

Competitividad en Instituciones Educativas de Bachillerato de Tampico

Competitividade da High School de Instituições Educacionais 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.

Resumo

Executando uma instituição privada da escola implica: ser líderes acadêmicos e também têm estadia de negócios. A liderança acadêmica é familiar a seus diretores por sua experiência profissional, mas manter os padrões de competitividade e inovação, buscando sua sobrevivência do negócio é um desafio. Em Tampico e Cd. Madero em 2013 e 2014, eles fecharam quatro escolas deste tipo de competição empresarial. Este foi um fator que despertou o interesse no desenvolvimento de um, e não pesquisa experimental descritivo qualitativo, o que poderia responder a uma série de questões de pesquisa. Buscou-se determinar o nível de competitividade desses empresários, o seu nível de promoção da inovação e necessidades competitivas. Para fazer alguns modelos teóricos de modelos de competitividade e inovação, a fim de medir essas variáveis foram revistos. Como resultado desta investigação uma proposta baseada em ações para aumentar a competitividade surge.

Palavras-chave: competitividade, inovação, ensino secundário

Fecha recepción: Enero 2015

Fecha aceptación: Junio 2015

Introdução

Executando um bacharelado escola privada envolve ter um modelo educativo academicamente interessante diferenciado para os pais, das outras escolas, e também requer gestão de uma empresa com bons padrões de gestão e competitividade.

Analisando este segmento nesta área, existem 34 instituições privadas de ensino de nível médio mais elevado incorporadas na Universidade Autónoma de Tamaulipas (UAT), que representam uma população de cerca de nove mil estudantes, empregando diretamente pouco mais de seis centenas de milhares de pessoas e cuja renda bruta mensal excedeu doze milhões de pesos por mês.

Para se ter uma idéia do que esse segmento representa o total das escolas listadas em Tampico, juntos, representam cerca de 35% de todo o pessoal do Francisco I. Madero refinaria de PEMEX em Ciudad Madero.

Por razões diferentes, o número de estudantes que se matriculam nesses escolas de Tampico e Cd. Madero diminui, e algumas das causas da actual situação económica (Sosa, 2012), a insegurança (online Tamaulipas, 2012), e o crescimento da oferta educativa.

A situação económica em 2014 teve um nível de desemprego de 6% (INEGI, 2014), fez com que mais de meio milhão de estudantes têm migrado para o sistema público, de acordo com a União Nacional de Pais (FNUAP) na Revisão Periódica Universal (Bustamante, 2009).

Em consideração a situação acima, onde a dualidade difícil de funções que deve ter um diretor de tais escolas, a importância sócio-econômica deste sector nesta área de Tampico, a presença de um ambiente altamente competitivo ea tendência é observada a redução dos estudantes, é que a questão de investigação:

Que características deve ter um plano estratégico baseado em ações de competitividade para os gestores de escolas privadas em Tampico e Cd. Madero, considerando os fatores significativos que os pais levam em conta ao escolher uma escola deste tipo ?

Objetivo geral

Desenvolver um plano estratégico para os diretores de competitividade escolas privadas em Tampico e Cd. Madero, dependendo dos fatores que os pais considerados significativos para a escolha deste tipo de escolas.

Objetivos específicos

- 1) Definir as questões relacionadas com o recrutamento de estudantes para estas empresas.
- 2) Definir os fatores significativos porque os pais selecionar uma escola deste nível.
- 3) Estruturar um plano estratégico competitivo para diretores dessas escolas.

Marco Contextual

Este projecto de investigação destina-se apenas a instituições de ensino de nível médio mais elevado de Tampico privado e Cd. Madero, que estão incorporadas no modelo educacional da Universidade Autónoma de Tamaulipas (UAT), totalizando trinta e quatro instituições.

