

Competitividad en Instituciones Educativas de Bachillerato de Tampico

Competitiveness in higher educational institutions of Tampico

Javier Chávez Meléndez

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

jchavezm@uat.edu.mx

Juan Antonio Olguín Murrieta

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

jaolguin@docentes.uat.edu.mx

Nora Hilda González Durán

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

norhil@hotmail.com

Resumen

Dirigir una institución privada de bachillerato implica: ser líderes académicos y además tener permanencia empresarial. El liderazgo académico es familiar para sus directores por su experiencia profesional, sin embargo, mantener estándares de competitividad e innovación, buscando su supervivencia empresarial, es un desafío. En Tampico y Cd. Madero en los años 2013 y 2014, han cerrado cuatro instituciones educativas de estas características por competencia empresarial. Lo anterior fue un factor que detonó interés por desarrollar una investigación cualitativa, descriptiva, no experimental, que pudiera dar respuesta a una serie de preguntas de investigación. Se buscó determinar el nivel de competitividad de estos empresarios, su nivel de fomento a la innovación y sus necesidades competitivas. Para ello se revisaron algunos modelos teóricos de competitividad y modelos de innovación que permitieran medir estas variables. Como producto de esta investigación se plantea una propuesta basada en acciones de impulso a la competitividad.

Palabras clave: competitividad, innovación, instituciones de educación media superior.

Abstract

Directing a private baccalaureate institution means: be academic leaders and also have business permanency. Academic leadership is familiar for its directors by his professional experience, however, maintaining standards of competitiveness and innovation, looking for their business survival is a challenge. In Tampico and Ciudad Madero in the years 2013 and 2014, have closed four educational institutions of these features by business competition. This was a factor which detonated interest in developing a qualitative, descriptive, non-experimental research that could respond to a series of research questions. We sought to determine the level of competitiveness of these entrepreneurs, their level of innovation promotion and competitive needs. For this purpose some theorists of competitiveness and innovation models were reviewed, enabling us to measure these variables. As a result of this research raises a proposal based on actions to boost competitiveness.

Key words: competitiveness, innovation, high school institutions.

Fecha recepción: Enero 2015

Fecha aceptación: Junio 2015

Introducción

Dirigir una escuela de bachillerato particular implica tener un modelo educativo interesante para los padres de familia, académicamente diferenciado de las demás escuelas, y además exige manejar una empresa con buenos estándares de competitividad y administración.

Analizando este segmento en esta zona, existen 34 instituciones educativas privadas de nivel medio superior incorporadas a la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT), las cuales representan una población de aproximadamente nueve mil estudiantes, que dan empleo directo a poco más de mil seiscientas personas y cuyos ingresos mensuales brutos rebasan los doce millones de pesos al mes.

Para tener una idea de lo que este segmento representa, el total de las escuelas mencionadas en Tampico en su conjunto representan aproximadamente el 35 % de todo el personal de la Refinería Francisco I. Madero de PEMEX en Ciudad Madero.

Por diferentes razones, el número de alumnos que se inscriben en estas escuelas de Tampico y Cd. Madero va disminuyendo, siendo algunas de las causas la situación económica actual (Sosa, 2012), la inseguridad (Tamaulipas en línea, 2012), y el crecimiento de la oferta educativa.

La situación económica del país que en 2014 mantuvo un nivel del desempleo del 6 % (INEGI, 2014), ha originado que más de medio millón de estudiantes hayan migrado hacia el sistema público, de acuerdo con la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF) en el periódico *Universal* (Bustamante, 2009).

En consideración a la situación antes descrita, en donde se observa la difícil dualidad de funciones que debe tener un director de este tipo de escuelas, la importancia socioeconómica de este segmento en esta zona de Tampico, la presencia de un ambiente altamente competitivo y la tendencia a la reducción de alumnos, es que surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué características debe tener un plan estratégico basado en acciones de competitividad para los directores de las escuelas privadas de bachillerato de Tampico y Cd. Madero, considerando los factores significativos que los padres de familia toman en cuenta para la elección de una escuela de este tipo?

Objetivo general

Desarrollar un Plan estratégico de competitividad para directores de escuelas privadas de bachillerato de Tampico y Cd. Madero, en función de los factores que los padres de familia consideran significativos para la elección de este tipo de escuelas.

