

EDUCACIÓN FOR EXPORT

LA DIGITALIZACIÓN DE LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE ANIMA A LAS EMPRESAS EDUCATIVAS PERUANAS —SOBRE TODO DE NIVEL SUPERIOR— A EXPLORAR NUEVOS MERCADOS Y DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE EXPANSIÓN (E INVERSIÓN) FUERA DEL PAÍS

El auge fenomenal de la enseñanza virtual durante y después de la pandemia ha dinamizado al negocio educativo a nivel 'glocal' (global y localmente) y está dando pie a que las instituciones privadas peruanas miren más allá de las fronteras, generen prestigiosas alianzas y empiecen a pensar en invertir en campus en el exterior.

Hasta ahora, en Perú, la cadena Innova Schools, del Grupo Intercorp, y la red de instituciones educativas del Grupo Laureate Education son dos de las instituciones que más han avanzado en su internacionalización. La primera, fundada por el empresario Jorge Izusqui, comenzó a operar como Colegios

Peruanos S. A. en 2005 y, actualmente, posee más de 63 colegios en Perú —39 en Lima y 24 en provincias—, a los que asisten más de 56 mil estudiantes, según reportó a sus inversionistas. En 2018, la firma aterrizó en México, donde cuenta con 9 colegios (con enseñanza preescolar, primaria, secundaria y bachillerato) y proyecta inaugurar hasta 50 hacia 2030 (así lo afirma en su página web). En 2020, asimismo, llegaron a Colombia, donde gestionan tres colegios; y este año, abrieron las matrículas en dos sedes en Quito, Ecuador. En el país vecino, la red busca fundar hasta 30 colegios para 2032, asegura en su web. La meta es más ambiciosa: quieren “pronto” estar en toda América Latina.





DATOS CLAVE

- La aparición de rankings globales también anima la internacionalización de las empresas dedicadas a ofrecer servicios educativos primarios y secundarios, repara Mónica Bonifaz, profesora de la PUCP.
- En Perú, 17 de las 98 universidades licenciadas por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (Sunedu) son privadas societarias (con fines de lucro), de acuerdo con datos del Ministerio de Educación hasta junio pasado.
- Crear alianzas estratégicas con empresas y Gobiernos es clave en el proceso de internacionalización, señala Juan Manuel Ostojá, CEO de USIL. Cabe indicar que la institución educativa ha ganado concursos en Ecuador, República Dominicana y Panamá para impartir programas de formación de docentes y directores de colegios públicos. “Creo que es un área desde la cual desde USIL estamos contribuyendo internacionalmente a la mejora de la calidad de la educación”, dice el ejecutivo.
- Las oficinas de representación también hacen parte del modelo. USIL cuenta con una en Madrid, para Europa, África y Medio Oriente.
- Bonifaz advierte que en Perú también existe una demanda insatisfecha de formación en educación superior. Más de la mitad del alumnado asiste a universidades privadas. De allí, el valor de la oferta de doble grado, que promete movilidad internacional, dice.



LAMENTABLEMENTE, EN LA REGIÓN, EN EL NIVEL EDUCATIVO, HAY MUCHO TRABAJO. Y ESTO ES UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA INSTITUCIONES QUE SON FUERTES”.

PETER YAMAKAWA

PAST DECANO DE ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS



LA COMPETENCIA ES GLOBAL. COMO LLEGAMOS A DISTINTOS MERCADOS LATINOAMERICANOS, COMPETIMOS CON UNIVERSIDADES DE CADA PAÍS Y UNIVERSIDADES ONLINE QUE TAMBIÉN LLEGAN CON UNA PROPUESTA INTERNACIONAL”.

CAROLINA BARRIOS

DIRECTORA EJECUTIVA DE CONTINENTAL UNIVERSITY OF FLORIDA (CUF)



BUSCAMOS CONTRIBUIR A LA EMPLEABILIDAD Y A LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD DE LOS PAÍSES EN LOS QUE TENEMOS IMPACTO”.

