



LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS EDUCATIVOS: LA EXPERIENCIA DE CHILE

Resumen

Este documento tiene como objetivo presentar la experiencia en promoción de los Servicios de Educación Superior Chileno, entregando una descripción general de su génesis, principales lineamientos y proyecciones, además de la identificación de los actores involucrados en su diseño e implementación y de las perspectivas y acciones llevadas a cabo en este proceso, que se encuentra en una fase inicial de ejecución.

Oswaldo Marinao Cáceres

Departamento de Comercio de Servicios

Dirección de Promoción de Exportaciones de Chile- ProChile



ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR CHILENOS

1. INTRODUCCIÓN
2. EL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CHILENO
 - 2.1. Descripción
 - 2.2. Principales lineamientos y prioridades de la Educación Superior en Chile
3. EL CONTEXTO: LOS SERVICIOS EN CHILE Y EL MUNDO
 - 3.1. Sector Servicios en el mundo
 - 3.2. Sector Servicios en Chile
4. LOS SERVICIOS EDUCATIVOS COMO SERVICIOS EXPORTABLES.
 - 4.1. Oferta de Servicios de Educación Superior Chilenos
 - 4.2. Principales modalidades para proveer Servicios Educativos
 - 4.3. Principales Mercados para los servicios de educación chilenos
5. ENFRENTANDO EL DESAFÍO: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ENSEÑANZA SUPERIOR.
 - 5.1. Visión y perspectivas
 - 5.2. Actores Participantes
 - 5.3. Diseño e implementación del Plan
 - 5.3.1. Proceso de Priorización Servicio- Mercado
 - 5.3.2. Talleres Estratégicos
 - 5.3.3. Plan de Acción
 - 5.3.4. Evaluación y Seguimiento
 - 5.4. Determinación de canales
 - 5.5. Implementación del Plan
 - 5.6. Evaluación y seguimiento
6. PRINCIPALES ACCIONES LLEVADAS A CABO
 - 6.1. Resultados
7. CONCLUSIONES
8. REFERENCIAS

1. INTRODUCCIÓN

El sector de Educación Superior y sus actores, no están ajenos al proceso de globalización que vive la sociedad actual y las diversas implicancias que esto conlleva para las instituciones educacionales.

Si bien la internacionalización ha estado presente, con diversos y cambiantes énfasis, desde la fundación de un gran número de instituciones educativas, ha sido durante los últimos años que ha tomado una relevancia mayor, ampliando los ámbitos que abarca y siendo abordada como un proceso planificado y sistemático.

El diseño de una estrategia de internacionalización clara, debe estar presente como una acción esencial de cualquier institución que quiera caracterizarse como "internacional", y abarca objetivos tales como:

- Atracción de estudiantes internacionales
- Número de estudiantes participando en intercambio
- Desarrollo de actividades de cooperación internacional, incluyendo intercambio de docentes e investigación
- Enseñanza de idiomas y otros estudios culturales
- Reconocimiento de títulos y calificaciones internacionales
- Atracción de visitantes internacionales

Este documento pretende describir la estrategia de promoción de exportaciones de servicios educacionales que ha implementado ProChile, entendiendo que este organismo tiene como rol principal la promoción de las exportaciones, y teniendo en cuenta que este ámbito constituye sólo una arista del proceso de internacionalización en su sentido amplio. Este proceso de internacionalización incluye, entre otros, los objetivos mencionados en el párrafo anterior.

Debe entenderse entonces que este producto estratégico, el Plan de promoción, no constituye el plan de internacionalización del sector y, por el contrario, es un subconjunto de aquel.

2. EL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CHILENO

2.1 DESCRIPCIÓN

El Sistema de Educación Superior Chileno tiene como principal característica la existencia de una plataforma institucional ampliamente diversificada¹. Comprende instituciones públicas e instituciones privadas dependientes e independientes, según la clasificación internacional de las instituciones educacionales (OECD, 2007). La gran mayoría de las instituciones (88% del total), pertenece a la categoría de instituciones privadas independientes.

Hasta 1980, la educación superior chilena sólo estaba compuesta por universidades, algunas de las cuales tenían sedes en distintas ciudades del país. Todas ellas contaban con financiamiento público, aunque varias pertenecían a organizaciones privadas.

A partir del año 80, el sistema experimentó cambios significativos en cuanto al número y tipo de instituciones de educación superior, al volumen de la matrícula y oferta de carreras, entre otros aspectos. Ello obedeció a que, por una parte, un nuevo marco normativo permitió la creación y funcionamiento de instituciones de educación superior privadas sin financiamiento estatal, y por otra, la decisión de reestructurar las universidades estatales de la época.