Objetivos específicos

- 1) Definir las problemáticas relacionadas con la captación de alumnos para estas empresas.
- 2) Definir los factores significativos por los cuales los padres de familia seleccionan una escuela de este nivel.
- 3) Estructurar un plan estratégico de competitividad para los directores de estas escuelas.

Marco Contextual

El presente proyecto de investigación está dirigido solo a las instituciones educativas de nivel medio superior de carácter privado en Tampico y Cd. Madero, las cuales están incorporadas al modelo educativo de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT), sumando treinta y cuatro instituciones.

Problemas que enfrentan las escuelas preparatorias privadas en México

Revisando la literatura, de acuerdo con el Grupo Esteco de psicólogos (2010), los principales problemas que enfrentan las escuelas preparatorias son los siguientes:

- **Alumnos con problemas de drogadicción y alcoholismo.** Más del 60 % de los jóvenes de 14 a 20 años consume alcohol.
- **Trastornos de la imagen y la alimentación de los alumnos.** Los principales problemas de este tipo son anorexia y bulimia, entre otros.
- **Alumnos con bajo rendimiento académico derivado del mal uso de las nuevas tecnologías (Internet, celulares, tablets, etcétera).**
- **Problemas de integración en los grupos.** Muchos jóvenes presentan problemas al relacionarse con su grupo y sufren por no ser aceptados.
El “bullying” como caso extremo, se da hasta en 12 % en las instituciones educativas.
- **Alumnos con problemas familiares.** Desintegración familiar, divorcios, familiares enfermos, abandono de los padres hacia los hijos, etcétera.
- **Deserción escolar.** Abandono de los estudios por múltiples factores.
- **Problemas de disciplina.** Los problemas de disciplina suelen tener su origen en problemas personales acumulados de los alumnos (Meler, 1993).
- **Problemas de captación de alumnos.** Este tipo de problemas afecta en gran medida a muchas escuelas no solo de nivel medio superior.

Marco Conceptual

Variable de estudio: Competitividad

La competitividad es una variable compleja que se estudia en diferentes niveles. En el caso del presente proyecto se escogió el nivel uno de la competitividad, que es el nivel de la empresa, es decir, de cada escuela de acuerdo a los niveles de competitividad de Abdel y Romo (2004).

La literatura ofrece un gran número de modelos conceptuales sobre competitividad, de los cuales se seleccionaron los diez que se describen en la tabla 1:

Tabla I. Modelos conceptuales de competitividad empleados y sus dimensiones

No.	Nombre	Autor(es)	Año	Características
1	Modelo Nacional Para Mipymes Competitivas	Instituto Nacional para el Fomento de la Calidad, (2010)	2010	<ul style="list-style-type: none"> ○ Conocimiento del entorno ○ Alianzas ○ Relación con Clientes. ○ Recursos y Actividades clave ○ Propuesta de Valor ○ Estructura de Costos
2	Modelo de la Competitividad Sistémica	Esser, Wolfgang, Dirk, Meyer_Stamer, (1996)	1996	<ul style="list-style-type: none"> ○ Capacidad de la Gestión ○ Estrategias Empresariales ○ Gestión de la Innovación ○ Mejores Prácticas Producción ○ Integración Redes Cooperación Tecnológica ○ Logística Empresarial ○ Interacción de Proveedores y Prod.
3	Modelo de la Competitividad Integral	López, López y Pérez (2004)	2004	<ul style="list-style-type: none"> ○ Papel del Gobierno. ○ Acciones de la Empresa.
4	Matriz de Prácticas de Clase Mundial	Arechavala (1998)	1998	<ul style="list-style-type: none"> ○ Objetivos ○ Toma de Decisiones ○ Conocimiento del Cliente ○ Uso de la Información Financiera
5	Modelo del Análisis de la Competitividad	Ten Kate, citado por Garduño (2006)	2006	<ul style="list-style-type: none"> ○ Factores que afectan los Costos, Precios, Rentabilidad, Permanencia y Penetración de Mercados. ○ Factores de Eficiencia de Insumos. ○ Factores relacionados con Calidad y Diferenciación de Productos o Servicios.
6	Modelo de Competitividad	Hamel y Prahalad (1990)	1990	<ul style="list-style-type: none"> ○ Posición Relativa en el Mercado. ○ Ventaja Competitiva Sostenible. ○ Competencias Centrales
7	Modelo de Desarrollo y Generación de Competitividad Internacional	Batres y García (2006)	2006	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desarrollo de Cadenas Productivas ○ Capital Humano, Capacitación y Desarrollo
8	Modelo de las	Porter (2002)	2002	<ul style="list-style-type: none"> ○ Composición del Sector

