

ANALISIS DE LAS OPORTUNIDADES PARA EL MERCADEO EDUCATIVO
COLOMBIANO ORIENTADO A LA FORMACION DE ESTUDIANTES
COLOMBIANOS EN EL EXTRANJERO

LEONARDO SANCHEZ ALZATE



UNIVERSIDAD DE
MANIZALES

Universidad de manizales
Programa Mercadeo Nacional e Internacional
Manizales, Caldas
Julio, 2012

ANALISIS DE LAS OPORTUNIDADES PARA EL MERCADEO EDUCATIVO
COLOMBIANO ORIENTADO A LA FORMACION DE ESTUDIANTES
COLOMBIANOS EN EL EXTRANJERO

Presentado Por:

LEONARDO SANCHEZ ALZATE

Código: 60200321228

Directora del Trabajo de Grado:
Especialista OLGA LUCIA GARCIA CANO

Trabajo de Investigación para optar por el título de
Profesional en Mercadeo Nacional e internacional

Universidad de manizales
Programa Mercadeo Nacional e Internacional
Manizales, Caldas
Julio, 2012

ANALISIS DE LAS OPORTUNIDADES PARA EL MERCADEO EDUCATIVO
COLOMBIANO ORIENTADO A LA FORMACION DE ESTUDIANTES
COLOMBIANOS EN EL EXTRANJERO

1. RESUMEN

Este trabajo da una mirada a las oportunidades para la creación de servicios de intercambio estudiantil dentro del mercado educativo colombiano, toda vez que se evidencia un aumento de estudiantes universitarios por terminar y completar sus estudios en el extranjero. Especialmente importa, describir el caso de Estados Unidos, donde este mercado, está fuertemente consolidado, posicionándose como uno de los destinos preferidos de los alumnos de nivel superior.

Justifica la investigación, la eventual concreción y vigencia del Tratado de Libre Comercio (en adelante TLC) con Estados Unidos, que se estima, podría impulsar la demanda por servicios de intercambio estudiantil hacia ese país.

Para conocer el estado del objeto de análisis, se expone una investigación de mercado aplicado en una muestra compuesta por colombianos que, actualmente completan sus estudios en Estados Unidos, respecto del fomento de un posible mercado en esta área.

Finalmente, se detalla una propuesta con los aspectos principales a considerar en el desarrollo de acciones para la promoción de servicios de intercambio de estudiantes.

Se concluye que la demanda por servicios de intercambio estudiantil presenta fuertes posibilidades de expansión en el mercado educativo colombiano, en el actual contexto de globalización.

ANALISIS DE LAS OPORTUNIDADES PARA EL MERCADEO EDUCATIVO
COLOMBIANO ORIENTADO A LA FORMACION DE ESTUDIANTES
COLOMBIANOS EN EL EXTRANJERO

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN	3
2. ABREVIATURAS	7
3. INTRODUCCION	8
4. OBJETIVOS	13
4.1. Objetivo general	13
4.2. Objetivos específicos	13
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
6. FORMULACION DEL PROBLEMA	16
7. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA	17
8. METODOLOGIA	20
9. MARCO TEORICO	23
9.1. El mercado educativo	23
9.2. La internacionalización de la educación	24
9.3. La Movilidad Estudiantil	26
9.4. La formación profesional en la era de la Globalización	34

9.5. Instrumentos Internacionales en materia de Interculturalidad	36
en la Educación Superior: Declaración de París de 1998, (Unesco)“ Educación Superior En Un Mundo Globalizado”.	
9.6. Políticas educativas colombianas para la formación técnico y profesional en países extranjeros.	40
9.7. Educación orientada a la formación en el extranjero	41
9.8. La experiencia del servicio de intercambio estudiantil desde y hacia Estados Unidos.	43
9.9. Movilidad estudiantil entre Estados Unidos y Colombia	46
10. PROPUESTA	
10.1. Introducción	49
10.2. Diagnóstico	50
10.2.1. Investigación de mercado	50
10.2.2. Análisis situacional	56
10.2.3. FODA	58
10.3. Propuesta	59
11. CONCLUSIONES	67
12. BIBLIOGRAFIA	71

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico n° 1. Perfil del estudiante que se forma en el extranjero	51
Gráfico n° 2. Motivación	52
Gráfico n° 3. Percepción del sistema educativo colombiano	53
Gráfico n° 4. Expectativas	54
Gráfico n° 5 Tipo de ofertas	55

2. ABREVIATURAS

CEMES: Conferencia Mundial de Educación Superior

F.O.D.A: Fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas.

IESALC: Instituto Internacional de la UNESCO para América Latina y el Caribe.

IES: Instituciones de Educación Superior.

MNE: Ministerio Nacional de Educación.

OCDE: Organización para la cooperación y el desarrollo económico.

OIT: Organización Internacional del Trabajo

OMC: Organización Mundial de Comercio.

ONG: Organización no gubernamental

PAS: Profesorado y personal de administración y servicios.

RCI: Red colombiana de Cooperación Internacional para la Educación Superior.

SNIES: Sistema Nacional de Información de la Educación Superior.

TIC's: Tecnologías de la información y de comunicaciones, que constan de equipos, programas y medios de comunicación, para reunir, almacenar, procesar, transmitir y presentar información en cualquier formato como datos, textos e imágenes.

TLC: Tratado de Libre Comercio.

UDUAL: Consejo Ejecutivo de la Unión de Universidades de América Latina.

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

3. INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI la formación profesional, se proyecta más allá de las posibilidades que ofrece el propio país,¹ según, se desprende de las actuales tasas de movilidad estudiantil colombianas, que son, más altas que en ningún otro punto de la historia.² Este nuevo escenario genera importantes expectativas para el mercado educativo.³ Sin embargo, las instituciones de educación superior no han fomentado esta rama en su oferta dentro de sus servicios. Con ello, cabe preguntarse: ¿Cuáles son las oportunidades reales para la creación de un servicio de intercambio estudiantil para estudiantes colombianos en el extranjero?

Para comenzar la reflexión, primeramente debe señalarse que, para entender la creación de un posible mercado en esta área, hay que conocer el contexto social en el cual se enmarca. Así, en el caso colombiano, la demanda por formación profesional podría verse fuertemente impactada como consecuencia de la eventual vigencia del Tratado Bilateral entre Colombia y Estados Unidos.⁴

¹ DURÁN RAMOS Teresa. GLOBALIZACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL: ¿NUEVAS REGLAS? En: *Rev. Educ.* (2). 2002, p. 108.

² Para sostener lo dicho, cabe citar las estadísticas recientes de la Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo, (en adelante OCED) que estiman en la actualidad, hay alrededor de 100 millones de estudiantes, de los cuales 7,2 millones cursan sus estudios en un país distinto al de origen. Citado en ZARUR MIRANDAXiomara. "INTEGRACIÓN REGIONAL E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE" CAPÍTULO 6. ITESAL-UNESCO. Venezuela, 2009, p. 4.

³ La ley 30 de 1992 introduce la internacionalización como uno de los principales retos de la educación superior. En los objetivos trazados para este nivel educativo, se encuentra que las instituciones de educación superior deben "promover la formación y consolidación de comunidades académicas y la articulación con sus homólogas a nivel internacional" (Cap. II, Objetivos, Art. 6, Literal h).

⁴ La razón de lo anterior, surge de las expectativas para el sector servicios que importa la eventual entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos, el cual incorpora esta área en uno de sus capítulos la importación y exportación de capital humano como activo relevante dentro del contexto de la economía actual. Y, tomando como antecedente que el Gobierno colombiano tiene actualmente vigentes aproximadamente 50 acuerdos bilaterales con capítulos vigentes de servicios, de los cuáles la mayor parte son con Estados Unidos. Cfr. RIVAS José Antonio: "ACUERDOS BILATERALES RECIENTEMENTE SUSCRITOS Y EN PROCESO": Ministerio de Comercio Industria y Turismo. República de Colombia. PPT, 2008, p. 8.

Afirmando lo anterior, la profesora María Álvarez señala: “la educación, así como la motivación del profesional por perfeccionar su ámbito profesional, pasó de ser una regla de excepción en décadas pasadas, hasta elevarse en una inquietud prevalente en las nuevas generaciones de estudiantes”.⁵

De tal forma, Estados Unidos, podría consolidarse como destino principal⁶ de muchos estudiantes colombianos⁷ en el marco de convenios bilaterales entre instituciones y/o entre países y las tendencias recientes, para así alcanzar la finalidad de ser capaces de competir en un mundo globalizado.⁸

⁵ ANEAS ÁLVAREZ María Asunción. COMPETENCIA INTERCULTURAL, CONCEPTO, EFECTOS E IMPLICACIONES EN EL EJERCICIO DE LA CIUDADANÍA: Facultad de Pedagogía, Universidad de Barcelona, España, p. 1.

⁶ Dicho país, ha fomentado desde antaño una fuerte política de intercambio estudiantil en las últimas décadas. Así, en el año escolar 2009-2010 el número de estudiantes extranjeros en Estados Unidos alcanzó la cifra más alta de todos los tiempos, con 690 mil 923, según el Instituto de Educación Internacional. De tal manera, el año fiscal de 2010 fueron emitidas en total 6.4 millones de visas para no inmigrantes equivalente a un 10 por ciento, es decir, más que en 2009. Gobierno de los Estados Unidos aprobó el año 2010 el 86.5 por ciento de las visas de estudiantes, dentro de los cuales, los cinco países con mayor número de recipientes fueron China, Korea, India, Alemania y Rusia. Así a modo ejemplar, durante el año fiscal 2010 entregó casi un millón de visas a estudiantes extranjeros. Anterior se hace más urgente que Colombia promueva a través de distintas acciones de mercadeo una planeación estratégica orientada al intercambio de estudiantes de educación superior.

⁷ A mayor abundamiento es deber mencionar que, el Jefe del equipo negociador del TLC con Estados Unidos, Hernando José Gómez, manifestó el interés de Colombia de intercambiar esquemas de acreditación y homologación de títulos con diez Estados de los Estados Unidos, entre los que se cuentan California, Rhode Island, Florida, Georgia, Illinois, Nueva York, Pennsylvania, Massachusetts y Connecticut. La idea del gobierno colombiano es lograr ingresar a esos diez Estados que cuentan con una muy buena oferta educativa.

⁸ Existen muchas explicaciones de lo que involucra el término de globalización. El término, fue utilizado primariamente por los periódicos estadounidenses *The Washington Post* y *New York Times* para referir a la internacionalización de la vida política, económica y cultural. A mayor abundamiento véase BAUMAN, Zygmunt. LA GLOBALIZACIÓN. CONSECUENCIAS HUMANAS. FCE. Buenos Aires. 1999. También, BERGER, Peter L. y HUNTINGTON Samuel P.: GLOBALIZACIONES MÚLTIPLES. LA DIVERSIDAD CULTURAL EN EL MUNDO CONTEMPORÁNEO. Paidós. Barcelona. 2002. Ahora bien una de las más acabadas definiciones es la del profesor argentino Juan Carlos Tedesco quien señala: “Al estar basada fundamentalmente en la lógica económica y en la expansión del mercado, la globalización rompe los compromisos locales y las formas habituales de solidaridad y de cohesión con nuestros semejantes. Las élites que actúan a nivel global tienden a comportarse sin compromisos con los destinos de las personas afectadas por las consecuencias de la globalización. La respuesta a este comportamiento por parte de los que quedan excluidos de la globalización es el refugio en la identidad local donde la cohesión del grupo se apoya en el rechazo a los ‘externos’”. Op. cit en TEDESCO, Juan Carlos: “Educación y sociedad del conocimiento y de la información” en *Revista Colombiana de la Educación* 06/2002. p.66.

Lo señalado, fundamenta la hipótesis, relativa a que deben crearse nuevas oportunidades para estudiantes colombianos que quieran terminar o perfeccionar sus profesiones en el extranjero y que, ello, eventualmente promovería un mercado no explotado del todo atractivo para expandir estrategias y propuestas ⁹ para promover la formación académica en el extranjero, como un servicio propio del mercado educativo, pues se reconoce ahí un potencial público objetivo. En las organizaciones educativas, estas variables pueden desarrollarse como sigue:

1. Producto: Es el servicio educativo en su dimensión global. Si bien existe un currículo mínimo que se debe respetar, la creciente autonomía de las instituciones educativas ha permitido el desarrollo de Proyectos Educativos singulares y mejor adecuados a la realidad social que los circunda.

2. Precio: La gratuidad de la educación es una verdad dicha a medias, pues desde las tributaciones impositivas los ciudadanos sostenemos al sistema educativo. La gratuidad tiene la ventaja de igualdad de oportunidades de acceso a la educación pero también tiene sus desventajas pues, a menudo, lo que no se paga en realidad no se valora.

3. Plaza: Las redes de distribución de servicios educativos deben ser coherentes y consistentes tanto en la calidad de sus prestaciones como en la imagen que proyectan. Las redes de instituciones educativas virtuales son un buen ejemplo de esta variable.

4. Promoción: Es la variable que se orienta a la difusión y animación del proyecto educativo, sea por recomendación o a través de mecanismos promocionales específicos. Estos son: la publicidad, la promoción institucional, las relaciones públicas y la prensa, el marketing directo y el novedoso marketing digital.

⁹ Kinner& Taylor (2005). *Investigación de Mercados*. 6ª edición. Editorial McGraw Hill.

5. Personas: Se refiere al personal de contacto con el cliente, es decir, el equipo de dirección, el claustro de profesores, la administración y servicios, en su relación con los alumnos y padres. La institución educativa debe responder al concepto moderno de organización de servicios, orientada a la satisfacción de las necesidades del cliente, tanto externo como interno.

6. Procesos: Comprende todos los procesos requeridos para la prestación de servicios educativos, desde la enseñanza y aprendizaje hasta la organización del centro de estudiantes. La evaluación de los procesos permite analizar la red de factores insatisfechos en una comunidad educativa y determinar los indicadores de calidad.

7. Presencia física: Las instalaciones y el equipamiento de la institución educativa forman parte de la presencia física, pero también se incluye el cuidado, mantenimiento, limpieza, distribución de espacios, el plano de evacuación y la señalética. Estas variables más o menos controlables desde la gestión directiva de una institución educativa, permiten comprender los alcances del mercadeo en la educación.

Con la eventual entrada en vigencia del Tratado Bilateral entre Colombia y Estados Unidos, podrían generarse posibilidades concretas para el intercambio de profesionales y técnicos entre ambos países. Lo cual, reafirma la idea de investigación del presente estudio. Para ello, se analiza la situación general del mercado del intercambio estudiantil colombiano desde y hacia el extranjero actual.

Luego, se expone un diagnóstico de la situación descrita, tras la aplicación de un instrumento de medición para conocer la percepción de un grupo de estudiantes que se forman en Estados Unidos, sobre el fomento de dicho mercado y las implicancias esperadas en lo relativo a la ampliación de oportunidades por dichos servicios. Posteriormente se enuncian las posibles acciones estratégicas que podría considerar una planificación.