Actualmente, el sistema está formado por 209 instituciones: 61 universidades, 44 institutos profesionales (IP) y 119 centros de formación técnica (CFT), que ofrecen, en conjunto, más de 6.000 programas de estudios. La matrícula concentrada por estas instituciones asciende aproximadamente a 600.000 estudiantes, de los cuales 400.000 se distribuyen en las universidades y el resto entre los institutos profesionales, con alrededor de 110.000 alumnos y los centros de formación técnica, que cuentan con unos 65.000 alumnos.

2.2. PRINCIPALES LINEAMIENTOS Y PRIORIDADES DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN CHILE

En las últimas dos décadas, las políticas públicas han puesto énfasis en garantizar una educación superior de calidad para todos los jóvenes chilenos. De este modo, equidad y calidad son los objetivos centrales de la política educacional del país. Lo anterior ha hecho que las acciones y reformas implementadas apunten en esta dirección.

En el ámbito de la equidad, entre otras iniciativas, puede mencionarse la creación del Sistema de Becas Bicentenario², anunciado en el discurso del 21 de Mayo de 2008 por la Presidenta de la República, Michelle Bachelet y que se ampara, además, dentro de los pilares del gobierno referidos a educación e innovación. Contará con un fondo de seis mil millones de dólares invertidos en el extranjero, el cual financiará anualmente un ambicioso programa de becas.

¹ El sistema de educación superior en Chile: un enfoque de economía política comparada. José Joaquín Brunner, 2008.

² Para más información, ver www.becaschile.cl

Lo anterior encuentra fundamento al analizar como referencia a los países de la OCDE, y constatar que Chile presenta un flujo de egresados anuales de programas de postgrado y stock de investigadores comparativamente inferiores³. Asimismo, existe la necesidad de contar con técnicos superiores con altos niveles de especialización, capaces de contribuir a la incorporación y utilización de nuevas tecnologías en el sector productivo. Por último, la globalización e integración económica y social requieren que el país cuente con profesionales y ciudadanos que posean competencias en comunicación en inglés⁴ u otro idioma extranjero.

Por esta razón, el Sistema Bicentenario surge como respuesta a la necesidad y urgencia de contar con un mayor número de personas que accedan a una formación acorde a los grandes desafíos que enfrenta el país, pues permitirá generar una política integral de largo plazo en la formación de capital humano en el extranjero, no sólo articulando los distintos programas de becas existentes, sino aumentando sustantivamente las oportunidades de perfeccionamiento.

Así se financiarán para la formación de postgrados: doctorados, magíster y pasantías. En tanto para la formación técnica profesional se impulsarán las pasantías de especialización, y para la formación docente serán doctorados, magíster y pasantías de perfeccionamiento en inglés matemáticas y ciencias.

En relación a la calidad, es necesario mencionar la creación de la Comisión Nacional de Acreditación que se enmarca dentro de la Ley de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior N°20.129.

Las funciones principales de la Comisión son la acreditación institucional, la autorización de agencias acreditadoras y la acreditación de carreras de pregrado y programas de postgrado.

³ De acuerdo a información de Kawax (CONICYT) en el año 2004 existía en Chile 15 graduados de doctorado por millón de habitantes vs. 178 en la OCDE. Asimismo, el stock de investigadores por cada mil empleados ascendía a 3.2 vs 6.9 en países de la OCDE.

⁴ El informe de offshoring presentado por BCG para el Consejo Nacional de Innovación, considera que sólo un 6.4% de la población mayor de 15 años en Santiago habla inglés. En tanto a nivel país, sólo un 2% de los chilenos cuenta con un nivel calificado como aceptable.