	Ventajas Competitivas			<ul style="list-style-type: none"> ○ Poder e influencia de cada Fuerza. ○ Posición Competitiva. ○ Cadenas de Valor ○ Ventajas Competitivas
9	Modelo de Competitividad	Schuller y Lidbom (2009)	2009	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desempeño del Mercado ○ Alta eficiencia ○ Factores de éxito clave ○ Valor agregado
10	Modelo de Competitividad de una Compañía	Vilanova, Lozano y Arenas (2009)	2009	<ul style="list-style-type: none"> ○ Capacidad de Innovación ○ Relaciones Internas y Externas. ○ Reputación ○ Recursos Estratégicos

Fue nte:

elaboración propia.

Las estrategias competitivas

Mintzberg (1997) señala seis tipos de estrategias para competir.

1. **La estrategia de indiferenciación.** Se identifica en aquellas empresas que no tienen la intención de copiar a sus competidores.
2. **La estrategia de diferenciación en imagen.** Su objetivo es crear una percepción distintiva de los productos o servicios en la mente de los clientes.
3. **La diferenciación en calidad.** Se logra mediante altas prestaciones de sus productos. Requiere de fiabilidad, duración y un desempeño superior del producto en relación con el precio.
4. **La diferenciación en diseño.** La idea es perfeccionar las características del producto y del diseño a través de la investigación y desarrollo.
5. **La estrategia de diferenciación en precio.** Es viable solo a través de la consecución de costes bajos, para luego poder ofrecer precios bajos.
6. **La diferenciación en soporte.** Las empresas crean un grupo de productos complementarios a los principales, con el objetivo de ofrecer una atención más amplia.

Ventaja competitiva

La ventaja competitiva es la capacidad que tiene la empresa para ofrecer un producto mejor o a un menor precio que los rivales, para así atraer la atención de la demanda y obtener buenos resultados. En pocas palabras, “crear valor para los compradores” (Porter, 1985).

La estrategia es un concepto multidimensional que propone dirección, sentido de unidad y propósito a la empresa (Crossby, 1997).

Metodología

Etapas inicial exploratoria

Con la finalidad de lograr un acercamiento a este tipo de empresas y empresarios, se realizó un estudio exploratorio, obteniendo un conocimiento general de los dos segmentos empresariales en estudio.

Etapas descriptiva

La etapa descriptiva sirvió para construir las herramientas necesarias y hacer acopio de todos los datos relacionados con las preguntas de investigación.

a) Tipo de estudio

El proyecto de investigación es un estudio cualitativo, descriptivo, transversal y no experimental.

b) Población, muestra y método de muestreo

Población y muestra

La población se integra por las 32 escuelas privadas de nivel medio superior de Tampico, incorporadas a la UAT.

La muestra se determinó a juicio del investigador, considerando las facilidades de acceso a estas empresas como factor de inclusión.

Método de muestreo

- La estrategia inicial que se estableció como método de muestreo es el **aleatorio simple**.
- Sin embargo, fue necesario cambiar el método de muestreo por el muestreo a **juicio del investigador**, porque se dificultó el acceso a varias escuelas y por consiguiente a la información.

c) Herramientas para acopio de información y validación

Se diseñaron tres cuestionarios utilizando el software estadístico “DYANE” (Santesmases, 2001); y en su diseño, todas las preguntas se desarrollaron orientadas a responder los objetivos de la investigación.

Cuestionario 1. Objeto de estudio: Problemas significativos en las escuelas de nivel medio superior.

Sujeto de estudio: Directores de la muestra.

Cuestionario 2. Objeto de estudio: Factores significativos que influyen en la decisión de seleccionar una escuela de este nivel.