Se concluye, que el principal riesgo para crear una oferta de mercadeo son los costos asociados a operaciones de promoción y mercadeo. Se agrega, una breve exposición sobre las diferencias y semejanzas entre el diseño de políticas educativas para la interculturalidad entre Colombia y Estados Unidos.

La metodología utilizada correspondió a un estudio exploratorio que alcanzó el nivel descriptivo. Se utilizó la revisión bibliográfica y documental como fuente de informaciones para el desarrollo y exposición del informe.

Finalmente, se espera con esta presentación, contribuir a la discusión respecto de cómo hacer a Colombia un país más competitivo desde el área de los servicios educativos con miras internacionales y con ello adecuar la oferta de capital humano al contexto del TLC próximo a entrar en vigor.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer las oportunidades para la creación de un mercado orientado a la promoción servicios de intercambio estudiantil, a partir del caso de movilidad estudiantil hacia estados Unidos.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Describir las posibilidades de servicios de intercambio estudiantil como rama comerciable en la oferta del mercado educativo actual.
2. Explicar el impacto de la eventual vigencia del TLC Colombia-Estados Unidos en el ámbito de la movilidad estudiantil.
3. Identificación de la percepción de potenciales clientes del mercado de intercambio estudiantil, tras la aplicación de un instrumento de medición en una muestra intencionada conformada por estudiantes colombianos que se forman actualmente en Estados Unidos.

5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El proceso de internacionalización de la educación superior colombiana, se ha caracterizado básicamente por la heterogeneidad y la iniciativa aislada, dónde sólo algunas pocas universidades asumieron con mayor compromiso el reto de mirar hacia el exterior en materia educativa. Sin embargo, el sistema de oportunidades para estudiantes colombianos que desean continuar sus estudios de educación superior en el extranjero no da cuenta de los desafíos del nuevo orden mundial.

Pese a lo anterior, se ha insistido en la necesidad de integrar este enfoque en la educación superior. En esta línea, la investigadora Isabel Jaramillo ha dicho: “Generar la cultura de la internacionalización de la educación superior en Colombia es un paso fundamental para insertarse a este mundo del conocimiento y del saber, y para contribuir a promover la identidad nacional, a mejorar la competitividad económica y tecnológica del país, a garantizar las competencias necesarias en el profesional de hoy, a explorar nuevos mercados que permitan el libre comercio de los servicios de educación superior, al mejoramiento de la calidad académica a través del logro de estándares internacionales para la enseñanza-aprendizaje y la investigación, para el desarrollo de los estudiantes, profesores, investigadores y administradores como individuos, no ya de una sociedad cerrada, sino como ciudadanos del mundo”.¹⁰

Por lo tanto, las razones, para promover la internacionalización de la educación son principalmente, crear oportunidades para mejorar la industria de servicios educativos y más

¹⁰CRISTINA JARAMILLO Isabel “LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y SU DINÁMICA EN COLOMBIA”: Banco Mundial. JUNE 2003, p. 7.

eficientes de acuerdo con las necesidades de la economía actual.¹¹ Su importancia no es menor. Como se sabe: “Los servicios aportan la mayor parte del producto y del empleo de la economía colombiana y constituyen la infraestructura básica para el funcionamiento de la economía” por ejemplo En 2008, la economía colombiana registró un crecimiento del 2,5%, lo que significó una desaceleración con respecto al ritmo de expansión sostenido de los últimos años. Los indicadores de actividad económica comenzaron a mostrar signos de debilitamiento desde el primer trimestre de 2008, tendencia que se acentuó a lo largo del año a causa de la crisis financiera internacional y de algunos factores de índole interna. El resultado del primer trimestre de 2009 revela una contracción de la economía del 0,6% respecto del mismo período del año anterior.

Sobre la base de lo anterior, la CEPAL prevé que el crecimiento anual será del 0,6%.”¹²

Por lo anterior, es que este trabajo sostiene que para el caso colombiano, la educación orientada en la formación en el extranjero se debe entender en el contexto del futuro TLC con Estados Unidos. Toda vez, que la educación ha sido incluida como un capítulo vigente dentro del área de servicios es aún en tramitación, Tratado de Libre Comercio del año 2006. Sostiene, Santiesteban: “El TLC le permitirá a los jóvenes acceder a universidades de gran rating mundial como los son YALE, HARVARD, entre otras, en materia de intercambio educativo, cultural, intelectual, de ciencia e investigación. En otras palabras, el TLC debe servir para aumentar y mejorar la Educación Superior, desarrollar más ciencia, tecnología e investigación, y empresas que trasciendan fronteras; de esta manera poder exportar nuevos bienes y servicios al dinámico mercado norteamericano”.¹³ Se desprende de lo dicho y parafraseando a Lozano que El TLC con los Estados Unidos: “debe ser una herramienta que se incorpore y constituya parte de una Estrategia Nacional de Desarrollo y no que sea la

¹¹ Los servicios se diferencian de los bienes en que son intangibles, invisibles y no susceptibles de almacenarse en tanto que los bienes pueden tocarse y verse TheEconomist define los servicios como “Todo lo que se vende en el comercio y no te machaca el pie al caerse, es un servicio”.

¹² RAMÍREZ Juan Carlos. “Aspectos no comerciales del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos”: CEPAL, Bogotá, 2005.p. 7. “Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2008-2009”.p 135

¹³ SANTIESTEBAN D. Loc. Cit. p. 52

Estrategia de Desarrollo del país la que se incorpore y sea parte del TLC con Estados Unidos”¹⁴

Las consecuencias para Colombia pueden ser funestas si el sector público y privado no se prepara y trabajan en equipo para desarrollar y tomar ventaja para mejorar la oferta en Educación Superior, especialmente en lo relativo a la internacionalización.

Consecuentemente, por todo lo antes dicho, puede observarse que existen razones fundadas para sostener que dentro del sector educativo existe un verdadero mercado, que conforman los oferentes y demandantes de servicios de intercambio estudiantil, pero que, no ha sido abordado, pese a las oportunidades que podría generar.

6. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las oportunidades para el mercado de servicios de intercambio estudiantil en el contexto educativo actual en Colombia?

¹⁴ LOZANO, Luis Antonio. Universidad, currículo y acreditación. p.11. Bogotá. 2002.P, 51

7. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

Es inminente la necesidad que el Estado colombiano genere mecanismos para el fomento de estudiantes en el ámbito extranjero, tanto desde la relevancia práctica como teórica.

Este desafío, se puede proponer desde distintas disciplinas. En este caso, se hace, con énfasis en el mercadeo educativo, basado en el interés que podría generar la promoción de servicios educativos específicos, como un sistema de oportunidades rentables y que, además se condice con los desafíos y expectativas actuales.

Desde la relevancia práctica, puede asegurarse que el fenómeno de movilidad estudiantil, no ha estado a la par con el crecimiento de la demanda, lo cual desincentiva muchas veces las intenciones de estudiantes que quieren terminar sus estudios en el extranjero.

A modo de ejemplo, puede indicarse, que a pesar de la política bien desarrollada que tiene Estados Unidos en esta materia, en términos generales es difícil que un estudiante colombiano pueda obtener alguna ayuda para financiar sus estudios. De hecho, más del 60% de los estudiantes extranjeros en Estados Unidos pagan los costos de su educación y el 15% recibe respaldo financiero del gobierno de su propio país.¹⁵

Pese a estas limitaciones, la demanda por el servicio de intercambio estudiantil, especialmente hacia Estados Unidos cada vez aumenta más.

Por lo tanto, justifica este estudio, la creación de un servicio remunerado que ofrezca becas, beneficios y otros, a estudiantes colombianos. Subyace al propósito principal, la capacidad de generar una industria de profesionales capaces de competir en un mundo globalizado.

Desde la relevancia teórica, este trabajo se enmarca en el análisis para la investigación de mercado. Su importancia radica en que es la función que vincula al consumidor con el cliente y, al público, con el consumidor, con el profesional del área, a través de la información que se utiliza para identificar y definir oportunidades propias de la

¹⁵ *Ibíd.*

mercadotecnia. Es decir, la investigación de mercados especifica la información requerida para atender estos aspectos, diseña el método para recabar información, administra e implementa el proceso de recolección de datos y, analiza hallazgos e implicaciones¹⁶.

El desconocimiento de este nuevo mercado impulsa a la investigación a identificar las necesidades de quienes forman la demanda por servicios de intercambio estudiantil. Señala Zapata Guerrero: “Durante muchos años las instituciones de educación superior habían venido creciendo gracias a la inercia propia de un mercado poco competitivo. Sin embargo, la situación que deben encarar en la actualidad es muy distinta tanto en Colombia como en el resto del mundo. La fuerte competencia obliga a responder a una demanda exigente, con propuestas innovadoras ajustadas a las necesidades del mercado”¹⁷

Pues bien, lo dicho conlleva a describir la relevancia práctica del estudio. Ahora bien, responderla en su totalidad, pasaría por un examen transversal de los distintos cambios que ha sufrido la educación a nivel mundial; la inclusión de las tecnologías, la interculturalidad y tantas otras que son el reflejo de una sociedad cambiante. Sin embargo, es perceptible que uno de los desafíos más interesantes es aquel que se relaciona con la movilidad humana. Y que, como se dijera en párrafos anteriores, cumple con las distintas exigencias de los países.

Finalmente con miras a delimitar el estudio cabe agregar:

1. El presente informe se delimita a explicar las oportunidades habidas para el mercadeo educativo en consideración de las condiciones políticas, sociales y económicas del país para la generación de un mercado que busque la promoción de programas de apoyo y fomento del intercambio estudiantil en el nivel de la educación superior.

¹⁶ AAKER, KUMAR, DUMAY (2004) “Investigación de mercados” 4ª Ed. México. LimusaWiley. P.56 y ss.

¹⁷ ZAPATA GUERRERO Edgar E. “MERCADERO EDUCATIVO: ¿CÓMO PROMOVER LA OFERTA DE INSTITUCIONES Y PROGRAMAS”: UNAB, Colombia, ág. 1. (en línea) Disponible en: http://editorial.unab.edu.co/revistas/rcmarketing/pdfs/r11_art4_c.pdf [fecha de consulta 20 de junio de 2011]

2. Asimismo, sirve de fundamento para la incorporación de posibles acciones estratégicas, como una manera de orientar futuros trabajos en el área del mercadeo.
3. Finalmente cabe señalar, que se trata de una problemática viable por cuanto existe la eventual entrada en vigor del TLC Colombia-Estados Unidos y que podría aumentar la movilidad estudiantil de estudiantes colombianos hacia ese país.

8. METODOLOGÍA

La metodología está diseñada para apoyar la hipótesis inicial que apunta a la conveniencia de crear un sistema de servicios educativos para fomentar las oportunidades de estudiantes colombianos que quieran completar sus estudios en el extranjero, especialmente Estados Unidos. Para ello, se diseñó un estudio exploratorio que alcanzó el nivel descriptivo.

La investigación, se inicia como un estudio exploratorio por cuanto, en el mercado nacional, no registra mayores antecedentes. Esto, puede reafirmarse, a partir de la indagación y del estado del arte hecha por el autor de este estudio. Sin embargo, se alcanzará el nivel descriptivo, según irá indagando y exponiendo las posibilidades que permite esta plataforma comercial en base a lo que en esta área se está haciendo en el plano internacional y otro tipo de iniciativas similares.

En palabras de Hernández, Baptista y Sampieri: “Los estudios descriptivos pretenden un mejor conocimiento de la realidad que los exploratorios y para ello plantean como objetivos, caracterizar, detallar, especificar y describir el fenómeno en estudio.

Se intenta dentro del proceso descriptivo de la situación, evento u hecho, relatar como es, como se manifiesta”.¹⁸ “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.”¹⁹

Dada la falta de informes que aporten datos certeros sobre la oportunidad actual del mercado de servicios de intercambio estudiantil, la puesta en marcha de planes de mercadeo supone una estrategia que debe definir en un contexto específico y para ello la investigación se hizo las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es nuestro ámbito de actividad?,

¹⁸ HERNÁNDEZ, BAPTISTA Y SAMPIERI (2003) Metodología de la investigación”: Madrid. Ed. McGraw& Hill.P. 61.

¹⁹Ibídem.P. 60.

2. ¿En qué ámbitos de actividad deberíamos estar? y
3. ¿En qué ámbitos de actividad no deberíamos estar?

Para obtener informaciones de primera fuente de los potenciales clientes del mercadeo educativo orientado a la generación de un mercado para la formación profesional internacionalse elaboró un cuestionario de tipo semi-cerrado cuyos resultados fueron descritos porcentualmente en gráficos.

El cuestionario fue aplicado a una población de 34 personas, quienes conformaron una muestra de tipo no aleatoria e intencional. Todas ellas, fueron contactadas por correo electrónico y otras redes sociales por el autor de la investigación.

Los siguientes criterios de inclusión fueron usados:

1. Hombre/mujer
2. Que sigan estudios formales en país extranjero.
3. De nacionalidad colombiana.

El diseño metodológico fue no experimental. Esto a que intentó mantener la neutralidad y objetividad respecto de las opiniones de los participantes. Se presenta como un estudio transeccional puesto que se recolecta datos en un solo momento.

Para saber las necesidades del potencial cliente del mercadeo educativo que se propone se barajaron las siguientes variables:

1. Perfil del potencial cliente
2. Expectativas del potencial cliente.
3. Percepción de la oferta actual par intercambio estudiantil en Colombia.

Lo anterior se explica en armonía con los objetivos propuestos, ya que, no se busca generalizar los resultados obtenidos, sino que, exponer de manera sistemática la

información obtenida y que permiten conocer los posibles usos comerciales que podrían generarse en este reciente mercado.

Se debe reconocer que el alcance y límite de la investigación es sólo servir como fuente o referencia para futuros estudios que perfeccionen dicho conocimiento.

9. MARCO TEORICO

El inminente encuentro de las oportunidades de servicios de intercambio estudiantil dentro del mercado educativo colombiano en el contexto de la globalización y bajo el nuevo paradigma de la movilidad humana, es la base del planteamiento central. Dicho planteamiento, será fundamentado en esta sección, en base a una serie de conceptos y teorías, así como otros datos de interés, que contribuyen a entender la propuesta del capítulo final.

9.1. EL MERCADO EDUCATIVO

El mercado educativo, forma parte de un área de conocimiento mayor. Aquel, que estudia el comportamiento y posibilidades de mercados emergentes y denominados comúnmente como investigación de mercado.²⁰ Comúnmente se conoce con este concepto: “El proceso de investigación de necesidades sociales tendiente a desarrollar y llevar a cabo proyectos educativos que las satisfagan, produciendo un crecimiento integral de la persona a través del desarrollo de servicios educativos, acorde a su valor percibido, disponibles en tiempo y lugar y éticamente promocionados para lograr el bienestar de individuos y organizaciones”²¹

El concepto de mercado educativo, se remonta a los años cuarenta, cuando se fundó en Canadá el Educational Marketing Association (Asociación de Marketing Educativo) que reunió, a diversas entidades educativas con el propósito de promover la integridad y honestidad de todos los negocios relacionados con el campo educacional. Actualmente

²⁰STANTON, ETZEL Y WALKER (2002) “Fundamentos de Marketing” 13a. Edición, de, Mc Graw Hill, Págs. 18, 167 y 183.

