sus derivados. Esta agencia se encarga de la coordinación del derecho público de las universidades, sin que éste afecte la autonomía de administración de sus integrantes.

Las veinticinco universidades integrantes de este segmento son:

Universidades estatales tradicionales:

- Universidad de Chile
- Universidad de Santiago de Chile

Derivadas

Estas universidades se crearon en 1981, a partir de la Universidad de Chile y la Universidad de Santiago.

- Universidad de Tarapacá,
- Universidad Arturo Prat
- Universidad de Antofagasta
- Universidad de Atacama
- Universidad de La Frontera
- Universidad de La Serena
- Universidad de Magallanes
- Universidad Tecnológica Metropolitana
- Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación
- Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación

- Universidad de Valparaíso
- Universidad del Bio Bio
- Universidad de los Lagos
- Universidad de Talca

Universidades privadas tradicionales

Universidades privadas existentes en 1981:

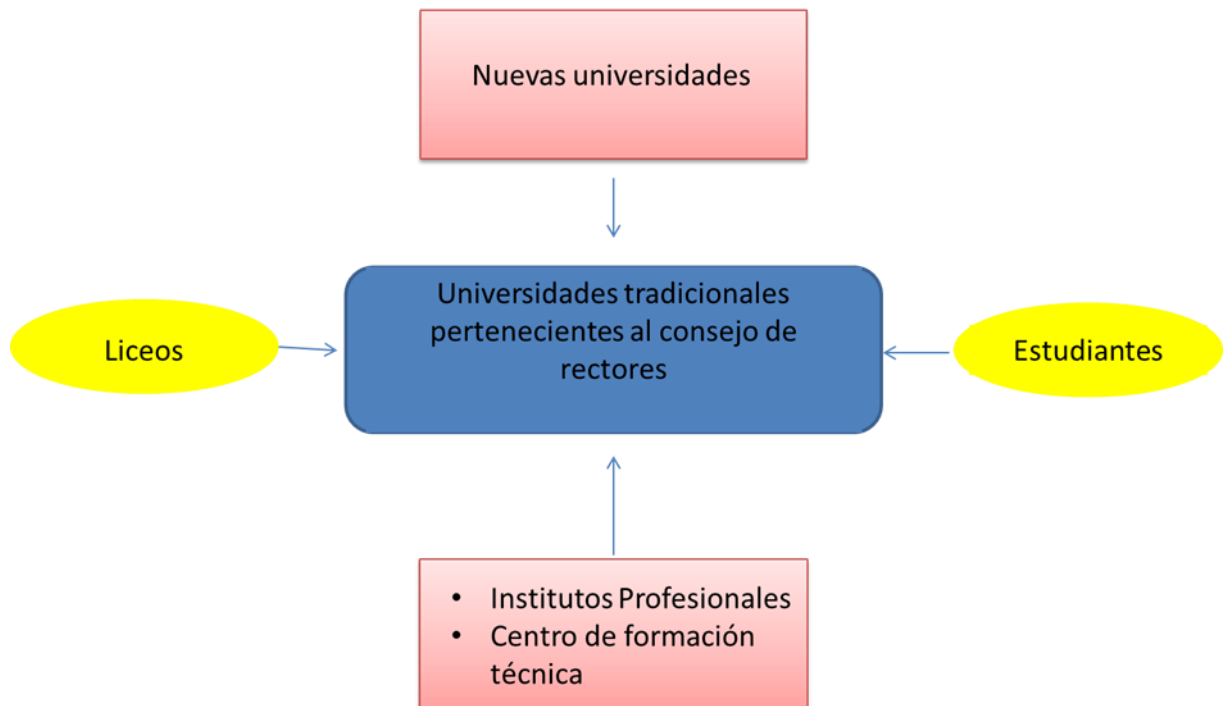
- Pontificia Universidad Católica de Chile
- Universidad de Concepción
- Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
- Universidad Técnica Federico Santa María
- Universidad Austral de Chile
- Universidad Católica del Norte

Derivadas

Son antiguas sedes de la Pontificia Universidad Católica de Chile:

- Universidad Católica de la Santísima Concepción
- Universidad Católica del Maule
- Universidad Católica de Temuco

Análisis de las cinco fuerzas: Universidades tradicionales pertenecientes al consejo de rectores.



Poder de negociación de los clientes:

- Las universidades del Consejo de Rectores, suman en total veinticinco universidades y están repartidas de manera uniforme a través de todo el país, debido a esto los estudiantes tienen una gran variedad de elección.
- Existe un total de doce becas de arancel, entregadas por el Estado a través del DEMRE, además, el mismo organismo entrega becas alimenticias y complementarias, para el estudio en estas instituciones y dos créditos uno con aval del estado y el fondo solidario. Igualmente becas propias de las instituciones.
- En la educación superior chilena, existen sustitutos de las universidades pertenecientes al Consejo de Rectores, treinta tres universidades privadas autónomas no pertenecientes al Consejo de Rectores, cuarenta institutos profesionales y sesenta centros de formación técnica.
- Hay bastantes canales para que los estudiantes puedan informarse de las distintas universidades, y de sus actividades, todas las universidades del Consejo de

Rectores cuentan con paginas WEB donde puede verse los valores de los aranceles y mallas curriculares, existen también portales para guiar a los estudiantes en su elección universitaria como es el caso de www.universia.cl, además de varias instituciones como lo son el Consejo de Rectores, el DEMRE y algunas instancias como son las ferias de educación superior, donde los estudiantes pueden informarse de las distintas universidades y carreras

- En general, las universidades del Consejo de Rectores, sobre todo algunas como la Universidad de Chile, Universidad Católica son relacionadas con instituciones de altos estándares de calidad (según el ranking de universidades de la revista ¿Qué pasa?, donde diversos representantes de empresas e instituciones del mundo laboral asignan una calificación entre 1,0 y 7,0. Siendo la mejores calificadas la Pontificia Universidad Católica de Chile con un 6.42 y la Universidad de Chile con un 6.29⁸)
- Cambiarse de una universidad a otra puede ser un costo alto, pero a la vez asumible por muchos estudiantes de la educación superior, esto reflejado en la deserción universitaria y la gran importancia que poseen los alumnos de primer año en el total de la matrícula universitaria.
- En general el arancel de las universidades tradicionales suele ser más bajo y con más facilidad de acceso a becas que en las universidades no pertenecientes a este, sin embargo los institutos profesionales y centros de formación técnica suelen ser más baratos.
- En la universidad se pueden lograr grados académicos como son licenciatura, diplomado, magíster y doctorado.

Poder de negociación de los proveedores

- En Chile existen dos tipos de educación: científico humanista y la técnico profesional
- El sistema de educación chileno es de financiamiento mixto y ofrece a las universidades, estudiantes de colegios particulares pagados; municipales y particulares subvencionados; con distintos niveles en la calidad de la educación de sus estudiantes. Generalmente asociándose mejor calidad a los colegios particulares pagados, que a los de educación municipal. Según los resultados de

⁸ Revista Que pasa Educación; 16 de diciembre 2011

las pruebas SIMCE 2011 el puntaje promedio mas altos fue de los colegios particulares pagados 293 puntos, seguido por los colegios particulares subvencionados 259 y 240 para los colegios municipales⁹

- La mayor concentración de alumnos provienen de colegios científicos humanistas, y en menor cantidad de colegios técnicos, cabe señalar que el objetivo de los colegios técnico profesionales, es formar técnicos de nivel medio con competencias básicas para que los estudiante se inserten, tras finalizar, en el campo laboral.
- Los propietarios y controladores de las diversas universidades, pueden poseer integraciones verticales hacia atrás, por ejemplo existen casos, como es el de la Universidad de Chile, el liceo Manuel de Salas y el colegio UTEM de la Universidad Tecnológica Metropolitana entre otros.

Amenazas de nuevos entrantes

- Procesos de reconocimiento de las instituciones que entran a la educación superior, para obtener la autonomía, en el caso de las universidades el proceso de licenciamiento, puede durar hasta ocho años y es administrado por el Consejo Nacional de Educación Superior.
- El costo de profesores y planta física es fijo y a mayor cantidad de alumnos, los costos unitarios son mucho menores, por lo que las economías de escala son importantes para este mercado.
- El ingreso para nuevas instituciones tiene un costo muy alto, principalmente por la inversión inicial que éstas deben hacer y al igual que el costo fijo a cubrir, ya que deben pagar profesores, certificaciones y desarrollar una buena infraestructura.
- Las instituciones pertenecientes al Consejo de Rectores, son universidades muy bien posicionadas y consolidadas en el mercado de la educación.
- Las universidades tradicionales son instituciones antiguas en el país y tienen una gran experiencia en el mercado local.

⁹ www.simce.cl; 04/11/2012; 17:28

Amenazas de productos sustitutos

- Existen casos de estudiantes que han fracasado en universidades del Consejo de Rectores y se han cambiado a universidades privadas o en otros casos a institutos profesionales o centros de formación técnica.
- El precio de los institutos profesionales y centros de formación técnica es menor que el de las universidades y algunas universidades que segmentan en estudiantes de menores recursos también son más baratas.
- Algunos estudiantes que no tienen recursos para terminar la educación en algunas universidades, se cambian a instituciones más baratas.
- Los institutos profesionales y centros de formación técnica sólo entregan títulos profesionales y no grados académicos.
- En Chile hay 33 universidades privadas no pertenecientes al consejo de rectores que ofrecen servicios y carreras muy similares a las de las universidades tradicionales, además de instituciones como institutos profesionales y centros de formación técnica.

Rivalidad entre los competidores

- Los estudiantes tienen un poder de negociación bastante bueno, existe una variedad de carreras y universidades, productos sustitutos como los ofrecidos por institutos profesionales y centros de formación técnica, la información está disponible y de fácil acceso, además de tener alternativas suficientes de financiamiento para acceder a éstas, sin embargo los costos de las universidades son altos y el posicionamiento de las universidades tradicionales es fuerte, por lo que poseen una diferenciación importante en términos de tradición.
- Los estudiantes egresados de educación media vienen de distintos colegios ya sea por su formación científico humanista o técnica, o por su nivel de ingresos y educación: los colegios municipales, particulares pagados y particulares subvencionados, de esto se desprende una gran diversidad de los estudiantes egresados de la educación media. Y generalmente capacitados para acceder a la educación media.
- Las barreras de entrada a la industria de educación superior son altas, ya que es necesario un reconocimiento del Estado para que estas instituciones puedan trabajar de forma autónoma, además el costo de entrada es alto, por sus elevados

costos fijos y de entrada, además las universidades tradicionales son organizaciones sólidas y bien constituidas, con un fuerte posicionamiento en Chile.

- Existen muchos productos sustitutos en la industria como los son los institutos profesionales y centros de formación técnica que son de fácil acceso y ofertas muy cercana a las mallas originales por parte de algunas universidades privadas.
- La curva de crecimiento de las universidades en Chile se encuentra en etapa de maduración, donde existe un grupo definido de universidades estables y es escaso el ingreso de nuevas universidades a este grupo, siendo la Universidad de los Leones la última que entró hace un par de años ya, pero actualmente el grupo de 58 universidades, entre ellas, 33 privadas no tradicionales y 25 tradicionales se mantiene estable.
- Las barreras de salida son altas, sobre todo en las Universidades del Consejo de Rectores del Estado, ya que éstas reciben aportes estatales, y si una universidad estatal se encuentra en problemas se realizará una restructuración interna y recibirá un aporte estatal significativo
- Existe una gran cantidad de universidades e instituciones superiores que ofrecen una buena diversidad de carreras y perfiles profesionales para los estudiantes.
- La universidad siempre se plantea como un bien social, sin precio económico medible en el mercado, sólo se mide a través de la calidad de educación lo que es un término muy difícil de definir, por lo que la información de estos términos se hace ambigua. Por lo tanto mucha de la información disponible de las universidades sea asimétrica
- El peso de algunas universidades es bastante fuerte sus posicionamientos están sólidamente establecidos en la mente de las empresas que contratan a los egresados de la diversas universidades fiscales, por lo que el peso de las marcas en educación superior es muy importante para la organizaciones que participan en ella.
- Las universidades de la industria actualmente están expandiendo su oferta en el mercado para estudiantes que trabajan en jornadas flexibles, vespertinas y e-learning, tales como postgrados y otros.

Universidades autónomas no pertenecientes al Consejo de Rectores (privadas).

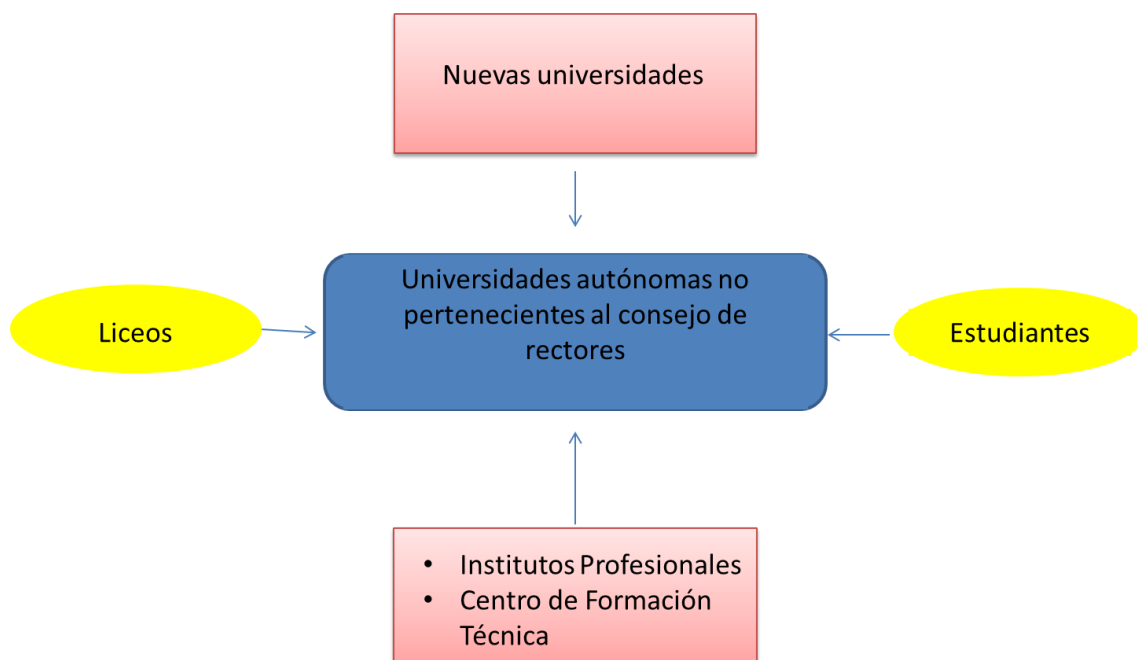
El 3 de enero de 1981 se dicta el decreto de ley número dos, que dicta una completa libertad de enseñanza, lo que permite que empresarios u otros tipos de instituciones puedan crear universidades y administrarlas, éstas son las llamadas universidades autónomas no tradicionales o privadas. Actualmente existen 33 universidades de este tipo, pertenecientes a distintos dueños, con doctrinas y filosofías de educación diferentes, que se relacionan con el gobierno a través del Consejo Nacional de Educación superior que les confiere su autonomía.

