

## Herramientas para elegir el próximo colegio: cómo utilizar del marketing educativo para lograrlo

*\* Por Natalia Tieso, Mg en Educación, responsable de desarrollo regional para América Latina del Bachillerato Internacional (IB)*

“En muchos países de América Latina es momento de la matriculación o re-matriculación en instituciones educativas. Esto implica que las familias, están evaluando los colegios a los que asisten o asistirán sus hijos para confirmar (o no) su matriculación para el próximo ciclo escolar. Además de los colegios privados, en otros casos como en México, la inscripción en colegios públicos también realiza su apertura próximamente y consecuentemente, los padres, madres o tutores, evaluarán nuevas instituciones”, comentó Natalia Tieso, Mg en Educación, responsable de desarrollo regional para América Latina del Bachillerato Internacional (IB).

Resalta que: “Lo que esta etapa tiene en común, es que las familias buscan comprender más activamente las características académicas de cada propuesta pedagógica. Es así como el **“marketing en educación”** puede brindarnos herramientas esenciales para conocer las propuestas de valor de cada institución”.

Natalia Tieso, destacó: “Al referirnos a la educación como un servicio en sí mismo, podemos tomar como eje las 4 Ps del Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza o Punto de venta y Promoción) para comenzar a investigar algunas cuestiones:

1. **Producto:** ¿Qué hace a esta institución educativa única y distinta a las demás? ¿Cuál es la misión del colegio y sus valores? ¿Ofrecen títulos en convenio con organizaciones educativas internacionales? ¿Es bilingüe? ¿Todo el personal docente es graduado? ¿Hay mucha rotación docente en la institución? Además de actividades pedagógicas para los niños, ¿Organizan actividades para otros miembros de la familia, como padres, madres o abuelos? ¿Es un colegio con filosofía inclusiva?
2. **Precio:** En cuanto a las cuotas de los colegios privados, ¿Es un colegio subvencionado? ¿Ofrece talleres extracurriculares de manera opcional? ¿Cuál es el precio de esos talleres opcionales? ¿Es obligatorio el pago de una Asociación Cooperadora (si la hubiese)? Si el niño lleva comida, ¿Debo abonar un costo por el servicio de comedor? ¿Los alumnos realizan educación física en las instalaciones o debe sumarse un transporte adicional? ¿Ofrece descuento a partir del segundo hermano? ¿Brinda beca por mérito?
3. **Plaza:** ¿Cómo crean una relación sólida con los vecinos o con la comunidad local? ¿Cuán importante es cuidar el medio ambiente para el colegio y el barrio? ¿Cuál es la distancia que tendré hasta la institución? ¿Se utiliza el colegio para actividades comunitarias, como recitales o presentaciones de arte por ejemplo? ¿Realizan visitas a museos bibliotecas u otros puntos de interés locales?



International Baccalaureate®  
Baccalauréat International  
Bachillerato Internacional

4. Promoción: ¿Qué tipo de comunicación tienen con las familias y los alumnos?  
¿Las reuniones con los padres, madres o tutores son presenciales o continuarán de manera virtual para brindar retroalimentación de los alumnos?  
¿Tienen un canal de YouTube, Facebook, LinkedIn o Instagram, además del website? ¿Dónde puedo conocer los testimonios de alumnos graduados de esta institución?”

Finalmente, señaló que: hay múltiples respuestas para todas las familias porque cada alumno es único y será complejo anticipar las necesidades de los niños dentro de los próximos 12 años de escolaridad. Pero sí es esencial poder tener certezas sobre la calidad educativa y la contención emocional que esperamos puedan recibir los futuros graduados.