²¹ MANES, J.M. “GESTION ESTRATEGICA PARA INSTITUCIONES EDUCATIVAS”. Ediciones Granica, Buenos Aires, 1999/2004, p. 4.

estos conceptos son explotados por compañías que buscan introducir sus innovaciones comerciales, tanto en estudiantes como en futuros clientes.²²

Es decir, se refiere a un mercado específico, también denominado como mercado meta. Esto, es "Un segmento de mercado (personas u organizaciones) para el que el vendedor diseña una mezcla de mercadotecnia a un mercado meta". Por su parte, Philip Kotler, en su libro "Dirección de Mercadotecnia", define el mercado meta o mercado al que se sirve como "La parte del mercado disponible calificado que la empresa decide captar"²³.

En síntesis, el mercado conformado, por la oferta en servicios de educación, es aquel segmento de mercado que la empresa decide captar, satisfacer y/o servir, dirigiendo hacia él su programa de mercadeo con la finalidad de obtener una determinada utilidad o beneficio.

9.2. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN

La "internacionalización de la educación" es un fenómeno propio de la globalización, definida por Rudski, como: "Una política estratégica a largo plazo, que tiende a crear lazos más allá de su frontera, con el propósito de generar movilidad o intercambio estudiantil, desarrollo de la persona e innovación curricular".²⁴

A su turno Teekens, complementa señalando que debe entenderse como: "el proceso que crea una comunidad académica verdaderamente internacional que prepare a los estudiantes para funcionar en ambientes globalizados".²⁵

²²CASOS PRÁCTICOS PARA LA GESTIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EN UNIVERSIDADES: Universidades españolas. España, 2010, p.118.

²³KOTLER (2001) "Dirección de Mercadotecnia" Octava Edición. Ed: Prentice Hall, Págs. 246, 287.

²⁴RUDSKI citado en JARAMILLO V, Isabel. "UNA APUESTA POR LA INTERNACIONALIZACIÓN: EL CONCEPTO": universidad DE Cundinamarca, Colombia, 2006 (PPT) p, 9.

²⁵ TEEKENS citado en JARAMILLO, Ob. Cit, p. 9.

Consecuentemente, se infiere de lo expuesto que la voz “internacionalización de la educación” está aún en construcción y depende del país, el objetivo del estudiante y por tanto, del diseño de las políticas educacionales del caso particular.

Aun así, existen opiniones que resumen como debería comenzar a trazarse este concepto. En este sentido, la investigadora Jocelyn Gacel, ha dicho que entre los factores a considerar habría que citar los siguientes:

1. Su aceptación como parte integral y medular de la política educativa para el mejoramiento de la calidad, de la pertinencia de la educación y de la transformación de los sistemas educativos en función de los requerimientos de una sociedad global y ,
2. El papel estratégico que se le otorgue a la cooperación académica internacional para la mundialización de la solidaridad y la construcción de una auténtica ciudadanía global.²⁶

Por último, la profesora, Da Silva Guerrero, señala, basada en Knigh, que el fenómeno de la internacionalización de la educación superior abarca varias dimensiones, entre ellas las siguientes:

1. La movilidad académica internacional de estudiantes y profesores.
2. La demanda de servicios educativos extranjeros.
3. La oferta de servicios educativos al extranjero.
4. La participación en organizaciones universitarias internacionales.
5. La participación en redes científicas internacionales.
6. Los convenios internacionales.

²⁶ GACEL ÁVILA, Jocelyne. “LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR-PARADIGMA PARA LA CIUDADANÍA GLOBAL”: Centro Universitario de Cs. Sociales. Universidad de Guadalajara, México 2003, p. 9.

7. Acuerdos de doble y co-titulación.
8. La internacionalización del currículo.
9. La internacionalización de la investigación.²⁷

De todas estas dimensiones, la movilidad de estudiantes universitarios es la principal faceta de la internacionalización de la educación superior. El proceso de internacionalización comprende y se nutre de una gama de actividades muy amplia, que inciden de manera directa o indirecta en la circulación internacional de estudiantes.²⁸

9.3. LA MOVILIDAD ESTUDIANTIL

El proceso por el cual los estudiantes de un país deciden emigrar hacia otro país, para terminar sus estudios, no es un fenómeno aislado, ni mucho menos reciente. No obstante, ha sufrido una significativa evolución en el tratamiento con que se ha percibido a través del tiempo.

El fenómeno migratorio de personas que estudiaban en un país distinto al de origen denominado comúnmente como “movilidad estudiantil” empezó a hacerse evidente en la década de 1960. Geográficamente, se concentró en las universidades estadounidenses y, en menor medida, europea, que contaban con importantes contingentes de estudiantes universitarios extranjeros.

Como bien señala Luchilo, fueron una serie de artículos plasmados en el libro denominado “The Brain Drain” (Fuga de Cerebros) de Adams, en 1968 en el que se manifiestan diversos puntos de vista en torno a los beneficios y perjuicios de la migración calificada

²⁷DE WIT, H. & KNIGHT, J. QUALITY AND INTERNATIONALIZATION IN HIGHER EDUCATION .Paris: OECD, 1999 citado en DA SILVA GUERRERA Gisela. “Internacionalización de la educación y movilidad estudiantil”: Universidad del Norte, Colombia, 2009, p. 102.

²⁸ KNIGHT, J. INTERNATIONALIZATION REMODELED: DEFINITIONS, APPROACHES AND RATIONALES. *Journal of Studies in International Education*, vol. 8, 2004, p. 16.

hacia los países desarrollados, los factores de atracción y de expulsión que inciden en este tipo de emigración y las repercusiones de la capacitación internacional de estudiantes para los países.²⁹ En un artículo reciente postula que desde la década de 1960, el paradigma del “brain drain”³⁰ tuvo en cuenta dos aspectos principales para analizar la migración calificada:

1. La migración permanente de profesionales, y
2. La movilidad de estudiantes universitarios que suele desembocar en una migración permanente.

Complementando lo dicho, el informe de Patricia Flores, sobre “movilidad internacional de graduados universitarios latinoamericanos hacia los países de la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico” (OCDE) explica en sus inicios, la preocupación acerca de las implicancias de la emigración calificada y la potencialidad de que los estudiantes en el exterior, que finalmente se conviertan en emigrantes permanentes son dos corrientes de pensamiento denominadas “internacionalista” y “nacionalista”.³¹

La corriente internacionalista: Desde esta perspectiva, la movilidad estudiantil es considerada como un medio de conocimiento mutuo entre países y culturas diferentes. Se inspira en la política económica de “*laissez faire*”, lo cual plantea que bajo una coyuntura de libre mercado, el capital físico y humano tenderá a dirigirse hacia los ámbitos donde podrá obtener mayores créditos y que la emigración de

²⁹ LUCHILO, Lucas “REDES MIGRATORIAS DE PERSONAL CALIFICADO Y FUGA DE CEREBROS”, en Albornoz, M. y Alfaraz, C. (eds.): *Redes de Conocimiento. Construcción, dinámica y gestión.*, RICYT-CYTED-UNESCO, Buenos Aires, agosto, 2006, p. 244.

³⁰ En ese entonces, la expresión “*fuga de cerebros*”, también empezó a ser implementada en países latinoamericanos. Estudiosos argentinos de la emigración de profesionales y técnicos como Bernardo Houssay y Enrique Oteiza, cada uno con sus perspectivas, advertían sobre el grave problema que implicaba la pérdida de talentos para el crecimiento del país y sobre la necesidad de conocer la magnitud y las causas del proceso. Op. cit, en PELLEGRINO, Adela “MIGRACIÓN DE MANO DE OBRA CALIFICADA DESDE ARGENTINA Y URUGUAY”, *Estudios sobre Migraciones Internacionales* No 58 S, OIT, Ginebra, 2003, p. 9.

³¹ FLORES Patricia “MOVILIDAD INTERNACIONAL DE GRADUADOS UNIVERSITARIOS LATINOAMERICANOS HACIA LOS PAÍSES DE LA OCDE” UNGS-Centro REDES-IDES. Argentina, p. 6.

talentos, no siempre debe ser vista como un problema debido a que por ejemplo, los sistemas de educación superior de ciertos países producen más recursos humanos de los que los sistemas económicos pueden absorber, y que en estos casos, la emigración provee una “válvula de escape” antes que una “fuga”.³²

Ahora bien, el uso de los programas de movilidad como instrumento de política internacional continúa teniendo vigencia en la actualidad. Varios gobiernos otorgan becas para estudiantes extranjeros con finalidades de difusión cultural y científica, orientadas a países y regiones que por distintos motivos consideran importantes. También fundaciones y organizaciones no gubernamentales proveen oportunidades de movilidad internacional para estudiantes universitarios.

1. La postura “nacionalista”, argumenta que bajo este modelo transacción de capital humano se generan pérdidas difíciles de reparar por parte de los países en desarrollo que han invertido en la formación de sus propios talentos, puesto que los esfuerzos realizados terminan siendo aprovechados por los países más enriquecidos. Oteiza opina “Cuando la migración de recursos humanos altamente capacitados tiene lugar de un país menos desarrollado a otro más desarrollado, el perjuicio para el primero es muy grande, posiblemente mayor que el beneficio para el segundo”.³³ El caso de los Estados Unidos merece particular consideración, puesto que históricamente ha significado uno de los destinos principales, no sólo de estudiantes colombianos, sino del resto de América, así como del todo el mundo en general.

³² JOHNSON, Jean M. y REGETS Mark C. (1998): “INTERNATIONAL MOBILITY OF SCIENTISTS AND ENGINEERS TO THE UNITED STATES. BRAIN DRAIN OR BRAIN CIRCULATION?” *Issue Brief* 98-316, Division of Science Resources, NSF, junio citado en FLORES OB. CIT, P, 9.

³³ OTEIZA, Enrique “LA EMIGRACIÓN DE PERSONAL ALTAMENTE CALIFICADO DE LA ARGENTINA: UN CASO DE "BRAIN DRAIN" LATINOAMERICANO”, *Documento de trabajo* No 41, Instituto Torcuato Di Tella, Buenos Aires. 1969, p, 80.

Tabla n°1. Origen de estudiantes americanos estudiando en Estados Unidos.

Países	2001	2002	2003	2004	2005
México	10.670	12.518	12.801	13.329	13.063
Brasil	8.846	8.972	8.388	7.799	7.244
Colombia	6.765	8.068	7.771	7.533	7.334
Venezuela	5.217	5.627	5.333	5.575	5.279
Jamaica	4.225	4.286	4.723	4.994	4.368
Argentina	3.172	3.444	3.644	3.644	3.363
Perú	2.660	3.188	3.376	3.771	3.631
Ecuador	2.028	2.364	2.398	2.345	2.177
Chile	1.553	1.655	1.723	1.612	3.290

Fuente, Flores 2008.

Como se observa en la tabla extraída de la investigación de Patricia Flores que muestra la evolución de estudiantes cursando algún estudio de nivel superior en los Estados Unidos, el estudiante colombiano se ha ubicado de manera más o menos permanente como uno de los principales interesados en cursar estudios en dicho país.

Tabla n°2. Permanencia de estudiantes extranjeros americanos en Estados Unidos,

Lugar de Nacimiento	Doctorados			% con Planes de Permanecer			% con Firmes Planes de Permanecer.		
	94-97	98-01	02-05	94-97	98-01	02-05	94-97	98-01	02-05
México	599	781	789	40,2	36,7	46,6	21,5	26,4	31,3
Argentina	244	273	321	65,2	61,2	70,7	43,4	47,6	54,2
Brasil	681	612	567	32,2	34,3	42,9	18,5	23,7	31,0
Chile	147	126	200	38,8	53,2	37,5	23,1	42,1	28,0
Colombia	178	206	322	54,5	56,8	57,5	29,2	40,8	35,4
Perú	128	111	140	71,9	62,2	71,4	42,2	38,7	45,0

Fuente Flores, 2009.

Ante el rol preponderante que ha venido jugando Estados Unidos, otros países como Australia han fomentado una política de internacionalización, con dos dimensiones principales.

1. Por una parte, han buscado y logrado expandir el número de estudiantes extranjeros que viajan a estudiar a Australia. Por otra,
2. Han aumentado su oferta de educación a distancia e instalado sedes de universidades australianas en otros países.

Consecuentemente, sólo entre 1996 y 2004 se triplicó la cantidad de estudiantes extranjeros estudiando en instituciones de educación superior australianas

-en cualquiera de sus modalidades-, pasando de alrededor de 60.000 a más de 180.000. El 70% de ese total asiste a universidades ubicadas en Australia.

En el caso de la Unión Europea, la movilidad estudiantil se concibe como un elemento esencial del EEES (Espacio Europeo de Educación Superior). Así se consigna en las últimas declaraciones dadas a conocer sistemáticamente desde finales de los 90'.

Ya en la primera declaración de la Conferencia Mundial de Educación Superior (CEMES) de La Sorbona, se apoyó, decididamente la movilidad universitaria, expresando el deseo de hacer de esa movilidad un firme compromiso.³⁴

Posteriormente, La Declaración de Boloniade 1999, fue aún más explícita cuando incluye la movilidad entre los objetivos concretos que debe desarrollar el EEES. Señala, literalmente que: “Promoción de la movilidad mediante la eliminación de los obstáculos al ejercicio efectivo del derecho a la libre circulación, haciendo especial hincapié en los siguientes aspectos:

-Para los estudiantes, en el acceso a las oportunidades de enseñanza y formación, así como a los servicios relacionados; para los profesores, los investigadores y el personal administrativo, en el reconocimiento y la valorización de los períodos de investigación, enseñanza y formación en un contexto europeo, sin perjuicio de sus derechos estatutarios.”

³⁴VALLE JavierM. y GARRIDO Rocío MONOGRÁFICO Revista Fuentes, 9, 2009; p.100.

En el año 2001, el mismo organismo, realiza la Declaración de Praga. Dos años más tarde, las acciones concretas para favorecer la movilidad se ven reforzadas en la Declaración de Berlín del año 2003, cuando se hace mención a la necesidad de contar con préstamos y becas que faciliten a los estudiantes esa movilidad para que se lleve a cabo en un escenario de igualdad de oportunidades.