Universidades privadas chilenas:

- Universidad Academia de Humanismo Cristiano
- Universidad Adolfo Ibáñez
- Universidad Adventista de Chile
- Universidad Alberto Hurtado
- Universidad Autónoma de Chile
- Universidad Bernardo O'Higgins
- Universidad Bolivariana
- Universidad Católica Cardenal Raúl Silva Henríquez
- Universidad Central de Chile
- Universidad Chileno-Británico de cultura
- Universidad de Aconcagua
- Universidad de Ciencia, Artes y Comunicaciones, UNIACC
- Universidad de Artes y Ciencias Sociales, ARCIS
- Universidad Ciencias de la Informática, UCINF
- Universidad de las Américas
- Universidad del Desarrollo
- Universidad del Mar
- Universidad de los Andes
- Universidad de Viña del Mar
- Universidad Diego Portales
- Universidad Finis Terrae

- Universidad Gabriela Mistral
- Universidad Iberoamericana de Ciencia y Tecnología, UNICIT
- Universidad Internacional SEK
- Universidad los Leones
- Universidad Mayor
- Universidad Miguel de Cervantes
- Universidad Nacional Andrés Bello
- Universidad Pedro de Valdivia
- Universidad Regional San Marcos
- Universidad San Sebastián
- Universidad Santo Tomas
- Universidad tecnológica de Chile, INACAP

Análisis de las cinco fuerzas: Universidades autónomas no pertenecientes al consejo de rectores.(privadas no tradicionales).



Poder de negociación de los clientes

- Del universo total de 58 universidades, 33 de ellas son del grupo de las universidades autónomas no pertenecientes al Consejo de Rectores siendo el 56,85% de la oferta universitaria, además de los institutos profesionales y centros de formación técnica.
- Al igual que en las universidades fiscales, los alumnos de escasos recursos de las universidades privadas, podrán optar a las becas entregadas por el DEMRE y distintas becas entregadas por las mismas universidades.
- El coste de cambiarse dentro de una universidad privada es elevado, si se toma en cuenta que los aranceles se mantendrán por los años extras de estudios y los años ya cursados no le serán devueltos al alumno, arriesgando, en algunos casos, de perder sus becas.
- Los medios de comunicación son los mismos que para las universidades del Consejo de Rectores, los cuales están señalados en el primer análisis de las cinco fuerzas de las universidades del Consejo de Rectores.
- Los sustitutos a los que pueden recurrir los estudiantes son las universidades del Consejo de Rectores, a los institutos profesionales y centros de formación técnica.
- Las universidades ofrecen a los estudiantes distintos aranceles, según el segmento que estas universidades atiendan, los alumnos más sensibles al precio eligen universidad con un arancel más bajo o que entreguen más descuentos en el arancel como becas y otros.
- Las instituciones de la industria ofrecen servicios y distintas mallas, para los distintos perfiles de alumnos, según su segmento, ya sea por corte socioeconómico, por puntajes de PSU u otros.
- En la universidad se pueden lograr grados académicos como son licenciatura, diplomado, magíster y doctorado.
- La inversión de las universidades privadas es superior a la realizada por la mayoría de las universidades fiscales

Poder de negociación de los proveedores

- En Chile existen dos tipos de educación: científico humanista y la técnico profesional
- El sistema de educación chileno es de financiamiento mixto y ofrece a las universidades estudiantes de colegios particulares pagados, municipales y particulares subvencionados, con distintos niveles en la calidad de la educación de sus estudiantes. Generalmente asociándose mejor calidad con los colegios particulares pagados, que con la educación municipal, donde destacan un grupo de colegios que son los colegios denominados emblemáticos y de excelencia académica.
- La mayor concentración de alumnos provienen de colegios científicos humanistas, y en menor cantidad de colegios técnicos, cabe señalar que el objetivo de los colegios técnico profesionales, es formar técnicos de nivel medio con competencias básicas para que los estudiante se inserten en el campo laboral cuando egresen de dichos establecimientos.
- Los grupos dueños de las universidades privadas también utilizan la integración vertical hacia atrás, son dueños de varios colegios, como el caso de la Universidades de los Andes y los colegios Opus Dei, los colegios Mayor de la Universidad Mayor, entre otros.

Amenazas de nuevos entrantes

- Procesos de reconocimiento de las instituciones que entran a la educación superior, para obtener la autonomía, en el caso de las universidades el proceso de licenciamiento, puede durar hasta ocho años y es administrado por el Consejo Nacional de Educación Superior.
- El costo de profesores y planta física es fijo y a mayor cantidad de alumnos, los costos unitarios son mucho menores, por lo que las economías de escala son importantes para este mercado.
- El ingreso para nuevas instituciones tiene un costo muy alto, la inversión inicial que estas deben hacer y al igual que el costo fijo a cubrir, ya que deben pagar profesores, certificaciones y desarrollar una buena infraestructura.

- Las universidades privadas suelen tener una sólida administración y estrategias de inteligencia de marketing, bien estudiadas y consolidadas, suelen ser intensivas en publicidad.

Rivalidad entre los competidores

- Los estudiantes tienen una gran cantidad de opciones para acceder a la educación superior, desde las universidades hasta los centros de formación técnica, donde pueden elegir la mejor opción, las mejores variables según sus criterios, esto ayudado también, por la existencia de becas y créditos que apoyan a los estudiantes de educación superior.
- Los estudiantes egresados de educación media vienen de distintos colegios ya sea por su formación científico humanista o técnica, o por su nivel de ingresos y educación, los colegios municipales, particulares pagados y particulares subvencionados, de esto se desprende una gran diversidad en los estudiantes egresados de la educación media. Y generalmente capacitados para acceder a la educación superior.
- Las barreras de entrada a la industria de la educación superior son altas, ya que es necesario un reconocimiento del Estado para que estas instituciones puedan trabajar de forma autónoma, el costo de entrada es alto, por sus elevados costos fijos.
- Los productos sustitutos para las universidades privadas obviamente son la fuerte competencia de las universidades pertenecientes al Consejo de Rectores, institutos profesionales y centros de formación técnica.
- En el caso de las universidades privadas, el valor de la marca es importante, pero a diferencia de las universidades tradicionales, la marca no se consolida por tradición o experiencia, sino que esta se crea a través de importantes esfuerzos de marketing.
- Cada universidad atiende a un segmento diferente o en algunos casos se especializan en ciertas áreas, donde son más fuertes que en otras, bajo el principio de diferenciación, sin embargo, muchas de las universidades privadas ofrecen una gran cantidad de carreras diferentes.

- Las universidades de la industria actualmente están expandiendo su oferta en el mercado para estudiantes que trabajan, en jornadas flexibles, vespertinas y e-learning, tales como postgrados y otros.

Capítulo 3: Las 4p del mercado educativo aplicado en 4 universidades

El Marketing es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios (Kotler & Keller: Dirección de marketing).

En marketing para satisfacer las necesidades de las personas, se ocupan diversas técnicas, que junto a un debido estudio de mercado podrían maximizar el beneficio de los dueños de instituciones. La función principal del marketing es la satisfacción de las necesidades de los clientes y donde las instituciones deberán establecer precios, diseñar un producto o servicio, determinar canales de distribución y elegir las técnicas de comunicación más efectivas para las instituciones. La mezcla de estos cuatro elementos es llamada marketing mix o también conocida como las 4p del marketing.

Más específicamente:

Producto: cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición o uso que satisfaga una necesidad. (Kotler & Keller: Dirección de marketing)

Precio: es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. (Kotler & Keller: Dirección de Marketing)

Plaza: elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. (kotler & keller: Dirección de Marketing)

Promoción: la comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. (kotler & keller: Dirección de Marketing)

El trabajo con las 4P debe estar de acuerdo a la planificación estratégica de las empresas, en este caso de las instituciones de educación superior, las empresas deberían tener claramente sus objetivos a largo y corto plazo, al igual que su misión y visión de la universidad.

En el estudio de campo, se realizó entrevistas a distintos estudiantes de cuatro universidades, dos universidades pertenecientes a las llamadas tradicionales integrantes

del Consejo de Rectores y dos universidades autónomas privadas no pertenecientes al Consejo de Rectores. Se pretende encontrar variables del marketing mix de las universidades, dentro de los discursos de los entrevistados, y estas compararlas con los slogan de las distintas universidades, lo que nos ayudará a entender un poco el posicionamiento que tienen dichas instituciones.

Las universidades analizadas en este estudio son:

- Universidad de Valparaíso (Consejo de rectores)
- Universidad San Sebastián (Privada)
- Universidad de Chile (Consejo de rectores)
- Universidad Mayor (Privada)

Universidad de Valparaíso

Carrera: Administración de negocios internacionales

Eslogan: Innovación, Tradición, Excelencia

Producto

Los estudiantes entrevistados, expresaron que uno de los valores por los que eligieron la Universidad de Valparaíso es por considerarse una universidad estatal, lo que para ellos constituye una ventaja debido a la valoración de ellas en el mercado laboral y les permite conseguir algún tipo de beneficio, tales como becas, créditos, rebajas, etc. Lo podemos deducir de las siguientes frases:

“mi única oportunidad era estudiar en una universidad más barata lograr un beneficio y todo eso” (entrevistada 2: Universidad de Valparaíso)

“era una universidad estatal que cumplía los estándares que necesitaba y quería para estudiar” (entrevistado 4: Universidad de Valparaíso)

“yo buscaba una que estuviera dentro del colegio de rectores porque mi importaba en tema de las becas no puedo financiarme la carrera sola, entonces mi importaba mucho una universidad que tuviera avalada por el colegio de rectores para poder optar a las becas y dentro de eso estaba la u de valpo” (entrevistada 10: Universidad de Valparaíso)

Otra variable citada por alumnos de esta carrera, es la duración del programa, siendo este de corta duración:

“era una carrera que no es larga por lo tanto permite un post grado con facilidad”
(entrevistado 4: Universidad de Valparaíso)

“salía esta carrera que igual en ese tiempo, que igual era como nuevecita, había como 7 años no recuerdo bien cuanto tiempo que llevaba la carrera en la universidad”
(entrevistada 2: Universidad de Valparaíso)

La carrera la toman muchos estudiantes como alternativa, al no alcanzar un puntaje tan alto como el que esperaban y deciden por la carrera siendo su mejor opción con respecto al puntaje que obtenido en la PSU, prefiriendo entrar a esta universidad y carrera que tomar la carrera que deseaban en una universidad privada.

“Fue dentro de la expectativas, de los parámetros que me daba la PSU por puntaje que tuve, mientras que mis opciones siempre fueron universidades estatales” (entrevistado 4: Universidad de Valparaíso).

“Yo quería estudiar educación física, pero me faltaron unos puntitos estaba lista en el examen todo, en lo físico y no quede po y no sé porque cambie de rubro a una cosa así, porque podría haber postulado a una privada pero como te dijo no soy como así, no una familia de bolsillo gordo” (entrevistada 2: Universidad de Valparaíso).

“Por el preuniversitario yo estaba estudiando, estaba haciendo el preu haya en la cato y fui a un charla vocacional, y ahí salió la carrera, yo quería estudiar diseño grafico, y me puse a ver la parte de negocios y salía la carrera de ANI” (entrevistada 10: Universidad de Valparaíso)

Otro tema respecto al producto citado por alumnos, es el hecho de la que la carrera, es relativamente nueva, y eso se ve como una ventaja. Sin embargo, plantean que los ramos deben ser mejor dirigidos hacia la especialidad de la carrera, mientras que otros señalan que pudiesen existir más ramos matemáticos.

“deja huellas, espacios que son importantes de suplir, como por ejemplo la falta de cálculo, un poco más de ramos matemáticos” (entrevistado 4: Universidad de Valparaíso)

“darle un enfoque más a los ramos de comercio, lo que pasa que el enfoque que tiene la carrera es solamente, que lo principal, lo más importante, son los ramos de finanzas, que si pueden que sean importantes, pero creo que nosotros estamos estudiando...no estamos estudiando finanzas, estamos estudiando negocios internacionales” (entrevistada 2: Universidad de Valparaíso)

Precio

Los entrevistados no hicieron ninguna referencia al precio o arancel de las carreras directamente, lo que si señalaron algunos, es que dentro de la universidad podrían postular a beneficios o becas para mantenerse estudiando.

“mi única oportunidad era estudiar en una universidad mas barata lograr un beneficio y todo eso” (entrevistada 2: Universidad de Valparaíso)

Yo buscaba una que estuviera dentro del colegio de rectores porque mi importaba en tema de las becas no puedo financiarme la carrera sola, entonces mi importaba mucho una universidad que tuviera avalada por el colegio de rectores para poder optar a las becas y dentro de eso estaba la u de valpo (entrevistada 10: Universidad de Valparaíso)

Plaza

Los alumnos en sus discursos exhiben dos puntos importantes sobre la plaza de la institución, cabe destacar que los alumnos entrevistados de esta universidad pertenecen a la sede de Santiago.

Uno de los temas señalados por los estudiantes es que la infraestructura de la sede de Santiago, es funcional. Sin embargo, no corresponde a una edificación universitaria, sino que corresponde a las ex dependencias de un colegio de la zona. No obstante, también reconocen la existencia de una infraestructura muy buena en la sede de Viña del Mar de la misma universidad.

“En el Campus Santiago la infraestructura deja mucho que desear como ya lo sabemos la universidad está en un espacio que no es netamente de una universidad sino de un colegio” (entrevistado 4: Universidad de Valparaíso)

“En Viña existen muchas cosas muy importante, una infraestructura muy buena”
(entrevistado 4: Universidad de Valparaíso)

Los alumnos en varios párrafos señalan la existencia de varios campus en distintas regiones, lo que indica una estrategia de plazas estratégicamente posicionadas, para lograr mayor matrícula en alumnos de diferentes regiones, una especie de distribución intensiva del servicio universitario. Sin embargo, señalan que a pesar de esto, existe una dependencia por parte de las sedes regionales sobre la sede central correspondiente, se evidencia una centralización de los procesos.

“yo postulé a los andes, partí allá dejando a mi familia atrás” (entrevistada 2: Universidad de Valparaíso)

“Que no tenemos más de un profesor por ramo o no tenemos distinto horario para un ramo, entonces eso nos perjudica y nos obliga a ir a la quinta región” (entrevistado 4: Universidad de Valparaíso).

Análisis del eslogan según la percepción de los alumnos: Universidad de Valparaíso

Slogan: Innovación, Tradición y Excelencia

El eslogan de la Universidad de Valparaíso dice Innovación, Tradición y Excelencia, para los alumnos de la Universidad, ésta sí corresponde a una universidad tradicional que les entrega una ventaja subjetiva con respecto a las universidades no pertenecientes a este grupo, ellos asumen que es una buena universidad, que es de excelencia y que al hablar de la Universidad de Valparaíso les agrada y les entrega un buen estatus dentro del futuro mundo profesional de ellos mismos.

Sin embargo, a pesar de la universidad tener variables hacia la innovación y cambio constante, entre los alumnos no se identifica un sesgo como valor principal de la universidad, es una variable que a pesar de existir pasa desapercibida por la mente de los estudiantes aquí entrevistados.

La universidad en este sentido cumple con dos tercios de lo descrito en su eslogan en los valores de tradición y excelencia, verdaderamente existe un posicionamiento real en

la mente de sus estudiantes, sin embargo, en el valor innovación, no existe una conciencia real sobre la existencia de este valor.

Universidad San Sebastián

Carrera: Ingeniería Comercial

Eslogan: Bienvenidos los que crean y los que creen

Producto

Señalaron los sujetos de la investigación, que la universidad tiene un buen posicionamiento en sus sedes al sur del país, y que se está instalando hace poco en la región Metropolitana; poseen la esperanza que alcance el buen posicionamiento en ella, sin embargo no llegará al mismo que tiene en el sur, donde es una de las mejores.