3. EL CONTEXTO: LOS SERVICIOS EN CHILE Y EL MUNDO

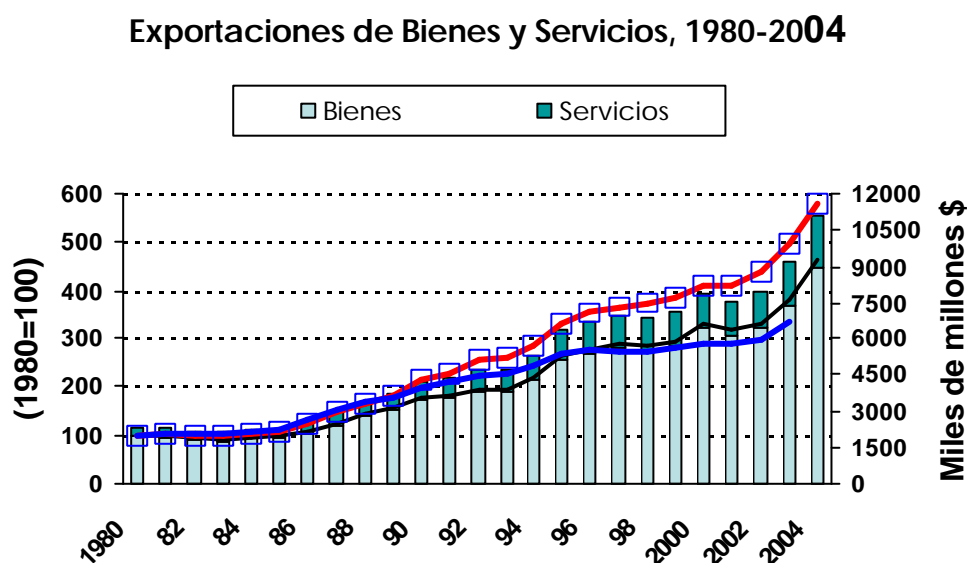
3.1. LOS SERVICIOS EN EL MUNDO

Existe cierto nivel de consenso en que la exportación de commodities debe considerarse hoy como parte de una primera fase exportadora de las economías emergentes, y la inclusión y priorización de productos y servicios con mayor valor agregado aparece como un hito necesario para comenzar a desarrollar una etapa exportadora más evolucionada y que, en definitiva, genere mayores niveles de rentabilidad económica y social a los países.

Avala esta visión el dinamismo real de la economía de servicios en el mundo: las exportaciones mundiales de bienes alcanzan los US\$13.500 billones (año 2007), en tanto que las de servicios alcanzan sólo US\$3.300 billones (año 2007). Sin embargo, el crecimiento promedio anual de las exportaciones de servicios es de 15%, mientras que las exportaciones de bienes sólo crecen a una tasa de 7% anual.

Otro importante antecedente a considerar es que las estadísticas de servicios omiten ventas a través de filiales y ventas mediante personas naturales en el exterior.

El gráfico siguiente ilustra la evolución del comercio de bienes y servicios a nivel mundial.



Fuente: Organización Mundial de Comercio, 2005.

Los datos mencionados anteriormente, además de la necesidad de diversificar las exportaciones, buscando la inclusión de productos y servicios con mayor valor agregado, han posicionado al Sector Servicios en Chile y en otros países como un área fundamental de desarrollo. En el siguiente apartado se aborda la importancia del Sector en Chile.

3.2. SECTOR SERVICIOS EN CHILE

La política exterior de Chile se fundamenta en la plena integración de su economía a la economía mundial. Para lograr dicho propósito se ha considerado fundamental la liberalización internacional de los servicios, a fin de contar con mercados externos más abiertos para que los proveedores nacionales ingresen en condiciones de competencia. De este modo el país puede generar empleo y riqueza, así como beneficiarse de servicios importados eficientes y de más bajo costo.

En ese sentido, Chile ha promovido la liberalización de los servicios utilizando básicamente tres vías complementarias entre sí:

- Liberalización unilateral del sector servicios
- Liberalización multilateral en el marco del GATS
- Liberalización del sector a través de Acuerdos de integración en servicios

Por lo anterior, el país ha suscrito acuerdos con los países de América del Norte, Centroamérica, Oceanía, los quince de la Unión Europea y con dos países del Asia, iniciando también un proceso de acercamiento al que es su mercado natural: América Latina. En este contexto, se ha firmado recientemente un Tratado de Libre Comercio con Perú.

En su rol de organismo promotor de las exportaciones, ProChile, a través de su Departamento de Comercio de Servicios ha escogido algunos subsectores, basándose en la potencialidad de desarrollo e internacionalización de los mismos. Dentro de estos sectores se encuentran *los Servicios Educativos*, que de acuerdo al diagnóstico de este organismo presentan potencial por las siguientes razones:

- Ambiente seguro y confiable en el país
- Sólida institucionalidad del sistema de educación superior
- Prestigio de sus universidades
- Tradición en la formación de estudiantes latinoamericanos
- Atractivos turísticos y culturales diversos

Lo anterior se ha traducido en un trabajo conjunto de promoción, iniciado el año 1998. En marzo de ese año se conformó el Comité Exportador de Servicios Universitarios. Si bien este trabajo fue discontinuado durante algunos años, desde el año 2005 ha sido reactivado, con la intención de sistematizar y fortalecer la promoción del Sector Servicios Educativos Chileno.

LOS SERVICIOS EDUCATIVOS COMO SERVICIOS EXPORTABLES.