La Declaración de Bergen de 2005, da un paso más en el compromiso por la movilidad cuando enfatiza la necesidad de aligerar los trámites burocráticos que conlleva, instando a facilitar la concesión de visados, los permisos de trabajo, entre otras cuestiones. Por otra parte, en ella se invita a fomentar aún más la participación en los programas de movilidad e intercambio con terceros países, de tal forma que la movilidad no sea sólo por Europa, sino que se extienda a otros continentes.

La importancia de la movilidad se ratifica de nuevo en la Declaración de Londres del 2007, donde se concibe de la siguiente manera: “La movilidad de profesores, estudiantes y titulados es uno de los elementos centrales del Proceso de Bolonia, creando oportunidades para el crecimiento personal, estimulando la cooperación internacional entre individuos e instituciones, aumentando la calidad de la educación superior y la investigación, y dando solidez a la dimensión europea”. Además, en dicha Declaración se reclama un compromiso mayor por parte del Gobierno para desplegar acciones destinadas a facilitar la movilidad y les exige un aumento de la responsabilidad depositada en esas acciones.

Por último, en la reciente Declaración de Lovaina de año 2009, reitera nuevamente el imperativo de incrementar la movilidad, incluyendo al menos un 20% de movilidad entre los estudiantes de Educación Superior europeos. En esa declaración además, se pone de relieve que la movilidad no es sólo importante para el desarrollo personal y profesional, sino que es un factor de estímulo para la cooperación entre las universidades europeas y un detonante para la mejora de su competitividad.

Finalmente, en el caso Latinoamericano, dicho proceso es mucho más reciente, se ha vivido con énfasis a partir de la década de los 90'. En el caso de los países de América Latina se vive una doble dimensión del proceso de internacionalización: uno regional y otro mundial. En el marco regional, el proceso se relaciona con la siempre ansiada integración latinoamericana, objetivo que contempla razones muy profundas que tienen que ver con ideales de unión cultural y espiritual de los pueblos. En la escala planetaria, el proceso se relaciona a la necesidad de aumentar la calidad, la productividad científica y a promover una mayor competitividad de la Región.³⁵ El caso particular, se puede resumir, - siguiendo a Sylvie Didou Aupetit – en los siguientes factores:

1. Se incrementó sustancialmente la cifra de convenios tanto intergubernamentales como interinstitucionales de cooperación internacional lo cual, pese a que no siempre derivó en acciones concretas, expresó la voluntad política de internacionalización.
2. Imperó una tendencia a privilegiar, la movilidad estudiantil, de corta o de larga duración. Entre los instrumentos utilizados para alcanzar ese propósito, están las carreras regionales, que otorgan grados válidos en diversos países, los programas institucionales, asociativos y gubernamentales de becas, así como los acuerdos de cooperación bilaterales con fundaciones, o con organismos internacionales o macro regionales extranjeros.³⁶ En consecuencia, las oportunidades de intercambio

³⁵Taller Internacional Programas De Movilidad Internacional. Su Organización Y Las Buenas Prácticas Para Su Gestión Y Administración 19 Y 20 De Mayo De 2009 Universidad Nacional Del Litoral - Santa Fe, Argentina. (en línea) Disponible en: http://www.safironetwork.org/public_documents/MT_Julio%20Theiler.pdf [recuperado 15 de mayo de 2011]

³⁶ Los programas de mayor relevancia que pueden hallarse en la actualidad son: PROGRAMAS DE MOVILIDAD EN DESARROLLO EN AMERICA LATINA; PROGRAMA PAME-UDUAL (Programa Académico de Movilidad Estudiantil de la Unión de Universidades de América Latina); PROGRAMA ESCALA ESTUDIANTIL de la Asociación de Universidades Grupo Montevideo (AUGM); PROGRAMA DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL (PME) del Consejo de Rectores por la Integración de la Sub-región del Centro Oeste de Sudamérica (CRISCOS); PROGRAMA MARCA - MERCOSUR (Movilidad Académica Regional para Cursos Acreditados del MERCOSUR Educativo) o

estudiantil volvieron a desplegarse desde el posgrado hacia la licenciatura e, incluso, el nivel de profesional asociado. Universidades públicas y privadas expandieron sus programas en articulación, proponiendo a sus estudiantes completar sus trayectorias de formación por estancias en establecimientos huéspedes del extranjero, con o sin opción a un título compartido.³⁷

PROGRAMA JIMA (Jóvenes de Intercambio México-Argentina); PROGRAMA DE BECAS DE MOVILIDAD UNIVERSITARIA EN EL POSTGRADO. Red de Macrouiversidades; PROGRAMA ESCALA DOCENTE de AUGM o PROGRAMA ALAFEC (Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría; PROGRAMA DE INTERCAMBIO ACADÉMICO MÉXICO – CENTROAMÉRICA: ANUIES – CSUCA; PROGRAMAS DE MOVILIDAD EN DESARROLLO EN IBEROAMERICA; PROGRAMA DE COOPERACION INTERUNIVERSITARIA E INVESTIGACION CIENTIFICA ENTRE ESPAÑA E IBEROAMERICA (PCI) de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) (antiguo Intercampus); o EL PROGRAMA PIMA (Programa de Intercambio y Movilidad Académica) de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) BECAS MAEC-AECI (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación) y BECAS MUTIS o BECAS DE LA FUNDACION CAROLINA; PROGRAMAS DE MOVILIDAD DE LA AUIP (Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado); o PROGRAMA CYTED (Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo); o PROGRAMA DE INCORPORACION DE DOCTORES ESPAÑOLES EN UNIVERSIDADES MEXICANAS; PROGRAMA de AYUDAS PARA LA COOPERACION INTERUNIVERSITARIA; ESPAÑA-BRASIL; PROGRAMA PABLO NERUDA (nuevo) · PROGRAMAS DE MOVILIDAD EN DESARROLLO ENTRE EUROPA Y AMERICA LATINA; PROGRAMA DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL DE CINDA (Centro Interuniversitario de Desarrollo); PROGRAMA ALβAN DE LA UNIÓN EUROPEA (UE) (América Latina Becas de Alto Nivel); PROGRAMA ALFA DE LA UE (América Latina Formación Académica) o PROGRAMA ERASMUS MUNDUS EXTERNAL WINDOWS. Cabe destacar la existencia de otras iniciativas de cooperación entre la Unión Europea y América Latina con influencia en la movilidad académica, si bien no son estrictos programas de movilidad, tales como el PROGRAMA INCO, el Programa @Lis, el Proyecto Tuning AL y el Proyecto 6x4.; PROGRAMAS DE MOVILIDAD EN DESARROLLO EN EUROPA; PROGRAMA ERASMUS (EuropeanActionSchemefortheMobility of UniversityStudents) Sistema de créditos ECTS; PROGRAMA ERASMUS MUNDUS; · PROGRAMAS DE MOVILIDAD EN DESARROLLO EN AMERICA DEL NORTE;CONAHEC'sStudent Exchange Program – CONASEP PROMESAN (Programa para la Movilidad en Educación Superior en América del Norte) ISEP (International Student Exchange Program);·PROGRAMAS DE MOVILIDAD ENTRE LA UNION EUROPEA Y AMERICA DEL NORTE; La Cooperación Académica entre la Unión Europea y Estados Unidos y Canadá: Proyectos de asociaciones conjuntas UE-EEUU, Proyectos de movilidad de excelencia, medidas de orientación política, Becas Schuman- Fullbright, Asociaciones de alumnos; PROGRAMAS DE CARÁCTER INTERAMERICANOS; CURSO IGLU de la Organización Universitaria Interamericana (OUI); Acciones de la Organización de Estados Americanos (OEA) o Programa de Movilidad del CREPUQ (Conférence Des Recteurs et des Principaux des Universités du Québec).; PROGRAMA EN ASIA-PACIFICO;UMAP (UniversityMobility in Asia and thePacific) PROGRAMA DE ALCANCE MUNDIAL: PROGRAMA IAESTE (International Associationforthe Exchange of StudentsforTechnicalExperience);³⁷DIDOU AUPETIT, Sylvie. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN AMÉRICA LATINA: OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS: Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. 2007, p. 6.

Como se observa, el concepto de movilidad estudiantil, es ya una realidad establecida. Para entender esta idea en profundidad, en las siguientes líneas se comenta sobre el proceso de formación profesional en la era de la globalización.

9.4. FORMACIÓN PROFESIONAL EN LA ERA DE LA GLOBALIZACIÓN.

No ha sido una tarea fácil, tratar de adecuar la educación a las necesidades de la educación actual, y la educación colombiana en particular al contexto de la globalización. El nuevo valor que adquiere el conocimiento, la necesidad de integrar la noción de movilidad en el alumnado, han despertado ponencias a favor y en contra. A modo de ejemplo, en el año 2010, el Consejo Ejecutivo de la Unión de Universidades de América Latina (UDUAL), reunido en Tunja, Boyacá, Colombia entre los días 6 a 9 del mes de Mayo, del año en curso,³⁸ uniéndose al coro de muchísimas otras asociaciones universitarias del mundo, rechazaba una vez más el trato que se pretende dar a la educación en este tipo de tratados comerciales, y afirmaba que, considerar a la educación como un bien comerciable, es desnaturalizar sus fundamentos y su función en la sociedad, puesto que ella hace parte de la cultura de las naciones.

Sin embargo, ya es de público conocimiento que la educación ha cambiado en el nuevo escenario mundial. Es en este entendido que el ex-ministro colombiano de Educación, Germán Bula, afirmaba: “No se puede dar la espalda a la globalización o internacionalización, pero lo sensato es no negociar la educación en la plaza de mercado, sino en escenarios académicos”.

³⁸ El Convenio Andrés Bello (CAB), que reúne a diez países latinoamericanos, consciente de la trascendencia del tema del TLC para la educación, organizó en Cartagena, en la misma fecha, el Foro “Identidad Cultural, Educación y Tratados de Libre Comercio”. En palabras de Ana Milena Escobar Araújo, Secretaria Ejecutiva del Convenio, “Por la manera como se preparan los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil, pareciera que la educación y la cultura fueran la cenicienta de los Tratados de Libre Comercio”.

Con todo, habría que precisar ¿qué son las competencias profesionales? En base al contexto en el cual se enmarca esta pregunta, puede citarse al profesor Carlos Rodríguez de la Universidad de Antioquía cuando señala: “la competencia profesional como un conjunto interrelacionado de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que hace posible desempeños flexibles, creativos y competitivos en un campo profesional específico y que impulsa el mejoramiento continuo del ser, del saber y del hacer”³⁹.

La profesora, Aguiar Barrera, señala que las competencias profesionales son un elemento residual de la globalización: “Las competencias son un complemento a la globalización; son también un medio para generar un nuevo tipo de profesional que esté en mejores condiciones para su inserción laboral, pero detrás tenemos la visión empresarial que propone una gestión por competencias, que aprovecha el poder imponer sus condiciones, sobre todo a las universidades, al plantear abiertamente qué tipo de egresado desean y además contar con la ventaja de los altos índices de desempleo, teniendo un mayor margen para seleccionar a los mejores profesionales y ponerlos a competir por salarios no tan importantes y, sin la seguridad laboral de antaño”.⁴⁰

Resumiendo, lo que se aspira a formar como estudiante en el presente, en Colombia ha sido definido por Díaz Ávila como : “un sujeto capaz de asumirse como ser global y local y de afrontar una diversidad de problemas en la sociedad, han representado una ruptura con las formas tradicionales de organización de la formación –y de sus contenidos– provenientes casi exclusivamente de la lógica de las disciplinas y una transformación de la ideología de la educación superior dedicada a la reproducción de la cultura académica y de la alta inteligencia a una educación ligada a las diferentes demandas y expresiones sociales [...] Lo que hoy se le demanda a la educación superior es mayor compenetración con

³⁹ RODRÍGUEZ LALINDE Carlos “COMPETENCIAS PROFESIONALES” Universidad de Antioquia – EIAEI, 2010, p.5.

⁴⁰ AGUIAR BARRERA Edith: “COMPETENCIAS PROFESIONALES: ALGO MÁS”: Rev. Educ. y Desarrollo. 2005, p 45.

desempeños genéricos, capacidad productiva y de conversión laboral flexible[...] En lugar de una enseñanza parcializada, lo que hoy se le exige a la formación profesional es, lograr un pensamiento capaz de relacionar, contextualizar y globalizar. Más que unas calificaciones, es una capacidad general educativa de cultura general, de capacidad de asociación, de saber cuáles son los requisitos que se necesitan para las tareas que se tienen que hacer, dónde buscarlas, cómo aprenderlas y cómo aplicarlas”.⁴¹

Lo anterior, no es una postura aislada. Ya que ha sido reconocido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Tecnología (UNESCO) que hace un par de décadas reflexionó en torno al nuevo paradigma que enfrenta la educación superior en el contexto de la globalización.

9.5. INSTRUMENTOS INTERNACIONALES EN MATERIA DE INTERCULTURALIDAD EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR: DECLARACIÓN DE PARIS DE 1998 (UNESCO) “EDUCACIÓN SUPERIOR EN UN MUNDO GLOBALIZADO”.

Los cambios que han devenido en el orden mundial, han afectado indudablemente a la educación. Ello motivó a la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI (UNESCO, 1998) a establecer los nuevos paradigmas a que se enfrenta este ámbito del ser humano. Sobre este tema particular se precisó: “una mejor capacitación del personal, la formación basada en las competencias, la mejora y conservación de la calidad de enseñanza, la investigación y los servicios, la pertinencia de los planes de estudio, las posibilidades de empleo de los diplomados, el establecimiento de acuerdos de cooperación eficaces y la igualdad de acceso a los beneficios que reporta la cooperación internacional”. Declara como funciones de la educación superior, entre otras, “proporcionar las

⁴¹ DÍAZ ÁVILA “FLEXIBILIDAD Y EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA”: ICFES, 2010, P. 118.

competencias técnicas adecuadas para contribuir al desarrollo cultural, social y económico de las sociedades”.

Subyace a lo dicho, la intención de proponer una nueva visión de la educación superior, cuyo “objetivo es facilitar el acceso a una educación general amplia, y también a una educación especializada, para determinadas carreras, a menudo interdisciplinaria, centrada en las competencias y aptitudes, pues ambas preparan a los individuos para vivir en situaciones diversas y poder cambiar de actividad”.

También, se recomienda: “propiciar la adquisición de conocimientos prácticos, competencias y aptitudes para la comunicación con el análisis creativo y crítico, la reflexión independiente y el trabajo en equipo en contextos multiculturales”. Así mismo, propone “ ratificar y aplicar los instrumentos normativos regionales e internacionales relativos al reconocimiento de los estudios, incluidos los que atañen a la homologación de conocimientos, competencias y aptitudes de los diplomados, a fin de permitir a los estudiantes cambiar de curso con más facilidad y aumentar la movilidad dentro de los sistemas nacionales y entre ellos”.

