
Evaluación comparativa del Reino Unido como destino de estudios

British Council



Equipo de Investigación

Sarah O'Sullivan

Justin Axel-Berg

Christopher Billington

Ingrid Le Van

Milagros Berríos

Isabella Cotta

Pedro Belasco

Fernanda Gusmão Louredo

Donovan Landa

Rosy MacQueen

Equipo del proyecto - British Council

Lisdey Espinoza

Patricia Santos

Angy Herrera

Agradecimientos

El British Council agradece por sus notables aportes a quienes participaron en la exitosa culminación de este estudio para la región de las Américas. Extendemos nuestra profunda gratitud a los ex alumnos en el Reino Unido, agentes educativos y asesores, así como a otros actores involucrados en el sector educativo internacional por sus valiosas contribuciones. Su participación en las encuestas, entrevistas y reuniones enriqueció el alcance y dio mayor profundidad a nuestras pesquisas.

Extendemos una mención especial al equipo que desarrolló esta investigación. Les agradecemos sinceramente por el espíritu colaborativo y la cooperación lograda por ambas partes. Esta publicación sirve como muestra de los esfuerzos colaborativos que han culminado en una exploración integral y llena de hallazgos valiosos sobre el panorama de la educación internacional en las Américas.



Joanna Burke
Directora Regional

Introducción / Prólogo

La presente investigación explora a profundidad el panorama de la educación internacional desde dos perspectivas: la de alumnos y exalumnos, y la de los agentes educativos. Asimismo, nos ofrece un mapa de agentes y redes clave en las Américas con vínculos a ambos sectores, ofreciendo de este modo información y análisis en temas vinculados con educación internacional en Brasil, Colombia, México y Perú.

Este informe no solo brinda puntos de referencia sino también recursos para entender mejor los distintos contextos locales y responder de forma efectiva a las necesidades de mercado. La primera parte de la publicación ofrece una cartografía de agentes y redes de agentes en cuatro países, proporcionando de este modo un repaso general de los servicios y programas que ofrecen, así como información detallada acerca de sus socios en el Reino Unido, con un enfoque en educación superior.

La segunda parte nos presenta los perfiles socioeconómicos de estudiantes y exalumnos entrevistados por el equipo de investigación. Se mencionan los historiales académicos, áreas de interés presentes y futuras, formatos de programas de estudio predilectos y canales de comunicación. Asimismo, incluye sus puntos de vista acerca del Reino Unido como destino educativo.

En la tercera parte se examinan los principales mecanismos de financiamiento para la movilidad estudiantil en Brasil, Colombia, México y Perú. Estos incluyen becas y préstamos otorgados por gobiernos nacionales, así como diversas fuentes de financiamiento privadas. También se ofrece un panorama de la participación conjunta entre universidades británicas y entidades gubernamentales con participantes clave en dichos países.

El producto final del estudio es un panorama actualizado de los países involucrados y sus vínculos con el Reino Unido. Se pone énfasis en las potenciales oportunidades, las áreas poco exploradas y las barreras que requieren atención. Un punto notable en el que se hace hincapié es la importancia de que las partes relevantes a nivel local e internacional trabajen estratégicamente para promover que las experiencias educativas en Reino Unido vean por la inclusión, el apoyo y el éxito del estudiantado.

El presente informe tiene el objetivo de establecer al Reino Unido como destino académico para los estudiantes de Latinoamérica. Con este fin, se analizan las tendencias de reclutamiento de Australia, Canadá y Estados Unidos, tres de los destinos angloparlantes más populares entre la comunidad estudiantil de Brasil, Colombia, México y Perú.

Este análisis también buscó entender qué factores pueden impulsar a los estudiantes a elegir estos destinos. Para ello, se llevó a cabo una evaluación de las acciones de cada país en su mercado interno, incluyendo una revisión de su actividad en redes sociales.

En enero de 2023 se aplicó una encuesta a 45 agentes educativos de Latinoamérica para evaluar su percepción de los motores principales por los que sus clientes eligen un destino académico internacional, así como para encontrar la proporción de clientes de educación superior que financian sus propios estudios o que reciben ayuda de becas o préstamos educativos y, finalmente, para investigar qué tipo de apoyos les serviría para aumentar el número de solicitudes a universidades británicas. Se realizó un estudio

adicional para evaluar las necesidades, deseos, actitudes y preocupaciones de los estudiantes con relación a la educación superior internacional en el que compartieron sus opiniones 921 personas de clase social alta provenientes de Brasil, Colombia, México y Perú.

Evaluación comparativa del Reino Unido como destino de estudios

British Council

Contenido

Resumen ejecutivo.....	7
Brasil.....	9
Colombia.....	46
México.....	81
Perú	116

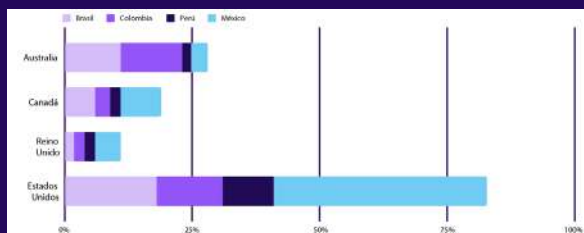
Resumen ejecutivo

Las agencias de Brasil, Colombia, México y Perú indican que, en su mayoría, sus clientes no piensan automáticamente en el Reino Unido al considerar cursar estudios de pregrado o posgrado. Reino Unido estaba mejor posicionado en el mercado históricamente. Los agentes consideran que el precio de los programas de estudio y el costo de vida en el Reino Unido llegan a ser prohibitivos, además de que desean recibir más capacitación y apoyo para promover al Reino Unido como destino académico. Sin embargo, las opiniones de los estudiantes no siempre apuntan a la asequibilidad como una preocupación primordial y tienen, en general, una imagen positiva del país y del peso de recibir una certificación británica, además de tener un deseo por saber más sobre la vida estudiantil en el Reino Unido y entender las ventajas de las certificaciones académicas en el mercado laboral.

Los marcadores de éxito entre los destinos competidores incluyen el lanzamiento de la plataforma Study Australia Experience con campañas en medios a nivel nacional en todo Latinoamérica en 2022, con contenido en español y portugués. La plataforma tiene información limitada sobre universidades australianas específicas, obligando así al registro con datos de contacto para obtener más detalles y así entablar la relación directa con los interesados. EducationUSA tiene gran actividad en la región y cuenta con representantes en muchas ciudades de cada mercado fuente, además de estar estrechamente alineado con universidades y organizaciones promotoras de becas.

Los colegios comunitarios son una alternativa popular para los estudios de nivel superior en Estados Unidos y Canadá, junto con los programas VET en Australia. Tanto Canadá como Australia ofrecen excelentes opciones posuniversitarias con el potencial de migrar a largo plazo.

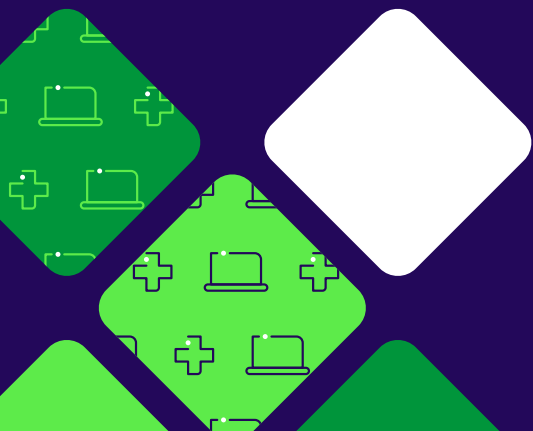
Muchas de las recomendaciones incluidas en este informe se trasladan entre los cuatro países, entre ellas, la necesidad de desarrollar redes robustas de agentes y escuelas privadas, con la observación adicional de que muchos de los reclutados latinoamericanos que cursan estos programas ya tienen más de 20 años y trabajan. Se recomienda desarrollar la marca #StudyUK en cada mercado, acompañada por campañas de comunicación estratégica que incluyan contenido en español y portugués específicamente para la presencia en redes sociales en cada país. Casi todo el contenido que ya está disponible en las páginas globales de #StudyUK funcionaría para la región si se traduce. Se considera pertinente lanzar la plataforma Study UK en español y portugués a la par de los eventos en ciudades clave para su lanzamiento, los cuales combinarían actividades B2B con agentes y asesores escolares, además de realizar eventos de reclutamiento en los que participarían algunos exalumnos como embajadores. Se identificó una fuerte demanda de cursos en línea en la región junto con una escasez de competencias específicas en cada mercado. También se recomienda crear vínculos con las secretarías gubernamentales y asociaciones industriales en toda la región.



Este informe utiliza datos de la UNESCO sobre estudiantes de nivel superior con movilidad internacional para medir la participación de mercado y comparar el desempeño entre los destinos. Sin embargo, estos datos de la UNESCO discrepan en ocasiones de los datos oficiales de los diferentes destinos.

También se utiliza el Índice de Dominio del Inglés EF (EF EPI) como la base de datos más grande de su tipo a nivel global, aunque se reconoce que no refleja con absoluta precisión las tasas de dominio del idioma, por lo que se utilizan medidas adicionales que estén disponibles.

Brasil





Brasil

Población	215 millones
PIB 2022	USD \$1.8 billones
Tasa de desempleo	8.7% (Q3 2022)

Recomendaciones principales:

- Alto nivel de involucramiento con el Ministerio de Educación para revisar el reconocimiento mutuo de certificaciones, el potencial para una oferta de VET por parte del Reino Unido y otras iniciativas posibles.
- Colaboración con asociaciones industriales para evaluar las habilidades específicas necesarias que se puedan abordar con cursos cortos en línea.
- Desarrollo de la marca #StudyUK con mensajes clave en redes sociales en portugués.
- Lanzamiento de una versión en portugués de la plataforma Study UK junto con una campaña mediática a nivel nacional y eventos presenciales en las ciudades principales.

Panorama de mercado

Con el territorio más grande y poblado de Latinoamérica, Brasil era la economía global número 12 en 2021 según su PIB nominal ([Banco Mundial](#)). Su recuperación económica en la postpandemia fue mejor de lo anticipado (Brasil reportó la segunda cifra más alta de fallecimientos registrados a nivel mundial), con un crecimiento del [2.9%](#) en 2022, impulsado por el gasto de los consumidores aunado a una caída en el consumo gubernamental y en las exportaciones. Cabe notar que todas las industrias principales indicaron un crecimiento económico positivo durante 2022, mientras que los aumentos globales en los precios de productos básicos como combustibles, alimentos y minerales reforzaron las exportaciones (que aumentaron casi 12% en 2022). La recuperación económica, no

obstante, se puede estancar con una baja global en los precios de estos productos.

País líder en producción de la canasta básica, Brasil cuenta un gran sector de servicios (el PIB en 2021 estuvo compuesto por 59.38% servicios, 18.86% industria y 6.89% agricultura). Aunque el gobierno actual ha logrado mantener la inflación baja con los recortes a aranceles de importaciones y subsidios a combustibles, la deuda nacional alcanzó el [80%](#) del PIB y la inflación llegó al 9% a finales de 2022.