4.1. OFERTA DE SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR CHILENOS

Como primer paso para estructurar el trabajo de promoción, se ha categorizado los servicios de enseñanza superior en las siguientes áreas:

- Educación Formal: Relativo a programas de Pre grado, post grado, post título, programas especiales.
- Gestión: Relativo a modelos desarrollados por universidades chilenas para la solución de problemas propios del quehacer de la educación superior, por ejemplo lo que dice relación con el bienestar y la salud de la población universitaria.
- Investigación: Las distintas formas que asume la creación y adaptación del conocimiento que realizan las Universidades. Incluye transferencia tecnológica, laboratorios y equipos, formación de investigadores y equipos y capacidad exportable de investigación: *Knowledge Process Outsourcing o Servicios de Externalización de Conocimiento (Oferta de Offshoring)*
- Extensión Universitaria: todas aquellas actividades que puede realizar una institución universitaria dirigidas a una población externa con las finalidades de: Difundir el producto del quehacer académico propio, el conocimiento, el arte y la cultura, Capacitar y perfeccionar a grupos específicos en áreas también específicas del conocimiento y /o quehacer laboral o profesional (Educación Continua) y asistir técnicamente proyectos, actividades y /o acciones específicas.

4.2. PRINCIPALES MODALIDADES PARA OFRECER SERVICIOS EDUCATIVOS

Las distintas formas de Internacionalización⁵ de la educación superior chilena, pueden distinguirse basándose en los cuatro modelos de prestación de servicios educativos que establece el Acuerdo General de Comercio en Servicios (GATS):

- Educación transfronteriza a distancia (Cross border supply)
- Estudios en el extranjero (Consumption abroad)
- Enclaves internacionales (Commercial presence)
- Intercambio temporal de docentes (Presence of natural persons)

Educación transfronteriza a distancia: En este caso, la prestación de servicios se hace desde la sede del prestatario, sin traslado físico y sin cruzar la frontera del país al cual se presta el servicio. Particularmente en este caso el servicio corresponde a la educación a distancia y de universidades virtuales.

La educación a distancia se percibe como potencialmente importante, pero difícil de implementar, y su crecimiento ha sido menor que el esperado, debido a que los costos para montar un programa atractivo y de calidad son elevados. Aún así, la oferta de educación no presencial, particularmente el e-learning se ha incrementado notablemente. En un estudio comparativo internacional desarrollado por la Universidad de Fern en la década de los

⁵ Extraído de “Los nuevos Proveedores de Educación Superior en Chile. Digital Observatory for Higher Education in Latin America and the Caribbean. IESALC-UNESCO, July 2003”

noventa, se estima que unas 1.500 instituciones distribuidas en todo el mundo impartían educación a distancia con unos diez millones de estudiantes.

Estudios en el extranjero: esta modalidad consiste en que los estudiantes se trasladan para realizar estudios de pregrado y postgrado en el extranjero. Esta forma es la más tradicional y también la más frecuente según OCDE⁶.

Aunque existen algunas deficiencias y distorsiones en las estadísticas al respecto, se estima que el año 2005 los estudiantes extranjeros en Chile alcanzaron las 5.100 matrículas⁷. De este número, un 80% corresponde a matrícula en Universidades. Se estima que los ingresos superan los US\$ 14 millones anuales por concepto de matrículas y más de US\$ 47 millones por concepto de costos de vida, es decir ingresos por alrededor de US\$ 61 millones.

Enclaves internacionales: Este modo de intercambio implica el traslado institucional de los prestadores del servicio educativo al país que lo recibe. Esta forma ha tomado relevancia en los últimos años y se proyecta su crecimiento.

En esta forma de provisión del servicio pueden distinguirse al menos tres modalidades:

- Instituciones extranjeras instaladas en Chile
- Programas conjuntos o acuerdos entre entidades extranjeras y chilenas
- Universidades chilenas establecidas en otros países.

Intercambio temporal de docentes: Consiste en la prestación de servicios en el cual los profesores de la institución educativa prestataria se trasladan al país receptor del servicio. El intercambio de académicos se hace a través de programas formales de estadías de un profesor en otra universidad ya sea dentro de las actividades normales o bien en períodos sabáticos.

⁶ Kurt Larse, John P. Martin, Rosemary Moris. Trade in Educational Services: Trends and emerging issues. OECD, May 2002.

⁷ Consejo Superior de Educación, 2005.