Por su parte, la UNESCO y la OIT, en el marco del programa de colaboración mutua, firmado en 1958, reconocen, en la publicación conjunta denominada “Enseñanza y formación técnica y profesional, en el siglo XXI – Recomendaciones de la UNESCO y OIT, 2002”, que la educación y formación no pueden por sí solas resolver los problemas que enfrenta la sociedad humana pero afirman que ellas son “instrumentos poderosos para mejorar las condiciones económicas y sociales generales y para luchar contra la exclusión social y la discriminación”, siempre y cuando logren “articularse con las políticas económicas, del empleo y de otra naturaleza para que la nueva sociedad del conocimiento y de las calificaciones se inserte equitativamente en la economía mundial”.

En concreto, afirman que “una enseñanza técnica y profesional de calidad ayuda a ampliar los conocimientos de una persona en materia de ciencia y tecnología en un vasto ámbito ocupacional que requiere competencias técnicas y profesionales y aptitudes específicas de cada empleo”

Criterios y requerimientos como los anteriores, planteados a la educación superior, suponen la concepción y el diseño de sistemas educativos que respondan a cuestiones como:

1. Estar abiertos al mundo y promover el fortalecimiento de las capacidades endógenas y la consolidación en un marco de justicia, de los derechos humanos, el desarrollo sostenible, la democracia y la paz.
2. Hacer efectiva la equidad en el acceso a la educación superior empezando por el fortalecimiento y, de ser necesario, una nueva orientación de su vinculación con los demás niveles de enseñanza, y más concretamente con la enseñanza secundaria. Las instituciones de educación superior deben ser consideradas componentes de un sistema continuo al que deben también contribuir.
3. Reforzar los vínculos con el mundo del trabajo mediante: la participación de sus representantes en los órganos rectores de las instituciones; la intensificación de la utilización, por los profesores y los estudiantes, en los planos nacional e internacional, de las posibilidades de aprendizaje profesional y de combinación de estudios y trabajo; el intercambio de personal entre el mundo del trabajo y las instituciones de educación superior; y la revisión de los planes de estudio para que se adapten mejor a las prácticas profesionales.
4. Satisfacer las demandas planteadas en el ámbito del trabajo, mediante la creación y evaluación conjunta de modalidades de aprendizaje, programas de transición y programas de evaluación y reconocimiento previo de los conocimientos adquiridos, que integren la teoría y la formación en el empleo.
5. Ofrecer una óptima gama de opciones y la posibilidad de entrar y salir fácilmente del sistema, así como oportunidades de realización individual y de

movilidad social con el fin de formar ciudadanos que participen activamente en la sociedad.

6. Preparar a las nuevas generaciones en nuevas competencias y nuevos conocimientos e ideales. Las instituciones de educación superior deberían brindar a los estudiantes la posibilidad de desarrollar plenamente sus propias capacidades con sentido de la responsabilidad social, educándolos para que tengan una participación activa en la sociedad democrática y promuevan los cambios que propiciarán la igualdad y la justicia.

La interrelación de la enseñanza general con la técnica y profesional, se está revisando desde hace algún tiempo, en muchos países, para adecuarla de manera más eficaz al criterio de la educación permanente. En este marco se han venido explicitando diferentes modalidades de acceso a la educación superior en todas sus formas, para que permanezca abierta a cuantos hayan terminado sus estudios secundarios o su formación equivalente. De la misma manera, se están diseñando y validando los programas de transición, para que los que accedan al mercado laboral pudiendo retomar los estudios superiores.⁴²

Colombia, ha planteado teórica y jurídicamente la diversificación de la educación superior desde hace varias décadas. Sin embargo, su aplicación ha sido débil. “En el país, la educación técnica y tecnológica representa apenas una cobertura bruta del 4.61 por ciento y, aunque la universitaria es más alta (17.41 por ciento), está muy por debajo de los estándares internacionales”.⁴³

De lo dicho, ahora es deber entender el marco en el que, a grandes rasgos se desenvuelve el estudiante colombiano con miras a emigrar para mejorar los niveles de capacitación personal, esto es el sistema de educación superior en Colombia.

⁴² JAMIL, Salmi. (S.F.) “Educación Superior: enfrentando los retos del Siglo XXI”, documento. (en línea) Disponible en <http://www.worldbank.org/education/tertiary/lima.html> [recuperado 8 de mayo de 2011]

⁴³ centro Virtual de Noticias – CVN www.mineducación.gov.co/cvn [recuperado 20 de mayo de 2011]

9.6 POLÍTICAS EDUCATIVAS COLOMBIANAS PARA LA FORMACIÓN TÉCNICO Y PROFESIONAL EN PAÍSES EXTRANJEROS.

En Colombia, la educación es concebida como un instrumento fundamental en la “búsqueda de desarrollo y bienestar social, especialmente por su impacto, en dos aspectos primordiales y complementarios: como condición para la equidad social y como base para el mejoramiento de la competitividad y la productividad”.⁴⁴ Para ello, la competitividad a que aspiran los países exige mejorar la calidad del capital humano.

En el marco normativo, es la Carta Política de Colombia quien señala en su artículo 67 que la educación. “es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica y a los demás bienes y valores de la cultura. La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente (...). Corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia de la educación con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos; garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo. La nación y las entidades territoriales participarán en la dirección, financiación y administración de los servicios educativos estatales, en los términos que señalen la Constitución y la Ley”.

Sin embargo, la actualidad en educación da cuenta de un panorama que debe ser mejorado. Pero, para entender el tema, a mayor abundamiento se expone la organización general del

⁴⁴ RCI. “El papel de la Educación Superior Colombiana ante la Internacionalización”. Bogotá. 2006. Estudio realizado por la Universidad Distrital Francisco José Caldas en su libro “Universidad, Currículo y acreditación”. Bogotá. 2002.

sistema de educación superior en Colombia. En general durante los últimos años, el sistema de educación superior, ha sufrido un importante proceso de reformas desde finales de la década del noventa como consecuencia de procesos iniciados con la expedición de la Ley 30 de 1992, que se han puesto en marcha en los Planes de Gobierno.

Por su parte, en el informe Situación de la Educación Preescolar, básica, media y superior en Colombia se afirma que “como consecuencia de estos procesos, la organización institucional del sistema se ha modificado, se han fortalecido las políticas dirigidas a ampliar la cobertura, así como las estrategias orientadas a incrementar la eficiencia del sector y las acciones para mejorar y asegurar la calidad del servicio prestado por la educación superior en el país. La política actual con respecto al sistema de educación superior se encuentra enmarcada en el plan de desarrollo del gobierno Uribe, como fue mencionado en el plan seccional del Ministerio de Educación nacional de Colombia 2002-2006 llamado La Revolución Educativa.

En este sentido, los grandes objetivos de la política educativa actual son: ampliar la cobertura, mejorar la eficiencia del sector educativo, y mejorar su calidad.

9.7. EDUCACIÓN ORIENTADA A LA FORMACIÓN EN EL EXTRANJERO

La formación en el extranjero de los alumnos, se basa en el principio de autonomía de la educación superior colombiana. Principio constitucional enmarcado en la ley 30 de 1.992; en el cual orienta a la comunidad sobre las condiciones para que I.E.S. (Instituciones de educación superior) extranjeras ofrezcan y desarrollen programas académicos en Colombia y en el cual se establecen:

1. Oferta de Programas de Educación Superior por Instituciones de Educación Superior Extranjeras.
2. Convalidación de Títulos de Programas adelantados bajo la Metodología a Distancia.

3. Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior en la Región del Oriente Colombiano.

Por otra parte, de acuerdo con el artículo 28 del Decreto 2566 de 2.003, las Instituciones de Educación Superior legalmente reconocidas por el Estado Colombiano, pueden ofrecer programas en convenio con Instituciones de Educación Superior extranjeras y que en el título que estas otorgan en nuestra región, podrá expresarse que el programa se ofreció y desarrolló en convenio con la institución extranjera. En cualquier evento, se entenderá que la institución titular del programa es la colombiana. De esta forma, las Instituciones de Educación Superior extranjeras tienen dos opciones para ofrecer programas presenciales de educación superior en Colombia:

1. Con el reconocimiento expreso como institución de educación superior, de acuerdo con las normas vigentes.
2. Con la suscripción de un convenio con una institución de educación superior, previa obtención del registro calificado para el respectivo programa.

Otro es el caso de los títulos expedidos por instituciones de educación extranjeras, que corresponden a programas ofrecidos bajo la metodología a distancia, títulos que deberán someterse al proceso de convalidación de conformidad con la normatividad vigente, según Resolución No.1567 del 3 de junio de 2003. Si el programa se ofrece bajo esta metodología, los usuarios deben informarse sobre las condiciones reales en que se ofrece el programa, tales como la necesidad de contar con herramientas adicionales a las que le ofrece la institución o si se requiere desplazamientos al país de origen de la institución oferente, en este caso Estados Unidos entre otras.

Por otra parte la institución de Educación Superior que ofrece el programa debe contar con el reconocimiento en la legislación colombiana o si el programa es ofrecido en convenio

con una institución de Educación Superior de la región. De no encontrarse en ninguna de estas dos situaciones, el interesado asume la responsabilidad de informarse sobre el reconocimiento legal con que cuenta la mencionada institución de educación superior extranjera en su país de origen.

Para que un título de educación superior otorgado por una institución de educación superior extranjera sea válido en Colombia, debe someterse al trámite de convalidación establecido en la Resolución 1567 del 3 de junio de 2004, con los requisitos que en ésta se exigen, tales como la presentación del título debidamente legalizado por el país de origen de la institución que lo otorga, el certificado de calificaciones en original debidamente legalizado, entre otros.

Finalmente, el subsistema de fomento de oportunidades de estudiantes colombianos de educación superior para formarse en el extranjero, está diseñado como un modelo mixto, en que intervienen tanto el Gobierno colombiano como algunas instituciones privadas: entre las que cabe resaltar el papel del Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior, ICETEX y el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología, COLCIENCIAS, y el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES.

9.8. LA EXPERIENCIA DEL SERVICIO DE INTERCAMBIO ESTUDIANTIL DESDE Y HACIA ESTADOS UNIDOS.

La internacionalización de la educación superior colombiana es un fenómeno reciente, intensificado a partir de la década de los 90' cuando el país vivió un proceso de apertura económica sin precedentes en su historia.⁴⁵ Muy a diferencia de la situación de Estados

⁴⁵ La investigadora Isabel Jaramillo reconoce que el proceso de apertura tiene fecha cierta a partir de la administración del entonces Presidente César Gaviria (1990-1994) dio inicio a la apertura económica y a la

Unidos, la principal potencia a nivel mundial que entendiendo tempranamente el proceso de movilidad estudiantil fomenta desde hace algunas décadas la recepción de estudiantes que pretenden dar continuidad a sus estudios superiores.

Las consecuencias de lo anterior, como indica Jaramillo son una inconsistencia entre las necesidades actuales y futuras del país y el estado en que las instituciones de educación superior abarcan esta tema. Sostiene Jaramillo: “Desafortunadamente en Colombia, este proceso de internacionalización ha sido insuficiente y desigual en su desarrollo, y ha contado con poca atención por parte del Estado, lo que ha implicado que el sistema de la educación superior del país no se haya insertado plenamente en el contexto internacional ni que los actores del sistema hayan internalizado a cabalidad la naturaleza del proceso”.⁴⁶

En la línea contraria, históricamente Estados Unidos, ha estado a la vanguardia en materia de recepción de estudiantes extranjeros. Le siguen, algunos países de la Comunidad Económica Europea y muy por debajo algunas instituciones de Educación Superior en Asia. Sin embargo, como señala Luchino: “hasta la actualidad los Estados Unidos ocupan una posición predominante y sin competencia seria en la atracción de universitarios extranjeros, sobre todo en los segmentos superiores”.⁴⁷ Los Estados Unidos reclutan alrededor de un tercio de los estudiantes extranjeros. Las universidades estadounidenses

modernización del Estado para hacerlo más acorde con el entorno mundial. Se ocupó del Pacto Andino entre Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú y Bolivia; del G-3, entre Colombia, México y Venezuela, y del NAFTA, entre Canadá, los Estados Unidos y México. Presentó la necesidad de llevar a cabo estrategias que pudieran mejorar el capital humano y fortalecer la capacidad científica y tecnológica. La creación y consolidación de redes académicas y científicas y la participación en grupos de excelencia, el desarrollo de proyectos internacionales de investigación, y la apertura de la cooperación científica a nivel internacional fueron esenciales para un país que necesitaba convertirse en uno más productivo y moderno. Desafortunadamente, a este ambicioso Plan se le critica la forma como se llevó a cabo, a pesar de la necesidad de emprender reformas coyunturales para el país. JARAMILLO I. Ob. Cit. 2003, p. 22.

⁴⁶ JARAMILLO, Loc. Cit. p. 7.

⁴⁷ LUCHILO, Lucas. MOVILIDAD DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR. *Rev. iberoam. cienc. tecnol. soc.* [online]. 2006, vol.3, n.7 [citado 2011-05-24], pp. 105-133.

atraen estudiantes de todo el mundo, con los asiáticos como primer conjunto y los europeos como segundo.

No obstante la situación no es igual de alentadora en lo que dice relación con la intención del estudiantado oriundo de ese país para formarse en el extranjero. Las razones pueden variar desde la excelencia académica del país, hasta las pocas atractivas ofertas educativas de los países. Así, al menos se desprende de la edición 2010 del reporte sobre movilidad académica del Instituto de la Educación Internacional (IIE) conocido como “Open Doors” evidencia que el número de estudiantes internacionales en los Estados Unidos ha alcanzado una cifra récord, mientras que el número de estudiantes de los Estados Unidos en el extranjero se ha mantenido casi constante. Este año, por ejemplo, el número de alumnos universitarios de los Estados Unidos que realizan estudios en el extranjero tuvo una muy ligera reducción de sólo 2,089. Es una cifra pequeña si consideramos que el número total de estudiantes en esta categoría en el 2009 fue de 262,416.⁴⁸

Por tanto, se desprende de lo dicho que la política educacional estadounidense está privilegiando la recepción de alumnos. Sin embargo, la alta demanda por este concepto, puede hacer dificultoso para el estudiante que quiere seguir sus estudios en dicho país. Por esta razón es que la puesta en marcha de acuerdos bilaterales es una alternativa que asegura a los con nacionales de los países involucrados, asegurar este ítem.

Para cursar estudios formales en Estados Unidos, se deben cumplir los siguientes requisitos:

- a. Procesar una visa de estudiante para poder realizar estudios en los Estados Unidos

⁴⁸ Movilidad de estudiantes en los Estados Unidos: Edición electrónica Thechronicle. (en línea) Disponible en <http://chronicle.com/blogs/worldwise/movilidad-internacional-de-estudiantes-mas-alla-de-las-cuentas-alegres/27921> [recuperado 4 de abril de 2011]

b. Se necesita contar con un documento "Sevis"⁴⁹ otorgado por la institución, universidad u otra organización acreditada por el Departamento de Estado. La solicitud, se realizará en la embajada o consulado de los Estados Unidos en el país de origen.

