LITORALPRESS

Fecha: 10-09-2023
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo C
Tipo: Noticia general
Título: Promociones y disponibilidad de vacantes dan cuenta de crisis financiera en colegios privados

Pág. : 5
Cm2: 618,4
VPE: $ 8.123.924

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

Académicos plantean que, tras la pandemia, cayó la matrícula y que no han logrado repuntar:

Promociones y disponibilidad de vacantes dan cuenta de crisis financiera en colegios privados

Establecimientos que agotaban sus cupos en los primeros meses del año hoy ofrecen distintas opciones y rebajas para atraer familias, lo que también refleja que se ampliaron preferencias de los apoderados.

DIERK GOTSCHLICH

"Cupos 2024", "Admisión próximo año", "Postula aquí", publican colegios particulares pagados hasta esta altura del año, incluso en casos de establecimientos reconocidos como "de excelencia", con altas mensualidades, pero que agotaban su matrícula anual a comienzos del primer semestre.

El escenario da cuenta de la compleja situación que atraviesan algunos recintos para encontrar familias dispuestas a incorporarse a sus proyectos educativos, principalmente por una incertidumbre económica que percibe la ciudadanía desde las protestas de 2019 y, posteriormente, la pandemia.

Esto es algo que han advertido académicos, que también plantean que se relaciona con la "pérdida de valor" de parte de las familias hacia la escuela, lo que se masificó tras la interrupción académica por la crisis sanitaria.

Cristián Lagos, director del Colegio La Abadía, dice que "es un fenómeno reciente el que los colegios empiecen a hacer publicidad. Antes había algunos que hacían algo de márketing digital, en Instagram y Facebook, pero era muy poco. Ahora ya se ve que es un fenómeno mucho más masivo".

En ese sentido, añade que "ya no solo basta publicar que hay vacantes, sino que con una propuesta diferenciadora. Se nota que hay más competencia, menos demanda en los colegios particulares. Más colegios han tenido la necesidad de buscar nuevas estrategias, lo que antes no era necesario, porque recibían muchas más postulaciones que las vacantes que ofrecían".

> *Se nota que hay más competencia, menos demanda en los colegios particulares.* ***Más colegios han tenido la necesidad de buscar nuevas estrategias, lo que antes no era necesario porque recibían muchas más postulaciones*** *que las vacantes que ofrecían".*
>
> **CRISTIÁN LAGOS**
> DIRECTOR DEL COLEGIO LA ABADÍA

> *Hay un factor económico pospandemia, que todavía* ***les ha costado repuntar a los particulares. Necesitan subsistir y dan más posibilidades para postular".***
>
> **CARLOS GAJARDO**
> DIRECTOR DE PEDAGOGÍA EN EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA DE LA U. CENTRAL

SERGIO RODRÍGUEZ

CUPOS.— Establecimientos particulares pagados ofrecen vacantes para el proceso de admisión 2024 hasta avanzado el segundo semestre, una tendencia que académicos aseguran se mantendrá por varios años.

El ingeniero civil comenta que "también se ve a colegios muy complicados en términos de matrícula, incluso algunos que han cerrado o están en riesgo", y lo vincula a "un fenómeno demográfico que está afectando a Santiago, porque nacen menos niños y muchas familias se fueron de la ciudad por la pandemia".

Oferta académica

En línea con esta búsqueda activa por parte de los establecimientos, también se ofrecen beneficios como descuentos, convenios y otras actividades ajenas a los recintos, con tal de captar la atención de los padres.

En La Abadía, por ejemplo, ofrecieron un 50% de descuento en la matrícula por ingresar al nivel de Play Group.

Alejandro Carrasco, decano de la Facultad de Educación de la U. Católica, apunta que "observamos que hace años los establecimientos particulares pagados más económicos empezaron a tener mayor competencia, por la reconversión de particulares subvencionados que tenían financiamiento compartido más alto. Ahí se generó un fenómeno de disputa por matrícula, pero eso no había ocurrido para la franja de colegios particulares pagados más caros, que siempre tenían sobredemanda".

El académico postula que quizás uno de los elementos que podrían estar incidiendo en la oferta particular pagada, a modo general, sea la ampliación del programa de liceos Bicentenario, que extendió la figura de establecimientos "de excelencia", que antes solo radicaba en particulares pagados y algunos liceos tradicionales de Santiago.

La decana de la Facultad de Educación, Psicología y Familia de la U. Finis Terrae, Marilú Matte, considera que tras el impacto de la pandemia, "la recuperación económica de las familias ha sido lenta, debido a los diversos factores económicos que enfrenta el país y lo que ocurre a nivel mundial, lo que deriva en que aun cuando se ha recuperado la matrícula en muchos establecimientos educativos, en muchos de ellos no se ha logrado la situación de antes de la pandemia".

En ese sentido, opina que "más que hablar de problemas de rentabilidad, sería aconsejable mencionar que la sustentabilidad ha sido difícil. Y es probable que continúe así, aunque en menor medida; pero es algo circunstancial, y dada la calidad de educación que mayoritariamente imparte este tipo de establecimientos, van a permanecer existiendo por la gran calidad de su oferta educativa".

Carlos Gajardo, director de Pedagogía en Educación General Básica de la U. Central, añade que "los particulares han disminuido mucho sus matrículas por un factor netamente económico: bajaron los ingresos de las familias, muchos apoderados que tenían a sus hijos en ellos los sacaron, y eso se notó, sobre todo, en los más caros".

El académico asegura que "hubo un traslado a colegios subvencionados o más económicos. Va a costar que eso repunte, porque está asociado a un factor económico, incluso aunque Chile es uno de los países de Latinoamérica que tiene más colegios pagados".

Gajardo menciona que "el Banco Mundial hizo un estudio después de la pandemia que muestra que la matrícula de los particulares pagados cayó en toda la región".

También plantea como uno de los factores que producen un mayor interés en establecimientos subvencionados el Sistema de Admisión Escolar (SAE): "Es un sistema digital muy amigable, donde el apoderado puede revisar el proyecto educativo, la infraestructura del colegio, los programas. Ahora hay un poco más de transparencia y quizás de confianza en esos establecimientos".