“La competencia que tiene en el sur es muy distinta a la que tiene acá, o sea en el sur es la segunda universidad después de la de Concepción o en Valdivia y Osorno que es de la primeras, pero aquí en Santiago es difícil que se posicione entre las primeras porque está la Chile, la católica, la USACH y la Adolfo, etc., no sé, y además que es nueva, ósea yo creo que esta U va alcanzar un buen posicionamiento, pero en unos años más” (entrevistado 7: Universidad San Sebastián)

“aquí el logo al comienzo era bienvenidos los que creen y los que crean y dije voy a tener que creer algo y crear algo” (entrevistado 8: Universidad San Sebastián)

Los estudiantes de esta institución, participan activamente en el campus, dándoles la universidad instancias para que ellos puedan desempeñar labores dentro de la universidad, más que ser sólo alumnos:

“Bueno y trabajos esporádicos de acá, ponte admisión, también profesor ayudante, en otras universidades también y con esas luquillas, pocas lucas, pero lucas al fin y al cabo, he podido pagar mis pasos por aquí.” (Entrevistado 8: Universidad San Sebastián)

“Después del segundo semestre me incorporé a trabajar dentro de la Universidad” (entrevistado 9: Universidad San Sebastián)

Los profesores de esta universidad, según sus estudiantes son buenos, sin embargo existe un porcentaje menor de profesores malos, que son evaluados posteriormente por los alumnos, donde se puede inferir que existe una importante rotación de profesores, también se señala que algunos profesores también hacen clases en otras universidades importantes de Santiago.

“El 40% de primer nivel, el otro 20% le llegaba, pero había un porcentaje siempre de profesores chantas que llegaban aquí que duraban un semestre y tenía que irse, porque aquí hay una evaluación que malamente no es temprana, sí al final, debería ser una evaluación a mitad de semestre como lo hacen en otras universidades y hacerlo pedazos ahí, para que se vaya, pero no, teníamos que esperar, comernos con este tipo un semestre; nos paso quizás, en mi carrera, como con cuatro profes, quizás malos, los demás, bien, me enseñaron cosas y otros profes espectaculares que también se fueron porque no se daba. La verdad no sé por qué se iban, pero se nos iban siempre, en fin.”
(Entrevistado 8: Universidad San Sebastián)

“Los profesores buenos, pero también hay alguno que son como profesores de colegio y no saben enseñar bien o no tienen paciencia” (entrevistado 9: Universidad San Sebastián)

Una de las variables donde más coincidían los estudiantes, la cual fue una de las cosas más destacadas entre ellos, es el ambiente creado por la universidad y las personas que trabajan en ella, un ambiente “familiar”, debido a que los altos cargos de la carrera, al menos en este campus se mostraban “ceranos” a los alumnos.

“El ambiente en la U, antes que estábamos en una sede mucho más chica era familiar y quizás ahora eso se ha perdido un poco, en este edificio más grande, con autoridades, antes era más cercano, o sea ahora no es que no sea cercano, quizás por un tema infraestructura, todo es amplio, entonces cuesta generar lazos más estrechos”
(entrevistado 7: universidad San Sebastián)

“Aquí dentro de esta universidad me ha gustado bastante, porque aquí era muy familiar, aquí podías bajar y ver al vicerrector de responsabilidad y emprendimiento, Hola cómo está, al director nacional de la DAE. Hola tengo que hablar contigo, era tan, un tú a tú, que eso no lo compras en ninguna otra universidad” (entrevistado 8: Universidad San Sebastián)

“Como que el primer año el director de la escuela y el secretario de estudios se enfocaban para que nos lleváramos bien, a saber cómo utilizar el tiempo y después del segundo semestre me incorporé a trabajar dentro de la Universidad” (entrevistado 9: Universidad San Sebastián)

“Hablé con el director de la carrera y me explicó súper bien y me explicó la malla nueva que es de cinco años y tiene inglés como desde el segundo año del que yo entre y me encantó” (entrevistado 9: Universidad San Sebastián)

Precio

La Universidad San Sebastián se caracteriza por una política de becas y descuentos para los estudiantes, estos beneficios son basados en sus puntajes y rendimiento dentro de la universidad, lo que se convierte en una variable fundamental en la decisión de ingresar o no a esta.

“Entré aquí por la beca, principalmente por eso, por el puntaje PSU, me becaron por un porcentaje del arancel, y eso fue como una variable importante para entrar aquí, y no a otra U que me alcanzaba el puntaje, pero que no tenía beca, y tenía que pagar más.” (Entrevistado 7: Universidad San Sebastián)

“Esta universidad no estaba dentro de mis cartas, pero un comercial de televisión me indicó las becas que tenía y ahí ingresé a su página web y me di cuenta que tenía una buena tajada de descuento, así que llamé y me indicaron que tenía que hacer para acceder a este descuento” (entrevistado 8: Universidad San Sebastián)

Plaza

En este punto es importante señalar dos cosas: la universidad recientemente se cambió de sede a una con mejor infraestructura, la cual está estratégicamente ubicada, en una de las calles más circuladas de Santiago, el tamaño de la edificación hace que esta se note bastante y muchos estudiantes señalan que la ubicación de la universidad les acomoda porque les queda cerca de sus residencias:

“El ambiente en la U, antes que estábamos en una sede mucho más chica, era familiar y quizás ahora eso se ha perdido un poco, en este edificio más grande” (Entrevistado 7: Universidad San Sebastián)

“Antes no estaba este edificio gigante, no era como que tú pasaras por Plaza Italia y la vieras” Entrevistado 7: Universidad San Sebastián)

“Por otro lado también me quedaba cerca por la distancia del trayecto” (Entrevistado 9: Universidad San Sebastián)

Promoción

En términos de comunicación, la universidad mostraba una estrategia intensiva, tratando de estar en muchos medios de comunicación para darse a conocer. Los tres entrevistados dijeron haberse enterado de la Universidad a través de comerciales televisivos, donde se indicaban sus características y las becas:

“Publicidad, mucha publicidad, esta U revienta los canales y todo con publicidad, sipo porque antes, no estaba este edificio gigante, no era como que tú pasaras por Plaza Italia y la vieras, no había nada, entonces fue mucha publicidad en todos lados, micro, diario, tele y ahí la caché y las becas, me metí a la pagina y ahí caché que tenía posibilidades y eso. Ahí caché uh y esta U es nueva, cache que estaba en concepción 20 años, la becas me gusto la malla y me daba y era de las mejores opciones que tenía por plata.” (Entrevistado 7: Universidad San Sebastián)

“Yo entré aquí por la televisión, yo tenía bien claro dónde irme, me alcanzaba por puntaje y todo, pero la beca de la San Sebastián, tenía buen financiamiento y más el CAE y me iba a pagar casi todo y fue un comercial que vi y decía el 50%, 60% hasta el 100% de la carrera”. (Entrevistado 8: Universidad San Sebastián)

“Lo supe por un comercial de la tele. Elegí uno: por la cercanía, dos: por la infraestructura y tres, porque se encariña, la cercanía (Entrevistado 9: Universidad San Sebastián)

Análisis del slogan según la percepción de los alumnos: Universidad San Sebastián

Slogan: Bienvenidos los que creen y los que crean

El slogan de la Universidad destaca dos valores fundamentales para la institución, el primero es un llamado a los estudiantes a tener fe en la institución, que ésta les facilitará herramientas para su futuro laboral, este llamado, en general, es acogido por los estudiantes, pero después de ser favorecidos por algunos de los descuentos o beneficios de ésta y también siendo convencidos por la personas pertenecientes a la institución.

El segundo valor importante para la institución, es un llamado a integrarse con la universidad, para que sean ellos mismos los que hagan su universidad, siendo este valor bien posicionado en las mente de los estudiantes, sin embargo este valor también es una llamada abierta para el emprendimiento personal, lo que según, lo interpretado en las entrevistas no se vió muy latente en estos estudiantes.

Los dos valores destacados por esta universidad parecen estar presentes en la mayoría de los alumnos, por lo que estarían cumpliendo con el posicionamiento que quieren dejar en la mente de sus estudiantes.

Universidad de Chile

Carrera: Ingeniería Comercial e Ingeniería en Información y Control de Gestión

Eslogan: Excelencia y Visión Global

Producto

El principal sesgo, por parte de los alumnos de la Universidad de Chile, es decir que están estudiando en la mejor universidad del país, debido a su antigüedad e historia, Además, un caso planteaba que quería la Universidad de Chile, porque su padre y un primo estudiaron en la misma universidad y el otro que compara a la universidad con una de un segmento parecido.

“Porque es la mejor universidad a nivel país, porque es la mas antigua, tiene la mayor trayectoria, prestigio, etc y sobretodo porque mi papá salió de la universidad”
(entrevistado1: Universidad de Chile)

“La universidad era la única que tenía en mente, que según yo, era la mejor y no me gustaba la Católica, porque era media elitista, así como que discriminatoria el

ambiente como que no gustaba, me sentía más a fin a la Chile” (entrevistado 6: Universidad de Chile)

Los alumnos de esta universidad explican que un tema que les agrada el hecho de que pertenecen a una universidad pluralista, donde se reciben personas de distintas culturas y estratos sociales, incluso de regiones diferentes.

“El ambiente es súper grato porque es gente de todos lados, entonces uno conoce de todo un poco, por ejemplo hay gente de regiones, regiones tan lejanas como Arica, también gente de distintos sectores socio-económicos, gente que está con beca equidad que no paga absolutamente nada, o como gente que viene de sectores altos de la capital e incluso del extranjero.” (Entrevistado 1: Universidad de Chile)

“Era como según mi pensamiento como es una de las más antiguas, entraba, salía gente súper apta para el trabajo, todas esas cosas, como para era la mejor como que era mas transversal, abarcaba todos los extractos socioeconómicos, no tanto como por ejemplo la USACH, pero en términos si lo sumamos lo que es la calidad de estudios, la calidad de estudiantes y transversalidad es la mejor”. (Entrevistado 6: Universidad de Chile).

Los profesores y alumnos de la universidad, fomentan la investigación y competencia entre ellos, lo que genera un ambiente competitivo para obtener los mayores rendimientos posibles a través de estas vías, además de ser personas que han trabajado en lo que enseñan, lo que les da confianza a los alumnos.

“Tienen un nivel académico súper alto, saben lo que enseñan, porque en las clases en que yo estado he sentido seguridad en lo que hablan, son personas más que capacitadas para enseñar, además que no solo estudiaron y se pusieron a enseñar, que ellos tienen experiencia, han estado en lo que están enseñando” (Entrevistado 1: Universidad de Chile)

“Los profesores son súper buenos, se explican bien y los alumnos creo son súper buenos, no son como cerrados en un aspecto, son como súper sociables” (Entrevistado 6: Universidad de Chile)

“Es muy competitiva, la gente, mis compañeros se esfuerzan mucho en superarse entre si, lo que encuentro que es bueno” (Entrevistado 1: Universidad de Chile)

Precio

No se hizo ninguna referencia directa a lo que es el precio de la universidad, si hubo referencia a algunas becas y se logra inferir de las encuestas que son alumnos de diversos sectores socio económico, por lo cual es difícil que la universidad establezca una política de precios.

“Gente de distintos sectores socio-económicos, gente que está con beca equidad que no paga absolutamente nada, o como gente que viene de sectores altos de la capital e incluso del extranjero.” (Entrevistado 1: Universidad de Chile)

Plaza

Debido al buen posicionamiento que posee la Universidad de Chile, los estudiantes están dispuestos a viajar o venirse a vivir a Santiago para poder estudiar en ella, además de no existir ninguna queja o reclamo con respecto a la infraestructura por parte de los estudiantes.

Ambos entrevistados pertenecían a la periferia de Santiago y comentaron la presencia de estudiantes de distintos lugares de Chile e incluso algunos alumnos extranjeros.

“Nosotros vivimos en Peñaflor, en la región metropolitana, somos cinco personas, yo, una hermana mayor, una hermana menor, mi papá y mi mamá.” (Entrevistado 1: Universidad de Chile)

“Estudiaba en el liceo Melipilla, es un colegio súper conocido allá.” (Entrevistado 6: Universidad de Chile)

“Gente de todos lados, entonces uno conoce de todo un poco, por ejemplo hay gente de regiones, regiones tan lejanas como Arica” (Entrevistado 1: Universidad de Chile)

Promoción

Debido al fuerte posicionamiento de la universidad, ésta no requiere muchos esfuerzos de promoción, pues la gente ya la conoce y esto se pasa de generación en generación, de boca a boca.

“De todos lados yo creo, de conocimiento general, no sé, casi todos cachan esa universidad.” (Entrevistado 1: Universidad de Chile)

“Me enteré de la U de Chile, es como que uno nace sabiendo que es la universidad de Chile, no hay como explicación, como que todos dicen que es la mejor, es la mejor, es la mejor de las mejores, entonces, ya va pasando el tiempo...” (Entrevistado 6: Universidad de Chile)

Otra posible variable de promoción son las buenas experiencias y recomendaciones por parte de personas que salieron de esta universidad como lo pueden ser los amigos o parientes

“Porque es la mejor universidad a nivel país, porque es la más antigua, tiene la mayor trayectoria, prestigio, etc y sobretodo porque mi papá salió de la universidad, él es Odontólogo de la Universidad de Chile y eso influyó en mi decisión porque es un modelo a seguir, y también mi primo es ingeniero comercial de la Chile.” (Entrevistado 1: Universidad de Chile)

Una herramienta usada también por la institución es llevar alumnos a sus dependencias y enseñarles como seria una clase en la universidad, con el fin de que conozcan la sede y a sus profesores, haciendo que se relacionen con alumnos y profesores de la misma, además de ferias dentro de la misma universidad y charlas entre otras.

“Por la escuela de verano, yo el 2011 fui a la escuela de verano de la universidad de Chile, y estaban haciendo publicidad de las dos carreras, y por eso decidí entrar

¿Qué es eso de la escuela de verano?

Bueno, en enero hay un mes, donde dan dos cátedras, en la universidad, y ahí conoces la universidad, es como ir a la Universidad un mes, en colegio harta gente se comenzó a inscribir en la escuela de verano, onda la mitad del curso estaba inscrita, entonces dije, ah! yapo, a intentarlo, postulé y entré.” (Entrevistado 1: Universidad de Chile)

“Aquí decidí comercial, cuando me fui aquí a la semana de postulación aquí y como que me dieron harta información de como era la carrera, todas esas cosas”
(Entrevistado 6: Universidad de Chile)

Análisis del slogan según percepción de los alumnos: Universidad de Chile

Slogan: Excelencia y Visión Global

Es evidente, dentro de nuestro país hablar de la Universidad Chile y darse cuenta que tiene un posicionamiento de universidad de calidad dentro de las mentes de sus alumnos, en la entrevistas esto se pudo confirmar, el estudiante de la Universidad de Chile hablaba muy bien de su universidad y la defiende fuertemente, diciendo frases militantes como “es la mejor de Chile”.

De lo anterior se desprende que los alumnos de la Universidad de Chile, sí creen que esta es una universidad de excelencia tal y como lo dice su slogan.

La visión Global es referida a un planteamiento estratégico respecto a los negocios, es un llamado a los estudiantes de la universidad a dejar de pensar en los pequeños negocios locales y comenzar a diseñar estrategias como las grandes empresas del mundo, como los estudiantes entrevistados de esta universidad pertenecían al primer y segundo año, es difícil apreciar, si es que estos tienen o no este pensamiento, por lo que no es posible deducir si éste existe o no, ya que en las entrevistas los alumnos no dieron referencia a este tema en específico.

Universidad Mayor

Carrera: Ingeniería Comercial

Eslogan: Para espíritus emprendedores

Producto

Uno de los puntos fuertes de esta universidad es el prestigio que le reconocen sus alumnos que han llegado a esta porque se la han recomendado y conocen el prestigio de ella.

“Por prestigio, a esta universidad llegué por recomendación de mi polola que estudió Odontología aquí en la mayor” (Entrevistado 3: Universidad Mayor).

“Me enteré de ella porque algunos compañeros de la media me contaban que antiguamente la Universidad Mayor tenía un mayor nivel de prestigio en ciertas carreras y por eso me hablaron de esta universidad” (Entrevistado 5: Universidad Mayor).

En esta universidad en particular, a pesar de que los alumnos decían que es buena, es donde fueron más críticos hacia la institución, plantean la falta de un área de investigación para la Universidad, otro planteó que la Universidad lo decepcionó pasado un tiempo.

“La encuentro buena, lo único que le falta a esta universidad es investigación, no tiene investigación, eso es negativo, no suma” (Entrevistado 3: Universidad Mayor).