El real brasileño, una de las [divisas con mejor desempeño](#) en 2022, puede reflejar las proyecciones pesimistas para 2023 a escala nacional y global.

> Situación política

El 1° de enero de 2023, Luiz Inácio Lula da Silva ('Lula'), se convirtió en el primer presidente en tomar posesión para un tercer término en la joven democracia brasileña. Su periodo anterior (2003-2010) estuvo marcado por el crecimiento económico y las reformas sociales que sacaron a millones de brasileños de la [pobreza](#), aunque su legado se vio opacado por los [escándalos](#) de corrupción. Tras vencer al presidente Bolsonaro por el margen más estrecho en la historia electoral moderna del país (50.9% contra 49.1%), se espera que Lula, cuya tendencia política es de izquierda, gobierne como centrista socialmente progresivo, con su vicepresidente de centroderecha, el ex gobernador de São Paulo, Geraldo Alckmin. Los desafíos para este nuevo gobierno serán el congreso [dominado](#) por simpatizantes de Bolsonaro y las erosionadas arcas del erario.

Las proyecciones económicas para Brasil son [mixtas](#), aunque hay cierto optimismo basado en que la popularidad internacional de Lula atraerá inversión extranjera a las industrias sostenibles ESG y fortalecerá al Mercosur en vías a nuevos tratados comerciales. Sin embargo, quedan dudas sobre su capacidad para equilibrar el precio de los programas de inclusión social que prometió durante su campaña debido a las demandas del mercado de recortar los gastos del gobierno, que aumentaron [de manera importante](#) durante la presidencia de Bolsonaro.

> Tasa de desempleo

La tasa de desempleo se ubicó en 8.7% en el [Q3 2022](#), la más baja registrada desde el Q2 2015. El número total de personas con empleo (99.3 millones) creció 1% (un millón más de personas con empleo) en el Q3 2022 y 6.8% (6.3 millones más de personas con empleo) en ese año. El número de personas con empleo formal creció 1.3% en relación con el trimestre anterior, para un total de 36.3 millones de personas (8.2% de crecimiento año tras año).

No obstante, el número de brasileños que realizan empleos informales en el sector privado (13.2 millones de personas) fue el más alto desde 2012. A partir del Q3 2022, la tasa actual de empleo informal es de 39.4% de la población con empleo (más de 39 millones de trabajadores informales), menor al [46%](#) de 2011.

El ingreso mensual promedio en reales de un hogar aumentó por primera vez desde junio de 2020, tanto en comparaciones trimestrales (3.7%) como anuales (2.5%), alcanzando los R\$2,737, conforme al [PNAD](#) (Encuesta Nacional Continua por Muestra de Hogares) publicado por el organismo nacional de estadísticas, el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE).

> Escasez de competencias

Brasil está enfrentando una aguda escasez de competencias, por lo que 81% de los empleadores no encuentran el talento con la mezcla adecuada de habilidades técnicas y blandas, según indica la [Encuesta de Escasez de Talento 2022 de ManpowerGroup](#) (el más alto porcentaje desde los primeros registros en 2012). Si bien la escasez de talento permea todas las industrias, la más grave se observa en el sector bancario y de finanzas (86%), en TI y tecnología y manufactura (84% cada una) y en los sectores educativo, de salud y gobierno (80% cada una).

El sector de TI también está batallando para encontrar personal capacitado; la Asociación Brasileña de Empresas de Software (ABES) indicó que 78% de sus encuestados en [2022](#) contrataban personal externo ("outsourcing") para intentar cubrir la brecha de competencias. Casi cuatro de cada diez empresas tuvieron dificultades para llenar vacantes en el área de TI. Por otro lado, un estudio de [Korn Ferry](#) sugiere que Brasil será uno de los países más afectados por la presente y futura escasez de competencias, una escasez de hasta 18 millones de trabajadores con habilidades

específicas para el año 2030. Estos déficits en competencias de TI son costosos y se [estima](#) que la escasez de personal en este sector condujo a pérdidas acumuladas equivalentes a unos R\$167 mil millones en el periodo de 2010-2020. La escasez de competencias de TI también se observa en sectores como la agroalimentaria y la red eléctrica inteligente, con otras 408,000 vacantes que no se lograron llenar al finalizar 2022.

Banca y finanzas	86%
TI y tecnología	84%
Manufactura	84%
Educación, salud y gobierno	80%
Mayoreo y menudeo	79%
Construcción	76%
Restaurantes y hoteles	66%

Escasez de talento en todas las industrias brasileñas en 2022. Fuente: [ManpowerGroup](#)

Top 5 campos con alta demanda		Top 5 habilidades blandas	
1	Tecnologías de la información	1	Razonamiento y solución de problemas
2	Servicio al cliente y front office	2	Resiliencia y adaptabilidad
3	Operaciones y logística	3	Proactividad
4	Ventas y mercadotecnia	4	Confiabilidad y autodisciplina
5	Administración y soporte en oficinas	5	Colaboración y trabajo en equipo

Top 5 campos y top 5 habilidades blandas con alta demanda en Brasil en 2022. Fuente: [ManpowerGroup](#)

> Educación

	Escolaridad / Nivel	Grados	Edad	Años
Primaria	Primaria (Enseño Fundamental I, II)	1-9	6-14	9
Secundaria	Secundaria / Bachillerato (Enseño Médio)	10-12	15-18	3
Terciaria	Licenciatura (Bachelerado / Licenciado)	-	-	4-6
	Especialización en posgrado (Especialização)	-	-	1
	Maestría (Mestrado)	-	-	1-2
	Doctorado (Doutorado)			2

Sistema educativo brasileño. Fuente: [Scholaro.com](#)

En Brasil, la educación básica se divide en tres niveles (ensino fundamental I; ensino fundamental II; ensino médio). El ciclo de tres años ensino médio ha atravesado una reforma importante y un gran cambio en el programa de estudios, el cual muchos educadores brasileños todavía intentan descifrar. Para acceder al sistema educativo de tercer nivel es un

prerrequisito contar con el diploma de bachillerato además de los exámenes de admisión de competencia vestibular o ENEM (Examen Nacional de Enseñanza Media).

Desde 2010, Brasil ha visto una mejoría constante en las tasas de completamiento de la educación secundaria superior para el grupo

de edad de 25-34 años, junto con una marcada elevación en las tasas de completamiento del tercer nivel educativo, según lo indica la [OCDE](#) (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2021). Aunque las tasas permanecen por debajo del promedio de la OCDE, al incremento en completamiento de educación secundaria superior entre 2009 y 2019 superó el promedio global. También se han observado mejorías diversas en la esfera educativa brasileña, aunado a una mayor participación en la educación impulsada por la Bolsa Familia, un sistema de transferencias de efectivo para familias de bajos ingresos; para recibir este subsidio, un prerrequisito es ir a la escuela. A su vez, un sistema de cuotas socioeconómicas y raciales ayudó a abrir más lugares en las universidades públicas para estudiantes que históricamente no habían tenido acceso a la educación superior.

Ocho de cada diez niños ([83%](#)) inscritos en el sistema educativo brasileño entraron a escuelas públicas en 2021 (35.3 millones de alumnos), la tasa más alta desde 2012. Sin embargo, el impacto de la pandemia en la educación pública presenta un caso de preocupación. El Instituto Brasileño de Geografía y Estadística ([IBGE](#)) indica que el extenso periodo en el que estuvieron cerradas las escuelas durante la pandemia (uno de los más largos del mundo, según la UNESCO) tuvo el impacto más marcado en los estudiantes del sistema público, dado que muchos quedaron excluidos de las clases virtuales por falta de acceso a internet o a equipo de cómputo.

Las tasas de abandono a causa de la pandemia crecieron de manera más notable en las universidades públicas que en las privadas, las cuales lograron hacer la transición a la educación remota con pocas interrupciones. Casi cuatro millones de brasileños abandonaron sus estudios de educación superior en 2020. Las tasas de finalización de estudios áreas dentro del campo de TI, incluso superiores al 70% en programas como sistemas de internet, ciencias de la computación e ingeniería

computacional, mientras que más de la mitad de los estudiantes abandonan las carreras de administración, derecho y enfermería. Casi el 80% de los alumnos de educación superior en Brasil estudian en universidades privadas, de los cuales el 62% estudia y trabaja, en comparación con el 40% que trabaja y estudia en universidades públicas. A nivel licenciatura, la mayoría del alumnado está conformada por mujeres (71%). A nivel licenciatura, la carrera más popular en Brasil es la de pedagogía (tres cuartos del alumnado estudian en línea), seguida por derecho y comercio.

Un [estudio](#) de 2015 sobre la edad promedio de los estudiantes de licenciatura sugiere que muchos de ellos no ingresan a la universidad inmediatamente después del bachillerato. La edad promedio de los alumnos de pedagogía es de 31 años; de historia, 30 años y de matemáticas, 28 años. Relaciones internacionales y tecnología tienen el alumnado más joven, con una edad promedio de 22 años.

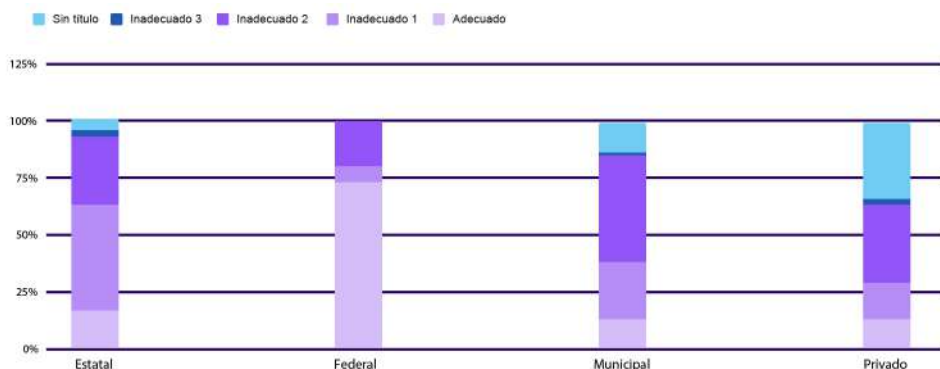
La oferta del sector privado para la educación de tercer nivel en Brasil se expandió considerablemente en las últimas décadas, además de que la educación en línea representa un área de crecimiento enorme, cuya demanda ha incrementado [428%](#) desde 2010.

La educación brasileña sufrió con los recortes presupuestarios del gobierno de Bolsonaro, en un contexto en el que el gasto en educación ya seguía una [tendencia a la baja](#) tras alcanzar su pico en 2014. Los gastos a discreción en educación cayeron 36% en 2019 (de BRL \$66.11 mil millones a BRL \$ 42.43 mil millones un año después).

