

CAPÍTULO III

EL MERCADO DE SERVICIOS EDUCATIVOS DEL IDIOMA INGLÉS EN LA ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Este tercer capítulo se dedica al análisis de los resultados de la encuesta en diversas instituciones de enseñanza del inglés en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM). Una vez que se obtuvieron los resultados se pudo comprobar la existencia de un quiebre en la función de la demanda quebrada, cuando la economía es estable.

El capítulo se divide en dos secciones. En la primera, se plantea un panorama general sobre el mercado del idioma inglés en la ZMCM. Se intenta dar a conocer las principales características con las que cuentan los institutos que se dedican a impartir cursos de inglés en la ciudad. En la segunda sección se presentan los resultados de la evidencia empírica; es decir, se establecen los resultados de los cuestionarios que se aplicaron en los institutos para estimar una función de la demanda. Se incluye la derivación de la gráfica de la demanda de servicios educativos del inglés en la ZMCM.

1. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DEL IDIOMA INGLÉS EN LA ZMCM.

El mercado del idioma inglés en nuestro país, ha tomado fuerza en los últimos años debido básicamente, a la mayor integración económica con Estados Unidos, la cual ha generado un gran interés por parte de los mexicanos de tener conocimiento del inglés. Esto se debe a la necesidad por parte de la población, de obtener un mejor empleo, mejor remunerado con ello tratar de alcanzar un mejor nivel adquisitivo. Dicho objetivo, a menudo se piensa que es posible lograrlo a través de incrementos en los niveles de educación tanto básica como especializada.

Actualmente existe un enorme número de institutos que se dedican a impartir clases de inglés, pero solamente unos cuantos han logrado ser reconocidos en el ámbito nacional. Ellos difieren en sus características de enseñanza, donde manejan grupos de alumnos que varía desde tres hasta 20 por grupo. Los diferentes niveles de inglés que se imparten son principalmente cinco. Cada uno de estos se divide en dos módulos, dando como resultado 10 niveles. Es desde el curso básico hasta el curso de especialización para presentar el examen Toefel. Además existen cursos especiales de conversación. Cabe mencionar que todos ellos cumplen con la finalidad de que el alumno tenga un dominio absoluto del idioma siempre y cuando él concluya con todos los niveles que cada instituto establece. La gente que demanda los cursos se puede clasificar en dos grandes grupos: los particulares y las empresas.

En el siguiente cuadro podemos observar un resumen de la experiencia acumulada y el tamaño de los principales institutos.

Cuadro 3.1
Características de los institutos de inglés en
La Zona Metropolitana de la Ciudad de México
Para Empresas, 1999.

| Nombre | Sucursales | Alumnos / grupo | Hrs./Nivel | Total Hrs. |
|-------------|------------|-----------------|------------|------------|
| Harmon Hall | 75 | 11 | 30 | 600 hrs. |
| CELE | 2 | 20 | 80 | 160 hrs. |
| Interlingua | 9 | 12 | 150 | 1500 hrs. |
| CUC | 1 | 12 | 40 | 680hrs. |
| ACE | 1 | 3 | 100 | 500 |
| Tutorial | 1 | 9 | 40 | 400 |