9.9 MOVILIDAD ESTUDIANTIL ENTRE ESTADOS UNIDOS Y COLOMBIA.

La relación entre la oferta de Estados Unidos para captar estudiantes y Colombia, es una realidad en amplia desventaja respecto de nuestro país. Como se sabe, la oferta proviene principalmente de los países industrializados occidentales, sobre todo de los Estados Unidos, cuyas universidades dominan casi a un tercio del mercado, con medio millón de estudiantes extranjeros, seguidos por los de Gran Bretaña y Alemania. Los países anglosajones en conjunto (Estados Unidos, Gran Bretaña, Canadá y Australia) absorben alrededor del 90 % de los estudiantes internacionales. La importancia de lo anterior se argumenta como sigue:

1. En el contexto del TLC Colombia- Estados Unidos la educación es considerada como un servicio. Sin embargo, la oferta es unilateral, es decir, mientras los Estados Unidos tienen una política de casi 60 años en materia de interculturalidad, el caso colombiano data recién de la década de los 90' a propósito de la apertura económica que precedió en esos años.

⁴⁹ Es importante mencionar que no todas las escuelas, universidades o instituciones de estudio en los Estados Unidos cuentan con la aprobación "SEVIS" (Student and Exchange Visitor Information System) del gobierno. Solamente aquellas instituciones que si tienen esta certificación podrán otorgar los documentos necesarios para la solicitud de la visa por lo cual es recomendado verificar que este sea el caso antes de realizar la aplicación. La mayoría de las instituciones de estudios superiores cuentan con esta certificación. Este documento, I-20 o DS-2019, es usualmente enviado por la institución una vez que el aplicante ha sido aceptado al programa de estudios.

2. Estado Colombiano debería encontrar un canal más fluido donde se otorguen oportunidades tanto a estudiantes en Colombia que quieran acceder a estudios superiores y más aun a aquellos que cumplan requisitos competitivos para su formación en educación superior en los Estados Unidos.

Como se ha sostenido, esto se enmarca en el proceso tendiente a mejorar la capacitación de los estudiantes de nivel superior, así hacer más competitivo al país en el área de servicios. Las diferencias entre ambos sistemas se muestran en la siguiente Tabla.

COLOMBIA	ESTADOS UNIDOS
Ausencia de utilización de mercadeo educativo para fomentar la interculturalidad y movilidad de la educación superior, desde y hacia el extranjero.	Sistema ampliamente difundido mediante estrategias de mercadeo, especialmente mediante la utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación. (TIC's)
Instalación de paradigma de movilidad e interculturalidad educativo reciente.	Historia de aproximadamente 60 años desde las primeras experiencias de recepción sistemática de alumnos extranjeros
Sistema organizado bajo la premisa de la beneficencia. El sistema privado no ha sido capaz de proyectarse como un mercado fiable y expansible a diferencia del caso Estadounidense.	Sistema de becas ampliamente consolidado. Actualmente, tiene capacidad de elevarse a la categoría de mercado propio con retorno y utilidades económicas y pecuniarias por este concepto.
La movilidad enfrenta el serio prejuicio de condiciones de seguridad para estudiantes extranjeros. Por tanto, la necesidad de integrar estrategias de planeación se hacen más evidentes en el caso colombiano.	La movilidad estudiantil está motivada por las condiciones de seguridad y beneficios que Estados Unidos ofrece como política de intercambio estudiantil.

Fuente: elaboración propia.

Esta breve exposición de argumentos, permite finalmente, establecer una propuesta para fomentar el sistema de oportunidades y hacerlo rentable, para todos los sectores interesados, como se expone en el siguiente capítulo.

10. PROPUESTA

La propuesta del caso de análisis, tuvo como fuentes de argumentación, por una parte la literatura especializada y por otra, los resultados de la investigación de mercado realizada por el autor del estudio, los cuáles se sintetizaron en los párrafos que siguen.

10.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de la propuesta que se expone apunta a desarrollar las directrices generales para fundamentar la existencia de un potencial mercado orientado a la creación de oportunidades para los servicios de intercambio estudiantil, dentro del mercado educativo colombiano, es decir, para aquellos estudiantes que deseen seguir sus estudios en países extranjeros.

Siempre es recomendable entender que en el desarrollo de las siguientes líneas se adecuó la Teoría clásica del Mercadeo al ámbito de las instituciones de educación superior. Para ello, se ordenaron los resultados en base a los siguientes fines:

-Descripción de los beneficios para el mercado meta que presenta la creación de un sistema de oportunidades manifestado en la creación de Departamentos que promuevan planes de intercambio estudiantil de estudiantes para la formación académica y profesional en país extranjeros.

-Identificación de fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas en un diagnóstico F.O.D.A que permita describir el segmento en el cual debe implementarse las acciones estratégicas que sirven de base al plan de mercadeo.

-Exposición de estrategias para posicionar en el estudiantado colombiano de educación superior la idea que la formación técnico o profesional en país extranjero es un elemento necesario en la actual sociedad y, que crea valor a la trayectoria formativa profesional.

10.2. DIAGNÓSTICO

El análisis situacional tuvo como fuentes informativas los resultados de la aplicación de un cuestionario realizado durante los meses de mayo a junio del año 2011 y la revisión de la experiencia del caso estadounidense en materia de servicios de intercambio estudiantil.

10.2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercados tuvo por fin, la identificación de las oportunidades que justifican la generación de un mercado orientado a perfeccionar los servicios de intercambio estudiantil de conformidad con las necesidades de los potenciales clientes, e igualmente, conocer el mercado meta, para así, conocer que acciones estratégicas y cuáles elementos deben tenerse a bien, para la creación de un mercado de servicios de intercambio estudiantil, eficaz y coherente con las expectativas.

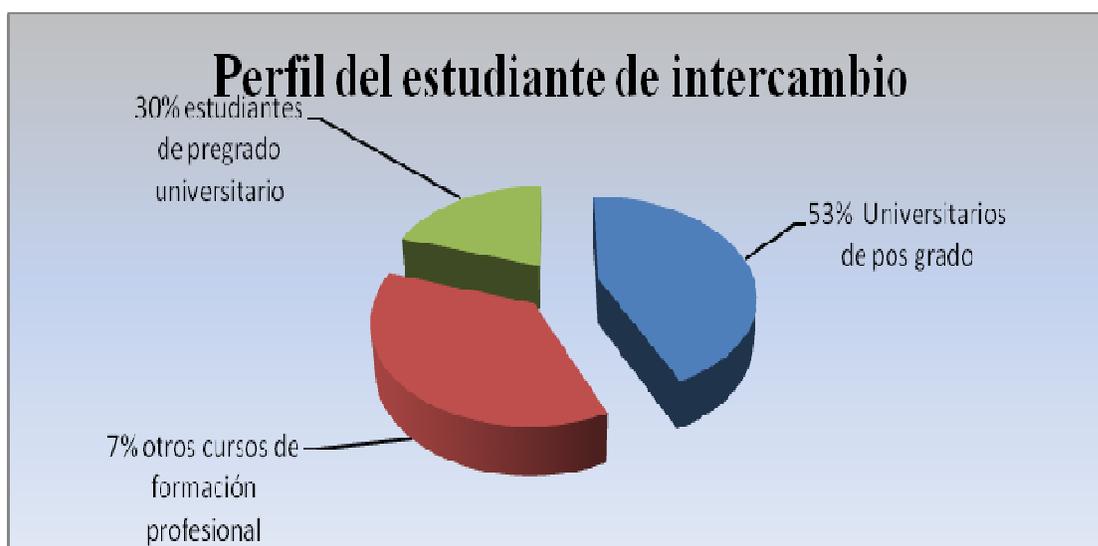
Para lo anterior, se envió un cuestionario de preguntas cerradas por correo electrónico a un grupo de estudiantes colombianos, actualmente terminando o completando sus estudios profesionales en Estados Unidos. El objetivo final, fue concluir una tendencia positiva o negativa sobre la creación de un mercado destinado al fomento de los servicios de intercambio estudiantil.

Dicho proceso, pasó por criterios de selección determinados por el autor de la investigación e, indicado en la sección de metodología, que apuntaron a dos aspectos básicos, ser colombiano y estar cursando algún tipo de programa educativo en Estados Unidos.

Del total contactado, finalmente 34 personas decidieron ser partícipes del estudio. Tras ser contactados por el autor de la investigación, fueron informados sobre los fines del estudio y alertados que se tratarían de informaciones confidenciales, con usos académicos solamente.

Las variables de estudio, se describen cuantitativamente, como se expone a continuación, donde primeramente se buscó determinar el tipo de estudiantes que decide emigrar hacia el extranjero, así conocer las características de la demanda en el mercado meta.

Gráfico n° 1.- Perfil del estudiante que se forma en el extranjero



Según se desprende del gráfico n° 1 la mayor cantidad de estudiantes que viaja a Estados Unidos a completar o bien, terminar sus estudios, lo hace para efectos de estudios de post grado. Así, se desprende el 53% de la muestra que contestaron estar haciendo cursos de post grado, los cuáles constituyen la tendencia prevalente del caso.

A su turno, un 30% realizan estudios de formación y sólo un 7% estaba cursando algún tipo de estudios complementarios, tales como cursos de especialización no formales, cursos de idiomas y otros relacionados con la formación profesional.

Gráfico n° 2. Motivación



Ante la pregunta ¿Cuáles fueron las razones que impulsaron su decisión de estudiar en el extranjero? La muestra señaló lo que sigue:

Según se lee en el gráfico n° 2, un 9% respondió tener mayores expectativas para desarrollarme laboralmente en Colombia. Un 57% indicó capacitación y un 30% dijo que la motivación era la posibilidad de ejercer en el extranjero. No obstante, puede concluirse que no existe una tendencia certera sobre si el fin del estudiante de posgrado colombiano, es volver al país de origen o bien, radicarse en Estados Unidos.

Se presume que la razón de aquello, tiene que ver con las complejidades que vivencia el alumno durante su estadía. Ello, explicaría que la mayor parte de la muestra contestara la

opción de capacitación con una prevalencia de un 57%, muy por sobre el 30% que contestó “mejorar las oportunidades para ejercer en el extranjero”.

Gráfico n° 3. Percepción del sistema educativo colombiano.



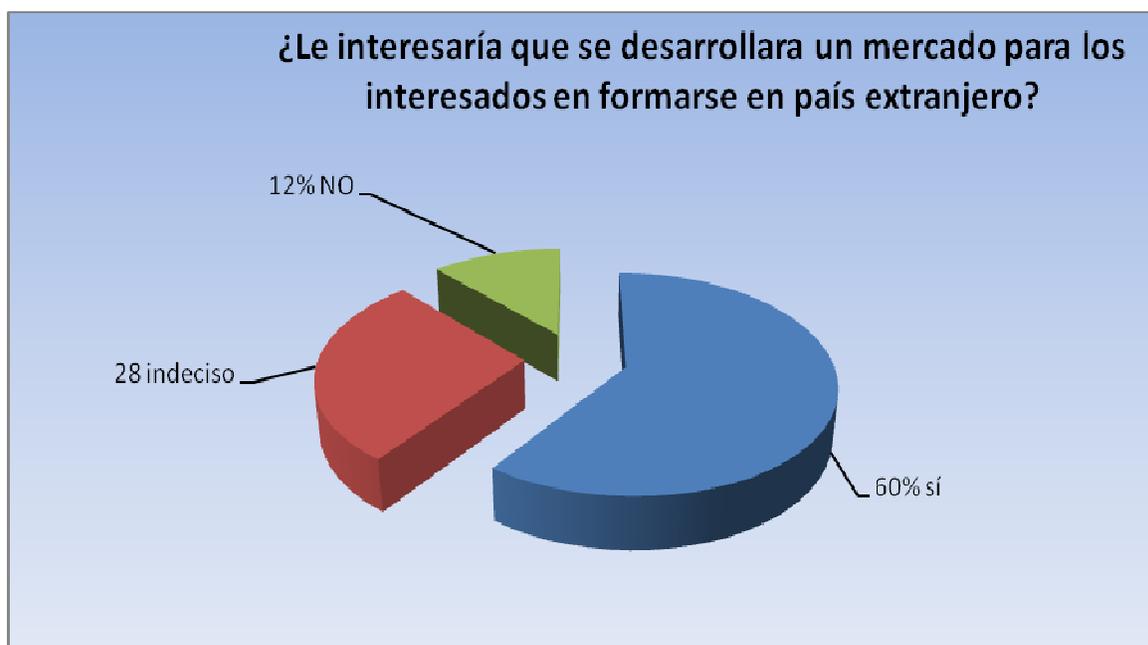
Frente a la pregunta ¿Sientes que el sistema educativo apoya al estudiante que quiere especializarse en el extranjero? La muestra contestó de la siguiente manera:

Un 71% contestó negativamente, lo cual deja en claro que hay una percepción negativa respecto de la visión de las instituciones públicas y privadas involucradas en el tema de servicios de intercambio, así como otras autoridades encargadas de diseñar la planificación educativa general.

Lo antes dicho, puede ser un valioso antecedente para la eventual decisión de intervenir dicho área, desde la perspectiva del mercadeo. Pues, dice de una rama no explotada en absoluto, pero que cuenta con una demanda creciente.

Para el mercadeo, da cuenta de la existencia de una necesidad concreta; la inexistencia de una oferta concreta para una demanda real.

Gráfico n° 4. Expectativas

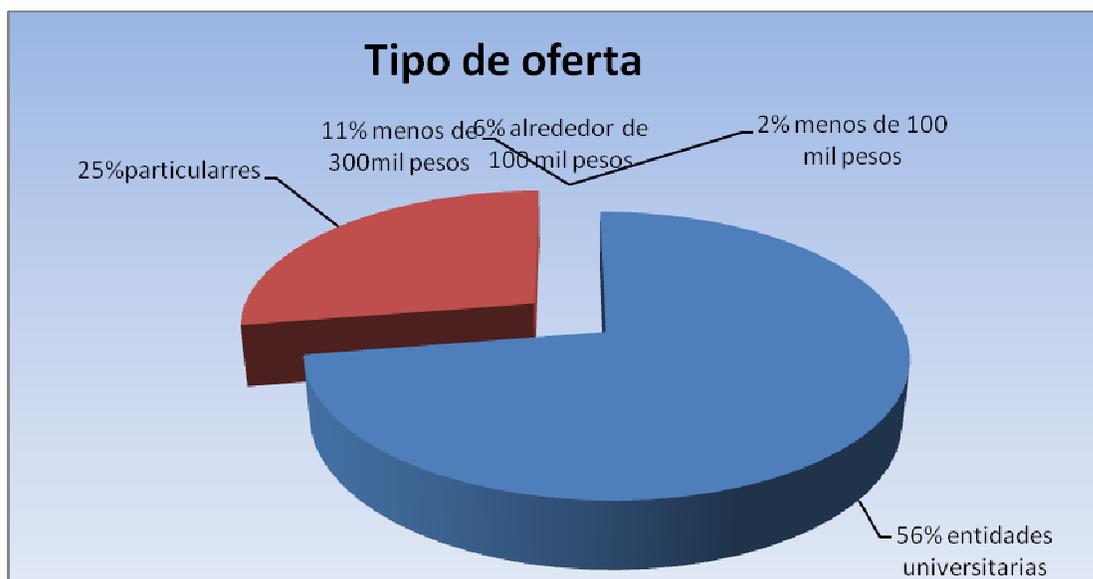


Finalmente, cuando se consultó: ¿Le interesaría que existiera una oferta para estudiantes colombianos que quieren formarse en el extranjero?: La gran mayoría respondieron:

Para profundizar en las oportunidades es importante observar que el 60% de la muestra es clara al señalar que se muestra de acuerdo con la posibilidad de desarrollar un mercado en esta área. Sólo un 12% se manifestó negativamente y un 28% indecisos, lo que refleja una curva positiva para la puesta en marcha de acciones estratégicas para aumentar la demanda por servicios de intercambio estudiantil.

