



**Generalitat
de Catalunya**

Estudi sobre la relació elasticitat- preu de la demanda universitària

Enquesta encarregada pel Departament d'Universitats, Recerca i
Societat de la Informació

Gener de 2002

RPEEO 202 a

Resum executiu

Elasticitat-preu de la demanda universitària



UNIVERSITAT DE VIC
Servei d'Estudis i Empresa



ELASTICITAT PREU DE LA DEMANDA UNIVERSITÀRIA

Resum executiu de l'estudi realitzat pel SEREM (Servei d'Estudis i empresa) de la Universitat de Vic per encàrrec del DURSI- Generalitat de Catalunya

1) ÍNDEX

- Objectius
- Metodologia – explicació dels conceptes de corbes de demanda
- Valoracions de factors aliens al preu
- Anàlisi de les corbes de demanda:
 - Corba de preu espontani
 - Corba de preu suggerit
 - Corba de preu complementari
 - Corba de despesa total
- Conclusions globals

2) OBJECTIU

El Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya, pretén conèixer quins són els principals factors de selecció d'universitat i la importància del factor preu en la demanda d'estudis universitaris a Catalunya. Per aquest motiu el Servei d'Estudis i Empresa de la Universitat de Vic presenta el següent estudi.

3) METODOLOGIA

L'estudi s'ha portat a terme en tres etapes clarament diferenciades:

- Una fase prèvia que es concreta en un estudi de tipus qualitatiu a estudiants universitaris.
- Una segona fase quantitativa dirigida als alumnes potencials.
- La darrera fase també és un estudi quantitatiu als pares dels alumnes potencials els resultats del qual es presenten en aquest document.
- La darrera etapa s'ha basat en una enquesta dirigida als pares de nois/es que actualment estan estudiant 2n de batxillerat. Aquesta enquesta pretenia conèixer els diferents elements que els pares tenen en compte per valorar una universitat, posant èmfasi en el tema preu. Concretament es van fer 705 enquestes, repartides en funció de diferents criteris que es detallen més endavant.
- L'empresa encarregada de fer el treball de camp va ser l'institut DYM. El qüestionari va ser dissenyat per l'equip tècnic del SEREM i va ser validat per un equip tècnic de l'institut d'Estadística de Catalunya - IDESCAT que també va facilitar els registres de població per seleccionar la mostra i va orientar aquesta selecció. L'anàlisi l'ha elaborat l'equip tècnic del SEREM

Es defineixen dos criteris d'agrupació, geogràfic i per centre d'ensenyament secundari actual

- Els criteris d'agrupació geogràfica es basen en tres àrees: **Zona 1** - Comarca del Barcelonès. **Zona 2** - Comarca frontereres a la comarca del Barcelonès: Baix Llobregat, Vallès Occidental, Vallès oriental i Maresme. **Zona 3** - Resta de comarques.
- L'altre criteri d'agrupació divideix la població objecte d'estudi en dos grups: **Grup 1**- Usuaris actuals d'ensenyament secundari privat. **Grup 2** – Usuaris actuals d'ensenyament secundari públic

La representativitat de l'enquesta queda així definida :

	Estudiants de 2n Batxillerat curs 99-00	Enquestes realitzades	% Error
Total	43.855	697	± 3,68 %

	Estudiants de 2n Batxillerat curs 99-00	Enquestes realitzades	% Error
Centres públics	27.747	440	± 4,63 %
Centres privats	16.108	257	± 6,06 %

Total	43.855	697	± 3,68 %
-------	--------	-----	----------

	Estudiants de 2n Batxillerat curs 99-00	Enquestes realitzades	% Error
Zona 1	16.231	257	± 6,06 %
Zona 2	13.591	214	± 6,64 %
Zona 3	14.033	226	± 6,46 %

Total	43.855	697	± 3,68 %
-------	--------	-----	----------

L'element clau de l'enquesta i el principal objecte d'estudi són les preguntes del qüestionari que intenten esbrinar la veritable propensió a efectuar una despesa en ensenyament universitari. És en aquest apartat on s'han definit unes **funcions de demanda preu a partir de la revelació de preferències que fan els enquestats**. Per tal de fixar el preu que estarien disposats a pagar s'ha seguit una bateria de preguntes:

- En primer lloc es demanava a l'entrevistat que digués un preu del que creia que valia una universitat que complís una sèrie de requisits que ell acabava de valorar. Aquesta era una pregunta per posar l'entrevistat en context però, que no s'ha utilitzat per l'anàlisi.
- **PREGUNTA SOBRE PREU ESPONTANI** aquesta pregunta era sobre el preu que ells concretament estarien disposats a pagar.
- **PREGUNTES SOBRE PREUS SUGGERITS**. A partir del preu espontani seguien tres preguntes: la primera d'elles afegia 300.000/30.000 pessetes (anuals/mensuals) al preu manifestat per l'entrevistat, la segona d'elles 200.000/20.000 i la tercera 100.000/10.000. En qualsevol dels tres casos l'entrevistat havia de decidir si deixaria anar al seu fill a una universitat que tingués el preu que se li suggeria. Les respostes podien ser: "sí", "no" "no ho sé" i "si no hi hagués cap altra opció". En el moment que l'entrevistat acceptés un preu, no es seguia endavant amb la resta de preus

Amb aquest mètode es defineixen quatre conceptes de corbes de demanda i es considera com la més representativa la corba de preu suggerit. La definició de cada concepte és la següent:

- **Corba de preu espontani** :Aquesta corba mostra el preu que els pares han dit que estarien disposats a pagar per la matrícula d'un curs a una universitat que complís els aspectes que ells han considerat com a més importants. Cal dir que es tracta del primer preu que anomenen, per tant ens dóna informació sense cap mena de condicionant, però pot ser que mostri lleugeres tendències a la baixa per ser una primera idea, hi ha una part important de la mostra (40%) que no revela cap preu. Per tal de suplir aquest darrer aspecte s'introduïa s'ha realitzat la segona corba: la corba de preu suggerit.
- **Corba de preu suggerit**: La corba de preu suggerit és la que respon al mínim que estarien disposats a pagar. Es concreta en quatre casos: **Cas 1** - Aquella opció que l'entrevistat deia "sí". **Cas 2** - El primer preu que l'entrevistat manifestava és a dir el preu espontani en cas de que no es decantés fermament per a cap opció de les que se li suggerien posteriorment. **Cas 3** - 100.000 pessetes en el cas que no es definís en el preu espontani i tampoc acceptessin fermament cap dels preus suggerits. Es considera 100.000 perquè seria el preu mínim que haurien de pagar en cas de voler accedir a la universitat. **Cas 4** - Aquesta corba inclou també els casos que deien preu espontani fos 0, ja que s'ha contemplat la possibilitat que els pares pensessin en beques o ajuts.

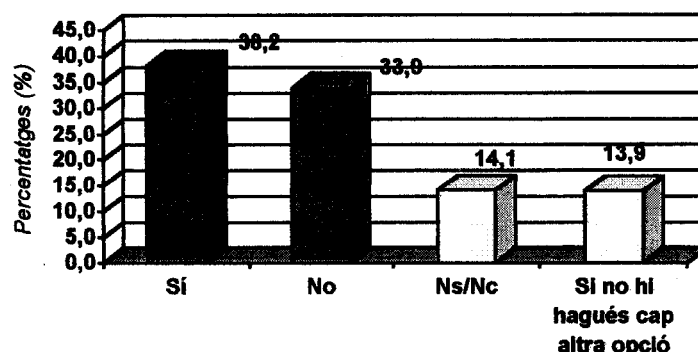
- **Corba de preu complementari** : respon al màxim que estrien disposat a pagar, en la majoria de casos es tracta dels mateixos preus que la corba suggerida, malgrat tot alguns entrevistats manifestaven que pagarien un preu concret només en cas de no haver-hi cap altra opció, per aquests casos es crea la corba complementària que inclou aquests preus.
- **Corba de despesa total**. Aquesta corba respon a la despesa total que els pares estarien disposat a suportar perquè el seu fill estudiés. Així inclou el cost de la matrícula (segons la corba suggerida) i el cost d'haver-se de canviar de residència per tal d'estudiar, aquests darrers costos inclouen: desplaçament, residència, alimentació, etc. Per tal d'obtenir aquests resultats s'ha tingut en compte el total d'enquestats, tot i que en alguns casos els pares no estrien disposats a assumir cap cost extra a la matrícula i d'altres sí.

3) VALORACIÓ DE FACTORS ALIENS AL PREU

Tot i no ser la part central de l'estudi es pot exposar un apartat de valoracions sobre els aspectes importants alhora d'escollir una universitat així com la tendència a acceptar el concepte d'universitat privada. Aquest resum de resultats provenen de la primera part del qüestionari i van obrir l'interès dels enquestats que van estar molt més predisposats a respondre l'apartat posterior de preus on es defineixen les corbes de demanda.