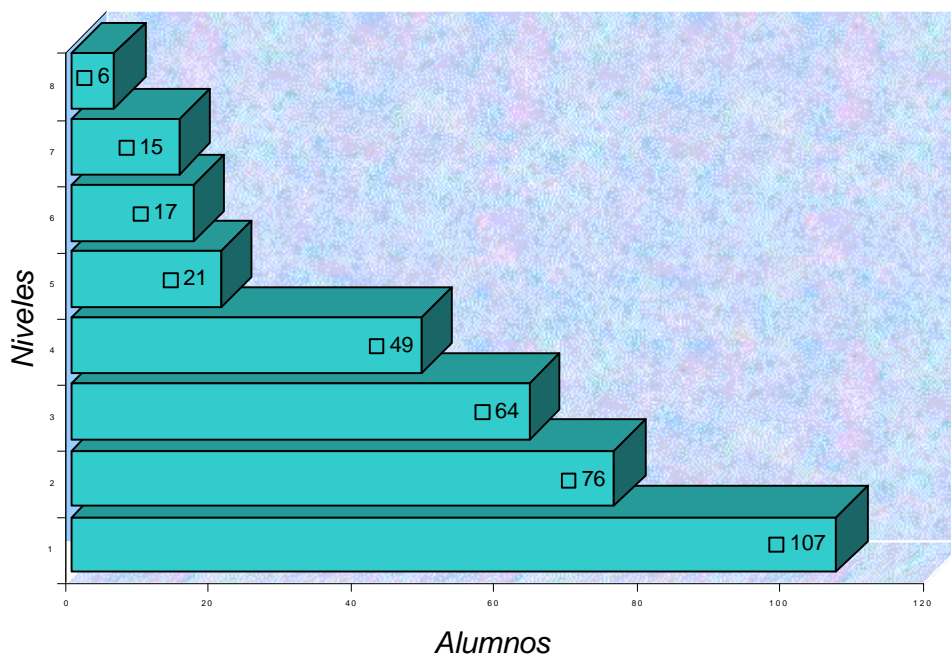
CELE: Centro de Estudios de la Lengua Extranjera.

CUC: Centro Universitario y Cultural

ACE: Actualización y Capacitación Empresarial

Nota: Existen centros de enseñanza de otros idiomas privados y pertenecientes a escuelas públicas

Gráfica 3.1
Matrícula de alumnos en el idioma inglés
CELE, 1999



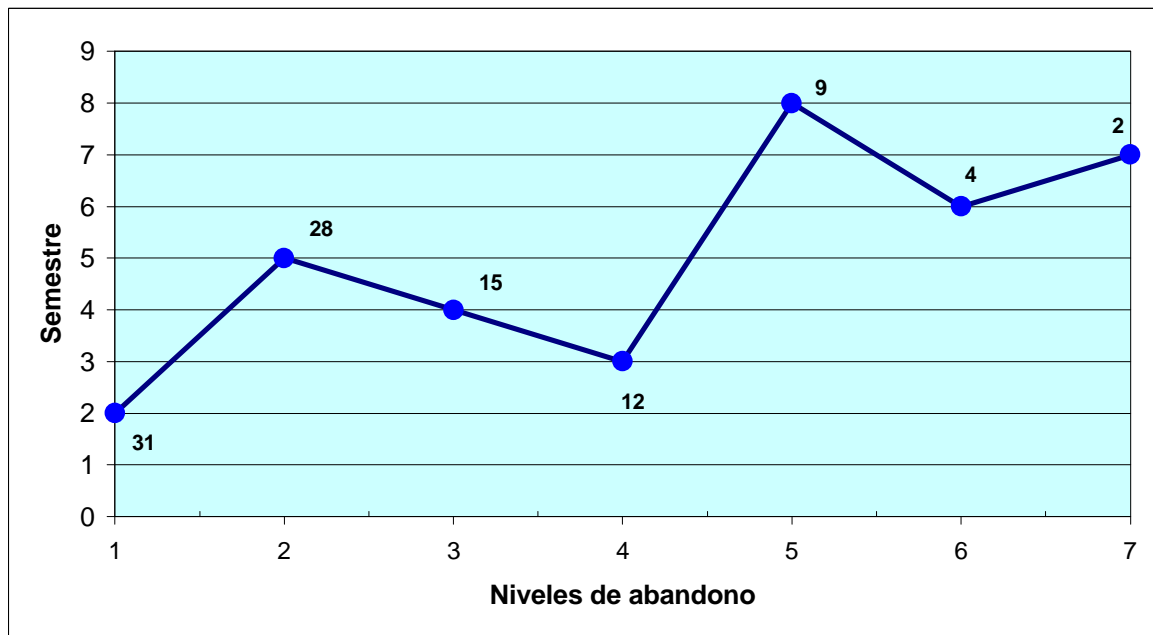
Fuente: Datos obtenidos por estadísticas propias de/ CELE, <http://WWW.cele.unam.mx>, 1999.