“Porque inicialmente me mostraba mejor malla curricular respecto a las otras universidades para poder desarrollarme profesionalmente, pero no se logró a medida que avanzaron los años de lo que me di cuenta en 3° año de educación universitaria.” (Entrevistado 5: Universidad Mayor).

Los profesores de la Universidad Mayor son altamente preparados, ya que esta universidad les pide grados académicos y éstos son evaluados por los alumnos según su rendimiento. Sin embargo, también existe una alta rotación de profesores y no están exentos de algunas quejas por parte de los alumnos.

“A casi todos los profesores que están acá se les exige un magister, un doctorado, y eso me pareció bueno, ahora la calidad de los alumnos es distinta, pero la calidad de los profesores con el tiempo se trata de mejorar y se esta mejorando constantemente.” (Entrevistado 3: Universidad Mayor).

“El nivel de preparación de algunos profesores no fue acorde con lo que se ve en el mundo laboral, a ti te enseñan una determinada materia y un nivel de contenido, pero eso después llevarlo a la práctica...” (Entrevistado 5: Universidad Mayor)

Los alumnos de la Universidad Mayor dicen que la malla curricular es bastante buena, sin embargo existen ramos que no son aporte para ellos en el mundo profesional o que están mal enfocados

“Me ha gustado, lo único que es un punto, son los ramos generales, son ramos que se suponen ayudan a construir o tener habilidades blandas esos ramos son dispensables acá en la universidad no tienen un peso académico, un peso formativo esa es la única parte que no me ha gustado de la malla.” (Entrevistado 3: Universidad Mayor)

“Hay muchos ramos que me han ayudado, también como que no, como por ejemplo fue el caso de para que mencionar microeconomía, contabilidad gerencial a mi me lo ensañaron de forma insatisfactoria, de acuerdo a los perfiles que uno tiene como ingeniero comercial.” (Entrevistado 5: Universidad Mayor)

Un punto a favor de la universidad considerado por los estudiantes entrevistados, es la no pérdida de clases por paros o movilizaciones como se dan en otras universidades:

“No iba a tener paros iba a tener una continuidad de estudios relativamente regular” (Entrevista 3: Universidad Mayor)

Los alumnos manifiestan que el nivel de enseñanza se ve afectado por el bajo nivel de rendimiento de los alumnos:

“Me ha gustado, algunos profesores puntuales, la encuentro que a sido un poco débil, por el nivel que muestran los alumnos, es decir ellos nivelan hacia abajo no nivelan hacia arriba, y por eso uno se ve beneficiado en las notas pero no tiene ventaja después al momento de salir.” (Entrevistado 3: Universidad Mayor)

Precio

Los sujetos entrevistados de esta universidad, en sus respectivas entrevistas a pesar de tener muchas quejas y argumentos, no hicieron ninguna referencia directa o indirecta a alguna variable del precio de la carrera o institución, porque resulta imposible hacer alguna inferencia sobre esta variable.

Uno de los entrevistados, expresó que consideró como variable de decisión que la universidad tenía mayor facilidad para otorgar créditos:

“Básicamente porque era la que tenía a mi disposición, tenía facilidad para otorgar un crédito, tenía cercanía, infraestructura, tenía su propia sede, eso básicamente.” (Entrevistado 3: Universidad Mayor)

Plaza

Sólo hubo una referencia importante con respecto a este tema y era la ubicación de la universidad, que está en un buen barrio y quedaba cómodo al estudiante, para llegar a ella, es una locación central. La infraestructura y que la universidad posea una sede propia también fue tomada como una variable de decisión a la hora de elegir esta universidad

“Uno era la locación que me acomodaba, quedaba en Providencia, era un buen barrio” (entrevistado 3: Universidad Mayor)

“Básicamente porque era la que tenía a mi disposición, tenía facilidad para otorgar créditos tenía cercanía, infraestructura, tenía su propia sede, eso básicamente.” (Entrevistado 3: Universidad Mayor)

Promoción

La universidad tiene una capacidad de marketing destacable, los alumnos reconocen esto y ven que esta ha tenido un buen posicionamiento en el último tiempo, pero solo en alguna carrera

“Los elementos fuertes, es que la universidad ha tenido un posicionamiento alto a lo largo de los últimos dos o tres años en carreras como medicina o campo de derecho, entre otras cosas y ha tenido una capacidad publicitaria y marketera muy grande.” (Entrevistado 5; Universidad Mayor)

Los entrevistados al momento de buscar universidad, en primera instancia buscaron por internet, a través de distintos portales de búsqueda, algunos más específicos que otros, y compararon diferentes universidades, para tomar una decisión subjetiva por distintas motivaciones.

“Me informé por internet, y porque esta carrera básicamente, porque era la que tenía mi disposición, tenía facilidad para crédito, tenía cercanía, infraestructura, tenía su propia sede, eso básicamente.” (Entrevistado 3: Universidad Mayor)

“¿Cómo investigaste?”

Primero por la página que te daba el Ministerio de Educación, y lo otro investigué yendo a las distintas universidades de forma presencial” (Entrevistado 5: Universidad Mayor)

Otra variable importante detectada en esta universidad es la relevancia de la comunicación boca a boca, los entrevistados de ésta universidad, se enteraron o quisieron entrar a esta por recomendaciones dadas por parte de sus amigos cercanos o familiares, lo que habla de un buen posicionamiento en la sociedad.

“Me tincó al final, vi básicamente por la recomendación de mi polola y un primo que salió de acá.” (Entrevistado 3: Universidad Mayor)

“Me enteré de ella, porque algunos compañeros de la media me contaban que antiguamente la Universidad Mayor tenía un mayor nivel de prestigio en ciertas carreras y por eso me hablaron de esta universidad.” (Entrevistado 5: Universidad Mayor)

Análisis del slogan según percepción de los alumnos: Universidad Mayor

Slogan: Para espíritus emprendedores

Este slogan trata de conseguir alumnos que están motivados y comprometidos a lograr éxitos personales, por sus propios medios, la universidad en teoría sólo le entregará herramientas para el éxito.

Sin embargo, la percepción por parte de los alumnos es bastante diferente, si bien la mayoría al comienzo cree que esta universidad de verdad puede entregarles las herramientas para el éxito y la consideran de prestigio, los estudiantes al interior de ésta, tienen muchas críticas a la misma.

Los estudiantes sienten que los compañeros no aportan y nivelan hacia abajo. La existencia de una rotación importante de profesores es un factor negativo, reconociendo que éstos se van perfeccionando constantemente.

La Universidad Mayor a grandes rasgos no cumple con lo que dice su slogan de espíritus emprendedores según lo obtenido de las entrevistas a estos alumnos.

Mapa de posicionamiento, según arancel y calidad percibida por los alumnos.

Con fines de graficar los datos obtenidos de una forma simple y para poder entregar una análisis un poco más a fondo de las posiciones actuales de las universidades, se realizó un estudio del mapa de posicionamiento de los discurso de los estudiantes. El mapa de posicionamiento es una herramienta de marketing en la que se puede graficar de forma simple el posicionamiento de diferentes marcas en el mercado, entregando una foto sincrónica de la situación actual. Philip Kotler expone esta herramienta en su libro dirección de marketing.

Aranceles de las universidades estudiadas en el año 2012

Tabla 3

Universidad	Arancel anual 2012	Carrera
Universidad de Chile	\$ 3.950.100/ \$ 3.476.500 ¹⁰	Ingeniería Comercial e Ingeniería en Información y Control de Gestión
Universidad de Valparaíso	\$ 2.251.000 ¹¹	Administración de Negocios Internacionales
Universidad Mayor	\$ 3.666.900 ¹²	Ingeniería Comercial
Universidad San Sebastián	\$ 3.382.228 ¹³	Ingeniería Comercial

¹⁰ www.uchile.cl; 10/10/2012; 20:25

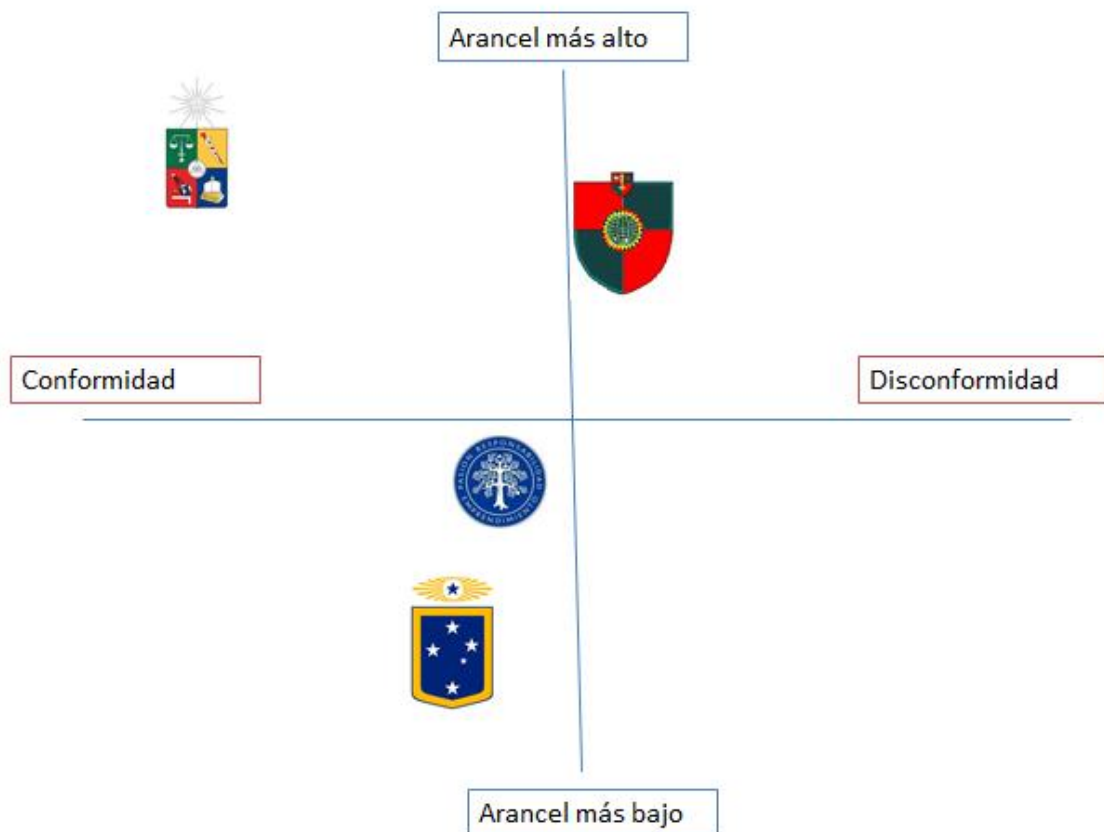
¹¹ www.uv.cl; 10/10/2012; 20:32

¹² www.umayor.cl; 10/10/2012; 20:40

¹³ www.uss.cl; 10/10/2012/20:51

Mapa de posicionamiento

Estableceremos el punto medio del eje de las ordenadas en \$3.345.346 que corresponde al promedio de los aranceles cobrados por las distintas universidades. Desde el eje X, hacia arriba es más caro el arancel y desde el eje X hacia abajo el arancel es más barato. Mientras que en el eje de las abscisas se estableció, la percepción de los estudiantes donde en el eje Y, representa neutralidad, desde el eje Y, hacia la derecha es disconformidad y del eje Y, hacia la izquierda representa conformidad con la institución.



Del mapa de posicionamiento, se observa que la universidad que ostenta una mayor conformidad, respecto a la percepción de los estudiantes entrevistados es la UNIVERSIDAD DE CHILE, donde los estudiantes de la universidad, tenían un nivel alto de fidelidad hacia la institución, incluso teniendo la percepción de que esta universidad es la mejor de Chile, siendo ésta una de las más caras de las universidades analizadas.

La universidad, donde la disconformidad fue mas grande, es la UNIVERSIDAD MAYOR, donde los estudiantes mostraron varias quejas con respecto a sus compañeros, la rotación de los profesores y algunos ramos no eran indispensables o se encontraban mal enfocados, llegando uno de los entrevistado a decir que la universidad lo había decepcionado. A pesar de todo esto los estudiantes dicen que es una universidad “buena”, y le reconocen un cierto prestigio y posicionamiento, debido al tiempo que lleva en el mercado y sus esfuerzos de marketing. Es la segunda universidad más cara de las estudiadas

La UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO y la UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN mostraron un nivel de satisfacción más o menos cercano, si bien los estudiantes reconocían falencias en sus instituciones, se sentían cómodos y orgullosos de pertenecer a ellas.

En el caso de la UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO los alumnos reconocían que esta universidad y la carrera tenían falencias y que se debían mejorar, sin embargo decían que la institución les daba una vía para cumplir sus sueños y expectativas en largo plazo, además se mostraban conformes con salir de ella, porque esta tiene un prestigio ganado a través de los años, ya que es una universidad tradicional, que lleva mucho tiempo en Chile. Es la más barata del grupo analizado.

La UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN, también es una de las más baratas del grupo, sin embargo aquí debemos barajar otras variables, ésta ofrece un buen número de becas y beneficios a estudiantes que hayan obtenido ciertos puntajes en la PSU y que entren a ésta. Lo que pasa a ser un punto decisivo para muchos de los que estudian aquí. Los alumnos de esta universidad planteaban que es un poco riesgoso entrar en ella ya que en la región Metropolitana es relativamente nueva, sin embargo expresan una gran esperanza hacia la institución, porque está muy bien consolidada en la zona sur del país.

Se puede ver en el gráfico que las universidades del Consejo de Rectores suelen tener un mayor posicionamiento percibido, las personas que estudian en ellas se sienten respaldadas, porque su universidad pertenece al grupo de las llamadas Universidades Tradicionales del Consejo de Rectores de Universidades Chilenas.

Conclusiones

La educación en Chile, está estrechamente vinculada con la existencia de procesos mundiales, como la globalización que integra al mundo, generando alianzas entre países, en temas socio-económicos y políticos, tales como la Unión Europea.

Al igual que en la economía, en educación existe un proceso que marcó la pauta para definir la educación superior del mundo. La Unión Europea en términos de integración económica y en educación, el proceso Bolonia, nacido en Italia, donde se armonizan las estructuras y títulos de la educación terciaria: tales como los grados académicos: licenciaturas, diplomados, magister y doctorados, además de temas de créditos y becas para el acceso a la educación Universitaria, entre otros.

Durante los últimos treinta años la educación terciaria en Chile ha experimentado un crecimiento exponencial, antes de la existencia del decreto número 2 en 1981, existían solo ocho universidades. Dos estatales y seis privadas con aportes estatales, después de poner en marcha el decreto, las universidades estatales se dividen en varias sedes regionales, en este mismo decreto se dicta la completa libertad de enseñanza en la educación superior, en este periodo se crean once universidades privadas. Con el paso de los años comenzaron a integrarse otras, siendo hoy en total cincuenta y ocho universidades, veinticinco son universidades tradicionales y treinta y tres son universidades privadas no tradicionales.

Las matrículas de la educación superior también han experimentado un proceso de crecimiento en los últimos dieciocho años. Los estudiantes de educación superior han pasado de 149.689 en 1994 a 854.503 en 2011, donde las universidades tienen el predominio con un 70,5% de la matrícula total de estudiantes en 201, en relación a institutos profesionales.

Junto con el número de universidades y la evolución de la matrícula, también existe una nutrida institucionalidad en la educación superior chilena, la cual ha ido evolucionando continuamente después de dictado el decreto numero dos en 1981. En 1986 se crea el Consejo de Rectores de Universidades Chilenas (CRUCH) integrado por veinticinco rectores de las universidades tradicionales, luego en 1990 es dictada la ley número 18.962 o Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE), ley que crea el consejo nacional de educación (CSE), el 17 de noviembre de 2006 la ley 20.129, crean el

Consejo Nacional de Educación, organismo que trabaja en conjunto con el Ministerio de Educación, sus funciones son: regular la creación de nuevas instituciones de educación superior y les entrega autonomía, después de pasar por los correspondientes procesos de examinación. En 2009 se aprueba la Ley General de Educación (LGE) la que actualmente está vigente para todos los procesos educativos chilenos, complementada con los artículos de la LOCE que aun se encuentren vigentes.