	Mitjana	Desv. típica
Que els professors sàpiguen transmetre els seus coneixements exposant les idees clares	9,55	0,91
Que hi hagi bones instal·lacions: classes, biblioteca, laboratoris...	9,08	1,20
Que la universitat tingui un servei que proporcioni una bona inserció laboral quan l'alumne hagi acabat els estudis	9,07	1,44
Que els professors tinguin molts coneixements	9,02	1,43
Que els professors utilitzin bon material i casos reals a les classes	8,81	1,48
Que els professors resolguin els dubtes amb un ampli horari de consultes i tutories especialitzades	8,80	1,45
Que a la universitat hi hagi la possibilitat de fer pràctiques de treball mentre s'estudia	8,75	1,55
Que hi hagi bon companyerisme i bona relació entre els alumnes	8,73	1,54
Que les empreses tinguin una bona imatge de la universitat i que se'n refiïn	8,63	1,65
Que estigui a una ciutat acollidora que afavoreixi l'ambient d'estudi	8,20	1,92
Que puguin estudiar part de la carrera a una universitat estrangera	6,95	2,50
Que els professors de la universitat surtin als mitjans de comunicació	5,08	2,63

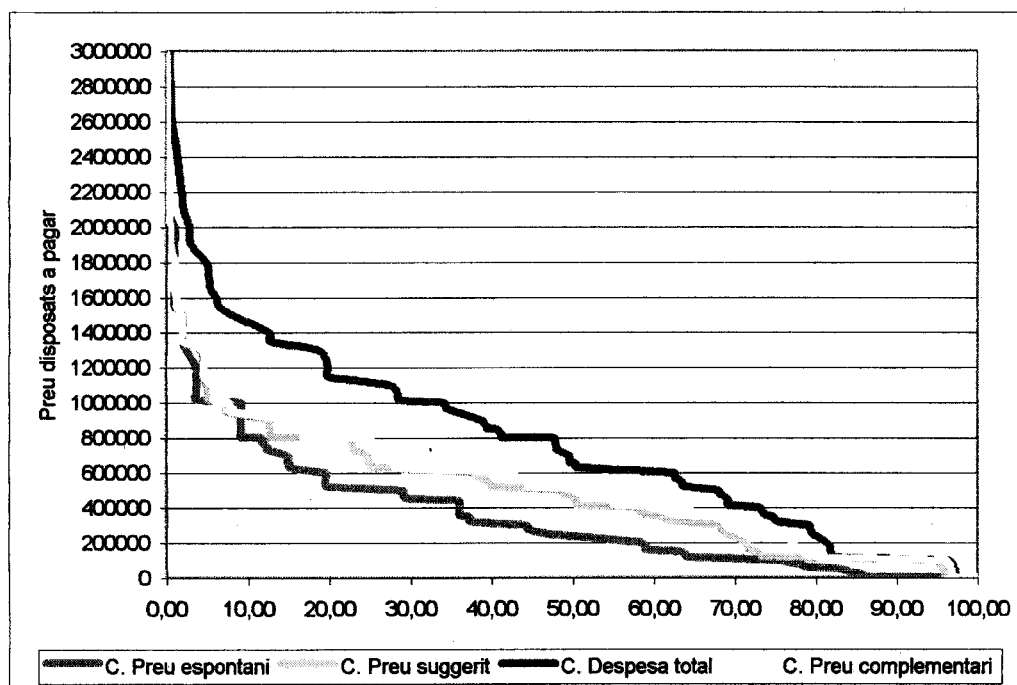
Les respostes a la pregunta " Es plantejaria portar al seu fill a una Universitat privada" mostren els següents resultats



Com a conclusions principals d'aquests aspectes de valoració cal entreveure com a element clau i de més importància la valoració de la qualitat docent en el seu aspecte pedagògic i en segon lloc tots aquells serveis relacionats amb la futura inserció laboral dels alumnes. En quant a la pregunta sobre la opció universitària privada destaca que quasi un 40% del públic es favorable a plantejar-se-la com una possibilitat mentre que al voltant d'un terç del total mostra un rebuig inicial.

4) ANÀLISI DE LES CORBES DE DEMANDA

Es pot exposar en primer lloc un descripció gràfica de totes les corbes definides dins l'apartat metodològic.