En la gráfica 3.1, podemos observar la matrícula que presentó el CELE en el primer semestre de inscripciones de 1999 donde 107 alumnos fueron los que lograron ingresar. Lamentablemente en cada semestre la matrícula va aminorando al grado de que el último semestre solamente lo cursaron 6 alumnos.

La matrícula total queda constituida de la siguiente manera: de los 355 alumnos entre los 8 semestres, el primer semestre registra 30.14%, el segundo el 21.40%, el tercero el 18.02%, el cuarto el 13.80, el quinto el 5.91% el sexto el 4.78%, el séptimo el

4.22% y el octavo el 1.69%. En la siguiente gráfica 3.2 se observa el comportamiento por parte de los alumnos en cuanto al semestre en que ellos determinan no continuar con los estudios:

Gráfica 3.2
posición por semestre del Abandono de estudios, 1999.



Fuente: cálculos obtenidos por estadísticas propias de/ CELE, [http. ,www. cele. unam.mx](http://www.cele.unam.mx), 1999.

El segundo semestre ocupa el primer lugar en cuanto a la baja de estudiantes donde esta aminora un 8.74 puntos del porcentaje, en un segundo lugar se ubica el ingreso al quinto semestre donde se indica un 7.89 de puntos en el porcentaje y el tercer lugar lo tiene el ingreso al cuarto semestre, donde la baja es de 3.38 puntos de porcentaje. El semestre que registra el menor nivel de abandono es el séptimo el cual solamente corresponde a los 0.56 puntos de por ciento, es decir solamente dos alumnos dejaron de inscribirse al siguiente semestre.

2. ESTIMACIÓN DE LA FUNCIÓN DE LA DEMANDA

Esta sección es quizá la más importante de todo el trabajo, ya que se analizan los resultados que se obtuvieron de la aplicación de la encuesta a diversas instituciones de idiomas en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. Cabe mencionar que la encuesta tiene la limitación de una alta tasa de rechazo, usual en investigaciones con fines académicos. De 20 institutos seleccionados aleatoriamente, solo respondieron ocho. Por ello no podemos generalizar la información, sino tan solo tener una idea aproximada de la realidad. La estimación de la demanda quebrada se basa en el modelo que establecen Bhaskar, Machin y Reid, explicado en el capítulo anterior. Consecuentemente, la estimación se basa en un cuestionario aplicado a los institutos de idiomas, no se cuestionó a los consumidores (véase capítulo I, sección 2.1) Este es un método de los autores ya mencionados que adoptamos aquí, preguntando a los oferentes el comportamiento de sus demandantes, dada la existencia de otros oferentes competidores. A continuación, en el cuadro 3.1, se presentan los resultados que se obtuvieron del cuestionario que respondieron 8 institutos, ubicados en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

CUADRO 3.2
Resultados de los diversos competidores
(Frecuencia relativa % de respuestas y entre
paréntesis la frecuencia absoluta)

