

## Perfil de los egresados

### *Aspecto demográfico:*

Jóvenes entre 21 y 25 años, nivel socioeconómico A/B, procedentes en un 65% del interior de la provincia (sureste) y del país (Patagonia y noroeste). Estudios secundarios completos y un 24% inició una carrera por segunda o tercera vez sin haberla terminado ninguna de las anteriores. Datos provistos por la organización, a partir de la observación de las fichas de inscripciones de los alumnos.

### *Aspecto psicológico:*

Jóvenes que valoran el tiempo compartido con la familia y los amigos. Se esfuerzan por asistir a clases, trabajando la mayoría de ellos para financiar la carrera (64% según datos estadísticos de la organización al momento de inscribirse en primer año y reinscribirse en segundo y tercero).

Eligen su carrera por decisión propia, mayormente cuando inicia otra convencional y no pueden continuar por falta de tiempo o que les demanda mayor atención de cursado. Prefieren las propuestas cortas, eminentemente prácticas con una rápida salida laboral, o estar terminando la carrera y poder desempeñarse en el sector elegido.

Muy pocos tienen desarrollado el espíritu emprendedor, capaz de crear sus propios negocios, esperan continuar con el negocio familiar o trabajar en una empresa del mercado.

Son jóvenes que disfrutan de su tiempo libre, haciendo actividades deportivas, culturales y en su mayoría solidarias a través de organizaciones intermedias o asociaciones informales.

La mayoría asistía a clases en transporte público. Los alumnos del gran Córdoba o localidades de no más de 100 kilómetros, viajaban diariamente en transporte público.

Son personas con buenas actitudes, solidarios que valoran el esfuerzo y el trabajo solidario. Planifican su carrera profesional a corto y mediano plazo.

Eligen al instituto por su focalización en la práctica, la trayectoria y por parecer un secundario que acompaña a cada uno atendiendo sus necesidades personales.

Ven a la Ceremonia de Colación como un hecho significativo que traspasa el simple hecho de recibir su diploma. En la mayoría de los casos es el único título de nivel superior y/o universitario.

En muchos de los casos, el título que reciben es el primer en tres o cuatro generaciones de la misma familia.

El título es un hecho simbólico que premia el esfuerzo económico y el tiempo invertido, por eso el festejo y la trascendencia del mismo.

Los egresados invierten mucho dinero en su vestimenta para la ceremonia, lucen prendas que connotan la importancia de recibir el premio a su esfuerzo. La mayoría busca registrar este hecho, donde 9 de 10 egresados pide la foto con los padres o familiares al finalizar el acto, según estadísticas del servicio de fotografía contratado por el Instituto.

En los últimos años, la organización tuvo que prever espacios para la fotografía y correr el horario de cierre del salón 45 minutos por el tiempo que tardan en sacar las fotografías.

Por un tema de capacidad de la sala, no podemos entregar más de 4 invitaciones por egresados, este es un reclamo constante de los egresados y donde la mayoría asisten con el total de los invitados, destacando así lo importante del evento para ellos.

## **Perfil de los padres**

### *Aspecto demográfico:*

Personas de 40 a 65 años, nivel socioeconómico A/B, trabajadores en relación de dependencia en un 45%, y otro 25% en sus propios negocios. En su mayoría del interior de la provincia (65%) y del país, según estadísticas internas, a partir de los datos entregados al momento de inscribirse los alumnos cada año.

### *Aspecto psicológico:*

Personas que valoran el esfuerzo y la cultura del trabajo. Esperan que sus hijos elijan la profesión que les haga sentir bien, y en lo inmediato buscan la inserción laboral de aquellos.

Los que tienen su propio negocio, están relacionados con las carreras que Mariano Moreno ofrece (Turismo y Comunicación) y planean que sus hijos continúen con su legado.

La Mayoría tiene su propia vivienda en barrios retirados del centro y cuentan con al menos un automóvil por familia. Poseen una vida social activa, con salidas ocasionales a restaurante y viajes de placer.

Constituyen familias ensambladas, la mayoría están separados o divorciados y asisten económicamente a sus hijos hasta los 25 años promedio.

Esperan que la organización cuide, forme y oriente a sus hijos, acompañándolos no solo desde lo conceptual sino sobre todo en la formación actitudinal.

Los padres no mantienen ningún contacto con la organización una vez que el alumno ingresa a primer año, no participan de las actividades extraprogramáticas ni están al tanto diario de su desempeño como estudiantes.

Tienen una imagen positiva de la organización, rescatando la trayectoria y la seriedad en el servicio, aun siendo de gestión privada donde el riesgo económico incide en la economía familiar. Datos obtenidos de una investigación realizada por la organización en el año 2015, a través de una encuesta autogestionada entregada a los padres junto a la revista institucional.