Les conclusions diferenciades per tipus de corbes són les següents:

a) Corba de preu espontani

- En general ens trobem amb una corba on les diferències de preus provoquen grans canvis en el mercat potencial al que es pot accedir.
- El pas d'una matrícula d'un milió de pts a una matrícula de 600.000 permet fer augmentar el mercat potencial en 10 punts percentuals
- Amb un preu de partida de 600.000 només es pot accedir al 20 % del mercat, una baixada fins a les 450.000 ja permet considerar com a mercat potencial un 30% del total mentre que si es baixa fins a 300.000 s'aconsegueix arribar quasi a la meitat del mercat potencial total
- Si considerem les 100.000 pts com a preu de referència d'una oferta pública es pot afirmar que amb aquesta corba de preu espontani només el 75% del mercat potencial està disposat a satisfer aquesta quantitat. Això pot ser un indicador de una certa reserva alhora de revelar preu en la resposta espontània
- S'observen diferències bastant clares entre els pares que han escollit una educació secundària dins l'oferta pública i els que ho han fet en una opció privada. La predisposició a pagar matricules elevades és clarament més alta dins el sector que ha optat per una opció d'ensenyament secundari privat
- Per procedència geogràfica les diferències en aquesta corba espontània no són molt grans. Potser el sector de pares de la zona tres (Resta de Catalunya) que pertanyen al segment de predisposició a pagar més alt manifesten una tendència a acceptar preus més elevats de matrícula que els de les altres zones.

b) Corba de preu suggerit

- Potser aquesta és la corba de demanda que reflecteix millor la veritable disposició a pagar un determinat preu de matrícula al haver-se utilitzat un mecanisme de pregunta més sofisticat i així semblen demostrar-ho els resultats obtinguts. Els resultats també són més fiables doncs treballem amb la totalitat de la mostra (697 casos) mentre que amb la corba espontània treballàvem amb un número de casos menors (403 casos) doncs una part de la mostra no revelava espontàniament la seva predisposició de despesa.
- Mentre que amb una matrícula igual o superior a un milió de pessetes només es possible adreçar-se a poc més del 7% del mercat, amb 600.000 pts. el mercat potencial que pot acceptar aquest preu ja és de quasi un terç del total. Amb aquest preu a la corba espontània només s'arribava a una cinquena part.
- Quan passem de 600.000 pts a 450.000 pts. el mercat potencial ja representa la meitat del total
- Si s'estudia el pas de les 600.000pts. fins a les 300.000 pts. s'aconsegueix més que doblar la quota de mercat potencial, passem d'adreçar-nos del 31% fins al 68% del total de mercat.
- Quan el preu proposat és de 100.000 pts. en aquesta corba suggerida si que arribem a la pràctica totalitat del mercat potencial (94'8%). El petit diferencial d'un 5% que no està disposat a assumir ni tan sols aquest preu de matrícula si que es pot considerar com a un col·lectiu que acudirà a beques i ajuts per assolir una gratuïtat quasi total.
- Es segueixen observant les mateixes diferències entre els casos públics i privats mentre que per zones les diferències es redueixen respecte l'anàlisi de la corba espontània

c) Corba de preu complementari

- Dins aquesta corba ens trobem resultats similars als de la corba suggerida però amb un nivell general d'acceptació de preus més alt. Això es indicador de la influència de l'oferta universitària pública. Existeix doncs una clara demanda derivada quan es dona escassetat d'oferta de places públiques subvencionades.
- Es pot afirmar que totes les situacions de variacions de preus plantejades presenten uns efectes superiors en 5 punts percentuals respecte els efectes de la corba suggerida. Es podria parlar en termes teòrics d'un desplaçament de demanda paral·lel.
- És interessant fer notar en aquest cas com l'absència d'oferta pública portaria a acceptar preus de 600.000 pts o més a més d'un 40% dl mercat potencial i a més de la meitat a la mínima que el preu es percep inferior al mig milió de pessetes.

d) Corba de despesa total

- La corba de despesa total afegeix a la suggerida possibles despeses d'estada i manteniment fora de la llar familiar. En aquest cas ens trobem amb un desplaçament general de tota la corba de demanda doncs s'afegeix als preu de matrícula acceptat un sobrecost que gira al voltant de les 500.000pts.
- Quan es planteja una despesa al voltant del milió de pessetes ens trobem amb que un terç del públic potencial està disposat a acceptar si es considera aquesta necessitat de despesa.
- L'altre extrem és el de les 600.000 pts de despesa total. Aquest cas es pot equiparar a la situació d'algú que ha d'anar a estudiar fora però gaudint d'una plaça d'universitat pública subvencionada. Quasi dos terços del total del públic potencial acceptaria aquesta despesa total
- En un terme mig es situaria una despesa total de 800.000 pts que permetria considerar la meitat del públic potencial
- Com en la resta de corbes s'observa una diferència clara entre el segment d'enquestats que son usuaris de l'ensenyament secundari privat i els que són usuaris del públic, al llarg de tota la corba de demanda queda molt clar que els usuaris d'ensenyament secundari públic estan disposats a assumir una despesa total inferior.
- Al llarg de tota la corba s'observa clarament com els residents a la zona tres accepten una despesa total més elevada. És una situació coherent amb l'escassetat d'oferta universitària existent a les zones que comencen a estar allunyades del Barcelonès. Els habitants de zona 2 mostren un comportament similar als de zona 1i això mostra com aquesta zona

percep com a innecessaris la despesa afegida gràcies a la proximitat i les bones comunicacions existents a les primeres anelles metropolitanes

