

Identificación de atributos de marca que los padres de familia consideran para elegir institución de educación media superior para sus hijos.

1. Itan Alain Uriarte López

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, itanalain.uriarte@upaep.edu.mx

2. Dra. Cecilia Isabel Calderón Valencia

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, ceciliaisabel.calderon@upaep.mx

El sistema educativo nacional ha ido en aumento en los últimos años y los padres de familia forman parte del protocolo de búsqueda y selección pasiva de bachillerato. El presente trabajo es una propuesta de intervención en el bachillerato en el cual se realizó la investigación de los atributos generales de la gestión de marca educativa que funcionan como diferenciadores en los padres de familia para la toma de decisiones en la elección escolar en la Ciudad de Puebla. El proyecto de investigación se realizó como propuesta de apoyo a las estrategias de mercadotecnia que realiza una institución en la Ciudad de Puebla para identificar los atributos solicitados contra los que se tienen, haciendo uso de un estudio transversal desarrollada en la Ciudad de Puebla en el año 2019 y es una investigación cualitativa, concluyente, descriptiva, transversal simple. Las encuestas se realizaron en eventos donde se concentraron familias en búsqueda de opciones de bachillerato y en las escuelas secundarias que permitieron el ingreso para aplicar las encuestas.