La industria del sector educativo está fuertemente constituida en Chile, existe un total de 58 universidades, que atienden a diferentes segmento, todas ellas autónomas o en proceso para obtener dicha autonomía, se reconoce en el sector universitario dos grupos principales las universidades tradicionales, y las universidades privadas.

En educación superior existe una oferta amplia y variada, para los estudiantes que deseen cursar la educación terciaria, además de los grupos de las universidades tradicionales y privadas existen institutos profesionales y centros de formación técnica que ofrecen servicios similares a la universidades, con la diferencia en que en estos últimos no se puede obtener grados académicos, tan sólo títulos profesionales.

La existencia de becas y créditos para la educación superior entregados por el Estado, permite un acceso de estudiantes de menores recursos a la educación superior, por lo tanto genera una expansión de la demanda de servicios de educación superior, y genera un nicho nuevo, en estudiantes de escasos recursos con deseos de estudiar que no pudieron acceder a estas becas o beneficios estatales, donde muchas universidades han respondido entregando becas de las propias instituciones tales como la UNIVERSIDAD DE CHILE y beca equidad, en las universidades tradicionales o la UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN con sus becas arancel según puntaje PSU.

Las universidades tradicionales, son consideradas universidades de excelencia y tradición, esto debido a su antigüedad, son bien valoradas en el mundo laboral y constituye uno de los principales elementos diferenciadores de estas universidades.

La información de carreras y universidades es de fácil acceso, debido a la existencia de páginas WEB como www.universia.cl, www.demre.cl. Los portales de las universidades, ferias universitarias, charlas de difusión entregadas por las mismas instituciones, entre otros elementos. Esto le entrega una ventaja al estudiante al

momento de postular a la educación superior, pues esta información le confiere poder de negociación y le entrega mayor libertad de decisión.

Las universidades privadas no tradicionales, hoy en día, constituyen un grupo mayor que las universidades tradicionales chilenas, además este grupo se encuentra en constante expansión, que a pesar de estar estancada en los últimos años, aun existe un ingreso menor de universidades al grupo.

Las barreras de entrada para ambos grupos es alta, la inversión inicial para ingresar es de grandes sumas de dinero, la antigüedad de la universidad suele relacionarse con su prestigio, además obtener la autonomía, para funcionar como universidad es necesario someterse un proceso de licenciamiento. En el caso de la universidad tradicional, no existen ingresos de nuevos miembros, pues éste es un grupo cerrado.

Los estudiantes egresados de colegios de enseñanza científico humanista suelen ingresar mas a la universidad que estudiantes de colegios técnicos, pues los objetivos de su enseñanza son diferentes, en el caso de los primeros son orientados a continuar sus estudios y se les entrega una base sólida para que puedan desempeñarse en los estudios de cualquier carrera universitaria, mientras que los estudiantes de colegios técnicos son orientados a capacidades técnicas y para desempeñarse en sus trabajos inmediatamente después de graduarse de la educación secundaria.

Los postulantes a educación superior también pueden ser estudiantes de colegios privados, subvencionados o municipales, donde la calidad de enseñanza es diferente, donde los colegios privados que tienen mayores recursos, suelen tener mayor calidad de educación que los colegios subvencionados o municipales, sin embargo dentro de los colegios municipales existen colegios de excelencia, los llamados colegios emblemáticos que suelen seleccionar sus alumnos y tienen una calidad de enseñanza buena, de los colegios privados y emblemáticos son la mayoría de los estudiantes de las mejores universidades.

En las universidades tradicionales, existen diferencias con respecto a su calidad siendo las más reconocidas la UNIVERSIDAD DE CHILE y la UNIVERSIDAD CATOLICA, junto a otra universidad como la UNIVERSIDAD FEDERICO SANTA MARIA, UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN, entre otras.

Lo anterior también se da en las universidades privadas existiendo algunas más reconocidas que otras tales como la UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ, LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, etc

Para el estudio de la variables de marketing, se verificó la existencia de ciertas variables de las 4p en la mente de los estudiantes unas con mayor relevancia que otras, en el caso de la UNIVERSIDAD DE VALPARAISO, los alumnos se mostraron muy susceptibles a variables de producto, como los valores agregados que entrega la universidad, como que esta sea una universidad tradicional del CRUCH, y variables de precio, como las becas y los beneficios que se pueden obtener perteneciendo a dicha universidad. Y menos susceptibles a variables como la plaza, estando dispuestos a viajar de sus casa si es que esto fuera necesario y la variable de promoción no presta una relevancia muy significativa en ellos.

En el caso de la UNIVERSIDAD SAN SEBASTIAN los alumnos se mostraron más susceptibles a variables de precio, mucho de los que fueron entrevistados entraron a ella, porque daban descuentos importantes en el arancel, este grupo fue susceptible a las variables de promoción y plaza, muchos de ellos se enteraron de la universidad por comerciales televisivos y luego visitando la pagina, y plaza argumentando que la universidad les quedaba cerca, con una buena infraestructura, algo muy destacado por los alumnos de esta universidad en las variables de producto fue el grato ambiente que existía en la sede.

Para la UNIVERSIDAD DE CHILE la variable fundamental es producto, los alumnos de esta universidad decían “esta es la mejor universidad”, argumentaban que sus profesores son los mejores y que se sienten felices perteneciendo a esta institución, las demás variables fueron mencionadas también, pero expresaban una menor relevancia para los alumnos de esta universidad.

En la UNIVERSIDAD MAYOR los alumnos mostraron disconformidad con el producto y señalaron temas a corregirse en la universidad sin embargo señalaron que era “buena” y que “tenía prestigio”, las variables fundamentales de esta universidad según la percepción de sus alumnos son producto, promoción. Los alumnos señalaron que esta se había posicionado en el mercado, por su capacidad de marketing.

Si bien todas las universidades tenían eslogan diferentes, casi en ninguna se pudo apreciar el posicionamiento de estas ideas en las mentes de sus alumnos, pues en la entrevistas no se daban a notar estas supuestas ideas principales de las instituciones, las universidades que cumplían más certeramente con sus eslogan fueron la UNIVERSIDAD SAN SEBASTIÁN y la UNIVERSIDAD DE VALPARAISO.

La universidad con un posicionamiento más firme en la mente de los estudiantes analizados, fue la UNIVERSIDAD DE CHILE, separándose totalmente de las otras, también es una de las universidades con el arancel más alto entre las cobradas, sin embargo dentro de la misma existen sistemas de becas y beneficios para sus estudiantes.

Una de las con percepción más baja fue la UNIVERSIDAD MAYOR, la cuál tuvo muchas críticas por parte de sus alumnos, esta universidad también es una de las que cobra aranceles más altos y sin políticas aparentes de reducción de precios y beneficios aparte de los créditos.

Las universidades del Consejo de Rectores tuvieron un posicionamiento un poco mas alto relacionado al valor agregado de ser “universidad tradicional” lo que es relacionado con plus en la mente de sus estudiantes.

Sin embargo en las universidades privadas se destacó la importancia, de poder mantener un año académico regular, sin retrasos producidos por marchas o manifestaciones.

De este estudio se puede observar un sistema de educación superior complejo, donde realmente la variable marketing juega un papel importante dentro de las instituciones, sin embargo no es un tema fundamental para las mismas, el gran desafío para las universidades ahora es generar mallas curriculares competentes para el mercado laboral y que satisfagan las necesidades de los alumnos que postulan a estas, sin sacrificar la calidad de enseñanza y utilidad de las mismas, donde es necesario estudiar qué es la calidad y cómo es percibida no solo por los agentes de la educación superior, sino también por las empresas y agentes sociales que intervienen en ella. Sería interesante realizar un estudio de campo entre las percepciones de los estudiantes sobre calidad de la educación y las percepciones de las empresas y contratantes de servicios, de forma cualitativa en grupos más grandes.

Bibliografía

Libros

- Estrategia competitivas; Michael Porter; editorial PIRAMIDE 2009
- Dirección del marketing; Kotler & Keller; editorial PEARSON EDUCACIÓN; 2006
- Gestión estratégica para instrucciones educativas; Juan Manuel Manes; editorial GRANICA 2004

Artículos

- “El impacto del sistema de aseguramiento de calidad en el servicio entregado por universidades privadas Chilenas”: Artículo revista de ingeniería, Emilio Rodríguez Ponce y otros “ 2011
- “Evolución de las universidades Chilenas 1981-2004”: Artículo Revista Medica Chile por Ricardo Cruz-Coke “2004
- “Equidad, calidad y derecho a la educación en Chile: Hacia un nuevo rol del Estado”; Mauricio de Amar; 2007
- “informe de seguimiento de la EPT en el mundo 2005”: UNESCO 2005
- “Higher education to 2030” OCDE; 2009
- “Educación superior transfronteriza”: OCDE;
- “The bologna Club”: Clifford Adelman ; 2008
- Evolución de la matrícula de Educación Superior 1994-2011; CNED: 2012
- “Estudio exploratorio sobre efectos de la Acreditación Institucional en la calidad de la educación superior en Chile”; Comisión nacional de acreditación: 2010

Páginas web del gobierno

www.cned.cl

- www.mineduc.cl
- www.demre.cl
- www.junaeb.cl

Páginas web de las universidades

- www.uchile.cl
- www.uss.cl
- www.uv.cl
- www.umayor.cl

Anexos

Entrevista 1 (Universidad de Chile)

¿Qué hacías antes de entrar a la Universidad?

Yo estudiaba en el colegio enseñanza media

¿En qué colegio?

Yo estudiaba en colegio Leonardo da Vinci, en la provincia de Talagante, estaba en el electivo humanista del colegio.

¿Quién es tu familia?

Nosotros vivimos en Peñaflor, en la región metropolitana, somos 5 personas, yo, una hermana mayor, una hermana menor, mi papá y mi mamá. Tenemos un buen puesto socio económico, por lo que podemos acceder a pagar mi Universidad al contado.

¿Qué hace tu papá?

Es dentista, él solventa la casa, él paga mi universidad y la educación de hermana menor.

Ustedes son tres hermanos los tres estudian

Somos tres hermanos, mi hermana mayor salió de ecoturismo del DUOC y mi hermana menor está en enseñanza media en tercero

¿En qué estás tú, cuáles son estudios?

Yo estudio ingeniería en información y control de gestión y/o contador auditor en la Universidad de Chile, la carrera dura 5 años, y me preparan para cualquier ámbito privado o públicos en las empresas.

¿Por qué elegiste este ámbito?

Yo elegí originalmente esta carrera para cambiarme a comercial, di la PSU y no tuve el puntaje suficiente para entrar a comercial en Chile, por lo que decidí, entrar a la misma universidad, a la carrera anexa para cambiarme por interno, quería una carrera administrativa porque me gusta mucho lo que es marketing es lo que más me gusta.

¿Qué es lo que interesa del marketing?

La creatividad y el desarrollo de técnicas de persuasión y los medios públicos masivos

¿Por qué la universidad de Chile?

Porque es la mejor universidad a nivel país, porque es la más antigua, tiene la mayor trayectoria, prestigio, etc y sobretodo porque mi papá salió de la universidad, él es odontólogo de la universidad de Chile y eso influyó en mi decisión porque es un modelo a seguir mío, y también mi primo es ingeniero comercial de la Chile.

¿Qué te atrae de ingeniería comercial?

Te acabo de decir que es el marketing.

¿Cómo te preparaste para entrar a la Universidad?

Solo, usando páginas web, como puntaje nacional, ensayo en línea, el preuniversitario online de la Andrés Bello, y puras cosas online, sin preuniversitario

¿Te gusta la universidad?

Sigo manteniendo mi posición, que es la mejor universidad, en base a los profes, el carrete, el ambiente, todo.

¿Cómo es eso del ambiente?

El ambiente es súper grato porque es gente de todos lados, entonces uno conoce de todo un poco, por ejemplo hay gente de regiones, regiones tan lejanas como Arica, también gente de distintos sectores socio económicos, gente que está con beca equidad que no paga absolutamente nada, o como gente que viene de sectores altos de la capital e incluso del extranjero.

El que haya gente del extranjero más lo anterior me hace sentir que es una universidad diversa, con harta gente distinta.

¿Y con respecto a los académicos, profesores?

Tienen un nivel académico súper alto, saben lo que enseñan, porque en las clases en que yo estado he sentido seguridad en lo que hablan, son personas más que capacitadas para

enseñar, además que no solo estudiaron y se pusieron a enseñar, que ellos tienen experiencia, han estado en lo que están enseñando

¿Algo más que opinar sobre tu universidad?

Que es muy competitiva, la gente mis compañeros se esfuerza mucho en superarse entre sí, lo que encuentro que es bueno, no necesariamente tiene que ser malo, porque eso incentiva a uno a salir adelante por sus propios medios.

¿Cómo entraste a esta carrera?

Por PSU, di al prueba de historia, por un tema del colegio que ciencia en mi colegio era muy malo e historia era súper buena entonces me metí en historia, di las 4 pruebas y me fue mejor en historia además que es como mas fácil.

¿Cómo te enteraste de la carrera?

Por la escuela de verano, yo el 2011 fui a la escuela de verano de la universidad de Chile, y estaban haciendo publicidad de las dos carreras, y por eso decidí entrar

¿Qué es eso de la escuela de verano?

Bueno, en enero hay un mes, donde dan dos cátedras, en la universidad, y hay conoces la universidad, es como ir a la Universidad un mes, en colegio harta gente se comenzó a inscribir en la escuela de verano, onda la mitad del curso estaba inscrita, entonces dije a yapo a intentarlo, postule y entre.

¿Había algún requisito para entrar?

Pedían promedio 6,6 y 70 lucas, en la facultad de economía y negocios, hartos medios de publicidad como por ejemplo fueron personas de la facultad, dieron una charla también nos ofrecieron llevarnos a la facultad pero por temas de tiempo no pudimos y los medios tradicionales.

La escuela de verano no tenía mucha publicidad solo por internet.

¿Y la universidad de a donde la conocías?

De todos lados yo creo, de conocimiento general, no sé, casi todos cachan esa universidad.

¿Qué opinas de tus cursos?

Que son muy desafiantes, porque te hacen esforzarte por tus propios medios porque no es como que ellos te ayuden en todo el proceso, te hacen esforzarte por ti mismo porque te enseñan todo lo más simple entonces te invitan ellos a completar el estudio, entonces es súper desafiante, te hacen administrar tu tiempo.

Ellos te obligan a la investigación sino te echas los ramos te enseñan la materia muy básica y las pruebas son muy difíciles.

¿Qué medios has usado tú?

Pruebas anteriores de la misma cátedra, preguntarle a compañeros de otras universidades, preguntarte a ti, y libros complementarios dependiendo del ramo.

Entrevista 2 (universidad de Valparaíso)

Me gustaría saber primero de ¿dónde vienes tú quien es tu familia todo eso?

Provengo de una familia de clase media-baja-pobre, de hartos sacrificios de muchas dificultades, vivimos en un lugar bastante humilde, yo salgo de todos lados, desde que entre a la universidad

Bueno somos 7 en familia pero mi hermano hace un par de años, se fue con un nuevo desafío de tener pareja y convivir, y quedamos nosotras dos con mi hermana en la casa, mi Papá y mi Mamá ¡ah y la Martina mi sobrina!

¿Qué hacías antes de Universidad?

Bueno, hice toda mi colegiatura hasta 4° medio después en el año 2006 hice preuniversitario y trabajé y después postulé a la universidad, a esta carrera (ANI) pero en los Andes, estuve en el República de Siria en Ñuñoa y en enseñanza media en el Toribio Medina de Ñuñoa también municipales ambos dos.