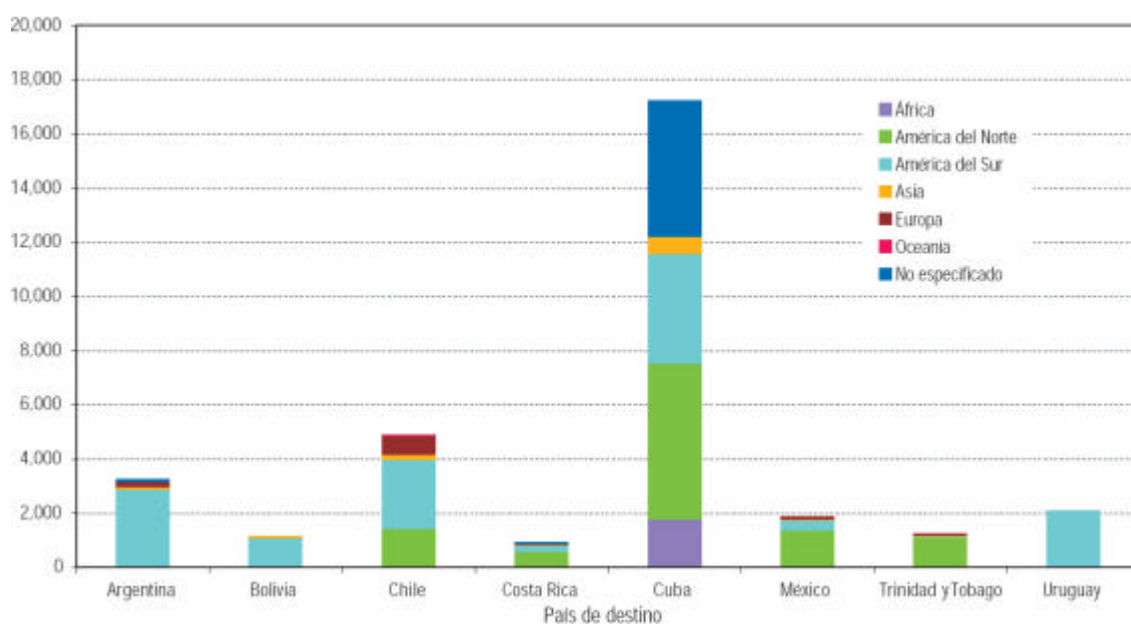
4.3. PRINCIPALES MERCADOS PARA LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN CHILENOS

Es importante tener en cuenta, ante la tarea de elaborar un plan de promoción de los servicios de educación, la evidencia empírica respecto a lo ocurrido históricamente con la exportación de estos servicios, cualquiera sea la modalidad utilizada para ello.

En el caso de Chile, a la luz de esos antecedentes históricos y de la disponibilidad estadística, puede afirmarse que el posicionamiento de las universidades tradicionales, y particularmente sus programas de pregrado y postgrado, han concitado interés de los alumnos latinoamericanos. Por otra parte, existe una presencia importante de alumnos europeos y norteamericanos, aunque se constata que por períodos más breves de estadía y que, en general, se explican por la oferta de cursos especiales o de español.

El gráfico siguiente ilustra lo señalado. Cabe mencionar también que si bien aún la presencia de estudiantes asiáticos es incipiente, esta va en aumento.

Estudiantes extranjeros en Latinoamérica por país de destino, según origen. 2002-03



Fuente: IESALC – Estudio: Internacionalización de la Educación Superior y Provisión Transnacional de Servicios educativos en América Latina.

5. ENFRENTANDO EL DESAFÍO: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ENSEÑANZA SUPERIOR.

5.1. VISIÓN Y PERSPECTIVAS

Como en todo proceso de planificación estratégica, debe considerarse la existencia de una visión clara del estado que se pretende alcanzar. Como se señala en la introducción del presente documento y en el apartado "Sector Servicios educacionales en Chile", este Plan Estratégico de Promoción de Servicios no pretende constituirse en el plan de internacionalización del sector de educación superior chileno. Más bien debe entenderse como un trabajo acotado al área de promoción del comercio de servicios, en directa relación con el rol del organismo que lidera y coordina las iniciativas que aquí se describen.

En ese contexto, es útil mirar el desarrollo de iniciativas llevadas a cabo por otros países para promover este tipo de servicios, y analizar que elementos han incorporado en sus propias estrategias de promoción.

El caso de Nueva Zelanda es notable, no sólo por los esfuerzos que ha desplegado ese país en la promoción de su sector educativo, sino por los resultados que presentan. En primer término, el número de estudiantes extranjeros en las universidades, aumentó desde 3.402 en el año 1998 a 28.195 en 2004, en tanto que el número total de estudiantes extranjeros en todas las instituciones educativas, aumentó de 26.021 en 1998 a 115.197 en 2003.⁸ En este caso, existe un alto grado de sofisticación de la promoción que realiza el país (*ver foto 1*). Nueva Zelanda dispone de un web site especialmente orientado al mercado latino (www.latinnewzealand.com), que entrega información de becas, visas, alojamiento, costo de pasajes, curso de inglés, entre otros tópicos, distando mucho de ser un simple directorio de universidades.