> Dominio del inglés

Cada vez hay más vacantes profesionales que requieren el dominio del idioma inglés; por otro lado, el número de brasileños que buscan cursos de la lengua en el extranjero se ha duplicado [desde 2015](#). El inglés se enseña en casi todas las escuelas de Brasil, pero la calidad de la enseñanza es muy baja al igual que sus resultados. En 2014, en un [estudio](#) conducido

por el British Council, sólo 5% de los brasileños indicaron tener algún conocimiento del idioma y la mitad (47%) dijo tener conocimientos básicos. El Observatorio de la Lengua Inglesa presenta datos que muestran que el 70% de los profesores de inglés en el sistema de educación básica de Brasil no contaban con las certificaciones adecuadas ([2020](#)).



Certificaciones correctas de profesores del inglés en la educación básica brasileña 2020 (muestra de más de 64,000 profesores de diferentes tipos de escuelas). Fuente: [Observatório da Língua Inglesa](#)

Brasil ocupó el puesto 58 de los 111 países del [Índice de Dominio del Inglés EF 2022](#), avanzando de un dominio “moderado” por primera vez. A pesar de esta importante mejoría, Brasil sigue colocándose por debajo de sus vecinos latinoamericanos con menor nivel de desarrollo, incluyendo a El Salvador, Honduras y Bolivia. Los brasileños de 18-20 años y mayores de 41, muestran un nivel “bajo” de dominio del inglés conforme a EF; mientras que en el grupo de 21-40 años, su dominio era “moderado”. El índice de EF identificó ciertas ciudades brasileñas con

alto dominio, todas ellas superando el promedio global de 502 puntos.

Cabe notar, no obstante, que más de 32,000 alumnos brasileños están estudiando en algún destino angloparlante, lo que sugiere que hay un grupo grande de alumnos de Brasil que son bilingües. Más de 365,000 brasileños tuvieron movilidad internacional cursando programas de idiomas en [2018](#). Sin embargo, las cifras también consideran una movilidad relacionada con otros idiomas.

Ciudad	Puntaje de dominio EF	Nivel de dominio EF
Curitiba	567	ALTO
Florianópolis	562	
Porto Alegre	559	
Campinas	551	
Belo Horizonte	549	MODERADO
Uberlândia	540	
Londrina	538	
Brasília	537	
Rio de Janeiro	536	
Aracaju	532	
São Paulo	532	
Recife	526	
Vitória	525	
Goiânia	524	
Natal	523	
Fortaleza	522	
Salvador	513	
João Pessoa	510	
Campina Grande	508	

Ciudades brasileñas identificadas por tener un dominio del inglés "moderado". Fuente: [Hoja de Datos Regionales EF 2022](#)

> Acceso al internet

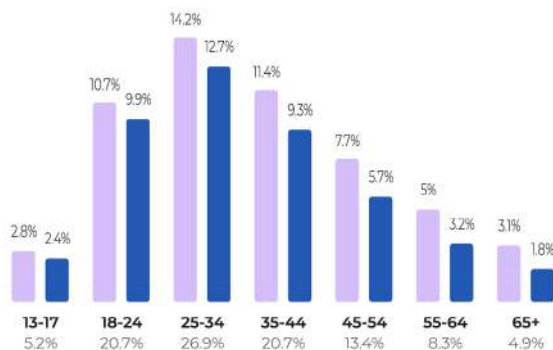
El acceso al internet en Brasil es notable dentro del contexto regional. El Banco Mundial estima que el **81%** de los brasileños estuvieron en línea en 2020, comparado con el **74%** de otros países de la región de Latinoamérica y el Caribe. El [Comité Gestor de Internet en Brasil](#) observó un incremento del 9% en la cantidad de conexiones domésticas a internet durante la pandemia, alcanzando un total 59.4 millones de conexiones.


En abril de 2021, el Ministerio de Comunicaciones de Brasil creó '[Wi-Fi Brasil](#)' con el fin de llevar internet gratuito de alta velocidad a las regiones menos desarrolladas del país, seguido por una

ley para crear el "Programa de Internet Brasil", la iniciativa para entregar 700,000 chips de 20 GB a niños de hogares de bajos recursos. Se han instalado más de 21,000 (21,608) conexiones a internet de alta velocidad gratis, 70% de ellas en zonas rurales, y en más de **15,000** escuelas. Tomando en cuenta que Brasil tiene más de 178,000 escuelas, a la iniciativa aún le queda mucho por hacer (sólo 8% de las escuelas han recibido este beneficio hasta la fecha). "Wi-Fi Brasil" ha recibido críticas por "obligar" a los beneficiarios a ver un video promocional del gobierno para poder acceder al internet.

> Uso de redes sociales

Más de 165 millones de brasileños usan redes sociales, conforme a [Statista](#), con un crecimiento estimado de 14% proyectado para 2027. Si bien el servicio de mensajería WhatsApp sigue siendo el medio principal de comunicación digital para el **96%** de los brasileños, Facebook es el campeón en cuanto a redes sociales. El grupo de edad más activo en las tres (Facebook, Instagram y LinkedIn) es de 25-34 años.

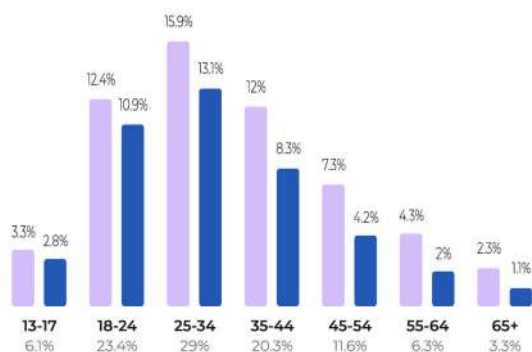



 Usuarios de Facebook en Brasil
2022

 **163 100 000**

 **54.9%**
Mujeres

 **45.1%**
Hombres

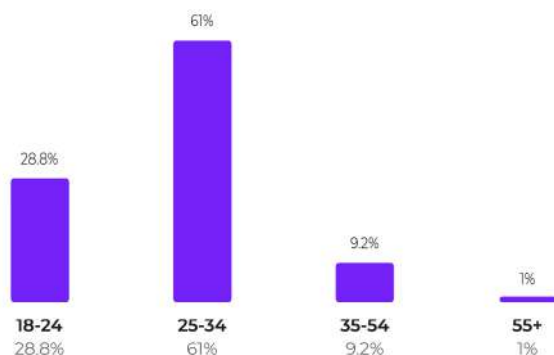



 Usuarios de Instagram en Brasil
2022

 **122 900 000**

 **57.6%**
Mujeres

 **42.4%**
Hombres



 Usuarios de LinkedIn en Brasil
2022

 **59 010 000**

Movilidad académica

Brasil es uno de los países más importantes en el mundo en cuanto a estudios en el extranjero. Según datos de la [UNESCO](#) sobre la internacionalización de la educación superior, eran más de 89,000 brasileños los que cursaban sus estudios en el extranjero en 2020, con 92%

en los diez destinos principales del país (37% de ellos angloparlantes). La UNESCO coloca al Reino Unido en el noveno lugar de los destinos más populares, como anfitrión del 2% de los estudiantes brasileños de educación superior con movilidad internacional.



Internacionalización de la Educación Superior desde Brasil. Fuente: [UNESCO](#)

Destino	Número de estudiantes de educación superior internacionalizados	Porcentaje total de estudiantes de educación superior internacionalizados
Argentina	20,515	23%
Portugal	18,081	20%
Estados Unidos	16,086	18%
Australia	9,538	11%
Canadá	5,151	6%
Alemania	4,868	5%
Francia	3,432	4%
España	2,068	2%
Reino Unido	1,627	2%
Italia	887	1%
Suma del Top 10	82,253	92%
Angloparlantes en el Top 10	32,402	37%
Total general	89,151	100%

Los diez países principales que reciben estudiantes de educación superior de Brasil. Fuente: [UNESCO](#)

Aprendizajes de la competencia

> Estados Unidos

Estados Unidos es el destino angloparlante más popular para los universitarios brasileños, conforme a cifras de la [UNESCO](#), y Brasil es el octavo mercado más grande en este mercado. El Departamento de Comercio de los Estados Unidos arrojó un conteo de [14,000](#) brasileños en universidades estadounidenses durante el año académico 2020- 21 (las cifras varían un poco de las que presenta la UNESCO), con un

valor de 758 millones de dólares para la economía local (52% en licenciatura, 30% en posgrado, 4% en programas de aprendizaje del inglés y 15% en OPT (Capacitación Práctica Opcional). Alrededor del [80%](#) de los estudiantes internacionalizados provienen de las regiones sur y sureste de Brasil, con los tres puntos principales de reclutamiento de los Estados Unidos ubicados en Río de Janeiro, Brasilia y São Paulo con la mayor proporción de solicitantes (36%).

Año	Número de estudiantes brasileños	Cambio anual
2015	23,675	-
2016	19,370	-18%
2017	13,089	-32%
2018	14,620	12%
2019	16,059	10%
2020	16,671	4%
2021	14,000	-16%

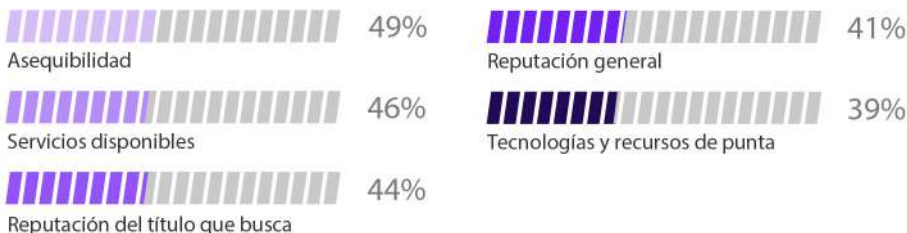
Estudiantes brasileños en Estados Unidos 2015-2021 y cambio porcentual año tras año. Fuente: **Departamento de Comercio de los Estados Unidos**

Tipo de institución estadounidense	%
Carreras técnicas (dos años)	17%
Licenciaturas (cuatro años)	5%
Maestrías en colegios y universidades	12%
Universidades con programas de doctorado	64%
Institutos de especialidades	3%
Instituciones públicas	61%
Instituciones privadas	39%

Estudiantes brasileños en Estados Unidos por tipo de institución. Fuente: **Departamento de Comercio de los Estados Unidos**

Top 5 factores influyentes

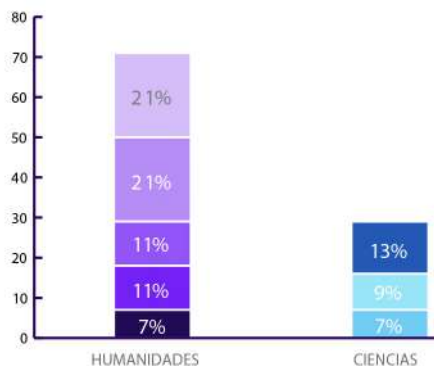
Los factores más importantes al elegir una universidad en E.U.:



Top 5 factores que influyen en la selección de universidades en E.U. de los estudiantes brasileños. Fuente: [Intead 2019](#)

Nivel académico	Número de estudiantes	% de estudiantes brasileños	Cambio % (2020 a 2021)
Licenciatura	7,273	52%	-13%
Posgrado	4,159	30%	-14%
Otros cursos	519	4%	-62%
OPT	2,049	15%	-3%
Total	14,000	100%	-

Estudiantes brasileños en los Estados Unidos por nivel académico y cambio porcentual año tras año. Fuente: **Departamento de Comercio de los Estados Unidos**



HUMANIDADES

71% DE LOS ENCUESTADOS

- 21% Administración y Negocios
- 11% Humanidades
- 11% Profesiones del Sector Salud
- 7% Bellas Artes y Artes Aplicadas
- 21% Otro

CIENCIAS

29% DE LOS ENCUESTADOS

- 13% Ingeniería
- 7% Ciencias biológicas y físicas
- 21% Ciencias informáticas/computacionales

Programas de interés entre el alumnado brasileño. Fuente: [Intead 2019](#)

Estados Unidos es atractivo por naturaleza para los estudiantes brasileños gracias a la prevalencia de la cultura norteamericana en televisión, en el cine y la música dentro de Brasil. Las universidades y colegios universitarios (“colleges”) de Estados Unidos han estado activos en Brasil por muchos años; además, se entiende que el reciente crecimiento de las preparatorias de E.U. que otorgan diplomas dobles (con envío digital y asociados con las escuelas brasileñas) ha impulsado la demanda para cursar la educación superior en E.U. Los community colleges gozan de especial popularidad debido a su menor costo y al potencial de transferirse más adelante a una universidad estadounidense.

[Pontes Americanas](#) (“American Bridges”) es un programa de EducationUSA que ofrece clases de inglés e información frecuente sobre oportunidades de estudios a través de una red de 655 institutos federales de todo Brasil. Con esta iniciativa, EducationUSA tiene acceso a más de un millón de estudiantes con sus 44 centros de asesoría de todo el país (la red de EducationUSA más grande del mundo). La Embajada de Estados Unidos dirige un centro de recursos para la redacción de ensayos que ofrece tutoriales en línea a más de 8,500 jóvenes brasileños.

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
EducationUSA Brasil		
Instagram	19,300	208
Facebook	89,427	2
LinkedIn	1,172	6
EducationUSA São Paulo		
LinkedIn	542	4%

Presencia de EducationUSA en redes sociales en Brasil, con número de seguidores e involucramiento promedio del público por diez publicaciones.

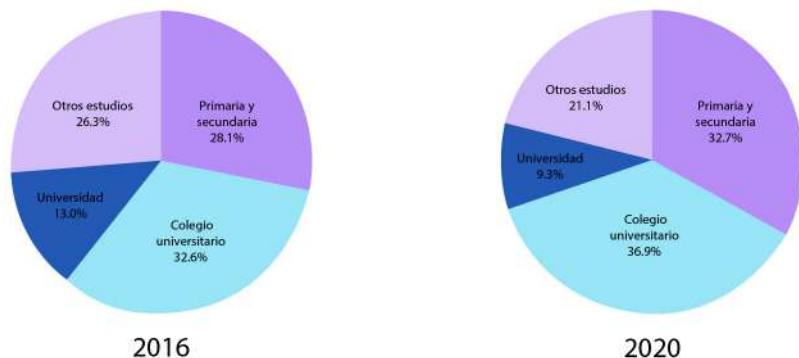
A pesar de tener muchos más seguidores en Facebook, EducationUSA tiene mucho más tráfico en Instagram con publicaciones que dan consejos puntuales, como “tips para elegir la universidad de tus sueños”, además de publicar detalles sobre cursos cortos y ferias educativas. EducationUSA Brasil tuvo un promedio de 208 interacciones (likes, reposts, comentarios) en sus últimas diez publicaciones en Instagram, comparado con un promedio de 2 en Facebook y 6 en LinkedIn.

> Canadá

Brasil fue la quinta fuente más grande de estudiantes internacionales para Canadá en [2019](#) y este destino se recuperó rápidamente después de la pandemia. Dos de las razones principales por las que Canadá es la elección de los brasileños son las opciones y posibilidades de trabajar al completar sus estudios y de obtener la residencia permanente en el país. Otro beneficio para los estudiantes son los cortos tiempos en los que se procesa la visa, en especial cuando están ansiosos por salir de Brasil y emprender su educación en el extranjero. Los colegios canadienses son muy populares entre los brasileños por su oferta de cursos más asequibles que los programas universitarios tradicionales y hay docenas de

estos colegios que tienen representantes de tiempo completo en Brasil.

El [mensaje](#) principal del gobierno en cuanto a promover a Canadá como destino académico se basa en (i) una alta calidad de vida; (ii) su sociedad segura e inclusiva, y (iii) oportunidades educativas excepcionales. También perpetúa este sueño la cobertura mediática constante sobre las opciones para residir permanentemente en Canadá y muchas de las agencias trabajan exclusivamente con este destino, ofreciendo un servicio integral que incluye asesoría migratoria y apoyo en este ámbito, además de las opciones educativas.



Visas de estudio otorgadas por Canadá a estudiantes brasileños por nivel educativo 2016 - 2020. Fuente: [ApplyInsights](#)

Año	Número de estudiantes brasileños	Cambio anual
2015	6,350	-
2016	7,295	15%
2017	8,865	22%
2018	10,245	16%
2019	10,230	0%
2020	6,040	-41%
2021	8,545	42%
2022	10,405	22%

Estudiantes con visas de estudio en Canadá 2015 - 2022. Fuente: [IRCC](#)

EduCanada usa sus páginas globales para promover la oferta canadiense y no tiene presencia específica para Brasil. A pesar de contar con muchos más seguidores en Facebook, se observa mayor involucramiento en Instagram.

El mensaje que promueven sus redes sociales está enfocado en ofertas de becas, publicaciones sobre escuelas individuales (incluyendo detalles sobre sus servicios de apoyo) y sobre las posibilidades de empleo para los graduados.

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
EduCanada (Global)		
Instagram	3,727	47
Facebook	72,000	30
LinkedIn	3,693	6

Redes sociales utilizadas por EduCanada; número de seguidores globales; promedio de involucramiento por cada diez publicaciones.

> Australia

Brasil representa el sexto grupo más grande de estudiantes extranjeros en Australia, escalando de la octava posición en 2021 (tras ser el cuarto en 2018). Las estrictas restricciones fronterizas y los confinamientos durante la pandemia impactaron en gran medida las cifras de estudiantes provenientes de Brasil y estas pérdidas aún no se han recuperado.

Austrade (la Comisión Australiana de Comercio e Inversión) es responsable de promover al país ante la comunidad estudiantil internacional, complementando sus esfuerzos con la labor de la red diplomática australiana y de los representantes locales de sus universidades. Austrade lanzó la campaña [‘Study Australia Experience’](#) en enero de 2022, con contenido disponible en español y portugués para los mercados latinoamericanos, cuyo objetivo era recuperar el mercado perdido por la pandemia.

Austrade contrató a una agencia local para sus comunicaciones y [presume](#) que su publicidad

dirigida alcanzó a 20 millones de estudiantes de la región durante sus primeros seis meses, atrayendo 310,000 visitantes y 37,000 usuarios registrados en la plataforma durante este mismo periodo. Se realizaron docenas de eventos presenciales en la región para la promoción de Australia y sus institutos educativos, con el apoyo de exalumnos embajadores, representantes de las universidades y agentes educativos, además de haber realizado una feria virtual de tres horas en junio de 2022 para 1,700 posibles estudiantes. En diciembre de 2022, se promovió ante el público brasileño el webinar titulado “Entendiendo las iniciativas recientes del gobierno australiano para ayudar a los estudiantes”. La segunda fase de la estrategia de Austrade incluirá eventos de mayor duración con más espacio para los institutos académicos además de refinar y aumentar su presencia en redes sociales y su mercadotecnia digital

Año	Número de estudiantes brasileños	Cambio anual
2015	17,260	-
2016	19,522	13%
2017	24,227	24%
2018	26,606	10%
2019	27,339	3%
2020	21,493	-21%
2021	14,646	-32%
2022	17,470	19%

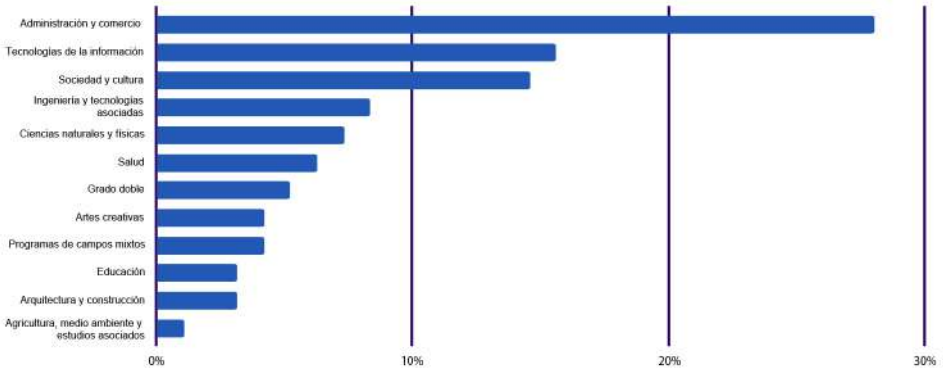
Brasileños con visas de estudio en Australia 2015-2022 y cambio año tras año. Fuente: [Gobierno de Australia](#), [Departamento de Educación](#).

Proveedor	Cifras de estudiantes	Porcentaje
VET	12,717	58%
ELICOS	7,301	33%
Educación superior	1,884	9%
Escuelas	51	0.2%
Sin grado	44	0.2%

Números de inscripciones de Brasil en Australia de enero-octubre 2022. Fuente: [Departamento de Educación de Australia](#).

Los alumnos de educación superior representan el 9% del total de alumnos brasileños escritos en institutos australianos durante el periodo de enero a octubre de 2022, según las [cifras](#) de la Secretaría de Educación, mientras que la mayor proporción (58%) prefiere programas vocacionales (VET) y una tercera parte (33%) cursa programas de aprendizaje del idioma (ELICOS).

Dos terceras partes (54%) de los alumnos brasileños de educación superior en Australia buscan cursos de posgrado, mientras que comercio y finanzas son las áreas preferidas (26% de inscripciones), seguidas por tecnologías de la información (15%).



Inscripciones de alumnos brasileños de nivel superior en Australia por campo, enero-octubre 2022. [Departamento de Educación de Australia](#)

Al parecer, las únicas redes sociales que emplea Study Australia Experience para dirigirse a Brasil son Instagram y Telegram, y, aunque no se pueden revisar las cifras de interacción para esta última, las diez publicaciones más recientes han tenido en promedio 453 vistas. Austrade tiene presencia global en Facebook e Instagram con las cuentas de ‘Study Australia’.