Os problemas enfrentados pelas escolas privadas no México

Revisando a literatura, de acordo com psicólogos Grupo Esteco (2010), os principais problemas enfrentados escolas secundárias são:

- **Os alunos com problemas de drogas e álcool. Mais de 60% dos jovens entre 14 a 20 de consumir álcool.**
 - **distúrbios da imagem e estudantes de alimentação. Os principais problemas deste tipo são anorexia e bulimia, entre outros.**
 - **Os alunos com baixo desempenho acadêmico dell uso indevido derivados de novas tecnologias (Internet, telefones celulares, tablets, etc.).**
 - **Problemas de integração em grupos. Muitos jovens têm dificuldade para se relacionar ao seu grupo e sofrem de não ser aceito.**
- "Bullying" como extremo, ocorre em até 12% em instituições de ensino.**
- **Os alunos com problemas familiares. Desagregação familiar, divórcio, parentes doentes, a negligência dos pais aos filhos, e assim por diante.**
 - **Dropout. Dropout por múltiplos fatores.**
 - **problemas de disciplina. Problemas de disciplina geralmente surgem em problemas pessoais cumulativas de estudantes (Meler, 1993).**
 - **problemas de recrutamento de estudantes. Tais problemas muito afeta muitas escolas não só na escola.**

Estrutura Conceitual

Variável de estudo: Competitividade

A competitividade é uma variável complexa que é estudada em diferentes níveis. No caso de este projecto a um nível de competitividade, que é o nível da empresa, ou seja, cada escola de acordo com os níveis de competitividade e Abdel Romo (2004) foi o escolhido.

A literatura fornece um grande número de modelos conceituais de competitividade, dos quais dez foram selecionados como descrito na Tabela 1:

Tabela I. Modelos conceituais de funcionários de competitividade e suas dimensões

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	Batres y García (2006)	2006	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desarrollo de Cadenas Productivas ○ Capital Humano, Capacitación

	Competitividad Internacional			y Desarrollo
8	Modelo de las Ventajas Competitivas	Porter (2002)	2002	<ul style="list-style-type: none"> ○ Composición del Sector ○ 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: elab oración

propia.

Estratégias competitivas

Mintzberg (1997) identifica seis tipos de estratégias para competir.

- 1. A estratégia de diferenciação. Ele identifica empresas que não têm intenção de copiar seus concorrentes.**
- 2. A estratégia de diferenciação na imagem. O objetivo é criar uma percepção distinta dos produtos ou serviços nas mentes dos clientes.**
- 3. A diferenciação de qualidade. Ela é alcançada por meio de alto desempenho de seus produtos. Requer fiabilidade, durabilidade e o desempenho superior do produto no que diz respeito ao preço.**
- 4. A diferenciação no design. A ideia é melhorar as características do produto e projeto por meio de pesquisa e desenvolvimento.**
- 5. A estratégia de diferenciação no preço. Ele só é viável através de alcançar custos mais baixos e, em seguida, ser capaz de oferecer preços mais baixos.**
- 6. Diferenciação em apoio. Empresas criam um grupo de complementar os principais produtos, com o objetivo de oferecer uma atenção mais ampla.**

Vantagem Competitiva

A vantagem competitiva é a capacidade da empresa para oferecer um melhor produto ou um preço mais baixo do que os rivais, a fim de atrair a atenção da demanda e obter bons resultados. Em suma, "criação de valor para os compradores" (Porter, 1985).

A estratégia é um conceito multidimensional proposto direção, um senso de unidade e propósito para a empresa (Crossby, 1997).

Metodologia

Fase exploratória inicial

A fim de alcançar uma abordagem a estas empresas e empresários, um estudo exploratório foi realizado, obtendo uma compreensão geral dos dois segmentos de negócios estudadas.

Estágio dois descritivo

A fase descritiva serviu para construir as ferramentas e reunir todos os dados relacionados com as questões de pesquisa.

a) Tipo de estudo

O projeto de pesquisa é qualitativa, descritiva, transversal e não estudo experimental.

b) Método População, amostra e amostragem

População e amostra

A população é composta de 32 escolas privadas de nível médio mais elevado de Tampico, incorporadas na UAT.

A amostra foi determinada de acordo com o investigador, considerando a facilidade de acesso a essas empresas como um fator de inclusão.