JUAN MANUEL OSTOJA

CEO DE LA UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

En tanto, Laureate (que cotiza en la plaza neoyorquina especializada en firmas tecnológicas Nasdaq como LAUR) inició operaciones hace 25 años. Hoy acogen a cientos de miles de estudiantes en Perú y México en instituciones de distintos niveles: en total, 200.000 en nuestro país, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) [que posee 4 campus], la Universidad Privada del Norte (UPN) y Cibertec; y 240.000 en México, en 30 campus, entre la Universidad del Valle, la Universidad Tecnológica de México y Unitec. Hasta 2020 (después de 20 años), el grupo decidió retirarse de Chile, donde controlaba la Universidad de las Américas, la Universidad de Viña del Mar, la Universidad Andrés Bello, el Instituto AIEP y el Instituto Profesional Escuela de Música y Danza. La salida del mercado chileno en el segundo semestre del año de la COVID-19 se produjo en línea con la decisión de desinvertir en Australia, Costa Rica y España, informaron medios entonces. *Forbes* solicitó entrevistas con Innova Schools y Laureate, pero estas declinaron la propuesta.

Corporación Educativa USIL, fundada por el empresario y político Raúl Diez-Canseco Terry, también está en expansión internacional: opera desde hace 50 años en Perú (actualmente gestiona un jardín de infantes, un colegio, una universidad, una escuela de postgrado y un instituto para emprendedores) y desde hace 30 en Paraguay, donde partió con colegio secundario y hace diez fundó la universidad que lleva el mismo nombre que la peruana (Universidad San Ignacio de Loyola). “Somos una universidad joven. Hemos entrado con carreras distintas, de doble grado, en inglés, y carreras para adultos, maestrías y sobre todo en educación continua”, dice su CEO, Juan Manuel Ostoja, sobre la sede universitaria en Asunción. También están presentes desde 2010 en Miami, Estados Unidos, donde operan un colegio secundario,

un jardín de infantes y, desde el año pasado, la San Ignacio University (con carreras de pregrado y postgrado). En Estados Unidos, cuentan con 10.000 alumnos de un total de 40.000 (5.000 en Paraguay). En materia de ingresos, Ostoja precisó que Perú representa el 85% del total de la corporación. “Estamos desarrollando un nuevo proyecto de infraestructura en Estados Unidos, que comunicaremos pronto”, comentó sobre los planes de expansión en Florida.

La Universidad Continental también eligió Florida para dar su primer paso en el mercado global de la educación. En 2020, empezaron a planear el ingreso y preparar el expediente técnico-académico para obtener la licencia de operación ante el regulador (que les fue otorgada a fines de 2022). El 2023 fue el primer año de operaciones de la Continental University of Florida (CUF), con 7 carreras de grado y 5 maestrías, 100% virtual y en español. ¿Qué los animó? “Principalmente, la gran comunidad hispana y algunos datos de acceso a educación superior y la cercanía geográfica a Perú”, responde Carolina Barrios, directora ejecutiva de la CUF. En efecto, según datos de la oficina de censos de los Estados Unidos, solo el 32,3% de la población de Florida de más de 25 años había logrado el bachillerato. Por su lado, Barrios —hija del fundador de la Universidad Continental, Fernando Barrios— apunta que solo el 17% de la comunidad hispana de Florida cuenta con un título universitario.

A la fecha, la CUF cuenta con 300 alumnos y ha invertido unos US\$ 2 millones en trámites y el desarrollo de su plataforma. Este año prevén cerrarlo con 1.000 alumnos hispanos (estadounidenses y latinoamericanos, incluidos peruanos) y hacia fines de 2025 o inicios del 2026, apuntan a alcanzar el punto de equilibrio. “Empezamos con programas cien por ciento virtuales. En los siguientes años prevén migrar a

la modalidad híbrida e invertir en un campus en Florida. Esa es la expectativa y la estrategia de crecimiento”, afirma y desliza que también están evaluando otros mercados internacionales. Se refiere a Bolivia y México.

MOTORES DE EXPANSIÓN

Si bien la internacionalización del negocio de las empresas del sector educación peruanas es incipiente y se materializa sobre todo a través de alianzas estratégicas con universidades prestigiosas en el exterior, el tema está en agenda. Peter Yamakawa, profesor del MBA y past decano de ESAN Graduate School of Business, sostiene que existe una oportunidad de atender el mercado latinoamericano. En ese sentido, señala que en Esan evaluarían abrir una oficina en Bolivia y que Ecuador podría ser “una plaza” para las escuelas de negocio peruanas certificadas internacionalmente.