Foto 1: Web site Latino New Zealand

⁸ Fuente: http://www.bc.edu/bc_org/avp/soe/cihe/newsletter/Number46/p10_Xiaoying_Abbott.htm

latino new zealand

OFICINAS: Brasil, Porto Alegre, Sao Paulo, Chile, Santiago, Colombia, Bogotá, Cali, Medellín, Ecuador, Guayaquil, México, D.F., Monterrey, México, Guadalajara, Queretaro, Perú, Lima, Venezuela, Caracas, Oficina Virtual, Otros Países

Estudiar en Nueva Zelanda

Universidades en Nueva Zelanda - Excelente Nivel Académico
Las universidades en Nueva Zelanda ofrecen una amplia selección de cursos de pregrado, postgrado y cursos de Inglés con altos estándares de calidad.

Inglés en Nueva Zelanda
Generalmente los cursos de Inglés en Nueva Zelanda están diseñados en módulos de 4 semanas. La cantidad de semanas que debe estudiar una persona depende del nivel de conocimiento previo que tenga.

Estudiar en Nueva Zelanda - Precios Más Económicos
Estudiar en Nueva Zelanda es más fácil de lograr desde el punto de vista económico debido a que los costos de matrícula y de vida son más bajos que en otros destinos de estudio tradicionales.

Trabajo para Estudiantes
El gobierno permite trabajar legalmente tiempo parcial durante su temporada de estudios en Nueva Zelanda y tiempo completo durante la época de vacaciones. Para ello, el único requisito es obtener un permiso especial de trabajo.

Clima Excelente
El clima es famoso por su variedad y frescura, ofrece un gran ambiente a quienes deciden estudiar en Nueva Zelanda permitiendo disfrutar hermosos paisajes, cultura interesante, actividades deportivas y hospitalidad de su gente. Es un gran país y un lugar divertido para visitar y estudiar.

Calurosa Bienvenida a Estudiantes Latinoamericanos
La gente de Nueva Zelanda dan una bienvenida calurosa a quienes desean estudiar en Nueva Zelanda; su cultura y diversidad permite

Testimonios
Unifénix Jarama:
Estuve estudiando en Unique por dos meses. El primer mes estuve en la clase de "Inglés General" en donde estudiamos gramática, vocabulario, hicimos ejercicios para mejorar nuestro "listening" y nuestro "speaking". El segundo mes estuve estudiando en la

Otro caso ilustrativo (Ver foto 2) de la inversión en promoción y también de los resultados obtenidos es, sin duda, Australia. El aumento en el número de estudiantes extranjeros en un 46%: El año 2002, existían 204.589 estudiantes extranjeros, en tanto este año 2008, la cifra aumentó a 382.63⁹.

Foto 2: Web site Universidades australianas

UNIVERSIDADES AUSTRALIANAS
El Portal de las Universidades en Australia

Universidades Australianas | Busqueda de Cursos | Enlaces Universidades | Ubicación | Estudios Australia | Sistema Educativo | Contáctenos

UNIVERSIDADES AUSTRALIANAS

IDIOMAS
Español
Portugés

UNIVERSIDAD AUSTRALIA
Alojamiento
Becas
Costos
Cursos de Inglés
Investigación
Localización
MBA
Matrícula
Postgrados
Pregrados
Requisitos Inglés
Semestre Exterior
Sitio Web

OFICINAS
Australia
• Melbourne
Brasil
• Porto Alegre
• Sao Paulo
Chile
• Concepción

Universidades en Australia

Enlaces a Universidades en Australia
En este sitio encontrará enlaces directos a las páginas de cada una de las universidades australianas sobre temas relacionados con alojamiento, becas, cursos de inglés, postgrados, pregrados, investigación, pre requisitos académicos de inglés, UBA, costos, semestre en el exterior y localización de cada universidad en Australia.

Ubicación Universidades Australianas
En esta página encontrará la división geográfica de Australia, las ciudades principales que la conforman, la ubicación de sedes de las universidades en Australia y enlaces hacia las páginas mismas de las universidades.

Estudiar en Australia
Estudiar en Australia tiene muchas ventajas: educación de primera clase, costos más económicos, clima excelente, posibilidad de trabajo legal para estudiantes internacionales, país seguro. Continúa.

⁹ Servicio de Inmigración de Australia en www.asianjournal.com, 10 de septiembre de 2008.

Conocer las experiencias referidas anteriormente, permite visualizar la importancia de promover al sector y el impacto que puede tener, utilizando para ello herramientas simples y modernas y entregando información clara, completa y consolidada. Con un análisis no demasiado profundo, es posible afirmar que, al menos, los siguientes elementos están presentes tras las “imágenes” presentadas:

- Asociatividad
- Coordinación público privada
- Imagen país¹⁰

En el caso de Chile, los esfuerzos se han dirigido a incluir estos tres elementos, además de la acreditación u otro indicador-exigencia de calidad que contribuya a posicionar a las universidades mediante la entrega de programas competitivos ante la oferta internacional .