Austrade está vinculado con Adventus en Brasil y tienen programado un webinar para agentes brasileños para marzo de 2023.

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
Study Australia Experience - Brasil		
Instagram	4,339	81
Telegram	587	-
Study Australia (Global)		
Instagram	37,200	-
Facebook	366,000	-

Redes sociales que usa Study Australia Experience: número de seguidores; promedio de involucramiento por cada diez publicaciones.

> Reino Unido

El Reino Unido es el noveno destino preferido de los estudiantes brasileños según las cifras de la [UNESCO](#). Los datos de la tabla siguiente indican claramente que Reino Unido ha ido perdiendo mercado año tras año. Si bien se esperaba una pequeña baja causada por la conclusión del programa federal Science Without Borders, no se observan tendencias similares en otros mercados (Estados Unidos, Canadá, Australia).

Tres de cada cinco (60%) brasileños que estudiaban en universidades del Reino Unido durante el año académico 2020-2021 cursaban algún tipo de posgrado, mientras que el 39% completaba una licenciatura. Londres era la ciudad principal en el Reino Unido para los alumnos, donde se ubicaba 45% de los estudiantes de nivel superior provenientes de Brasil, por arriba de cualquier otra región británica.

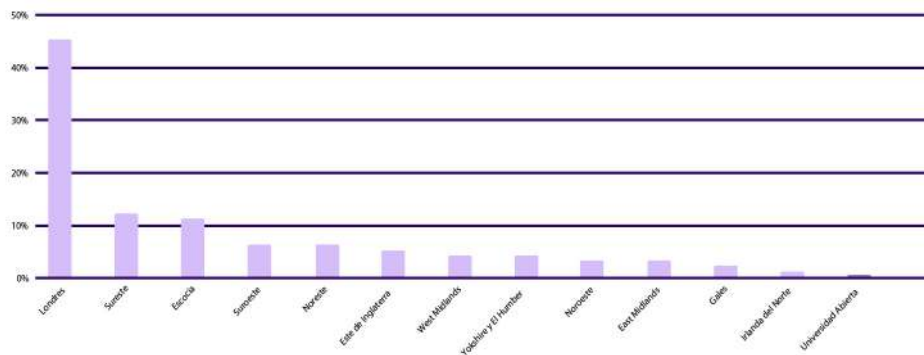
Año	Número de estudiantes brasileños	Cambio anual
2015	2,805	-
2016	2,190	-22%
2017	1,810	-17%
2018	1,750	-3%
2019	1,600	-9%
2020	1,645	3%
2021	1,465	-11%
2022	1,450	-1%

Alumnos brasileños de nivel superior en Reino Unido 2015-2021. Fuente: [HESA](#)

En 2016 se creó una [comisión técnica bilateral](#) con participantes de Brasil y de Reino Unido con el fin de discutir la posibilidad de otorgar reconocimiento mutuo a los posgrados obtenidos en ambas naciones y que culminó con la firma de un protocolo de intención. Este es un paso inusual en el contexto brasileño, donde los graduados con títulos extranjeros suelen necesitar identificar alguna universidad de Brasil que ofrezca un curso idéntico para obtener su reconocimiento, lo que además implica un procedimiento engorroso. Aún no está claro si se han tomado más acciones en esta área desde 2016, a pesar de las estimaciones iniciales de que el reconocimiento mutuo entraría en vigor en 2017. El sitio del [ENIC](#), el Centro Nacional de Información del Reino Unido, no hace ninguna mención sobre este acuerdo.

Posgrado (investigación)	21%
Posgrado (impartido)	39%
Licenciatura	37%
Otro grado	2%

Alumnos brasileños de nivel superior en Reino Unido 2020-2021. Fuente: [HESA](#)



Regiones del Reino Unido donde cursan estudios de nivel superior los alumnos brasileños 2020-2021. Fuente: [HESA](#)

El contenido en las redes sociales del British Council se enfoca principalmente en el IELTS y en otros materiales en idioma inglés. La interacción en Instagram es relativamente buena, mientras que en Facebook y en Twitter prácticamente no existe (basado en el promedio de las últimas diez publicaciones).

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
British Council Brasil		
Facebook	77,293	5
Instagram	24,100	177
Twitter	5,259	1
British Council (Global)		
Facebook	2,400,000	-
Instagram	182,000	-
StudyUK_britishcouncil (Global)		
Instagram	92,000	-
Study UK - British Council		
Facebook	628,880	-

Redes sociales usadas por el British Council Brasil; número de seguidores; nivel promedio de interacción por cada diez publicaciones.

Encuesta Exclusiva

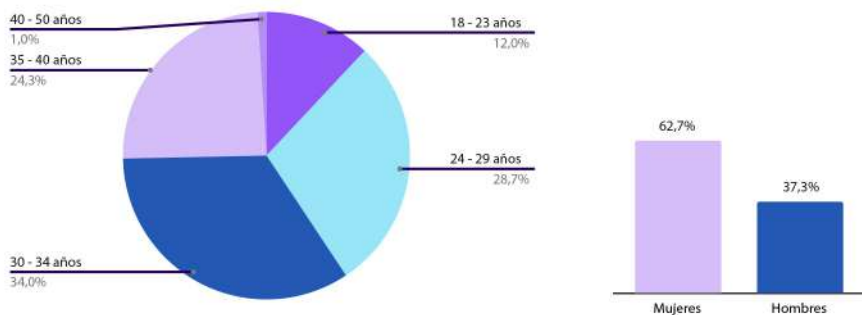
Panorama estudiantil en Brasil

En enero de 2023, 300 brasileños respondieron una encuesta exclusiva de parte del British Council. La población encuestada pertenecía al grupo de edad de 18–50 años, de los cuales el 12% tenía 18-23 años, 29% 24-29 años, 34% 30-34 años, 24% 35-40 años y 3 de los encuestados (1%) tenía más de 40 años.

En vez de elegir una ubicación específica dentro de Brasil para realizar la encuesta, se seleccionó a los encuestados con base en los ingresos por hogar; en este caso, debían tener un ingreso mensual mínimo de R\$8,000 (alrededor de GBP 1,250), colocándolos en los niveles socioeconómicos A y B (estos niveles incluyen aproximadamente al 14% de la

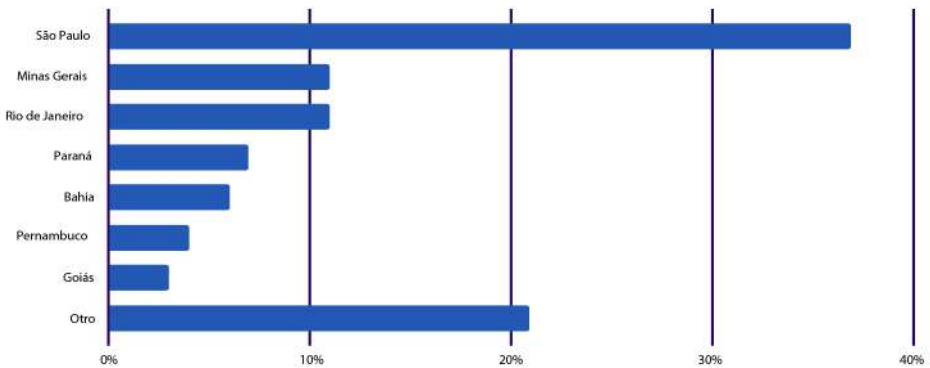
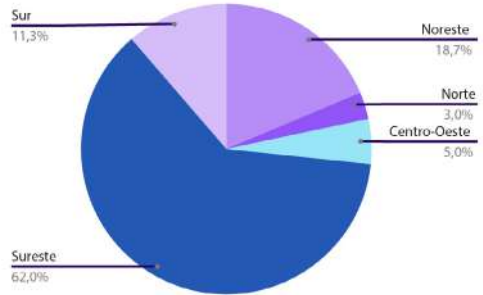
población o 30 millones de brasileños). Las respuestas se recibieron de 22 estados de todo el país, con una mayoría clara (62%) ubicada en la región sureste del país: 19% en la ciudad de São Paulo, 7% en Río de Janeiro y 6% en Belo Horizonte.

Tres cuartas partes de los encuestados usaron un teléfono celular u otro dispositivo móvil para responder, mientras que el resto utilizó una computadora de escritorio; además, el 63% de la población muestra fueron mujeres. Esta fue una encuesta remunerada dirigida a un público meta a través de la plataforma para encuestas Survey Monkey; no fue posible obtener información de contacto de los estudiantes.



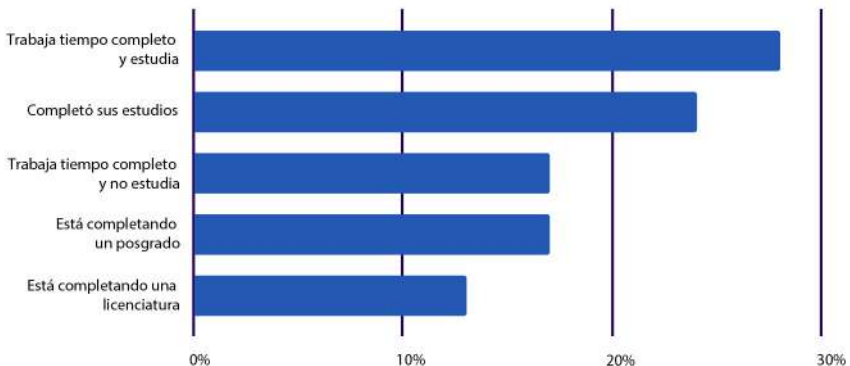
Perfil de edades y sexo de los encuestados en Brasil. Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

La mayoría de los estudiantes (84%) prefiere recibir información por correo electrónico, mientras que al 63% le gustaría recibirla por WhatsApp y al 58% por redes sociales. Por otro lado, el 16% indicó que le gustaría recibir información por correo y el 15% quisiera obtenerla en webinars. Sólo el 13% dijo que preferiría asistir a eventos en su ciudad para buscar información sobre las opciones de estudios en el extranjero.