Subyace del gráfico, que el participante entiende que la llegada de nuevos actores, desde el mundo empresarial y privado, pueden mejorar la oferta, así como hacerse más atractiva para los potenciales clientes de este mercado.

Gráfico n° 5. Tipo de Oferta



Luego, se profundizó preguntando: ¿Qué tipo de oferta le parecería más interesante? Se manifestó lo siguiente:

La muestra no se mostró reacia a que fueran entidades privadas. Sin embargo, el 56% le pareció más correcto que fueran las mismas entidades universitarias las encargadas de crear una oferta rentable para ambas partes.

La revisión sobre oferta y demanda para capacitación y formación profesional en el extranjero desde Colombia, lleva naturalmente, la discusión respecto de cómo posicionar y promover la movilidad de estudiantes de educación superior hacia y desde Colombia. Se hace hincapié en este punto, ya que no sólo es suficiente con mejorar las bases de los alumnos para capacitarse en el extranjero, sino también es deber hacer interesante la oferta para capacitarse en Colombia. Ello implica un doble desafío:

1. Posicionar el concepto de movilidad estudiantil para estudiantes extranjeros.
2. Promover un sistema de oportunidades en las entidades de educación superior.

En este sentido, surge la alternativa de integrar el mercadeo educativo orientado a instituciones de educación superior. Pero para ello, debe conocerse quién es el cliente, cuál es el mercado meta y los objetivos finales de la implementación de una planeación estratégica en el área.

Esta solución ha sido integrada en experiencias comparadas con relativo éxito. Aún así, implica ante todo un poderoso esfuerzo económico que debe ser asumido en conjunto entre el sector público y privado.

De tal forma, para entender cómo hacer viable esta alternativa, primeramente es necesario introducir la lectura en torno al concepto de mercadeo educativo, comprendiendo que se trata de una aplicación que guarda estrecha relación con la noción clásica de mercadeo.

10.2.2. ANÁLISIS SITUACIONAL

La revisión de casos, de literatura especializada, así como la información obtenida tras la aplicación del cuestionario, hacen concluir las siguientes ideas:

1) Falta de definición de un público objetivo. El público objetivo a que apunta necesita primeramente de una caracterización. Ello correspondería a análisis y procesamientos cuantitativos descriptivos con miras a determinar las características del público objetivo.

La definición de un target determinado, permitirá además establecer un lenguaje comunicacional más o menos uniforme, lo cual no ha sido considerado por la empresa.

Con ello, la difusión de los servicios se hace más compleja porque confunde los mensajes en armonía con el destinatario del mensaje comunicacional.

2) Falta de posicionamiento del mensaje de “movilidad estudiantil”: Actualmente no existe mayor difusión o apoyo al intercambio estudiantil. La primera barrera a tratar en las acciones estratégicas es la creación de la necesidad en el estudiantado a la luz de los actuales cambios sociales a nivel mundial.

3) La ausencia de un plan comunicacional: La importancia de establecer un plan de Comunicación Corporativa, es que efectivamente incorpora acciones de estas disciplinas de la comunicación social, sin embargo su principal valor y diferencia es que realiza una intervención Estructural. Podemos reconocer la comunicación, dentro de un plan de relaciones públicas, porque es una planificación fundamentalmente alineada con la visión, misión y objetivos de la organización. tiene por finalidad apoyar de manera funcional la gestión del negocio, para lo cual segmenta públicos internos (empleados, proveedores, clientes) – externos (organismos reguladores, ONG, partner, comunidad) diseña acciones, define contenidos y medios de comunicación adecuados a cada accionista, de manera de fortalecer tanto a la organización en su base, en su identidad, como en el “exterior”.

5) Escasez presupuestaria: La inexistencia de fondos destinados al ítem “Gasto” por concepto del mismo destinado a instrumentos utilizados para medir los resultados de gestión comunicacional. En general no se aplican a la evaluación de las acciones comunicacionales. Por esto, cuando se realiza inversión en la materia, la percepción de los líderes es que se hizo “un gasto”, generalmente no hay medición (cuantitativa y cualitativa) del impacto de dicho gasto en la rentabilidad.

10.2.3. FODA

En cuanto a las Fortalezas y Debilidades se refieren a la organización y sus productos, mientras que las Oportunidades y Amenazas son factores externos sobre los cuales la organización no tiene control alguno. Por tanto, deben analizarse las condiciones del FODA de la organización.

El FODA como técnica de planeación, permite contar con información valiosa sobre los puntos a destacar y aquellos a mejorar en el caso de acciones de posicionamiento y promoción de la movilidad estudiantil. Emplea los principales puntos del estudio del contexto e identifica aquellos que ofrecen oportunidades y los que representan amenazas u obstáculos para su operación.

Es importante considerar que los factores evaluados representan el mismo elemento de la técnica para todas las organizaciones ya que lo que pudiera ser una fortaleza para una, podría ser debilidad para otra de ellas. Una oportunidad es algo que se puede aprovechar en nuestro beneficio y que bien puede ser una de las debilidades del competidor. También podría ser perfectamente una oportunidad.

FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
-Las universidades tienen la infraestructura adecuada para la puesta en marcha de departamentos orientados a la	La movilidad estudiantil puede considerarse como un “producto” que no tiene competencia actualmente en el mercado al cual se	Como debilidad se toma impulso de empezar y la incertidumbre que pudieran manifestar las instituciones de	Personal insuficiente para cumplir con las expectativas iniciales del plan. Falta de una estrategia de mercadeo para posicionar el mensaje

<p>implementación de programas de apoyo a la movilidad humana.</p> <p>Las universidades tienen la capacidad de negociación y creación de redes de apoyo con países altamente receptivos a este tipo de iniciativas como es del caso de Estados Unidos.</p>	<p>dirige.</p> <p>Alta recepción del público hacia las oportunidades que puedan importar cursar semestres de carreras en Estados Unidos.</p>	<p>educación superior como operadores del plan.</p> <p>El público objetivo que se pretende llegar con el plan piloto es heterogéneo abarca desde adultos mayores a gente joven por tanto cuesta definir el discurso comunicacional con el cual se implementará.</p>	<p>comunicacional</p> <p>La principal amenaza son los costos operativos del programa. Exigen una inversión inicial de la institución educativa.</p>
--	--	---	---

10.3. PROPUESTA

Para efectos de los fines de este estudio, el objetivo es presentar un marco general referencial de la problemática del mercadeo educativo, desde la óptica de la internacionalización, de manera de identificar alternativas en las instituciones de educación superior que muestren como alternativa real el terminar o perfeccionar los estudios de nivel universitario y/o técnico en el extranjero.

Llevado al caso colombiano, y tomando como base la experiencia comparada con las recomendaciones, se aconseja, profundizar en las siguientes líneas de acción:

a) Otorgamiento de créditos y o beneficios académicos a los estudiantes que opten por emigrar para completar sus estudios. La manera de asegurar que los estudiantes cumplan con requisitos mínimos, podría ser, incorporar algunas exigencias, tales como, aprendizaje del idioma inglés como punto clave y neurálgico, participar en debates guiados al interés de intercambio internacional, proponer proyectos e investigaciones que proporcionen un camino real y certero en busca del intercambio estudiantil internacional, desarrollo de seminarios que den oportunidades de conocer los caminos y beneficios de la adquisición de información que viene con la oportunidad del estudio en el exterior, concientizar al público objetivo en este caso a los estudiantes que el aprendizaje de nuevos idiomas y la experiencia de estudio en ambientes internacionales abre la mente a tener perspectivas externas reales, para la aplicación de la información obtenida, además de generar una red internacional que se da con la interacción precisamente con la experiencia de acceder a estudios en el exterior, entre otros.

b) Agregar o modificar el currículo hacia la internacionalización del diseño de programas de estudios implica por lo menos acciones en los ámbitos que se mencionan a continuación:

1. El contenido de la materia, principalmente en la introducción de aspectos internacionales de la misma, aspectos interculturales y de idiomas como prioridad.
2. La estructura del currículo, con aspectos internacionales tanto en los cursos exigidos como en los optativos, y por la inclusión de una (o más) ventana(s) de movilidad internacional para efectuar un periodo de estudios, de prácticas o de investigación en el extranjero (bien en el marco de un convenio de intercambios firmado por la universidad o a través de la «movilidad libre» a iniciativa del estudiante)

3. El desarrollo de aspectos internacionales en la metodología docente y del aprendizaje, por ejemplo, a través de la contribución de docentes y la utilización de referencias internacionales ej: En MIT (Instituto de Tecnología de Massachusetts), cada 2 años empresarios de todo el país en diferentes ramas se reúnen y proponen currículos de acuerdo a las necesidades reales y actuales del mercado y la sociedad.
4. Además de los aspectos anteriores, es preciso el desarrollo de la dimensión internacional de los servicios de apoyo a la docencia, como los servicios bibliotecarios bilingües, las oficinas de relaciones internacionales, la búsqueda de la competencia entre alumnos que motiven a la búsqueda de conocimiento proporcionando visiones de oportunidades.

Dentro de las Estrategias para la Internacionalización del programa de estudios, las acciones de mercadeo estarán orientadas a los siguientes ítems:

1. El diseño curricular
2. Compromiso de la institución al encuentro de oportunidades en el exterior
3. Enseñanza y aprendizaje del idioma inglés lo que permitiría al alumno competir en un terreno internacional.
4. Exposición constante a información de rankings internacionales en el mercado educativo que motiven la competencia interna del estudiante en busca de una apertura en las fronteras internacionales.
5. Interacción con estudiantes internacionales y extranjeros por medio de la tecnología (internet). Redes sociales que puedan exponer las inquietudes de los estudiantes y sean respondidas por mismos estudiantes tanto nacionales como extranjeros.
6. Implementar estas estrategias, buscar prensa , donde esta iniciativa sea mostrada a todo un país, y casi que el gobierno se vea obligado por acción de la misma a buscar y ayudar en línea directa a la institución y el estudiante que muestre

compromiso, capacidad e interés en la búsqueda del intercambio y/o acceso a los centros de estudios internacionales que abran su rango de expectativas y oportunidades.

7. Es inminente que los países, incluido Colombia tiene intercambios de orden internacional ya sea de servicios y productos con la exportación y la importación, de no ser así el sub-desarrollo extremo se expondría a la superficie; por ende es necesario reconocer el valor del intercambio de conocimientos como también en intercambio de información de orden internacional refiriéndose al acceso en la educación en el exterior.

Este proceso más que agregar, pretende integrar la dimensión internacional en el currículo. Sus objetivos se orientan a:

1. Desarrollar en los estudiantes habilidades para funcionar eficientemente en un mundo interdependiente y competitivo.
2. Incluir elementos internacionales en el contenido y método de enseñanza, favoreciendo la transferencia de mejores prácticas.
3. Constituir en cada disciplina un comité de profesores de la más alta formación, con experiencia en el extranjero, para dirigir y supervisar los cambios del currículo y supervisar su implementación.
4. Promover los estudios comparativos, interdisciplinarios, internacionales e interculturales.
5. Hacer obligatorias las materias de idiomas extranjeros complementados con el estudio de sus culturas y procesos civilizatorios.
6. Invitar a profesores y conferencistas extranjeros y considerar el contenido de las ponencias como parte integral de los cursos y evaluaciones.
7. Establecer, conjuntamente con instituciones extranjeras, programas de estudio, usando métodos de enseñanza tradicional, no tradicional y por medio de las nuevas tecnologías.

8. Incluir publicaciones extranjeras en la bibliografía de los cursos.
9. Establecer sistemas para reconocimiento de créditos y revalidación de estudios.
10. Organizar programas y cursos internacionales durante las “vacaciones” o a lo largo del año lectivo.
11. Aprovechar en los cursos la presencia de estudiantes extranjeros (international classroom) o de los nacionales que egresen del extranjero con experiencias que puedan enriquecer a los estudiantes locales.
12. Internacionalizar la educación general.

Entre los currículos intrínsecamente internacionales que han desarrollado las universidades destacan en particular:

1. La introducción de cursos de idioma y en idioma extranjero.
2. El desarrollo, por redes universitarias, de módulos conjuntos, accesibles desde las varias universidades socias de la red. Esta fórmula permite a cada universidad ofrecer cursos – sobre todo optativos– en áreas que corresponden a sus puntos fuertes, y reunir grupos de estudiantes en áreas de especialización para las cuales no se podría encontrar un número suficiente de estudiantes en una sola universidad. Es una fórmula que permite enriquecer la oferta educativa gracias a la puesta en común de equipos docentes y estudiantiles de varias universidades. Una variante de tales «módulos» comunes son los cursos de verano, que no coinciden con los horarios de los cursos habituales y permiten a los estudiantes añadir créditos internacionales sin alargar la duración de sus estudios.

El diseño en común de cursos conjuntos de grado o de máster, así como de programas doctorales representa un paso más complejo en la internacionalización de los estudios. Exige un trabajo en común entre equipos docentes de varias universidades en el ámbito de acuerdos de cooperación educativa estable entre socios que habitualmente ya tienen una

larga experiencia de intercambios (movilidad) entre sí. Los ejemplos más notables de internacionalización de los estudios se encuentran en cursos conjuntos con doble titulación o titulación conjunta. Esta fórmula representa un paso adicional con respecto al diseño de cursos comunes.

Un caso de internacionalización de los estudios de especial interés estratégico es el desarrollo de escuelas de postgrado o escuelas doctorales internacionales. Esta es una opción que han tomado algunos países europeos para fomentar la “excelencia internacional”.

a. Internacionalización de La Planta Docente

Para favorecer la incorporación de la dimensión internacional en el colectivo docente de las instituciones, es importante, entre otras acciones:

1. Facilitar la movilidad académica por medio de programas, apoyando y dando oportunidades a los profesores de adquirir experiencias internacionales.
2. Desarrollar proyectos que permitan a los profesores continuar sus estudios de postgrado en universidades extranjeras.