| | SÍ | NO SÉ | NO | NUMERO |
|--|----------------|---------------|----------------|--------------|
| Respuestas en cualquier Condición Económica | 37.5% (18) | 14.5% (7) | 47.9% (23) | 100% (48) |
| INCREMENTO DE PRECIOS | | | | |
| Cualquier Condición Económica | 41.66% (10) | 12.5% (3) | 45.83% (11) | 100% (24) |
| Auge | 75% (6) | 12.5% (1) | 12.5% (1) | 100% (8) |
| Normal | 37.5% (3) | 0% (0) | 62.5% (5) | 100% (8) |
| Crisis | 12.5% (1) | 25% (2) | 62.5% (5) | 100% (8) |
| BAJA DE PRECIOS | | | | |
| Cualquier Condición Económica | 33.33% (8) | 16.66% (4) | 50% (12) | 100% (24) |
| Auge | 12.5% (1) | 12.5% (1) | 75% (6) | 100% (8) |
| Normal | 12.5% (1) | 25% (2) | 62.5% (5) | 100% (8) |
| Crisis | 75% (6) | 12.5% (1) | 12.5% (1) | 100% (8) |

Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada en 1998.

Podemos observar en el cuadro que el 100% de las respuestas las conforman el resultado de las 6 preguntas que se aplicaron por cuestionario siendo 8 en total los cuestionarios que si fueron contestados, dando así un total de 48 respuestas. El cuestionario se divide básicamente en tres partes. En la primera parte se maneja

cualquier condición económica, donde el tipo de respuesta puede determinar un conocimiento sobre el mercado, o una falta de conocimiento en el mismo. Los cuestionarios arrojaron resultados tales como que el 37.5% de los encuestados determinan cambiar sus precios si alguno de sus rivales lleva a cabo un cambio importante en estos. El 14.5% declaró no saber si cambiarían sus precios ante dicho cambio de sus competidores. Mientras que el 47.9% determinó no llevar a cabo ningún cambio en los precios. Estos resultados gráficamente se pueden representar como una curva de demanda donde existe el quiebre pero en una posición inversa. Esto se debe a que si se parte de cualquier punto dentro de la curva de la demanda, ésta va hacia arriba en un porcentaje mucho menor que en el caso de quienes declararon no seguir un cambio en los precios establecidos, sin importar la condición económica en la que se encuentren así como el caso de ser un incremento o una baja en los mismos. A partir de aquí se pueden establecer dos formas de análisis dependiendo del movimiento que presenten los precios, dentro del mercado ya que éstos pueden incrementarse o descender.

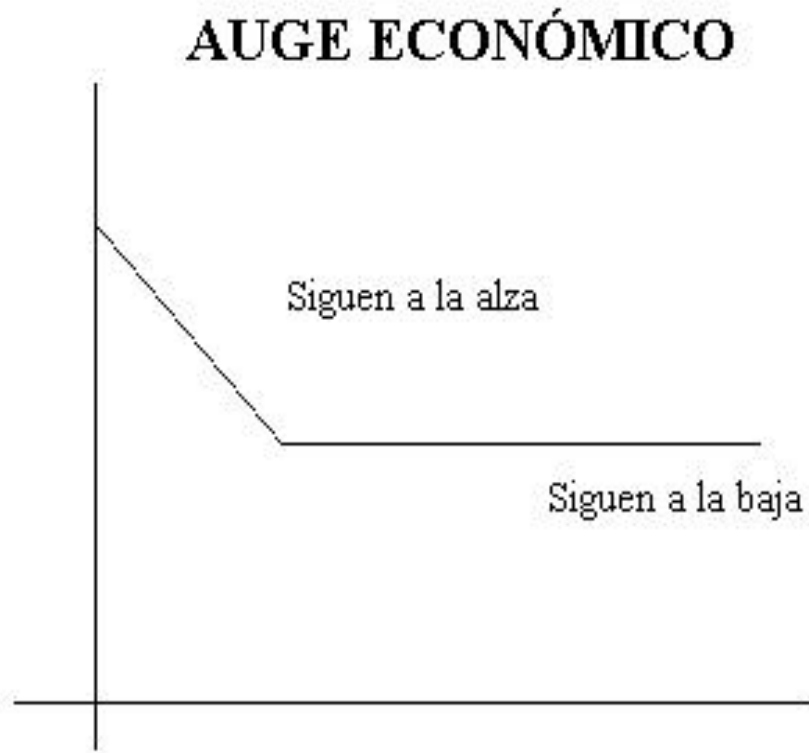
En la segunda parte del cuestionario, se manejan tres condiciones económicas: de auge, normal y crisis ante un incremento de precios. Para conocer el movimiento del mercado, se procedió a preguntar a cada instituto si reaccionarían aumentando sus precios ante un incremento de los mismos por parte de sus principales competidores. En esta sección podemos observar que en condiciones de auge el 75% de los institutos determinan incrementar sus precios en caso de que algún rival importante lo lleve a cabo, mientras que el 12.5% dijo lo contrario. El resto simplemente no supo qué responder. En condiciones normales la primera cifra cae a un 37.5%, que en esta ocasión se trata de 3 institutos quienes determinaron seguir el incremento en los precios y 62.5 dijo que no seguiría ningún cambio. Finalmente ante una crisis económica, el 12.5 determinó mostrar