Método de amostragem

- A estratégia inicial foi estabelecida como um método é amostragem aleatória simples.
- No entanto, foi necessário mudar o método de amostragem para a amostragem da opinião do investigador, porque o acesso a várias escolas e, portanto, a informação era difícil.

c) Ferramentas para coleta de dados e validação

Três questionários foram projetados usando o software estatístico "DYANE" (Santesmases, 2001); e seu design, todas as perguntas foram desenvolvidas visando responder aos objetivos da pesquisa.

Questionário 1. Objetivo do estudo: Problemas significativos em escolas secundárias.

Tema de estudo: Administração da amostra.

Questionário 2. Objecto de estudo: Os fatores significativos que influenciam a decisão de escolher uma escola deste nível.

Tema de estudo: Os pais das escolas da amostra.

Entrevista 3. Objetivo do estudo: Competitividade

Tema de estudo: Administração de escolas privadas no estudo.

Validação

Antes da implementação dos instrumentos, estes foram validados como segue: internamente, pelos riscos de parcialidade e validade dos construtos, com piloto e testar o Alpha Cronbach.

A análise da informação.

Todas as informações obtidas foram analisadas estatisticamente.

1. Os resultados

Principais problemas em instituições de ensino de nível colégio particular

Como resultado da aplicação da estatística descritiva com os dados obtidos a partir da aplicação de instrumentos de pesquisa foram obtidos como principais problemas nestas instituições aqueles descritos na Tabela II.

Tabela II. Os principais problemas do estudo Instituições de Ensino.

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 a tabela acima II, pode-se estabelecer que, embora existam grupos que acreditam que questões como a segurança pública, desagregação familiar ou desempenho acadêmico são significativos, eles são, na verdade, não tão marcados.

Os fatores significativos na seleção de uma instituição privada de ensino de nível médio mais elevado

Abaixo na Tabela III resultados sobre os fatores significativos na seleção de uma escola para os pais são apresentados.

Tabela III. Os fatores significativos na seleção de uma instituição de ensino deste nível.

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.

III Observando a tabela acima, você pode definir a importância para dar às recomendações que recebem sobre a escola e que se diz da sua qualidade acadêmica.

Além disso, fatores como a publicidade, em que muito dinheiro é investido, é fator de decisão muito insignificante na seleção de uma instituição deste nível.

Análise da competitividade dessas empresas.

Considerando as dimensões da competitividade estudado, foram avaliados a competitividade dessas empresas. Para este efeito, um instrumento foi aplicada aos diretores da mesma.

Como resultado da aplicação do instrumento de administração de competitividade Tabela IV foi preparada:

Tabela IV. Relação entre as dimensões de Competitividade e formação recebida

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.

Tamanho da amostra: 10 entre diretores e diretores adjuntos.

Observando Tabela IV acima podem estabelecer a importância que os pais dão às recomendações feitas pela escola e dizê-lo com sua qualidade acadêmica.

Além disso, fatores como a publicidade, em que muito dinheiro é investido, é fator de decisão muito insignificante na seleção de uma instituição deste nível.

Propostas e conclusões

Conclusões gerais do inquérito

Esta seção única maneira declarativa estas propostas relacionar os detalhes deles estão na pesquisa completa; as conclusões da pesquisa são:

- **Conclusão 1.** Os problemas mais graves e de maior impacto com essas instituições, devido à insegurança e situação econômica na região.

- **Conclusão 2.** Os fatores que definem a escolha de uma escola deste tipo são as recomendações e qualidade acadêmica; o efeito da publicidade é mínimo, apesar do que muitos gestores pensam e quais investir pesadamente.
- **Conclusão 3** Os diretores têm muitas áreas de oportunidade nas dimensões da competitividade, com riscos para seus negócios.
- **Conclusão 4.** Proposta ou de desenvolvimento gerencial diretores de instituições de ensino em estudo com base estratégias de formação com base em dimensões de competitividade.
- **Conclusão 5** Participação das Universidades e Instituições de Ensino Superior Consultants.

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/>