Es decir, Colombia, no sólo debe quedarse en la instancia de facilitar el envío de estudiantes hacia países extranjeros, sino también, invertir en internacionalizar toda su planta docente, lo cual, si bien, no es menor en costos, puede hacer más interesante la oferta de aquellos estudiantes que quieran llegar al país. Con ello, podría haber un retorno en dinero, por aquello que se ha gastado en preparar al estudiante colombiano que aspira a internacionalizar su carrera o profesión.

b. Incorporación de Unidades o Departamentos de Movilidad Estudiantil.

La idea apunta a crear unidades o departamentos, perfectamente identificables por los estudiantes. Instancias administrativas, que sean capaces de resolver todas las dudas del estudiante que opta por este camino. Estos departamentos, podrían estar abocados a las siguientes tareas:

-Promoción de convenios de movilidad interinstitucionales en cualquier nivel educativo, para estancias cortas, dirigidos a los estudiantes locales, con la posibilidad de reconocimiento de sus estudios en su institución de origen,

- Los programas de intercambio estudiantil y afiliación a instituciones que desarrollen este tipo de actividades, en todos los niveles educativos.

-Organización de programas para recibir estudiantes extranjeros a través de programas especiales o bien integrándolos a los programas regulares, en cualquier nivel educativo.

-Coordinación de albergues, o sistemas de alojamiento, para estudiantes y académicos extranjeros

-Elaboración de bancos de datos de información sobre oportunidades de estudio en el extranjero.

-Facilitación de oportunidades a los estudiantes de efectuar prácticas profesionales en empresas internacionales.⁵⁰

c. Promover la enseñanza de la lengua inglesa en todos los niveles del sistema de educación colombiano.

Un factor de primera importancia para hacer posible la expansión de la educación internacional es la enseñanza de una segunda lengua desde los niveles más básicos de enseñanza.

El dominio de la lengua inglesa, es la principal condición para hacer viable la alternativa de seguir con estudios en el exterior. De manera más directa, la oferta de cursos de enseñanza de idioma en los países en los que ese idioma se habla, es un componente de peso en la educación internacional, que muchas veces anticipa movimientos subsiguientes de estudiantes universitarios.

Estas acciones, no pueden sin embargo, ser pensadas aisladamente. Pasan por la acción conjunta de la totalidad de las instituciones de Educación Superior. Para ello se requerirá:

1. La convocación a foros por parte de las entidades de educación superior.
2. La puesta a largo plazo, con la elaboración de documentos de investigación para orientar respecto de cómo llevar el cambio hacia la externalización de la oferta educativa en los estudiantes colombianas.
3. Crear fondos concursables para los alumnos que no puedan costear sus estudios.

Finalmente, se pone especial énfasis en concentrar especiales esfuerzos de continuidad de estudios con Estados Unidos. Este país, tiene una larga trayectoria en interculturalidad y

50 UN NUEVO PARADIGMA EDUCATIVO: LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL CURRÍCULUM EN LA ERA GLOBAL INMACULADA Madera Vicerrectora de Internacionalización y Cooperación Universidad APEC República Dominicana: Ponencia presentada en el Cuarto Encuentro Nacional de Educación y Pensamiento 6 al 8 de octubre de 2005 Santo Domingo, República Dominicana.

movilidad estudiantil y, ha sabido llevar este tema desde el ámbito educativo hasta crear un verdadero mercado del cual participan sectores privados y público. Todo cuanto beneficia finalmente a sus propios alumnos y dicho sea de paso, a aquellos que han decidido aventurarse a la formación en ese país.

11. CONCLUSIONES

La elaboración del presente documento, estuvo motivado por la experiencia de su autor en la búsqueda de la experiencia y capacitación de nivel superior en los Estados Unidos. Tal vivencia ha conllevado a construir herramientas sólidas para la competitividad profesional y la seguridad que Colombia cuenta con una sociedad capaz de competir internacionalmente y que la falta de oportunidades y direccionamiento están limitando ese desarrollo del potencial intelectual allí existente capaz de asimilar la información que se ofrece internacionalmente en instituciones que llevan cientos de años impartiendo el “saber. Por ello, se enfatiza que en la época actual, el contexto global de estudios ya no es optativa pues se ha convertido en una dimensión esencial del desarrollo humano.

Bajo esta convicción, se reconoce que hay un mercado no explorado, ausente de toda intermediación de las herramientas del mercadeo, donde, la incorporación de estrategias y el fomento de la movilidad estudiantil, podría generar importantes cambios en este aspecto.

No obstante, debe reconocerse que su puesta en marcha, es parte de un proceso, donde confluirán múltiples disciplinas y se requerirá de más estudios. En el presente documento, se busca, servir de base, de referencia para ahondar en futuras investigaciones, que desarrollen el tema en mayor medida. Pues se trata de una problemática reciente en la investigación.

No obstante, se insiste, que la generación de herramientas, para crear un mercado, con oportunidades y alternativas para los estudiantes colombianos es real.

No debe olvidarse que, los servicios de educación superior forman una industria poderosa de ingresos como mercado consolidado, que ha ido complejizándose, hacia distintas ramas, entre las cuales están, la captación de estudiantes internacionales, el establecimiento de campos universitarios en el exterior, la prestación de servicios con franquicia y el

aprendizaje en línea, entre otras modalidades. Son la base del denominado mercadeo educativo.

De esta manera, la educación superior, y en general la educación, dejó de ser un tema del ámbito nacional para convertirse en un problema del ámbito transnacional, expresándose, en base al Acuerdo General de Comercio de Servicios (GATS) en:

1. Educación transfronteriza a distancia
2. Estudios en el extranjero
3. Enclaves internacionales
4. Intercambio docente

Por todo lo dicho, puede sostenerse que el mercado educacional y las estrategias de mercadeo, no son una propuesta sin bases sólidas. Muy contrariamente y para argumentar lo dicho, decía Turlington en el año 1998: "Si los estudiantes no desarrollan las competencias necesarias para funcionar de manera eficiente en un entorno global, es remoto que tengan éxito en el mercado laboral y en la sociedad del Siglo XXI" ¿Qué implica esta aseveración? Para el caso colombiano, ello involucraría las siguientes cuestiones previas:

1. No aprovechamiento del máximo de potencial que permitiría la puesta en marcha del TLC dentro del capítulo de servicios, desperdiciando una oportunidad única y valiosa para lograr un capital humano eficiente y preparado para el comercio global.
2. Tener una oferta de educación superior que no estaría en sincronía con la evolución del paradigma educativo en la época actual.
3. Desincentivar la interculturalidad y movilidad dejando al alumnado del país en clara desventaja respecto de sus pares extranjeros.

De tal forma, la internacionalización de la educación es hoy, una realidad que, aunque las instituciones de educación superior han buscado de diferentes formas durante muchos años, debe en este momento ser afrontada para maximizar las potenciales posibilidades que podría importar la concreción y vigencia del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos.

Es un axioma que Estados Unidos lleva la ventaja en materia educativa. Aun así, Colombia tiene todo por ofrecer. Y puede llegar a ser una oferta valiosísima de crearse las condiciones para ello.

Lo anterior, implica necesariamente avanzar en el concepto de la educación, entendiéndola como un producto susceptible de ser promovido mediante estrategias de mercadeo. Por lo tanto, fomentar, construir el camino del estudiantado colombiano hacia este camino, significa poder discutir las distintas alternativas en torno al concepto de internacionalización de la educación.

Finalmente, la educación es un tema que también hay que discutir en el Tratado de Libre Comercio. Por ello, la participación del Ministerio de Educación en el proceso de negociación deberá garantizar la calidad de la educación, proteger al alumno, favorecer la ampliación de cobertura con equidad y pertinencia y facilitar la movilidad de estudiantes desde y hacia el extranjero.

La última palabra sin embargo, no es de las instituciones de educación superior. Está en manos del gobierno colombiano, alcanzar una comprensión de esta problemática y, diseñar una política de estado que acoja a los estudiantes que desean capacitarse en el extranjero.

¿Quedará la educación colombiana a merced de cuestiones políticas? Esta investigación considera el TLC como un paso muy importante que se debe dar, para que el país pueda competir a escala global.

A pesar de lo sostenido, de no comenzar a problematizar en una planeación desde la instancia de la educación superior para la creación de oportunidades reales para estudiantes colombianos, significa no adelantarse a los hechos e implicancias que pudiera generar para el sector educativo, la vigencia del TLC, desincentivando a las futuras generaciones con más trabas que beneficios.

La apuesta de la interculturalidad usando el mercadeo, es una apuesta costosa y ambiciosa. Además es a largo plazo, por todo lo expuesto, sirva esta reflexión para conocer cuánto camino queda por recorrer en materia de fomento de oportunidades de educación en el extranjero.

Finalmente, se espera, con este breve estudio haber contribuido a explicar el por qué existe un potencial nicho de mercado importante en el que debe intervenir el mercadeo y de cómo éste se integra a una función social y política específica, cual es la generación de una masa de profesionales más capacitados de acuerdo con los desafíos de la denominada sociedad del conocimiento.

12. BIBLIOGRAFÍA

ALBORNOZ, Mario, FERNÁNDEZ POLCUCH, Ernesto y ALFARAZ, Claudio “Hacia una nueva estimación de la “fuga de cerebros””, *Documento de Trabajo* No 1, Centro REDES, Buenos Aires, noviembre. 2002.

ANEAS ÁLVAREZ, María Asunción. COMPETENCIA INTERCULTURAL, CONCEPTO, EFECTOS E IMPLICACIONES EN EL EJERCICIO DE LA CIUDADANÍA: Facultad de Pedagogía, Universidad de Barcelona, España.

BRANDI, María Carolina (2006): “La historia del braindrain”, *Revista Ciencia, Tecnología y Sociedad* (CTS) Vol. 3, No 7, Centro REDES-Universidad de Salamanca-OEI, Buenos Aires, septiembre.

CASTELLS, M. “LA ERA DE LA INFORMACIÓN: LA SOCIEDAD EN RED”: VOLI. Siglo XXI Ed. México.2001.

DA SILVA GUERRERA, Gisela. “Internacionalización de la educación y movilidad estudiantil”: Universidad del Norte, Colombia, 2009.

DE WIT, H. & KNIGHT, J QUALITY AND INTERNATIONALIZATION IN HIGHER EDUCATION. Paris: OECD, 1999.

DURÁN RAMOS, Teresa. GLOBALIZACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL:¿NUEVAS REGLAS? En: *Rev. Educ.* (2). 2002.

FLORES, Patricia. “movilidad internacional de graduados universitarios latinoamericanos hacia los países de la OCDE” UNGS-Centro REDES-IDES.Argentina.2008.

GACEL-AVILA, Jocelyne. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN AMÉRICA Latina y el Caribe. Reflexiones y Lineamientos. México, 2000.

GACEL ÁVILA, Jocelyne. “LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR- PARADIGMA PARA LA CIUDADANÍA GLOBAL”: Centro Universitario de Cs. Sociales. Universidad de Guadalajara, México 2003.

HAUG, Guy. “LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR: MÁS ALLÁ DE LA MOVILIDAD EUROPEA. Rev. *La Cuestión Universitaria* (6). 2010.

HERMO, Javier Pablo y PITTELLI, Cecilia. “LA CRECIENTE IMPORTANCIA DE LA MOVILIDAD ESTUDIANTIL TRANSNACIONAL: AMÉRICA LATINA Y LA OCDE EN VISIÓN COMPARADA” (en línea) Disponible en: http://www.inpeau.ufsc.br/wp/wp-content/BD_documentos/coloquio9/IX-1143.pdf [recuperado 10 de mayo de 2011]

HERMO, Javier yPITELLI, Cecilia: “GLOBALIZACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR. APUNTES PARA EL ESTUDIO DE LA SITUACIÓN EN ARGENTINA Y EL MERCOSUR”: *Revista Española de Educación Comparada*, 14 (2008).

IESAL-UNESCO INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR: NUEVOS PROVEEDORES EXTERNOS EN CENTROAMÉRICA IES. Mayo/ 2004.

JARAMILLO,Cristina Isabel “LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR Y SU DINÁMICA EN COLOMBIA”: Banco Mundial. JUNE 2003.

JARAMILLO V., Isabel. “UNA APUESTA POR LA INTERNACIONALIZACIÓN: EL CONCEPTO”: universidad de Cundinamarca, Colombia, 2006 (PPT) .

KNIGHT, J. INTERNATIONALIZATION REMODELED: DEFINITIONS, APPROACHES AND RATIONALES. *Journal of Studies in International Education*, vol. 8, 2004.

LUCHILO, Lucas. MOVILIDAD DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR. *Rev. iberoam. cienc. tecnol. soc.* [online]. 2006, vol.3, n.7 [citado 2011-05-24], pp. 105-133

MANES, Juan Manuel. GESTION ESTRATEGICA PARA INSTITUCIONES EDUCATIVAS, Ediciones Granica, Buenos Aires, 1999/2004

MANES, Juan Manuel. “MARKETING EDUCATIVO, GESTIÓN ESTRATÉGICA Y CALIDAD TOTAL: UN CÍRCULO VIRTUOSO”: UBO, Buenos Aires, 2008 [obra inédita]

MEN, EDUCACIÓN SUPERIOR - Boletín informativo N0. 6 – enero – marzo 2009.

OTEIZA, Enrique. “LA EMIGRACIÓN DE PERSONAL ALTAMENTE CALIFICADO DE LA ARGENTINA: UN CASO DE "BRAIN DRAIN" LATINOAMERICANO”, *Documento de trabajo* No 41, Instituto Torcuato Di Tella, Buenos Aires. 1969.

RIVAS, José Antonio. “ACUERDOS BILATERALES RECIENTEMENTE SUSCRITOS Y EN PROCESO”: Ministerio de Comercio Industria y Turismo. República de Colombia. PPT, 2008.

RAMÍREZ, Juan Carlos. “Aspectos no comerciales del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos”: CEPAL, Bogotá, 2005.

UNESCO. “DECLARACIÓN MUNDIAL SOBRE LA EDUCACIÓN SUPERIOR, VISIÓN Y ACCIÓN. Documento de la Conferencia Mundial, París. 1998

VALLE Javier M. y GARRIDO, Rocío. MONOGRÁFICO Revista Fuentes, 9, 2009.

ZARUR MIRANDA, Xiomara. “INTEGRACIÓN REGIONAL E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE” CAPÍTULO 6. ITESAL-UNESCO. Venezuela, 2009.

Global University Network for Innovation. LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL MUNDO 2007. ACREDITACIÓN PARA LA GARANTÍA DE LA CALIDAD: ¿QUÉ ESTÁ EN JUEGO?, GUNI SOBRE EL COMPROMISO SOCIAL DE LAS UNIVERSIDADES 2. Mundi-Prensa, España. 2006.