Región y estado de los encuestados en Brasil. Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

> Estado actual de estudios

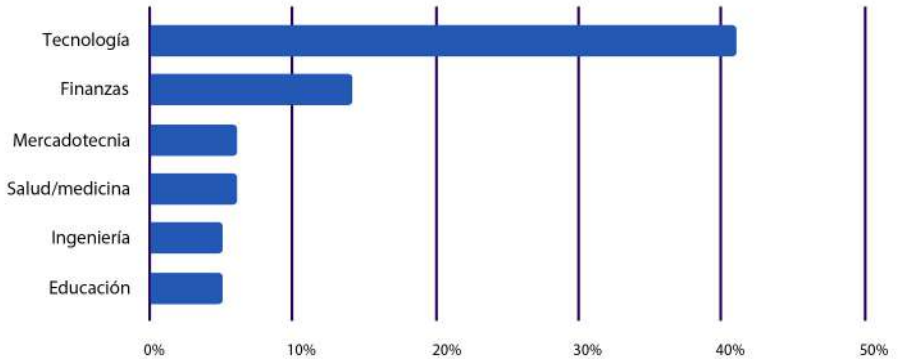


Estado actual de estudios de los encuestados en Brasil. Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

Seis de cada diez (58%) encuestados están estudiando actualmente. La mitad de ellos (49%) trabaja tiempo completo y está estudiando, el 29% está terminando un programa de posgrado y el otro 22% está

completando su licenciatura. Casi una cuarta parte de los encuestados (24%) respondió que había completado sus estudios mientras que el 17% forma parte de la fuerza laboral y no está estudiando por ahora.

> Aspiraciones profesionales a futuro

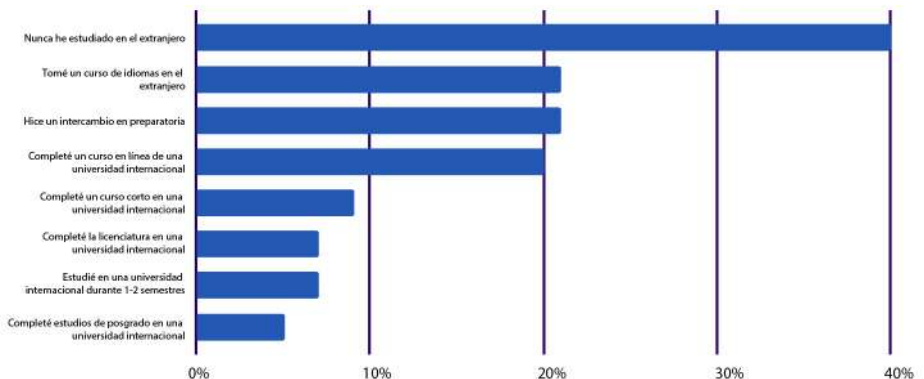


La opción más popular entre los encuestados fue una carrera en tecnología (41%), seguida por finanzas en segundo lugar (14%), mercadotecnia en tercero (7%), salud (6%) e ingeniería (5%).

¿Cuáles de estos sectores describe mejor la carrera que quieres perseguir en un futuro? Las seis respuestas principales.

Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

> ¿Has estudiado en el extranjero?



¿Has estudiado en el extranjero? (Selecciona hasta tres opciones). Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

Veintiuno (7%) de los encuestados brasileños indicó haber completado su licenciatura en una universidad internacional, 14% de los cuales también completaron sus estudios de posgrado en el extranjero. La mitad (52%) de este subgrupo ya había participado en un programa de intercambio en preparatoria y el 19% cursó un programa de lenguas internacional.

Uno de cada veinte encuestados completó su posgrado en el extranjero y 47% cursó un programa de idiomas en el extranjero. Una quinta parte de quienes decidieron estudiar el posgrado en el extranjero ya había completado su licenciatura en una universidad internacional.

Una quinta parte (21%) de los encuestados completó un programa de lenguas en el extranjero y una quinta parte de este subgrupo

también tomó parte en un intercambio en preparatoria; 17% de ese mismo grupo completó un programa de licenciatura internacional y la misma proporción indicó haber completado un programa en línea de una universidad internacional; el 11% completó un programa de posgrado en el extranjero y el 12% dijo haber completado un curso corto de una universidad internacional.

Una quinta parte (21%) de los encuestados cursaron un programa de intercambio internacional en preparatoria y el 6% reportó haber completado un programa de licenciatura o un intercambio de uno o dos semestres en el extranjero, mientras que el 5% buscó hacer sus estudios de posgrado en el extranjero.

> ¿Has considerado estudiar en una universidad del Reino Unido?

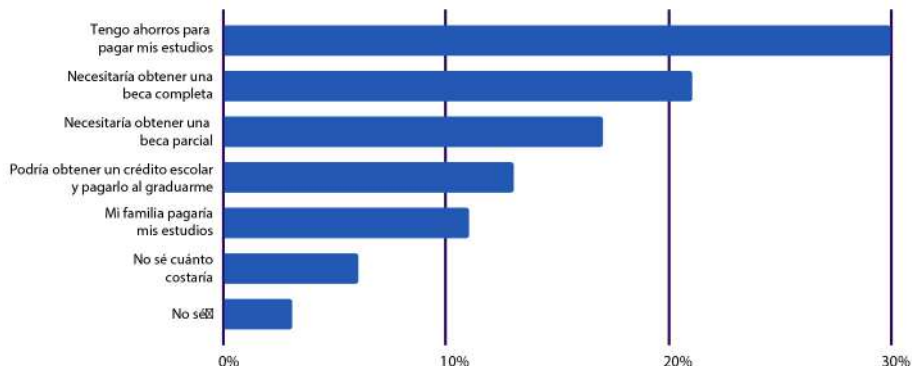
Al preguntar si alguna vez habían considerado estudiar en el Reino Unido, el 42% respondió que era su sueño (aunque 9% de ellos también dijeron que su sueño era estudiar en el extranjero y que nunca habían considerado Reino Unido), 14% de los cuales indicaron que necesitarían mejorar su dominio del inglés primero; 35% había escuchado cosas muy buenas sobre el sistema educativo británico y el 30% pensó que estudiar en el Reino Unido mejoraría mucho sus prospectos de carrera. En este mismo grupo, 6% consideraría estudiar en el Reino Unido si existiera algún tipo de crédito para ello y el mismo porcentaje dijo que sólo sería una opción si obtuviera una beca. Otro 9% de este subgrupo quisiera completar un curso en línea impartido por una universidad británica.

Casi uno de cada cinco jamás había pensado en estudiar en el Reino Unido, pero lo consideraría, aunque 29% de ellos había escuchado cosas muy buenas sobre el sistema educativo británico, y 23% pensó que sería benéfico para su desarrollo profesional. Una cuarta parte de este grupo (23%) indicó que tendría que mejorar su nivel de inglés primero y el 11% estudiaría en el Reino Unido si pudiera obtener un crédito para la educación y 21% si obtuviera una beca.

Es mi sueño estudiar en el Reino Unido	42%
He oído cosas muy buenas sobre la educación en el Reino Unido	35%
Creo que estudiar en el Reino Unido mejoraría mucho mis prospectos profesionales	29%
Es mi sueño estudiar en el extranjero, pero no había considerado el Reino Unido	24%
Necesitaría mejorar mucho mi inglés	17%
Nunca he pensado en estudiar en el Reino Unido, pero lo consideraría	17%
No me interesa estudiar en el extranjero	2%
Me gustaría tomar cursos en línea de una universidad del Reino Unido	12%
Sólo podría ir si obtuviera una beca	11%
Estudiaría en el Reino Unido si hubiera un crédito que pudiera pagar después de graduarme	8%
No me gustaría viajar tan lejos de casa	2%
Estudiar en el Reino Unido es demasiado caro para mí	1%
Nunca he escuchado mucho sobre estudiar en el Reino Unido	1%

¿Has considerado estudiar en una universidad del Reino Unido? (Selección hasta tres respuestas). Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

> ¿Cómo pagarías tus estudios en el extranjero?



Si fueras aceptado, ¿cómo pagarías tus estudios en el extranjero? Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

Cuatro de cada diez (41%) encuestados dijeron que podrían pagar sus estudios en el Reino Unido de manera privada (de ellos, 73% cuenta con ahorros propios y el resto indicó que su familia cubriría los costos). El 37% de los encuestados necesitaría el apoyo de una beca;

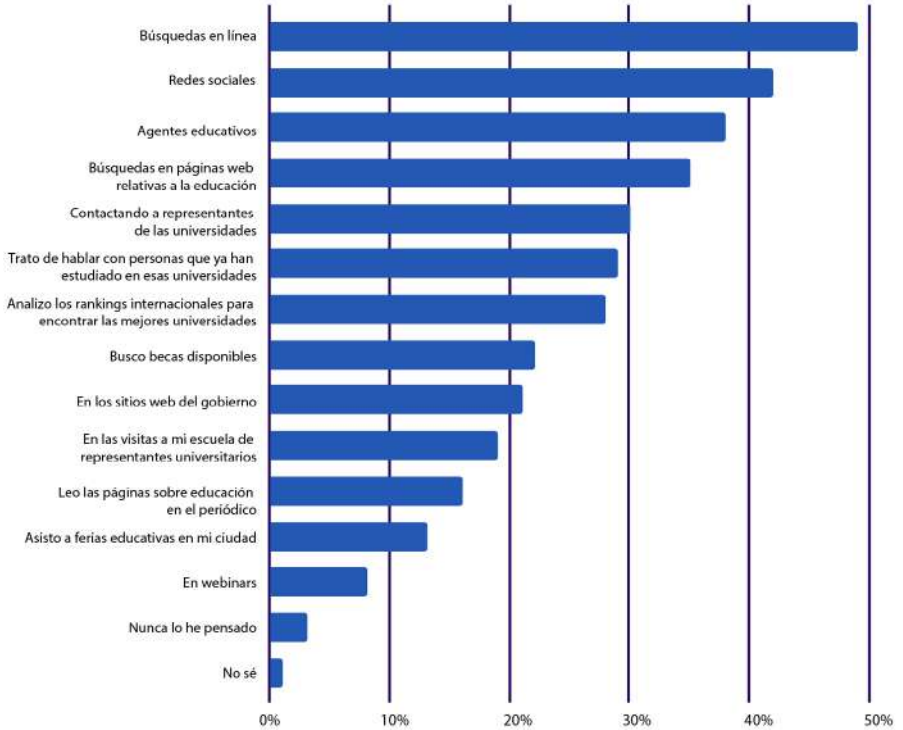
de este subgrupo, 54% necesitaría una beca completa. El 13% cree que podría obtener un crédito para su educación que pudiera pagar después de graduarse; 6% no sabe cuánto costaría y 3% no sabe cómo pagaría sus estudios.

> ¿Cuál es la mejor fuente de información sobre estudios en el extranjero?

Las búsquedas en línea fueron el medio más popular para encontrar información sobre estudios en el extranjero, opción que seleccionó 49% de los encuestados; 42% se referiría a los agentes educativos y 38% buscaría en redes sociales. Los sitios web sobre educación son la opción del 35%, mientras que el 16% recurriría a las secciones sobre educación de los periódicos.