En Centrum PUCP (que cuenta con alianzas en Argentina, Colombia y Ecuador) también están analizando el asunto. “[Centrum PUCP] está identificando mercados emergentes donde no existen competidores significativos para expandir sus servicios y fortalecer su presencia”, dice Clara Rosselló, directora de Asuntos Corporativos e Institucionales de la escuela de negocios.

Aunque identifica casos puntuales, para Carla Pennano, profesora del Departamento de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad del Pacífico (UP), la internacionalización es viable por tres factores: la demanda por internacionalizarse (sobre todo la generación Z), la digitalización de la educación y la necesidad de diferenciarse de las instituciones educativas, no solo a nivel local sino también global. Una de las estrategias de distinción es la promesa de obtención de un doble grado, lo que exige a la vez “filtrar adecuadamente a las instituciones aliadas”, repara.

En ese sentido, vinculado al deseo de “ser global”, también existe la aspiración de “movilidad”, apunta Mónica Bonifaz, profesora del departamento académico de Ciencias de la Gestión de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). “Las empresas de educación han identificado una gran oportunidad porque adicionalmente se valora mucho que la oferta garantice empleabilidad no solo en el país, sino una empleabilidad que permita una movilidad internacional”, analiza y recuerda que el número de migrantes jóvenes peruanos se disparó en el último año. Entre enero y junio del 2023 se estima que emigraron más de 400 000 peruanos, en particular, mujeres y jóvenes, en busca de mejores opciones de vida, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Un factor habilitante no menor, como señala Carla Pennano, es la digitalización. Y aunque amplíe las posibilidades de “aterrizar” en mercados extranjeros para luego anclarse, puede volverse un “arma de doble filo”, califica Yamakawa. “El hecho de que sea virtual hace que las grandes universidades de mucho renombre puedan mirar a Perú y Latinoamérica. Entonces, la competencia se ha acrecentado”, opina y anticipa que la inteligencia artificial —y con ello la traducción simultánea automatizada— potenciará los estudios online en español en universidades en países como los asiáticos.

Es una percepción común. Ostoja asegura que la competencia en el terreno online se da, asimismo, con instituciones que ofrecen capacitación. Bonifaz tampoco ve marcha atrás en ese sentido. “La virtualización y el uso de la tecnología en estas metodologías que a veces son semipresenciales o híbridas han hecho que el mercado de la educación se transforme radicalmente. Los actores están cambiando la forma de participar no solo a nivel local o regional, sino a nivel global”, comenta.

No obstante, la presencialidad hace sentido en mercados como Miami, según las fuentes. La profesora de la PUCP anota que se trata de un mercado que permite crear movilidad y cuya demanda es similar a la peruana. “Estamos hablando de perfiles familiares y de estudiantes que son muy parecidos. No es que una universidad peruana vaya a competir con Stanford o Yale. Hay una demanda que no necesariamente está siendo satisfecha con el modelo de ese país”, dice. El modelo de la CUF busca atender a ese público no atendido en el exterior, pues sus programas están orientados a personas, de entre 25 y 30 años y su ticket promedia los US\$ 290 en pregrado y US\$ 640 en postgrado. En el caso de la USIL, son conscientes de que su público en Estados Unidos es peruano y latinoamericano y que necesitan estar en el lugar en particular para atender a alumnos de los primeros ciclos. “Es necesaria la parte presencial”, remata Ostoja. **F**

CUESTIÓN DE CALIDAD

Sostener y medir la calidad del servicio educativo brindado dentro y fuera del país es uno de los desafíos de la actividad, según las fuentes consultadas. En ese sentido, Pennano dice que “filtrar” a los potenciales aliados globales es importante. Para Bonifaz, también lo es cumplir la promesa formativa, garantizando la empleabilidad y la calidad de las remuneraciones de los egresados. A ello, Yamakawa suma la necesidad de evaluar la calidad educativa no solo a partir del número de doctores e investigaciones publicadas en las universidades, sino el impacto que estas generan para la sociedad. “Hay que mirar con tiempo y cuidado cómo van funcionando”, señala Bonifaz.