¿Antes de entrar a la carrera que hacías tú?

Tuve preuniversitario y trabajaba, fue el 2006 y el 2007 postulé a la carrera postulé en los Andes porque acá era un poquito más alto el puntaje, negocios internacionales.

¿Cómo elegiste la Universidad?

La carrera por amistades que por casualidad sin querer ya habían estudiado otra carreras como ingeniería comercial, pero también por información buscando por internet que tipo, de universidades que no fueran tan pro mi puntaje tan exigentes, y ahí empecé a investigar y salía esta carrera que igual en ese tiempo, que igual era como nuevecita, habían como 7 años no recuerdo bien cuanto el tiempo que llevaba la carrera en la universidad.

¿Qué te atrajo de la carrera?

Me llama mucha la atención lo que son los negocios entre países como puede no sé el tema también de la aduana el proceso que tienen la mercancías es como bien atractivo, independiente a que uno, yo por lómenos vi la malla y como que me intereso, año tras año me fue envolviendo independiente de la dificultad que tenía algunos ramos.

¿Siempre te atrajo esta carrera?

No, yo quería estudiar educación física, pero me faltaron unos puntitos estaba lista en el examen todo, en el físico y no quede po y no sé porque de rubro una cosa sí, porque podría haber postulado a una privada, pero como te dijo soy tan como así, no una familia de bolsillo gordo, mi única oportunidad era estudiar en una universidad más barata, logra beneficio y todo eso

¿Cómo ha sido tu experiencia en la Universidad?

O sea, igual fue un cambio heavy porque yo postule a los Andes partí haya dejando a mi familia atrás, no vivir con ellos, tener harta era como un propósito más extremo el tema de defraudarlos no estaba con ello, mas encima me habían dado el voto de irme afuera y tenía que volver sin defraudarlos.

¿Qué opinas de la Universidad en general?

Es buena, todas las carreras, en la misma lo que es la carrera creo que tiene buenos profesores en el área de bienestar por ejemplo que yo eh tenido hartos rose con ellos por un tema económico, me atendido súper bien, me han tratado de solucionar mis problemas, eso creo q es muy buena carrera y dentro de nuestra podría ser mucho mejor.

¿En qué se podría potenciar más?

Darle un enfoque a lo que son los ramos de comercio, lo que pasa que el enfoque que tiene la carrera es solamente como que lo principal lo más importante son los ramos de finanzas, que si pueden ser que sean importantes, pero creo que lo que nosotros estamos estudiando, no estamos estudiando finanzas, estamos estudiando negocios internacionales, y creo que en el área integración comercial, marketing, logística, dfi, deberían potenciarlos mucho y con talleres y mucho mas o con ida empresa, pero como q tratan de focalizarlo solamente ni siquiera económica sino financiera, creo que ahí se pierde un poco el concepto de lo que es la carrera, la gente los alumnos, llega un momento en que no van a ejercer la carrera sino que se van por otros lados.

¿Qué opinas de la malla y los ramos de la carrera?

Hay una que dan bote y hacen perder, no se si el tiempo pero deberían ser otros ramos que fomenten lo que es el concepto de la carrera, por ejemplo bien entiendo que historia mundial de hecho tenemos una base, que es mercantilismo todo el tema, pero por ejemplo hay ramos que no es tan bien potenciados que el cazo de biología, taller de biología que no tienen como un enfoque concreto, literatura también que son complementarios pero innecesarios.

¿Podrían ser electivos?

No, porque al final, ósea electivo pero no obligatorio yo creo que si los pudieran como electivo cada dos años uno de esos ramos seria impartido, pero no creo no eso es como una piedra tope a la carrera.

La malla es muy antigua y no a sufrido modificación desde el inicio de la carrera, no ha sido modificada no ha sido innovada.

Lo bueno es que ahora viene con nuevos proyectos nuevos enfoques la carrera pero después de cuantos años, ósea vamos sumando y restando, quieren darle un estatus más potente al cambiarle de licenciado en administración a ingeniera de negocios internacionales.

¿Qué opinas de la carrera y la universidad?

Nopo está bien, dentro de parámetros mu básicos está bien, pero le falta potenciarle y darle un plus, pero dentro de todo bien sales buenos profesionales, cuando ejercer la

carrera, hay mucha gente que nos se especializa en lo que termina en el área finanzas, recursos humanos, como que se debían de lo que es su título.

Como otros que están logrando mucho con negocios con su título gente que se a hiso afuera etc.

¿Cómo te enteraste de esta carrera?

Revisando internet y por amigos, me decidí aquí por el puntaje alcanza y dentro de mis propósitos y metas a cumplir me da la probabilidad a cumplirlos. Y la carrera me permite desarrollarme en la parte internacional que es lo que a mí me gusta irme a afuera conocer y poco a poco me ha llamado la atención y me ha encantado.

De hecho a pesar que mi enfoque era otro era ser educadora de educación física, usualmente uno sale con una visión tan distinta de la enseñanza media, que s por ejemplo lo que es básico la pedagogía, ingeniería comercial, contador que administración muy tradicional y muy básica, pero cuando te das el minuto a buscar de copuchenta empecé a encontrar una gama de carreras que no están bien miradas y que al final te das cuenta que si tu pruebas pueden gustarte como a mi m paso, también no te pueden gustar y te vas a ir de la carrera. Pero a mí me ha envuelto y me ha llamado mucho la atención

Entrevistado 3 (universidad Mayor)

¿Quién eres? ¿De dónde vienes?

La situación económica de mi familia es un estrato social medio-alto provengo de viña del mar, trabajo en viña del mar y trabajo aquí en Santiago, yo hago clases y estoy haciendo la evaluación de un proyecto

¿Siempre has trabajado?

Yo siempre

¿Donde estudiaste?

En viña en la compañía María de viña del mar, me parece que es privada.

¿Qué hacías antes de entrar a la Universidad?

Yo en colegio estudiaba no mas y hacia deporte, voleibol

¿Hiciste preuniversitario?

No, entre al tiro no a esta carrera a ingeniería civil industrial en católica del norte y luego ingeniería civil mecánica en la católica de Valparaíso, no termine ninguna.

Ahora estudio ingeniería comercial

¿Cómo elegiste la universidad y como te informaste?

Por prestigio y a esta universidad llegue por recomendación de mi polola que estudio odontología aquí en la mayor, además esta me quedaba más cerca de a donde vivo

¿Por qué esta carrera?

Yo creo que tengo potencial para esta carrera, me gusta, me encanta, si me gusta la carrera yo creo que es vocación

¿Qué son tus papás?

Mi papá es profesional termino la universidad y mi mamá estuvo hasta 3 o 4 año de universidad y no termino.

¿Cuál fue tu mayor influencia?

- Uno era la locación que me acomodaba, quedaba en providencia, era un buen barrio
- No iba a tener paros iba a tener una continuidad de estudios relativamente regular
- Los profesores que están acá se les exige a casi todos en la universidades privadas un magister, un doctorado, y eso me aprecio bueno, ahora la calidad de los alumnos es distinta, pero la calidad de los profesores con el tiempo se trata de mejorar y se está mejorando constantemente.

¿Cómo ha sido tu experiencia en la universidad?

Me ha gustado, algunos profesores puntuales, la encuentro que a sido un poco débil, por el nivel que muestran los alumnos, es decir ellos nivelan hacia abajo no nivelan hacia

arriba, y por eso uno se ve beneficiado en las notas pero no tiene ventaja después al momento de salir.

¿Te gusta la malla y ramos?

La encuentro buena, lo único que le falta a esta universidad es investigación, no tiene investigación, es negativo, no suma

¿Te gustó la universidad en general?

Me ha gustado lo único, que es un punto son los ramos generales, son ramos que se supone ayudan a construir o tener habilidades blandas esos ramos son dispensables acá en la universidad no tienen un peso académico, un peso formativo esa es la única parte que no me ha gustado de la malla.

La Universidad es buena

¿Cómo fue que te enteraste de la carrera y la universidad?

Me informé por internet, y porque esta carrera básicamente porque era la que tenía mi disposición tenía facilidad para crédito tenía cercanía, infraestructura, tenía su propia sede, eso básicamente.

Busqué por internet universidad que tuviera ingeniería comercial, por google, estaba entre esta y la udp, la udp es relativamente mejor que esta pero solo en investigación y eso relativamente suma puntaje para rankearla, pero no sé, me tincó al final, vi básicamente por la recomendación de mi polola y un primo que salió de acá.

Entrevista 4(universidad de Valparaíso)

Me gustaría saber ¿Quién eres? ¿De dónde vienes? ¿qué hacías entrar a la universidad?

Estudio en la universidad de Valparaíso en la carrera administración de negocios internacionales, antes de entrar a la carrera, yo estuve en el instituto nacional ubicado en la comuna de Santiago centro, donde hice mi enseñanza media de séptimo a cuarto medio, antes de eso estuve en dos colegios en virgen de Pompeya de 5° de 6° básico y de 1° a 4° básico en colegio san Mauricio de Maipú.

Vivo en las condes con mis papas, con mi abuela y viendo el tema educacional que me acompleja entre al instituto nacional porque mi papá estudio hay y se supone que es uno de los mejores colegios del país que me daba una base concreta para estudiar en la universidad más adelante.

Y porque la universidad de Valparaíso porque dentro de la opciones que le da uno después he la prueba de selección era una universidad estatal que cumplía con los estándares que necesitaba y quería para estudiar.

Me dijiste que eras de las condes ¿cómo es tu situación económica?

Yo creo que es un poco más acomodada que la media, no me considero una persona muy adinerada pero sí que puedo cumplir con las expectativas y las necesidades que se necesitan.

¿Cómo fue tu proceso de elección de esta universidad y esta carrera?

Como te comentaba anteriormente, universidad de Valparaíso fue dentro de la expectativas de los parámetros que me daba la psu por los puntajes, que tuve, mientras mis opciones siempre fueron universidades estatales, tenia opción en la utem, la ucinf, la umce, y la universidad de Valparaíso y encuentro que es una de la mejores y por los años que tiene de prestancia es un muy buena opción.

En el caso de la carrera, era una carrera que no es tan larga por lo tanto, permite un post grado con facilidad, una continuidad de estudios en otra casa de estudios o en esta misma, ya que 4 años de estudio o 5 como los ingeniería es bastante fácil es bastante viable sacar un postgrado en otras carreras como ingeniería comercial o civil, ya que son otras carreras netamente matemáticas.

¿Qué hace tu papá?

Bueno mi papá estudio en una primera instancia arquitectura en la universidad de chile, posteriormente estudio hizo un postgrado en administración de empresas en la universidad de chile y actualmente estudia sicología en la universidad SEK y como profesión ejerce corredor de seguros con una productora tanto de seguros como eventos si así lo requiere.

¿Cuál fue tu motivación para entrar a ANI?

Que es una carrera no tan larga, mi intención a futuro es sacar un doble grado, otra carrera una academia de diplomacia por lo tanto en corto plazo me permitía cumplir con mis objetivos básicos al momento de ingresar a la universidad.

¿Qué opinas de la universidad?

Como toda universidad creo que tiene experiencias buenas y experiencias malas, en lo personal como personas ha sido increíble obviamente uno conoce personas que no va a olvidar muy buenos amigos personas en las que uno puede confiar, por otro lado viendo el ámbito de estudios, la carrera que estudio permite fortalecer distintos factores abarca distintos puntos de vista no se encierra netamente en una cosa, me explico nos enseña tanto a expresarnos como persona a como ser a enfrentar el día a día y nos da conocimientos básicos mientras que por otro lado hay cosas malas por ejemplo existen los conflictos que se dan por distintas partes o simplemente cosas como infraestructura pero con el paso del tiempo se han ido mejorando considerablemente.

¿Qué opinas de los ramos y los profesores de la maya?

Siento que la maya dentro de cuatro o cinco años de carrera cumple en cierta manera lo que se está pidiendo pero igual deja espacios o huellas que hace importante suplir como por ejemplo falta un poco más de cálculo, un poco más de ramos matemáticos, si viene cierto tiene de estos, pero aun así no llena netamente lo que se requiere saber para lo que estamos estudiando.

En el caso de los profesores, en rasgos generales o términos concretos generalmente cumplen, las expectativas que uno espera, pero más que uno que otro como pasa en todo partes no se siente ad-hoc con el profesor pero son cosas que pueden pasar.

Hablaste del entorno ¿puedes especificar?

Te enseñan a ser persona, me explicó hay cosas buenas y cosas malas entre las cosas buenas, te enseñan a compartir, a relacionarte, a expresarte con la gente y con el medio, por otro lado te enseñan a competir, a ser máquina o ser un competidor no es muy importante o te enseñan a ser frío, que la persona de al lado no es muy importante o no te influye mucho o no te es aceptable o muy agradable.

¿Dirías qué la U es competitiva?

Si, es competitivo, dependiendo del lado que se mire eso puede ser malo o bueno, puede ser bueno porque al competir te llena o te permite conocer como es el ambiente laboral a futuro, y malo porque a veces uno deja de lado factores como la amistad, de sentimientos que pude sentir una persona un amigo o lo que fuese y tienes que dejarlo de lado por el tema de competir.

¿Cómo fue que te enteraste de la carrera y la universidad?

La universidad si bien en Santiago no es tan conocida en Valparaíso si lo es y un prestigio muy alto, dentro de las universidades estatales, como la chile, la católica, la Federico, estaba la de valpo que cumplía los requisitos junto con la usach, con lo que yo quería siendo estatales.

Había escuchado de ella, alguna charlas estudiantiles, por otro lado ferias, que se hacen por ejemplo en estación Mapocho y también porque algunas personas de mi familia habían estudiado en esta universidad en sede de Valparaíso y me decían que era buena y me daban buenos créditos de ella.

¿Las personas que te hablaron de la universidad también estudiaban ANI?

No ellos estudiaban otras carreras y habían oído de la carrera, además en ferias me hablaron de ella y después de dada la prueba investigue un poco más sobre ella.

¿Qué otras opciones tenías?

Ingeniera en información y control de gestión o ingeniería civil industrial, y busque carreras alternativas en caso de que los puntajes no haciendan y unos de los casos fue este o ingeniería comercial o ciencia políticas

*mi mamá estudio en un colegio técnico y en un instituto profesional.

¿Qué opinas sobre la universidad y la carrera?

En el caso de la universidad como tal, si veo el nombre de universidad de Valparaíso me agrada mucho porque es una universidad muy importante, muchos años de experiencia, en la quinta región es muy conocida, tiene sede en distintas regiones, tiene buena imagen sin conocerla por dentro.

Ya como alumno de esta misma el tema ya cambia un poco, en viña existen muchas cosas muy importantes una infraestructura muy buena, en Santiago es diferente, por ejemplo que no tenemos más de un profesor por ramo o no tenemos distinto horario para un ramo, entonces eso nos perjudica y nos obliga a ir a la quinta región a tomar a ramos, lo cual no muy viable económicamente como de tiempo, pero también tiene cosas buenas como lo puede el compañerismo, la unión, es un ambiente muy grato, los profesores en su mayoría como en todo lados hay excepciones obviamente, son dispuestos a conversar con alumnado no tienen problemas respecto aquello.

Y en otras cosas puntuales quizás no es muy buena, en el campus Santiago la infraestructura deja mucho q desear como ya lo sabemos la universidad está en un espacio que no netamente de una universidad sino de un colegio, tiene sus espacios, su biblioteca como corresponde, pero quizás faltan algunos pequeños factores que podrían facilitar el ambiente o la ganas de estudiante para estudiar, dentro de esta misma universidad.

La carrera deja muchas cosas tanto buenas como malas, bueno es una carrera no tan larga, posee ramos de todo tipo, lo que te permite manejar información de distintos temas tanto, conocimiento de comex, matemático, frutas, etc.