Sujeto de estudio: Padres de familia de escuelas de la muestra.

Entrevista 3. Objeto de estudio: Competitividad

Sujeto de estudio: Directores de escuelas preparatorias particulares en estudio.

Validación

De forma previa a la aplicación de los instrumentos, estos se validaron de la forma siguiente: de forma interna, por riesgos de sesgo, por validez de constructos, con prueba piloto y con la prueba Alpha de Cronbach.

Análisis de la información.

Toda la información obtenida fue analizada estadísticamente.

1. Resultados

Principales problemáticas en las instituciones educativas privadas de nivel medio superior

Como resultado de la aplicación de la Estadística Descriptiva a los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación, se obtuvieron como principales problemáticas en estas instituciones las descritas en la tabla II.

Tabla II. Principales problemáticas en las Instituciones de Educación en estudio.

No.	Problemática (causa de la deserción)	Porcentaje encontrado	Evaluación
1.	Drogadicción	34 %	Bajo
2.	Alcoholismo	30 %	Bajo
3.	Mal uso de las Tecnologías de Información (Todo el tiempo en celulares, tablets, Ipad's, etcétera).	44 %	Medio
4.	Inseguridad pública	56 %	Regular
5.	Falta de Integración a los grupos	26 %	Bajo
6.	Indisciplina escolar	34 %	Bajo
7.	Problemas familiares	44 %	Regular
8.	Economía familiar	48 %	Medio

Sujeto: Directores de las Instituciones educativas en estudio.

Tamaño Muestral: 5

Observando la tabla II anterior, se puede establecer que a pesar de que hay grupos que estiman que problemas tales como la inseguridad pública, la desintegración familiar o el rendimiento académico son muy significativos, en realidad no son tan marcados.

Factores significativos en la selección de una institución educativa privada de nivel medio superior

A continuación en la tabla III se presentan los resultados con relación a los factores significativos de selección de una institución educativa para los padres de familia.

Tabla III. Factores significativos en la selección de una institución educativa de este nivel.

No.	Factor significativo de selección	Porcentaje encontrado	Evaluación en importancia
1.	Ubicación	44 %	Medio
2.	Precio (colegiaturas, Inscripciones)	52 %	Medio-Alto
3.	Calidad Académica	68 %	Alto
4.	Conocidos en la escuela	56 %	Medio-Alto
5.	Infraestructura	32 %	Bajo
6.	Recomendaciones	74 %	Alto
7.	Publicidad	16 %	Muy Bajo

Sujeto de Estudio: Padres de Familia.

Tamaño Muestral: 125 padres de familia.

Observando la tabla III anterior, se puede establecer la importancia que dan los padres de familia a las recomendaciones que reciben acerca de la escuela, así como lo que se diga de su calidad académica.

Por otro lado, factores como la publicidad, en la cual se invierte mucho dinero, resulta muy insignificante como factor de decisión en la selección de una institución de este nivel.

Análisis del nivel de competitividad de estas empresas.

Tomando en consideración las dimensiones de competitividad estudiadas, se evaluó el nivel de competitividad de estas empresas. Para ello se aplicó un instrumento a los directores de las mismas.

Como resultado de la aplicación del instrumento de competitividad en los directores se elaboró la tabla IV siguiente:

Tabla IV. Relación entre las Dimensiones de Competitividad y la Capacitación Recibida

No.	Tipo de Problema (Dimensión de competitividad)	% de Empresas con el problema	Capacitación adecuada para el tópico	% de Empresarios sin este tipo de asesoría o capacitación.	Conclusión pertinente para esa dimensión de competitividad
1	Departamentalización y definición de funciones.	50 %	Asesoría Organizacional	90 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
2	Existencia de descripciones de puestos.	40 %	Administración de Recursos Humanos	85 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
3	Condiciones de selección. (No hay proceso formal, solo contratan familiares o conocidos).	80 %	Administración de Recursos Humanos	85 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
4	Condiciones de contratación. (No hay contratos formales ni prestaciones)	20 %	Administración de Recursos Humanos	85 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
5	Nivel de formalización de reglas y políticas.	70 %	Administración	75 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
6	Existencia de indicadores de productividad del personal.	80 %	Competitividad	95 %	Falta capacitación o asesoría en este rubro.
7	Alineamiento de sueldos con la productividad.	90 %	Competitividad	95 %	Falta capacitación o asesoría en este rubro.
8	Los empleados no muestran satisfacción en el empleo.	70 %	Asesoría en Recursos Humanos.	85 %	Falta capacitación o asesoría en este rubro.
9	Manejo de prestaciones de ley	30 %	Asesoría en Recursos Humanos	85 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
10	Los clientes los	80 %	Mercadotecnia	85 %	Falta capacitación