5) CONCLUSIONS GLOBALS

- Després de l'exhaustiu treball de camp realitzat per esbrinar el comportament dels demandants futurs d'estudis universitaris s'arriba a una conclusió principal i aquesta consisteix en afirmar que es demostra una altíssima sensibilitat al preu per part dels enquestats.
- La conclusió anterior queda reflectida amb l'estudi d'elasticitats. Observant-les es pot comprovar com en els trams de demanda que reflecteixen preus iguals o superiors a 500.000 pts. els valors d'elasticitat arc són superiors a 1 en valor absolut. Això significa que qualsevol disminució percentual del preu provoca un increment percentual més gran del mercat potencial.
- D'altra banda també és interessant observar com en els trams de demanda amb preus inferiors a 500.000 pts les elasticitats tot i ser inferiors a 1 mostren valors superiors a 0,5 si no es baixa de les 100.000 pts. És a dir qualsevol baixada percentual del preu fins a les 100.000 pts es veurà seguida d'un increment percentual de públic potencial que com a mínim representarà una pujada de la meitat del decrement percentual de preu.
- Cal destacar l'existència d'un segment del mercat que està clarament disposat a pagar matrícules iguals o superiors a les 800.000 pts. Aquest segment representa entre un 15 i un 20 % del total. Si ens centrem en els actuals usuaris de l'ensenyament secundari privat el percentatge d'acceptació de matrícules superiors a les 800.000 pts s'acosta al 35%. En general és molt evident la diferència de comportament dels dos segments, Usuaris d'ensenyament secundari públic i privat, tot i així cal fer notar que el 50% del usuaris "públics" estarien disposats a acceptar preus de matrícula superiors a les 400.000 pts.
- Cal fer notar que sempre ens estem referint a increments de mercat potencial total i no de participacions assegurades en el mercat d'una institució que baixi els preus. Tot i així fent abstracció d'altres factors determinants en l'elecció d'oferta universitària, una disminució de preus actua clarament com un factor clau que permet accedir a mercats totals potencials molt més amplis.
- Així doncs, si ens fixem en la punt de referència de les 500.000 pts. i suposem que els increments de mercat potencial es tradueixen en increments proporcionals de quota de mercat, hem de fer dues afirmacions: baixades de preu fins a 500.000 pts. permetrien recuperar l'ingrés pendent amb l'increment d'alumnes ($Ed > 1$) i baixades a partir de les 500.000 pts. suposarien un fort increment d'alumnes en termes absoluts però no es podria recuperar l'ingrés anterior ($Ed < 1$). És important insistir en que totes aquestes conclusions són vàlides per una anàlisi del mercat global, lògicament un estudi intensiu a partir de segmentacions de mercat més precises podria matisar aquestes conclusions
- Es destacable l'existència d'una forta sensibilitat cap al factor qualitat en l'ensenyament universitari. La pregunta sobre el que s'estaria disposat a pagar ve sempre referida a un model universitari que complís un llistat de requisits de qualitat i això provoca una resposta clara a favor de l'acceptació d'uns preus superiors als de l'actual sistema universitari públic sempre que es compleixin uns nivells de qualitat elevats. Tot i així aquesta predisposició a relaxar l'exigència de preus baixos no deixa gaire lloc a les ofertes que superin una frontera borrosa que podria venir delimitada entre les 600.000 i les 700.000 pts.
- Queda molt clara la superior predisposició de la zona 3 a assumir despeses addicionals per residència fora de la llar familiar respecte de les zones 1 i 2. La manca d'oferta universitària en aquesta zona així com un nivell de qualitat de comunicacions inferior a les altres zones provoca una clara discriminació dels residents de fora de les comarques del Barcelonès, Baix Llobregat, Maresme, Vallès Oriental i Vallès Occidental.
- Una baixada de preus de matrícula de 600.000 a 300.000 pts permet un guany espectacular de mercat potencial doncs s'incrementa al voltant de 40 punts percentuals la quota de mercat potencial. Això permet afirmar que aquest és el tram més efectiu per aconseguir guanys de quota de mercat potencial en termes absoluts. Cal dir que el càlcul estricte d'elasticitats situen l'efectivitat relativa en trams de demanda de preus alts.