Mientras que por otro lado si vemos carreras similares como ingeniería es muy importante que cuente con más ramos que se enfoquen a lo que es matemática, mas ramos de cálculo que hacen falta en la universidad, muchas veces los chicos de la carrera no manejan estas materias y hace falta.

El inglés es muy bueno que haya muchos ramos que lo profundicen, pero su nivel de exigencia debería mayor, así como también debería haber más ramos de otros idiomas para potenciar esto.

Entrevista 5 (Universidad Mayor)

¿Quién eres? ¿De dónde vienes? Y ¿Qué hacías en tu pasado?

Mi nombre es....., yo soy de origen indio, estude antes en la universidad de Santiago como ingeniero en ejecución industrial estuve por dos años y no me gusto la carrera así que me cambie a otra universidad que me diera competencia di la PSU por segunda

vez, y lo que ocurrió fue que no alcanzo el puntaje para entrar a la chile por lo tanto me alcanzo para la universidad mayor ingeniería comercial.

Me mencionaste que de origen indu ¿tu infancia la viviste haya?

La mayoría de mi infancia la viví aquí en chile, y como un año y medio en india.

¿Qué es lo que hacen tus padres y más o menos como es tu situación económica?

Mi situación económica es casi estable, somos dueños de una tienda formal pero en situaciones económicas no da mucho, en términos de exportación ha bajado mucha competencia etc, dentro de los últimos años

Clase media-media

¿Cómo ha sido tu escolaridad?

Mi escolaridad ha ido de situaciones mas o menos precarias a que me cambie de colegio en 8° básico a primero medio y hay mejore, la competencia de primer colegio en términos de formación era malo

Eran el queen victoria college de providencia actualmente ya no existe de 3° a 8°, de 1° a 2° en el .. y de primero a cuarto medio fue de english institute, los colegios particulares pagados.

¿Cuándo iba en el colegio hacías algo mas aparte de estudiar?

Ayudaba a mi papá en el negocio cuando tenía el tiempo, además iba al colegio normalmente todos los días, y además hacia algún deporte normalmente basquetbol y en este caso iba a los talleres extra programáticos.

Yo era buen alumno

En tu proceso de elección ¿cómo elegiste que universidad y que carrera?

La decidí básicamente por en términos de puntajes, no me alcanzo, vi las distintas opciones, pase por las distintas universidades, pase por la central primero, después pase por la universidad del desarrollo para ver si tenía una posibilidad, y al final me decidí por la mayor con el fin de terminar rápido mis estudios y poder compatibilizar estudios afuera

¿Por qué decidiste la mayor?

Porque inicialmente me mostraba mejor maya curricular respecto a las otras universidades para poder desarrollarme profesionalmente, pero no se logro a medida que avanzaron los años de lo que me di cuenta en 3º año de educación universitaria.

¿Por qué elegiste ingeniería comercial?

Porque me gusta el mundo de los negocios, área económico, hacer inversiones invertir en cartera, me ha atraído desde siempre.

¿Qué hacen tus padres?

También vienen de la india y trabajan sobretodo primero se empezó con lo que era el área electrónica, vendía relojes, televisores, trabajábamos en ese también en lo quera reglar televisores, videocaseteras todo lo que era electrónico.

Y después a partir del año 94 llegamos a ver el mundo de los juguetes, todo lo que vendíamos menajes, que son regalos artesanías todo lo que es artículos de regalos y posteriormente pasamos a la importación.

Ellos ambos llegaron hasta 4º medio en india.

¿Cómo investigaste?

Primero por la pagina que te daba el ministerio de educación, y lo otro investigue yendo a las distintas universidades de forma presencial

¿Cómo ha sido tu experiencia aquí? ¿Qué tal tus cursos?

Hay muchos ramos que me han ayudado, también como que no como por ejemplo fue el caso de para que mencionar microeconomía, contabilidad gerencial a mi me lo ensaaron de forma insatisfactoria, de acuerdo a los perfiles que uno tiene como ingeniero comercial.

El nivel de preparación de algunos profesores no fue acorde con lo que se ve en el mundo laboral, a ti te enseñan una determinada materia y un nivel de contenido, pero eso después llevarlo a la práctica... y eso tu lo puedes ver desde la practica básica o después en la práctica profesional no estás desarrollándote como profesional y a través

del conocimiento que te llega de los distintos docentes hay tu te vas dando cuenta de la comparación con que tú te puedes enfrentar en el mundo laboral.

Colocando en la balanza ¿la universidad te ha gustado?

De acuerdo a lo que llevo, me a sido de muy de una preparación más o menos estable que cumple con los requisitos mínimos ahora a medida que haya pasado el tiempo he visto que la formación y la preparación que se me dado en la universidad con respecto a las competencias que debería tener a lo largo de los años no se ha visto satisfactoriamente dado, debido al cambiar y al rotación permanente de los profesores en conjunto con lo que es las distintas iniciativas para llevar las cosas a cabo.

¿Cómo es eso de la rotación de profesores?

Que los van cambiando de año a año de acuerdo al desempeño, de acuerdo a que si cumplimos un cierto ciclo académico a nosotros de nos entrega una especie de folio donde nosotros comenzamos a evaluar a los profesores si los contenidos que han pasado versus a la competencias que se dan para un determinado ramo se cumplen o no respecto a lo que se pide en el perfil de ingeniero comercial.

¿Cuáles son los fuertes y los débiles de tu universidad?

Los fuertes es que la universidad ha tenido un posicionamiento alto a lo largo de los últimos dos o tres años en carreras como medicina o campo de derecho, entre otras cosas y ha tenido una capacidad publicitaria y marketera muy grande.

Y lo débil hay muchas cosas por arreglar, diseñar mejor la maya no solo por los intereses del alumnado sino que también pro el campo laboral que se pide afuera, porque hay ciertos ramos que uno los toma, los pasa, pero no van de acuerdo al mundo laboral porque los contenidos van cambiando de acuerdo de año en año y empiezan a exigir cada vez mas.

Tiene 20 años desde su fundación pero esto no se ha reflejado fielmente en la imagen que daba antes la universidad ya que no se a dado a conocer pero normalmente se a demostrado que ni entraban ha universidad porque veían que lo ellos querían no se encontraba en la mayor.

La universidad mayor no ha cumplido mis expectativas, según maya y competencia.

¿Cómo te enteraste de esta universidad y de esta carrera y porque aquí?

Porque me llegó un correo electrónico, y me enteré de ella porque algunos compañeros de la media me contaban que antiguamente la universidad mayor tenía un mayor nivel de prestigio en ciertas carreras y por eso me hablaron de esta universidad.

¿Cómo es eso del mail?

De acuerdo al perfil que se llegaba al principio, primero pase presencialmente y después me mandaron un mail de confirmación y fue el proceso de ingreso más rápido que las otras universidades.

Entrevista 6 (Universidad de Chile)

¿Qué hacías antes de entrar a la universidad?

Estudiaba, estaba en otra carrera, ingeniería civil, me cambie porque no me gusto y era como muy complicado, en la universidad de Chile también.

¿Y antes de eso?

Estudiaba en el liceo Melipilla es un colegio súper conocido haya.

Mi familia es de estrato social medio, considerado como medio

¿Qué hacías en el tiempo del colegio?

Estudiaba no mas, no hacía nada extra, ósea hacia deporte, participaba en actividades del centro de alumnos, pero era lo único como extra que hacía, yo era como secretario una cosa así

En ese colegio estuve desde 1º básico hasta 4º medio

¿Por qué esta carrera y porque esta universidad?

La universidad era la única que tenía en mente que según yo, era la mejor y no me gustaba la católica porque era media elitista, así como que discriminatoria el ambiente como que no gustaba, me sentía más a fin a la Chile

Y la carrera fue que el año pasado estaba en civil y como que era pura matemática, yo al principio quería algo matemático, pero era demasiado, como quería mezclar algo mas social, y de este modo investigue y me di cuenta que comercial mezclaba las dos cosas súper bien.

Lo investigue solo.

¿Qué son tus papás? ¿Son profesionales?

No, soy la primera generación que estudia en la universidad, mi mamá es dueña de casa y mi papá trabaja en el sur, es conductor de buses.

Para mí la universidad de Chile era la mejor de Chile

¿Y eso de donde viene?

Era como según mi pensamiento como es una de las más antiguas, entraba, salía gente súper apta para el trabajo, todas esas cosas, como para era la mejor como que era más transversal, abarcaba todos los extractos socioeconómicos, no tanto como por ejemplo la USACH, pero en términos si lo sumamos lo que es la calidad de estudios, la calidad de estudiantes y transversalidad es la mejor.

Dijiste que ingeniería comercial es más social ¿a qué te refieres con eso?

Como que también está preocupado del lado humano también ve que no solo centra en lo que es cuadrado todas esas cosas sí que también se centra en lo que piensan las personas, las opiniones de las personas todas esas cosas más humanas

¿Cómo ha sido tu experiencia aquí en la universidad de Chile?

Es que el problema es que la universidad de Chile, es como media diferente en cada facultad, por ejemplo en BEUCHEF no me gustó como era, de partida la administración era súper penca, súper ineficiente te mandaban para un lado para otro, ósea para la solicitud de cambio me mandaban para la secretaria de estudios, haya tenía que llenar un papel y el papel lo tenía que ir a buscar a otro lado, era como súper, no te dejaba en claro, en cambio aquí es más, hay eficiencia, tenía que ir a lo más a dos lados, por

ejemplo hacer cambios de ramos esas cosas es súper fácil, administrativamente este campus es mejor

¿Tus cursos tu malla? ¿cómo al encuentras?

Critico que le falta algunos aspectos, mejorar algunos aspectos, como menos teórico y mas practica, porque hay ramos administrativos, que son como súper teóricos, y poco prácticos, entonces como que no te fomenta la habilidad de innovación, creativo, que son necesarias y creo que en la Adolfo Ibáñez si lo hacen más que acá, aquí son bien teóricos, aparte que acá los ramos matemáticos te pasan materia que es como pérdida de tiempo al final.

¿Una opinión de la universidad en general?

Que es de verdad como pensaba, no me decepciono, es como que transversal, todo bien.

¿Cómo te enteraste de esta carrera y de esta U, porque aquí?

Aquí decidí comercial, cuando me fui aquí a la semana de postulación aquí y como que me dieron harta información de cómo era la carrera, todas esas cosas y como que me decidí si o si aquí, ósea igual tenía poco de inseguridad, no estaba como bien seguro si meterme o no

Porque pensaba que podía ser igual a lo que era mi antigua carrera

Me entere de la U de chile, es como que uno nace sabiendo que es la universidad de chile, no hay como explicación, como que todos dicen que es la mejor, es la mejor, es la mejor de las mejores, entonces ya, va pasando el tiempo.

¿Podría decirse que te enteraste por el boca a boca? Si

¿Con respecto a profesores compañeros?

Los profesores son súper buenos, se explican bien y los alumnos creo son súper buenos, no son como cerrados en un aspecto son como súper sociables, que son cosas importantes igual para el ambiente universitario, por lo menos lo vi aquí solamente, porque en mi ex carrera no lo vi, pero aquí, como que es distinto uno puede preocuparse de los estudios y tener vida social a la vez.

Los alumnos son súper responsables, y tampoco se centran solo los estudios sino que se puede hablar de otros temas, tirar la talla, carretear, que yo tuve la mala experiencia del año pasado que no era así, era estudio y era súper absorbente.

Entrevista 7 (Universidad San Sebastián)

¿Qué hacías antes de entrar a la universidad?

Antes de entrar aquí, estude un semestre en la Alberto Hurtado, ingeniera comercial también, y después entre acá

Me cambie por lucas por trabajar, tuve que trabajar el segundo semestre de ese año, principalmente por eso y volví a dar la prueba y entre aquí.

Y antes de entrar al universidad en general?

Salí de cuarto medio, di la prueba, Salí del liceo de aplicación,

Si la prueba un año, trabaje y di la prueba otro año entre a la Humberto hurtado, luego para entrar aquí, di la prueba 3 veces porsiacaso.

El primer año trabaje, después el segundo año estude en la Alberto y trabaje

En el colegio trabaje 3º y 4º en una imprenta que rede de mi papá.

Tu familia ¿a qué segmento pertenece?

Clase media baja

¿Por qué esta universidad y porque esta carrera?

Respecto al carrera ya lo tenía decidido porque la lo había estudiado antes en la Alberto Hurtado y me gustaba ingeniería comercial, respecto de la U entre aquí por la beca, principalmente por eso, por el puntaje PSU, me becaron por un porcentaje del arancel, y eso fue como una variable importante para entrar aquí, y no a otra U que me alcanzaba el puntaje pero que no tenia beca, y tenía que pagar más.

¿Alguien te influenció en la decisión?

Mi hermana, me influencia a meterme acá, bueno por la misma beca la cuestión económica, me queda cerca, vivo muy cerca de acá, y un `proyecto nuevo, tal vez un poco riesgoso, porque aquí la U relativamente nueva, vamos a ser nosotros segunda generación de comercial pero eso fue lo principal la beca y la cercanía, y mi hermana fue la que mas influyo

¿Por qué dices que es riesgoso?

A bueno, porque la U acá en Santiago, la competencia que tiene el sur es muy distinta a la que tiene acá, ósea en el sur es la segunda universidad después de la de concepción, o en Valdivia Osorno que es de la primeras, pero acá en Santiago es difícil que posicione entre la primeras porque esta la chile, la católica, la usach y la Adolfo, etc no se y además que es nueva, ósea yo creo que esta U va alcanzar un buen posicionamiento pero en unos años más, nosotros somos apenas la segunda, por eso es un riesgo, estar en una institución que puede que le vaya bien o que no le vaya muy bien, respecto a cómo le fue en el sur.

¿Qué te gustaba de ingeniería comercial?

Me gustaba, ósea desde primero medio me gustaba más el área de salud, medicina específicamente, pero después tenía algunos amigos y conocidos que estudio, y me contaba, que de repente conversábamos y me tinco hartito, el área economía por ejemplo cuando entre, bueno ahora son otras las áreas que motivan, pero antes de entrar me motivo por eso.

¿Tus papas son profesionales?

No, mi viejo murió hace un par de años. El tenía esta imprenta, este negocio, trabajador independiente una mi Pyme y mamá es dueña de casa, mis papas Vivían separados, él traía en ese tiempo la plata a la casa.

Pero la carrera a través del trabajo y el crédito me la he financiado yo.

¿Cómo ha sido tu experiencia aquí?

Los profesores ha habido de todo, los primeros años hemos tenido buenos profes otros malitos que se han ido, pero ha costado un poco.

El ambiente en la U antes que estábamos en una sede mucho más chica era familiar y quizás ahora eso se ha perdido un poco, en este edificio más grande, con autoridades antes era más cercano, ósea ahora no es que no sea cercano, quizás por un tema infraestructura todo es amplio, entonces cuesta generar lasos más estrechos, como en lugares más pequeños, como lo fue segundo, tercer año ya ahora en cuarto y finales del año pasado, un grupo de compañeros de amigos, con los que hacemos todas las cosas, estudiamos, carreteamos, trabajos de invierno, de verano, etc muchas cosas que hemos hecho juntos, de vida universitaria como centro de estudiantes también, además de estar estudiando

Respecto a la maya también me gusta mucho la maya. O sea la variable para entrar acá fue la beca, pero la maya también me gusto, no fue lo principal pero también me motivo bastante, que siempre tuve cursos de economía durante toda la carrera, etc, y teníamos opción a magister.

Y ¿sobre los ramos?

Mejoraría algunos ramos, algunos electivos que en realidad no los tomaba mucho en cuenta y podrían haber sido mucho más útiles y también nos hubiéramos sentido más comprometidos de cumplir y venir a clases etc

Con respecto a los otros ramos en general bien, no sé si hubiese sido muy útil pero algo creo hubiese servido es en el maya hubiese habido inglés, se podía tomar optativo, pero no venia incluido en la maya. O sea ahora hay una maya nueva

¿Te ha gustado tu experiencia aquí?