	posicionan fuera de los tres líderes del mercado en la zona.				o asesoría en el rubro.
11	No identifican ninguna diferencia competitiva importante contra el resto de sus competidores.	45 %	Competitividad	95 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
12	No asistencia a ferias o exposiciones relacionadas con el giro.	35 %	Desarrollo Tecnológico.	90 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
13	No acceso a información actualizada relacionada con el giro.	40 %	Desarrollo Tecnológico	90 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
14	No existencia de estrategias de servicio al cliente.	50 %	Servicio al cliente.	80 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
15	No existencia de un plan estratégico para actuar ante la competencia.	85 %	Administración	75 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
16	No hace investigaciones de mercado para conocer las necesidades actuales de sus clientes.	100 %	Mercadotecnia	85 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
17	No manejan promociones de ningún tipo.	70 %	Mercadotecnia	85 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
18	No existencia de procesos de apoyo a la innovación.	80 %	Innovación	95 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
19	No manejan planeación formal, no hay objetivos que se compartan.	90 %	Administración	75 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
20	No existen procedimientos de control formales.	85 %	Administración	75 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
21	No tienen enfoque hacia un sistema de calidad.	80 %	Calidad	85 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
22	No existencia de un enfoque hacia el	60 %	Contable	0 %	Esta asesoría es incompleta o

	control de costos.				deficiente.
23	No emplean los estados financieros para toma de decisiones.	70 %	Finanzas	65 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
24	No utilizan presupuestos financieros.	80 %	Finanzas	65 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
25	No conocen de tecnologías de información.	25 %	Sistemas de información	55 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
26	No tienen ningún acuerdo, convenio o apoyo de proveedores.	10 %	Integración con proveedores y otras empresas.	90 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
27	No existe ningún tipo de acuerdo o cooperación horizontal con otras empresas del mismo giro.	75 %	Integración con proveedores y otras empresas.	90 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
28	No existen procedimientos o estrategias para transmitir conocimientos.	60 %	Desarrollo del capital humano.	95 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.
29	Cobranza.	90 %	Gestión de la cobranza.	75 %	Falta capacitación o asesoría en el rubro.

Sujeto de Estudio: Padres de Familia.

Tamaño Muestral: 10 entre directores y subdirectores.

Observando la tabla IV anterior se puede establecer la importancia que dan los padres de familia a recomendaciones que se hagan de la escuela, así como lo a que se diga de su calidad académica.

Por otro lado, factores como la publicidad, en la cual se invierte mucho dinero, resulta muy insignificante como factor de decisión en la selección de una institución de este nivel.

Propuestas y conclusiones

Conclusiones generales de la investigación

En este apartado solo se relacionan estas propuestas de manera enunciativa, el detalle de las mismas se encuentra en el documento completo de la investigación; las conclusiones de la investigación son:

- **Conclusión 1.** Los problemas más graves y de mayor impacto que tienen este tipo de instituciones se deben a la inseguridad y a la situación económica de la región.
- **Conclusión 2.** Los factores que definen la elección de una escuela de este tipo son las recomendaciones y la calidad académica; el efecto de la publicidad es mínimo, a pesar de lo que muchos directivos piensan y en la cual invierten mucho dinero.
- **Conclusión 3.** Los directores presentan muchas áreas de oportunidad en dimensiones de competitividad, con riesgos para sus empresas.
- **Conclusión 4.** Propuesta de desarrollo gerencial de los directores de las instituciones educativas en estudio con base en estrategias de capacitación basadas en dimensiones de competitividad.
- **Conclusión 5.** Participación de las Universidades, Instituciones de Educación Superior y Consultores.