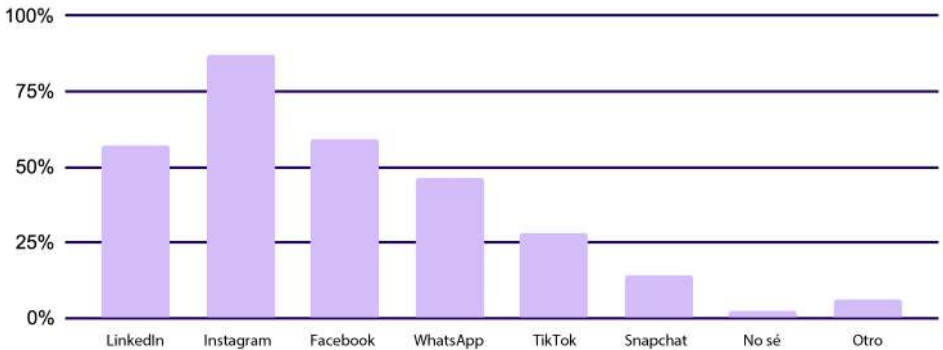
Las voces de exalumnos sobresalen como una fuente de información para el 29% de los

encuestados, mientras que el análisis de rankings internacionales son un buen modo de informarse para el 28%. Uno de cada cinco (22%) buscaría las ofertas de becas. Casi la mitad (43%) mencionó contactar a los representantes de las universidades (combinando dos respuestas que hacen referencia a personal). Sólo el 13% indicó que su método preferido es asistir a las ferias educativas y el 8% mencionó los webinars. Las páginas web del gobierno son una buena fuente informativa para el 21% de los encuestados.



¿En dónde buscarías información sobre estudios en el extranjero? (Selecciona hasta cinco opciones). Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

> ¿Cuál es la mejor red social para informarte sobre estudios en el extranjero?

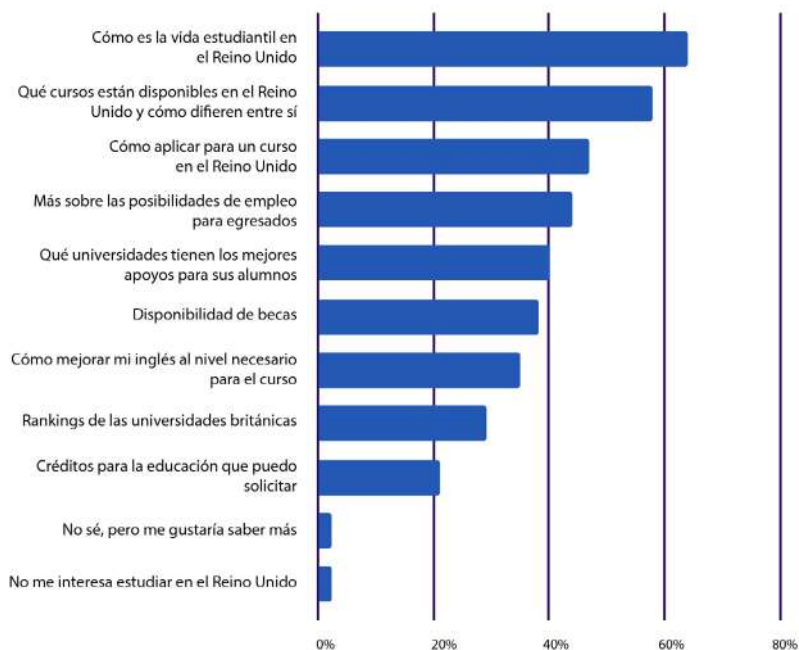


¿Qué red social usarías para buscar más información sobre oportunidades de estudio?
Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

Entre las redes sociales, Instagram es la mejor fuente de información sobre estudios en el extranjero, según los estudiantes brasileños, por lo que fue la primera opción para el 87% de los encuestados, seguida por Facebook para el 59% y LinkedIn que es la mejor para el 57%. Casi la

mitad (46%) considera a WhatsApp un buen modo de obtener información, 28% seleccionó TikTok y 14% a Snapchat. Aunque YouTube no apareció como una opción en esta encuesta, 3% sugirió la plataforma de videos.

> ¿Qué te gustaría saber sobre estudiar en Reino Unido?

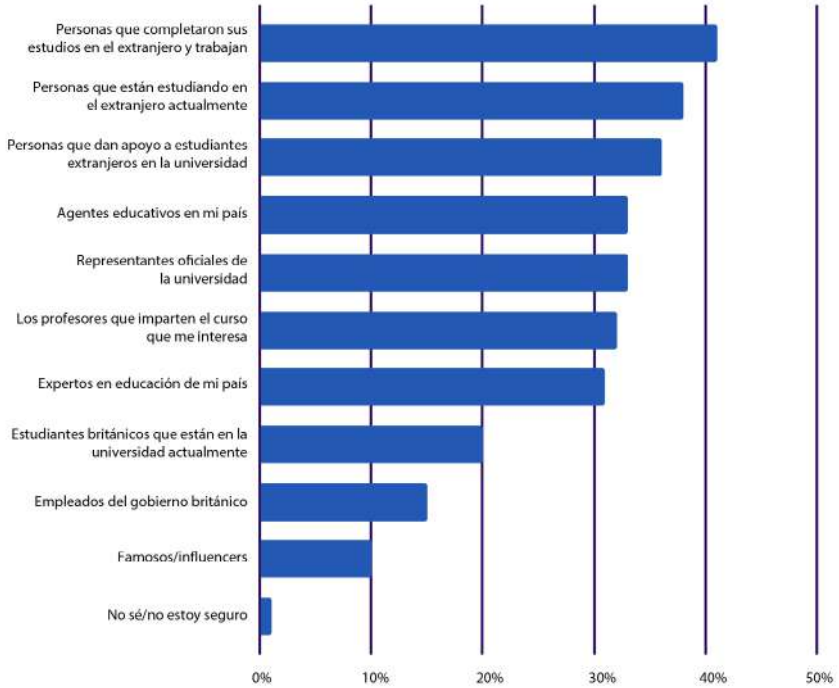


¿Qué más te gustaría saber más sobre estudiar en el Reino Unido? (Selecciona todas las opciones que apliquen).
Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

La mayoría de los encuestados brasileños (64%) desean saber más sobre la vida estudiantil en el Reino Unido; 58% desea entender mejor la oferta de cursos en el país y cómo varían ciertos cursos entre sí; por otro lado, 47% quiere entender el proceso para enviar su solicitud para cursar sus estudios. Al 44% le interesa conocer la posibilidad de obtener empleo como egresados; 40% quiere saber cuáles son las universidades británicas con los mejores sistemas de apoyo

disponibles a los estudiantes; 38% busca las becas disponibles y el 21% tiene curiosidad sobre la disponibilidad de créditos para la educación en el extranjero. Para el 35% de la población muestra, es importante conocer el nivel de inglés que necesitan para estudiar en una universidad del Reino Unido y el 29% quiere saber más sobre los rankings internacionales. Apenas un 2% indica que no le interesa estudiar en el Reino Unido.

> Fuentes de información confiables



Al buscar información sobre estudios en el extranjero, me gustaría escuchar a (selecciona tres).
Fuente: British Council Brazil Survey por SOS Education Consultancy 2023

Los estudiantes brasileños están muy interesados en conocer la experiencia de estudiar en el extranjero de sus compañeros; el 41% desea conocer la opinión de los que han terminado una carrera en el extranjero y están trabajando actualmente, mientras que el 38% quiere conocer la opinión de compañeros que están estudiando en el extranjero en este momento. Les interesan menos los testimonios de estudiantes británicos que cursan actualmente estudios en universidades del Reino Unido y sólo el 20% eligió ésta como fuente de información preferida. Para el 55% de los encuestados, su preferencia es ponerse en

contacto con los responsables de dar apoyo a los estudiantes en las universidades de destino o con los representantes de las universidades. Los agentes educativos fueron citados por el 33% de los encuestados; al 32% le gustaría escuchar información de los académicos que imparten los cursos que les interesan, mientras que otro 31% quisiera saberla de parte de expertos en educación en Brasil. Sólo al 15% le gustaría tener acceso a información sobre estudios en el extranjero de personas que trabajan para el gobierno del Reino Unido y al 10% le gustaría oír hablar de estudios en el extranjero a celebridades locales o influencers.

Encuesta Exclusiva

Panorama de agencias de Brasil

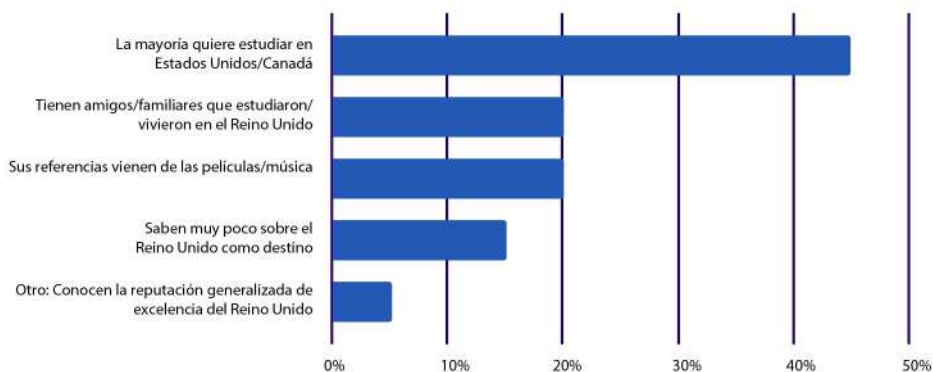
Veinte agentes educativos de Brasil respondieron a una encuesta en enero de 2023 en nombre del British Council. Se les planteó una serie de preguntas sobre cómo perciben sus clientes el Reino Unido como destino de estudios y se les invitó a identificar algunos de los retos a los que se enfrentan al vender educación superior a sus clientes. Muchas preguntas eran de opción múltiple y permitían a los agentes elegir más de una opción. Todas las preguntas ofrecían un espacio abierto para que los agentes dieran su propia respuesta si así lo deseaban.

Casi la mitad (45%) de los agentes brasileños indicaron que la mayoría de sus clientes desean estudiar en Estados Unidos o Canadá. Dos tercios dijeron que sus clientes tienen referencias

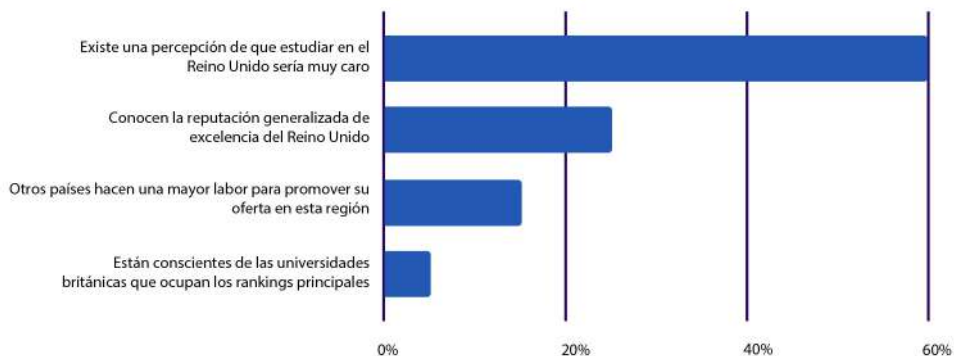
personales o culturales sobre el Reino Unido, ya sea por familiares o amigos que han visitado el país (20%) o por los mensajes culturales que se transmiten en películas o en la música (20%).