Si, haciendo un balance muchas cosas positivas a nivel profesional a nivel interpersonal lo que proyecto de la U que un par de años mas ya tener un buen posicionamiento y eso profesionalmente va ser muy útil y si m a gustado estoy satisfecho

¿Cómo te enteraste de esta carrera y universidad?

Publicidad, mucha publicidad, esta U revienta los canales y todo con publicidad, sipo porque antes no estaba este edificio gigante, no era como que tu pasaras por Italia y la vieras, no había nada, entonces fue mucha publicidad en todos lados, micro, diario, tele y hay la cache y la becas me metí a la pagina y hay cache que tenía posibilidades y eso.

Hay cache uh y esta U es nueva cache que estaba en concepción 20 años, la becas me gusto la maya y me daba y era de las mejores opciones que tenia por plata.

Entrevista 8 (Universidad San Sebastián)

¿Qué hacías antes de entrar a la Universidad?

Yo estuve en colegio, jugué básquet un poco después del colegio no di la psu inmediatamente, me puse a hacer la práctica, porque Salí de un colegio comercial en el Enrich, luego después de ese primer año de práctica, comencé a trabajar en el tercer año yo decido entrar a la universidad, di la psu solo una vez y saque un puntaje bueno y aquí dan una excelente beca, el 50% del arancel de 2 millones ochocientos era bastante tentativo 2 millones 6 en ese tiempo.

¿Tu familia a qué sector económico pertenece?

Medio bajo, no somos medio alto tampoco, mi padre no lo conozco y siempre he vivido con mis padrinos y ellos son los que financian en parte mi educación pero aquí con la beca estoy perfect, solo necesito una parte de CAE que también lo utilizo para poder pagar mi educación, pero ellos me ayudan no sé, en fotocopia, lucas a libre disposición digamos.

Bueno y trabajos esporádicos de acá, ponte admisión, también profesor ayudante, en otras universidades también y con esas luquillas, pocas lucas, pero lucas al fin y al cabo he podido pagar mis paso por aquí.

¿Cómo fue tu elección de carrera y universidad?

Una semana antes de saber los resultados yo ya estaba viendo las cartas y esta universidad no estaba dentro de mis cartas, pero un comercial de televisión me indico las becas que tenia y hay yo ingrese a su página web y me di cuenta que tenía una buena tajada de descuento así que llame y me indicaron que tenía que hacer para acceder a este descuento y les dije que después de tener el puntaje iba a ver si me quedaba en esta universidad o no

¿Cuáles eran tus otras opciones?

Siempre la católica, la Federico Santamaría y la Adolfo Ibáñez, en comercial, y en otra rama ingeniería en geomesura en al utem y comercial también en Concepción pero no la inscribí en la papeleta de la crush porque no era de Santiago.

Me quería quedar en stgo porque aquí están los peces gordos en el área economía y es donde realmente se pelea, o sea aquí está la cato, la chile, Adolfo la Federico pero hay buenas universidades donde los profesores se prestan, por ejemplo en valpo se prestan los profes dentro de la u de la región, pero difícil de valpo a stgo, quería contar con profesores de primer nivel, la chile, la cato, Adolfo, que normalmente se daba en porcentaje pequeños 40% a lo mas de profesores de esa línea, el resto eran profesores de otras universidades.

¿Por qué comercial?

Porque yo estudie administración de empresas en colegio y mi familia es como bien comerciante, ósea les gusta comprar una casa venderla, comprar un auto venderlo, como bien comerciantes o comprar un edificio y arrendarlo como cite, siempre hacer negocios y eso a mí me encantaba ganar plata tan fácil, lucrar era nuestro primer motivo.

Geomesura trabajar en tierra y ganar lucas, ósea parecido a ingeniería en minas, trabajar en minas, ósea igual iba a lucrar ósea para mí lucrar es lo primero y luego el amor

Mi mama era asesora del hogar cuida gente, pero no tiene titulo ni grados de enfermera paramédico o nada, no están en grado de postrado mal, ella tiene cuarto medio y nada mas

Mis padrinos son, ella es dueña de casa y tiene un seudo-mini taller de costura que hace soft costura poleras ropas y mi tío trabaja en el área de adquisiciones de una empresa MYB, que es una empresa del holding de no me acuerdo el nombre.

¿Cómo ha sido tu estudio aquí?

Yo al comienzo, aquí el logo al comienzo era bienvenidos los que creen y los que crean y dije voy a tener que creer algo y crear algo, tu sabes que es el alumno el que hace la universidad, con co-colaboaracion con los profesores decanos, toda la chicha y limonada aquí dentro de esta universidad me a gustado bastante, porque aquí era muy familiar, aquí podías bajar y ver al vicerrector de responsabilidad y emprendimiento,

Hola como esta, al director nacional de la DAE, Hola tengo que hablar contigo, era tan, un tu a tu, que eso no lo compras en ninguna otra universidad creo yo, tiene que haber sido una universidad muy chica para tenerlo, esta universidad no es chica tiene mucho, bastante como 22 mil estudiantes, no era chica en sí, pero acá éramos un colegio todos nos conocíamos prácticamente, eran 30 por carrera un modulo, sección por carrera ósea era algo muy familiar y eso me encanto, eso hoy se mantiene, las relaciones continuas, pero es un poco más difícil en esta sede, el rector ya no tiene todo el tiempo de abarcar a todos los alumnos y de hablar con nosotros casi a puerta abierta.

¿Con respecto a tu maya y profesores?

El 40% de primer nivel el otro 20% le llegaba, pero había un porcentaje siempre de profesores chantas que llegaban aquí que duraban un semestre y tenía que irse, porque aquí hay una evaluación que malamente no es temprana si al final debería ser una evaluación a mitad de semestre como lo hacen en otras universidades y hacerlo pedazos hay para que se vaya pero no teníamos que esperar comernos con este tipo un semestre nos paso quizás en mi carrera como con 4 profes quizás malos, los demás bien me enseñaron cosas y otros profes espectaculares que también se fueron porque no se daba, la verdad no sé porque se iban pero se nos iban siempre, en fin.

La malla, nosotros tenemos una malla de 4 años, con eso nosotros acá cuando entramos nosotros esperábamos tener una malla de 5 años, con lo que tendríamos opción a magister y un abanico más amplio de ofertas laborales y no solo estar en el lado privado, que obviamente es una tajada más grande que el publico igual quiero estar ahí, porque nosotros somos el centro de alumnos tenemos servicio público y ojala estar trabajando en una entidad pública.

¿Pero en general te gusto?

Me gusto, ósea yo abanderado totalmente doy al pelea por la san Sebastián e ingeniería comercial sobre todo ahora que estamos acreditados mas todavía por dos años, ósea nuestra segunda generación de egresados, ósea a nosotros ya estamos acreditados por 4 años para nosotros eso es algo que nos respalda, como dice el slogan, creamos algo nosotros también y junto a los decanos los encargados de escuela y todas las autoridades logramos la acreditación.

Y ahora con la acreditación si tú colocas un ranking de ingeniería comercial queda noveno a nivel nacional.

¿Cómo te enteraste de esta U y porque aquí?

Yo entre, aquí por la televisión yo tenía bien claro dónde irme, me alcanzaba por puntaje y todo, pero la beca de la san Sebastián, tenía buen financiamiento y mas el cae y me iba a pagar casi todo y fue un comercial que vi y decía el 50%, 60% hasta el 100% de la carrera.

Entrevista 9

¿Que hacías antes de entrar a la universidad?

Termine mi cuarto medio y hice el preu mientras hacia el cuarto medio di la psu y entre el mismo año

¿En qué colegio pre o universitario estaba?

En el Pedro de en Valdivia o y estaba en agustinas o y enseñanza media y se en altazor que estaba Toesca

¿Qué hacías y Antes de la Universidad como, aparte de estudiar?

Cuando estuve aquí en Chile yo amaba al deporte siempre estaba ansioso por la clase educación física por la actividad física y cosa particular ninguna y en el tiempo libre practicada porkung fu"

¿Qué hacen tus papás?

Mis padres los dos son chinos vinieron a Chile no sé por qué razón por equis motivo y ahora son comerciantes

¿Ellos son profesionales?

Uno de ellos terminó cuarto medio no sé si tiene título técnico o profesional mi padre tiene título universitario y todo eso

¿Específicamente qué hacen?

Como un importante y exportan de China

¿Tú siempre has vivido en Chile?

No o sea estuve en China del pequeño hasta los 11 después me viene a Chile

¿Cómo fue tu elección de Universidad y carrera?

Al principio quería estudiar informática me gustaba me encantaba pero al final me gusto comercial porque es una área tipo internacional y se puede relacionar con N. tipo de gente y es amplia la gama que tienen al momento de titularse en el final preferí comercial porque es informática tenía en mente que cuando uno se gradúa se quedaba en una oficina y se quedaba pegado todo el día al frente de una pantalla haciendo o no sé código de líneas programación aunque es entrete pero preferida comercial

¿Alguien influyó en tu decisión?

No fue un proceso mental mío en lo personal podía haber estudiado informática.

¿Y la elección de Universidad cómo fue?

Después de obtener mis resultados fui a preguntar personalmente a las universidades o se ha ala Adolfo Ibáñez no fui presencia fui a la u de Chile a preguntar a la facultad de comercial de ingeniería comercial me dijeron que podía optar por el plan como un primer principio y después determinar eso por optar por tomar la carrera comercial pero no tincaba mucho porque igual entraba ciencias historia lo cual no me gustaba tanto y en la tele salía el San Sebastián porque era mucho el comercial del San Sebastián y un día a ver qué onda y como que hable con el director de la carrera y me explicó súper

bien y me explicó la malla nueva que es de cinco años y tiene inglés como desde el segundo año del que yo entre y me encantó

¿Qué es lo que te gustaba de ingeniería comercial?

Y podía viajar que se podía interactuar con gente de otro país de otro continente cultura etcétera más que nada eso

¿Cómo decidiste por esta universidad?

Cuando fui a u de Chile están por estudiantes de la carrera si y no había como ningún docente decano director de escuela estaban ahí presentes para apoyarlos orientarlos y cuando viene aquí a la San Sebastián hable con el director de la escuela como te había dicho y por otro lado también me quedaba cerca por la estancia de el trayecto

¿Cómo ha sido tu experiencia estudiando aquí?

Agradable porque mis compañeros son generosos, como que el primer año el director de la escuela y el secretario de estudios enfocaban para que no lleváramos bien, a saber cómo utilizar el tiempo y después del segundo semestre me incorporé a trabajar dentro de la Universidad y eso influye hartó en la decisión de uno de quedarse en la Universidad o cambiarse de carrera a otra universidad

¿Qué opinas de los cursos?

Alguien con bienes son enfocados sólo que les falta un poco de economía y en primer año no primer periodo del segundo semestre no tienen ningún ramo económico

¿Qué opinas de los profesores?

Los profesores buenos pero también hay alguno que son como profesores del colegio y no saben enseñar bien o no tienen paciencia con lo que pasó en el primer año en el primer semestre con un ramo que se llama método cuantitativo y la profesora no tenía

paciencia de enseñar porque no todos salimos del mismo colegio y no tenemos el mismo nivel de conocimiento

¿Y le ha gustado la experiencia en la Universidad?

Como un ingeniero comercial, si igual por el ámbito de nuestra carrera está acreditado por cuatro años y el resto de las carreras están acreditadas como por dos años y eso significa estamos obteniendo un avance en un corto período de tiempo

¿Cómo enteraste de esta carrera de esta universidad y por qué aquí?

Lo supe por un comercial de la tele elegí uno por la cercanía dos o la infraestructura y tres, por qué se encariña la cercanía

Entrevista 10

¿Qué hacías antes de entrar a la universidad?

Estaba en un preuniversitario, en la cato, estudiaba en el preu y era promotora y bailaba salsa tomaba cursos de salsa

¿En qué colegio?

Se escribe The Garden School, particular subvencionado

¿Tu familia de de clase media, alta, baja?

Media baja, no se me bien los rangos pero creo que media baja

¿Cómo fue tu elección de la universidad y carrera?

Por el preuniversitario yo estaba estudiando, estaba haciendo el preu haya en la cato y fui a un charla vocacional, y ahí salió la carrera, yo quería estudiar diseño grafico, y me puse a ver la parte de negocios y salía la carrera de ANI y salía en la UTEM como ingeniería en negocios internacionales.

y la de valpo y en ese momento había muchos problemas con la cuestión de leyes de la UTEM que ni estaba acreditada, que no sé que cosa, entonces dije no tengo que estudiar en la de valpo ahí llegue a la U, pero yo fui antes a hablar que era la malla y ahí como lo que ellos me plantearon me gusto y decidí entrar a estudiar ANI

¿Tu familia es de aquí de Santiago o del campo o..?

Son de afuera yo he vivido desde los dos aquí en Santiago, vivo en Santiago, tengo dos hermanos uno de 22 y el otro de 16 uno todavía estudia en el colegio, en el mismo colegio que yo estudie y otro estudio ingeniería en administración de empresas y ahora trabaja actualmente en otra cosa, porque va a cambiar de carrera

¿Cómo ha sido tu estudio aquí y como han sido tus cursos?

Difícil, partió en, me gusta mucho la carrera, me gusta mucho lo que hago se me ha complicado con ciertos ramos, ramos específicos como matemáticas y costos que han sido mi martirio, pero lo demás me gusta, ósea la malla creo que le haría una modificaciones pero dentro de todo está bien

¿Qué modificaciones le harías?

Por ejemplo pondría un ramo de ética, o algún taller así, para que personas, para que salieron como en nivel cultural digamos parejo, porque no muchos saben relacionarse, no muchos saben vestirse y creo que un administrador de negocios internacionales tiene que venderse primero en imagen y luego una vez que pasa eso, vender su inteligencia y conocimiento y eso no pasa en ANI

¿Qué opinas sobre la universidad los profesores?

Parece un colegio, los profesores hay algunos profesores que te tratan como debe ser, ósea un trato universitario y hay otros que te tratan como de colegio y considero que por mucho que a nosotros nos guste como estudiantes esto no debería ser así, en si la U tiene muchos problemas administrativos así que se deprecia un poquito en ese sentido, pero siento que si tomara las cosas con más seriedad la U podría crecer mucho mas.

¿Te importaba que la universidad fuera fiscal?

Yo buscaba una que estuviera dentro del colegio de rectores porque mi importaba en tema de las becas no puedo financiarme la carrera sola, entonces mi importaba mucho

una universidad que tuviera avalada por el colegio de rectores para poder optar a las becas y dentro de eso estaba la u de valpo

Así que llegue, llegue aquí y me motivo mucho mas, cuando hable con la persona hable con tipo de primero, de ese tiempo y me dijo que la carrera era fiasco y le pregunte si me podía mostrar alguien que estuviera casi saliendo de la carrera y ahí hable con Cote Gómez, María Jose Gómez y ella me dijo que era la carrera de que se trataban los ramos las asignaturas y todo entonces ahí fue porque decidí entrar, pero en ese momento no había tantos problemas administrativos, como cuando yo ya iba en primero y estando ahí, ya estoy, ósea para adelante, por eso no me salí, pero de haber sabido que las cosas iban a ser así a lo mejor no hubiese tomado esa decisión

¿Cómo te enteraste de esta universidad y carrera? ¿Porque aquí?

Por el Preu, en el preu me entregaron una hoja con todas las carreras de todas la áreas, entonces me fui al área de negocios y estaban una serie de ingeniería comercial, industrial, estaba la carrera de la UTEM, estaba ANI, estaban institutos como el DUOC que impartían clases de administración de empresas y todo eso, pero motivo el nombre que sea internacional, porque a mí me gustan las lenguas, me gustan los idiomas entonces por eso llegue a la carrera.