Bibliografía

Abdel, G., Romo, D. (2004). Documentos de Trabajo en Estudios de Competitividad. Centro de Estudios de Competitividad. México: ITAM, 78-86.

Arechavala, R. (1998). Formas de Operación de las Pequeñas Empresas del Occidente de México: Los Retos de la Competitividad en Mercados Abiertos. *Revista Contaduría y Administración*, No. 189, 63-84.

Batres, R., García-Calderón, L. (2006). *Competitividad y desarrollo Internacional. Cómo lograrlo en México*. México: McGraw Hill.

Crosby, P. (1987). *La calidad no cuesta*. CECSA, México.

Esser K., Wolfgang H., Dirk M., Jörg M. (1996), *Systemic Competitiveness, New Governance Patterns for Industrial Development*, Londres, DIE.112-132.

Garduño, S., Castro, M., Rojas, J. (2006). *Redes Organizacionales de la Industria Chocolatera del Distrito Federal y Área Metropolitana de la Ciudad de México y la Competitividad de sus Empresas*. Ponencia. X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas. San Luis Potosí, México.

- Hamel, G. and Prahalad, C.K. (1990). "The core competence of the corporation", Harvard Business Review, 5-6.
- López, Martha; López, Maricela y Pérez, Silvia (2004). Hacia una competitividad integral de las Pymes en la era del conocimiento. Ponencia Congreso ACACIA, Mayo 2004.
- Meler, J. (1993). Conflictividad y violencia en los centros escolares. México, pp. 66-67.
- Porter (2002). La Ventaja Competitiva. Editorial Patria: México.
- Mintzberg, H. (1997). El Proceso estratégico, conceptos, contextos y casos. 1ª Ed. Prentice Hall: México.
- Moreno, G., Sanjinés, E. (2002). Actitudes y Valores de 2 pequeños empresarios en Celaya y su relación con el éxito de sus empresas. (Ponencia). Instituto Tecnológico de Celaya. Celaya, Guanajuato.
- Santesmases, M. (2001). Dyane, Versión 2. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados. Pirámide: Madrid.
- Schuller, B., & Lidbom, M. (2009). Competitiveness of Nations in The Global Economy. Is Europe Internationally Competitive? Economics y Management, 14, 934-939.
- UNESCO (1996). Situación educativa de América Latina y el Caribe. 1980-1994, Santiago de Chile.
- UNESCO (1996). Situación educativa de América Latina y el Caribe. 1980-1994, Santiago de Chile, p. 8.
- Vilanova, M., Lozano, J., & Arenas, D.(2009). Exploring the nature of the relationship between csr and competitiveness. Journal of Business Ethics, 87, 57-69.
- Esteco, (2010).Principales Problemas que enfrentan las escuelas preparatorias (2010)". <http://grupo-esteco.com/?p=531> consultada el día 18 de julio a las 11:00 hrs.

INEGI. (2014). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Se puede consultar en <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/nueva/econunam/23/05napoles.pdf>

Instituto Nacional para el Fomento de la Calidad, 2010. Modelo Nacional para la Competitividad de Micro y Pequeñas empresas 2011. Consultado el 25 de Noviembre del 2012 en: <http://www.competitividad.org.mx/images/stories/PNCModeloPymes2011-2.pdf>

Enlace inactivo

Sosa, S. (2012). Cierran colegios privados por falta de matrícula escolar. Milenio. (En Red) Consultada el 01 de Agosto del 2012 en: <http://tamaulipas.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/b15d756991f6980df69b8924b068c0cc>

Subsecretaría de Educación Media Superior (s.f.). Extranet asp Archivos Estadísticas. SEP 2000 2005 (s.f.) consultada el 5 de abril del 2011 en http://www.sems.gob.mx/Extranet/asp/Archivos/Estadísticas_SEP_2000-2005.pdf

Enlace inactivo.

Tamaulipas en Línea (2012). La inseguridad provocó la caída del 20 % de la matrícula en escuelas privadas de Tampico. Tamaulipas en Línea (en Red). Consultada el Jueves 07 de Junio del 2012 en: <http://tamaulipasenlinea.mx/zona-sur/inseguridad-provoco-la-caida-de-un-20-en-la-matricula-de-universidades-privadas-tampico/>