Se ha considerado también relevante destacar la diversidad geográfica del país, presente en muchos de los programas ofrecidos, y que se ha concretado a través de programas de promoción macrozonales o regionales, paralelos a la promoción nacional. Ejemplos de este tipo de esfuerzos son el trabajo que se inició en 1999 de “Santiago Capital Universitaria”, donde se involucró el gobierno Regional y la Intendencia de la ciudad. Otra iniciativa más reciente, es “Valparaíso Ciudad Universitaria”.

La especialización, se ha considerado también como un eje necesario a incluir en el proceso de planificación, toda vez que se enfrenta una oferta diversa y competitiva en la región y fuera de ella.

5.2. ACTORES PARTICIPANTES

Si bien los actores que participan en el proceso de elaboración e implementación de la estrategia de promoción son principalmente las universidades privadas y del Consejo de Rectores (ver punto 2.1), además de los institutos profesionales, coordinadas por un organismo facilitador que es ProChile, existen otros organismos cuyo quehacer influye directa o indirectamente en el escenario a considerar durante el proceso de planificación. Esos organismos se mencionan a continuación:

- Ministerio de Educación: Secretaría de Estado encargada de fomentar la educación en sus diferentes áreas, asegurar el acceso a la misma y fomentar la investigación y difusión del conocimiento, contribuyendo específicamente al desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- Agencia de Cooperación Internacional: Organismo público, dependiente del ministerio de Relaciones Exteriores, y responsable de la captación, prestación y administración de recursos de cooperación internacional, ofertas y demandas de cooperación internacional y difusión de oportunidades de formación en el exterior.
- Conicyt: (Comisión nacional de Investigación Científica y Tecnológica). Organismo público encargado de promover, fortalecer y difundir la investigación científica y tecnológica en Chile. Orienta sus esfuerzos a fomentar la formación de Capital humano y

¹⁰ En Chile existe el llamado Proyecto Chile - Imagen País , que es una nueva institucionalidad creada por la Presidenta Michelle Bachelet y cuyo objetivo es desarrollar una plataforma estratégica para la marca Chile, así como velar para mantenerla en el futuro.

al desarrollo y fortalecimiento de la base tecnológica, teniendo como ejes transversales el desarrollo regional y la cooperación internacional.

- **Comisión Nacional de Acreditación:** Organismo público autónomo, cuya misión es verificar y promover la calidad de las Universidades, Institutos Profesionales y centros de formación Técnica autónomos y de las carreras que ellos ofrecen.
- **Consejo Superior de Educación:** Organismo Público Autónomo cuya función es establecer y administrar un sistema de acreditación de las nuevas universidades e institutos profesionales.

5.3. DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PLAN

El trabajo de diseño e implementación del plan de promoción comienza con el proceso de priorización de los mercados, continúa con los talleres estratégicos y la elaboración del plan de acción y culmina con la evaluación y seguimiento de las actividades. Se describen resumidamente estas fases a continuación:

5.3.1. Proceso de Priorización Servicio- Mercado: En base a la información obtenida por alguna de las oficinas comerciales de ProChile¹¹, son escogidos algunos mercados como prioritarios para los subsectores ya priorizados.

5.3.2. Talleres Estratégicos: A través de talleres de Planificación conjuntos entre las Universidades del CRUCH, Universidades Privadas y ProChile como coordinador y facilitador, se elabora un plan consensuado de promoción. Los productos más relevantes a obtener de estos talleres dicen relación con:

Determinación de canales: Tiene que ver con “cómo” promover. En este sentido, cabe mencionar que los canales son distintos dependiendo del tipo de “producto” a promocionar:

Programas de Pregrado: Se considera de utilidad contactar a Colegios y a Organismos Internacionales que proveen becas para estudiar en Chile. Ej. BID, OEA, otros.

Programas de Postgrado: La promoción se dirige a Colegios profesionales, estudiantes de últimos años de carreras afines al post grado a promover, organismos Internacionales que proveen becas para estudiar en Chile, instituciones públicas (áreas de capacitación y desarrollo de recursos humanos).

Programas especiales, cursos de español, otros cursos especiales: Son promocionados más directamente en las Embajadas, a través de los agregados culturales y de turismo, y en el caso de estudios latinoamericanos, contactando a los departamentos de estudios latinoamericanos de las principales universidades.

¹¹ ProChile tiene una red de 58 Oficinas Comerciales distribuidas en 36 países.

Validación de la priorización de mercados: Revisión de los mercados definidos, y propuestas de actividades según los servicios a promover en cada actividad.

Estos dos insumos del Taller se utilizan para elaborar el plan de acción de promoción.