un incremento de precios ante la condición de crisis. Bajo ese mismo orden de condiciones, el 62.5% se refiere a las condiciones de tipo normal y de crisis donde se determino por el contrario no mover los precios. Esto se refiere a que dependiendo de la condición económica en que se encuentre el país, también se modifica el mercado.

En la tercera parte del cuestionario se manejan nuevamente las tres condiciones económicas, pero en esta ocasión se pregunta la reacción ante una baja en los precios. Ahora se va a establecer el supuesto de que si un instituto importante baja sus precios los demás también lo harían. Aquí los resultados fueron los siguientes: en un periodo de auge 12.5% determinaron si establecer una baja en los precios en caso de que la competencia lo haya hecho, mientras que el 75% declaró no seguir esa baja en el mercado y el 12.5% restante no supo qué responder. El resultado que se presentó ante una situación normal fue que solamente el 12.5% declaró estar dispuesto a seguir la baja, 25% no supo qué responder y 62.5% de los institutos determinaron no llevar a cabo esa reducción en el precio establecido. Ante una condición de crisis económica, se presentó exactamente lo inverso de un auge. Ahora, el 75% de los encuestados determinaron si bajar los precios con la finalidad de no perder su mercado y 12.5% no supo qué responder y otra cifra igual fue el caso de no llevar a cabo una baja de precios.

Como resultado del cuadro 3.2, se puede estimar la función de la demanda donde ésta toma tres posiciones dependiendo de la situación económica donde se encuentra. En el caso de un auge económico, existe un seguimiento a la alza de los precios pero no a la baja de los mismos, por lo que gráficamente esta se puede representar de la siguiente manera:

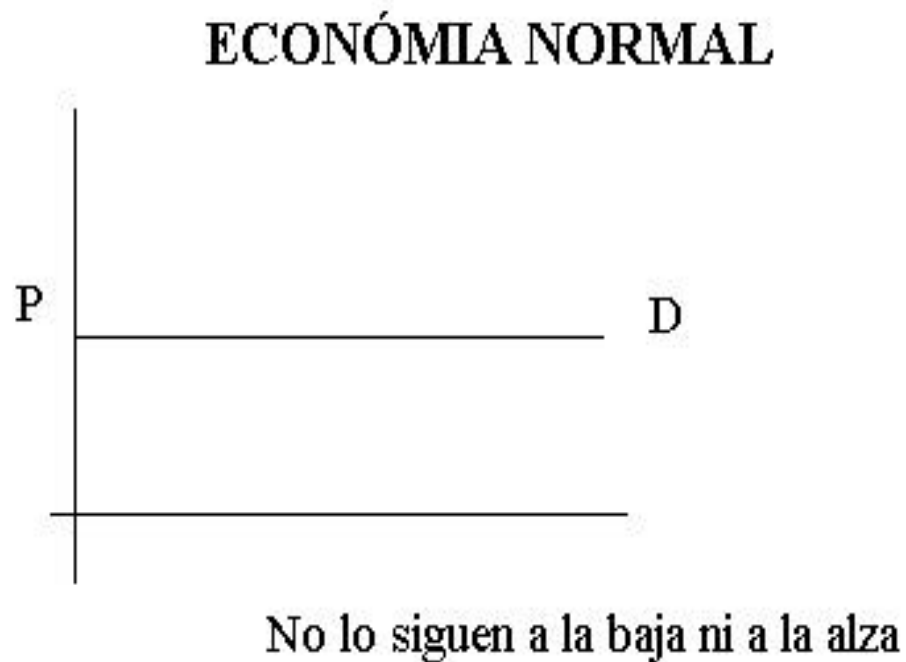
Gráfica 3.3 Auge Económico



Es decir, existe una curva de demanda quebrada, pero inversa., ya que 75% sigue la alza del precio ante un incremento, y solamente el 12.5% bajo la misma condición económica pero ante una baja de precios son los que la siguen.

En el caso de una condición económica normal, se ve claramente que el 62.5% de los encuestados determinaron no dar seguimiento hacia la alta o baja de los precios lo cual gráficamente se representa de la siguiente manera:

Gráfica 3.4 Economía Normal



En este caso, existe un seguimiento muy pequeño al incremento de los precios, es decir un 37.5% y solamente el 12.5% determina ese seguimiento ante una baja de precios.

Finalmente en el tercer caso, que es el de una crisis económica, podemos observar que el 75% de los entrevistados van a seguir una baja en los precios, mientras que en esa misma condición económica el 62.5% no va a seguir un incremento en los precios. Esto nos deja ver gráficamente, que aquí se presenta un quiebre en la curva de la demanda lo cual demuestra el punto donde existe una asimetría. Cabe mencionar que para que se maneje la existencia de asimetría dentro del modelo, debe darse la relación entre la cantidad de personas que determinan no seguir el comportamiento que ha establecido el

mercado, y a su vez ese mismo porcentaje es el que determina hacer lo opuesto ante una condición contraria. Si esta relación no existe, es que hay una falta de asimetría. Esto lo podemos observar de mejor manera en la gráfica 3.5, donde bajo una condición de crisis, las personas determinan no seguir el incremento de los precios pero en cambio si siguen ante una baja de precios.

Las respuestas sugieren la existencia de una demanda quebrada en el mercado de idiomas en la Ciudad de México. La estimación de la demanda quebrada se basa en el modelo que establecen Bhaskar, Machain y Reid, ya expuesto en el capítulo anterior. Pero cabe observar que la única condición económica donde ésta existe es ante una economía en crisis.

Gráfica 3.5 Crisis Económica



3. CONCLUSIONES

A lo largo de este capítulo, se llevó a la práctica el enfoque del modelo de Bhaskar, Machin y Reid (1991), mediante una encuesta de ocho institutos. Se obtuvieron resultados muy importantes; sin embargo, no podemos ser contundentes debido a restricciones estadísticas. Aún así, podemos tener una idea cercana al funcionamiento del mercado del idioma inglés. Con esta cautela, podemos concluir que la evidencia analizada sugiere que:

a) En época de crisis, aparentemente hay una demanda quebrada al estilo Chamberlein, con restricción a la alza del precio. Es decir, cinco institutos determinaron no subir su precio ante un estado de crisis y 6 determinaron si bajar los precios bajo la misma condición económica.

b) En época normal, no hay evidencia que sugiera un quiebre en la demanda, ya que los resultados indican que se trate de un incremento en los precios o de una baja; cinco de ellos no van a seguir ninguna opción.

c) En época de auge, aparentemente hay una demanda quebrada "inversa", con restricción a la baja del precio. Es decir, 75% de los institutos van a presentar un seguimiento ante un incremento de precios y 75% no lo van hacer ante una baja de los mismos. Siendo muy similares las respuestas ante un estado de crisis, pero en forma inversa.