5.3.3. Plan de Acción: Contiene las actividades concretas a ejecutar en cada mercado.

5.3.4. Evaluación y seguimiento: Consiste en la revisión del impacto de las actividades en relación a los objetivos definidos, y la definición de ajustes a los lineamientos estratégicos y modificación de las acciones definidas.

6. PRINCIPALES ACCIONES LLEVADAS A CABO

Entre las actividades de Promoción llevadas a cabo el año 2008, se encuentran:

- Invitación de Potenciales Socios, desde Perú. Con el fin de fortalecer los programas de intercambio entre universidades chilenas, principalmente de la zona norte de Chile, y universidades peruanas, fue invitada una delegación de académicos y empresarios desde ese país.
- Seminario de Difusión y reuniones bilaterales en Centroamérica. Entendida como primera fase de un programa de Difusión en Centroamérica, permitió fortalecer lazos, promocionar y difundir programas de pregrado, especialmente en las áreas de ingeniería y postgrados en Management y Políticas Públicas.
- Participación en Feria NAFSA 2008. La participación de 12 universidades en un stand conjunto en NAFSA dio cuenta de cierto avance en la asociatividad de las universidades y el creciente interés por participar en estos eventos para promover el intercambio académico y la oferta de programas.
- Seminario de Difusión de Servicios Universitarios en La Paz, Bolivia. La actividad tiene objetivos similares a los que persiguió la actividad en Costa Rica.
- Visita a Feria de Estudios Superiores en Guayaquil. Tuvo como fin principal promover programas de Postgrado.
- Promoción de Servicios de Externalización de Conocimiento- KPO. Con el fin de promover los servicios que pueden exportar algunos centros de investigación vinculados a las universidades.
- Elaboración de Material Promocional: El objetivo es comenzar a diseñar una "imagen sectorial" en línea con la estrategia de imagen país mencionada más arriba.

6.1 Resultados

El año 2005, Chile recibió aproximadamente 5.000 estudiantes extranjeros. Esa cifra aumentó a 7.000 durante el año 2007 y se proyecta aumente a cerca de 8.000¹² estudiantes durante este año. Si bien no es posible correlacionar en forma exacta los esfuerzos de promoción con los resultados en términos de número de estudiantes, es razonable pensar que existe una oportunidad para aprovechar un mayor dinamismo e interés por estudiar en Chile.

Un aspecto necesario de abordar, es la escasez de estadísticas confiables acerca del número de estudiantes reales que cursa algún programa en el país. En Chile, ProChile junto con el Banco Central llevó a cabo la Encuesta Piloto de Exportaciones de Servicios, que incluyó al sector educativo y que entrega una base para mejorar una medición futura más precisa en términos de número de estudiantes y de divisas generadas.

¹² Consejo Superior de Educación, 2008.

7. CONCLUSIONES

- La prioridad otorgada al sector servicios, encuentra fundamento en el dinamismo de éste. Dentro de este sector, se considera que los servicios universitarios poseen potencial de desarrollo por las siguientes razones:

- Ambiente seguro y confiable en el país
- Sólida institucionalidad del sistema de educación superior
- Prestigio de varias de sus universidades
- Tradición en formación de estudiantes latinoamericanos
- Atractivos turísticos y culturales diversos

- La internacionalización, entendida como un proceso amplio, abarca la promoción de los servicios educacionales. El interés de un organismo como ProChile se centra en este aspecto, sin desconocer la importancia de las acciones que llevan a cabo las instituciones educativas relacionadas con la cooperación internacional, intercambio de docentes, investigación conjunta u otras.

- Como puede inferirse de lo expuesto en el documento, en ningún caso la experiencia chilena en promoción de servicios universitarios refleja un proceso consolidado. Muy por el contrario, si bien existe la voluntad de las partes involucradas, además de una mayor asignación de recursos para promover y una mejor y creciente coordinación, existen aún desafíos pendientes que atender. Entre esos desafíos se encuentran:

- Necesidad de fortalecer la asociatividad de las instituciones para promocionar los servicios educacionales
- Importancia de estándares internacionales- acreditación
- Desarrollar planes regionales o macrozonales de internacionalización
- Especialización
- Necesidad de mantener y mejorar la coordinación público privada

8. REFERENCIAS:

- El sistema de educación superior en Chile: un enfoque de economía política comparada. José Joaquín Brunner, 2008.
- Portal del Ministerio de Educación Chileno: <http://www.mineduc.cl/>
- Sitio web del Consejo Superior de Educación: www.cse.cl
- Informe sobre la Educación Superior en América Latina y el Caribe 2000-2005. La metamorfosis de la educación superior. IESALC- UNESCO, 2006.
- www.universia.cl
- www.cruch.cl