Existe una percepción dominante (60%) de que los estudiantes prospecto de Brasil consideran que el Reino Unido es un destino académico oneroso, mientras que el 15% cree que otros países promueven más las oportunidades de estudio en el extranjero. Una cuarta parte de los agentes notaron un conocimiento sobre el nivel de excelencia que representa Reino Unido para sus clientes y un agente indicó que estos clientes tienen conciencia de las universidades del Reino Unido que dominan los rankings.

> ¿Qué saben tus clientes del Reino Unido como nación?



> ¿Qué saben tus clientes del Reino Unido como destino académico?

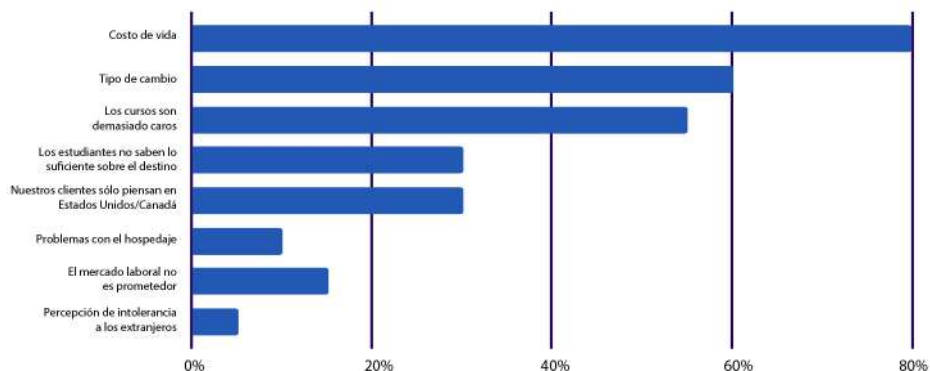


> ¿Qué motiva a tus clientes a elegir un instituto educativo?

Motivo	Proporción de agentes que indican este motivo
Permite trabajar mientras estudia	70%
Costo del curso	65%
Costo de vida	55%
Tipo de cambio	40%
Calidad de vida	40%
Calidad de enseñanza	35%
Proximidad a otros países europeos	35%
Possibilidad de pagos parciales	35%
Aspectos culturales	30%
Turismo/oportunidades culturales	30%
Rankings internacionales	30%
Oportunidades para ingresar en la fuerza laboral al completar los estudios	25%
Seguridad	25%
Clima	15%
Expectativas salariales	10%
Información en línea/en los medios	10%
Opiniones familiares	5%
Otro: Planes futuros en Europa	5%

Los estudiantes brasileños toman muy en cuenta los costos y los agentes indican que los factores primarios al elegir dónde estudiar son la posibilidad de trabajar mientras estudian, el costo del curso que quieren estudiar, el costo de vida en el país de destino y el tipo de cambio.

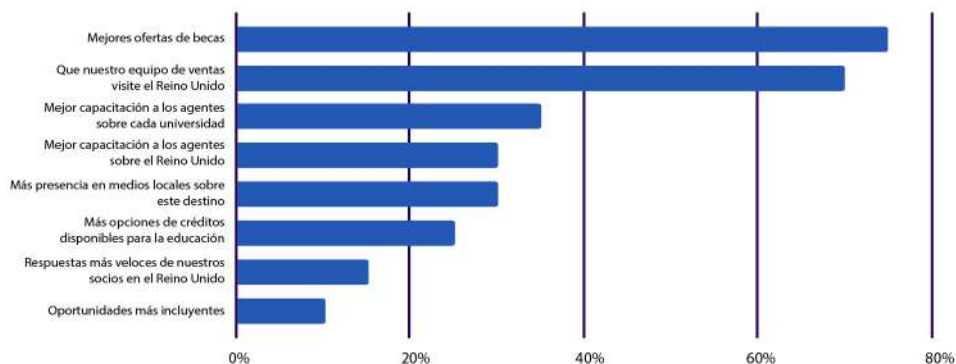
> ¿Cuáles son los retos principales para estudiar el tercer nivel en el Reino Unido?



El tema del costo surgió como una de las barreras primarias al identificar los retos principales para estudiar en el Reino Unido, con el 80% indicando que el costo de vida en el Reino Unido es un factor limitante; por otro lado, 55% mencionó que los programas de educación superior británicos eran demasiado onerosos, mientras que el 60% dijo que el tipo de cambio puede

obstaculizar la decisión de estudiar en Reino Unido. De modo interesante, 45% de los agentes de Brasil reportó que la demanda de programas en el Reino Unido ha aumentado desde la pandemia; 20% dijo que el número de solicitudes sobre Reino Unido ha caído, mientras que el 35% reportó pocos cambios durante este periodo.

> ¿Qué produciría un alza en la demanda?



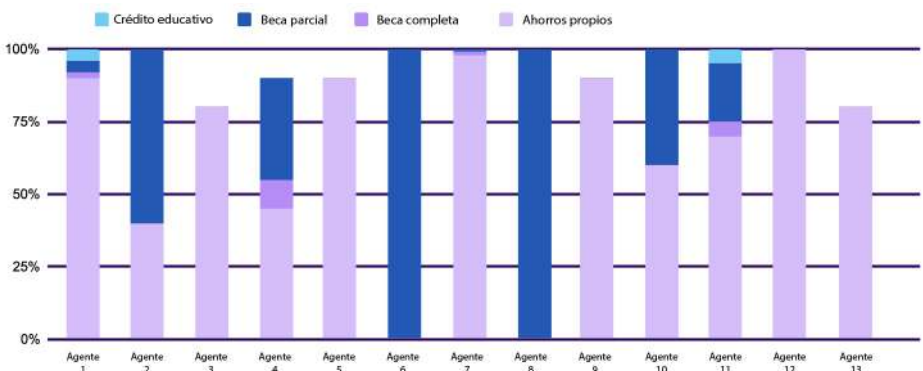
> ¿Qué te ayudaría a vender más productos de educación superior en el Reino Unido?

Viajes de familiarización para conocer las universidades británicas	65%
Más becas	65%
Contactos clave/representantes de las universidades	50%
Mejor capacitación sobre el Reino Unido como destino	45%
Información migratoria clara	40%
Identificación de puntos de venta específicos para cada universidad	40%
Estadísticas relevantes de empleabilidad	25%
Mejor alineación con cada universidad particular	25%
Más información sobre oportunidades/deportes incluyentes	20%
Sesiones regulares presenciales de capacitación para el equipo de ventas	15%
Testimonios contundentes de exalumnos	15%
Webinars frecuentes	15%
Escalas salariales claras/expectativas para los graduados	5%
Respuestas rápidas de los socios en Reino Unido	5%
Otro: Publicidad contundente sobre la educación en el Reino Unido	5%

Además de que los agentes brasileños piden más becas para promover el Reino Unido como destino de estudio superiores, hay una demanda evidente de más capacitación e información sobre la oferta británica y sobre el país como

destino (para fuerzas de ventas y para los clientes), además del deseo de estrechar relaciones con los representantes de las universidades.

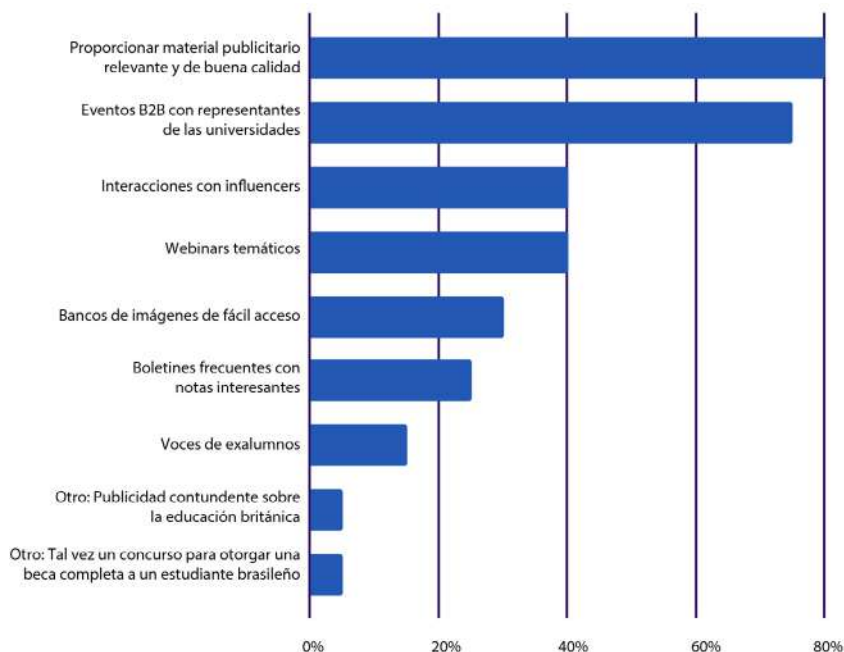
> ¿Cómo pagan sus estudios los clientes que irán a la universidad?



Si bien no todos los agentes dieron una respuesta clara a esta pregunta, se entiende que la mayoría de los estudiantes brasileños que se dirigen a la universidad pagarán sus

propios estudios. Sólo un agente mencionó una casa de créditos educativos con la que trabajan, [Provi](#). Sin embargo, parece que esta fintech no da apoyos para estudiar en el extranjero.

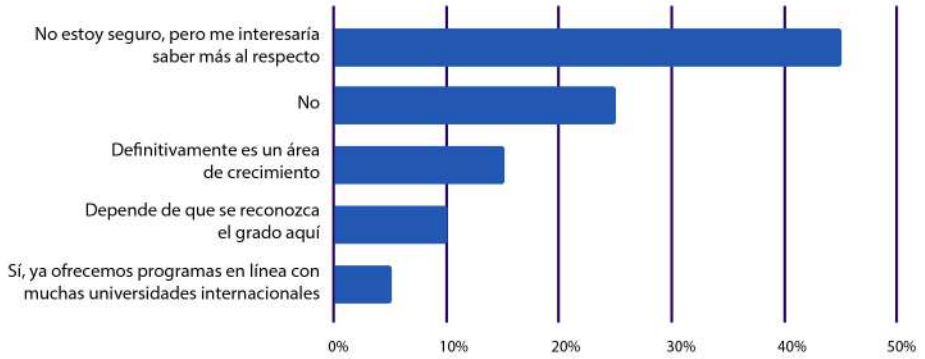
> ¿Cómo puede apoyar el British Council a tu agencia para incrementar el número de solicitudes?



El deseo de relacionarse más estrechamente con los representantes universitarios fue algo que repitieron los agentes en respuesta a cuál sería el mejor apoyo que pudiera darles el British Council para incrementar el número de solicitudes, además de la solicitud del 75% de realizar eventos B2B. 80% de los agentes

brasileños solicitaron material publicitario relevante y de buena calidad, mientras que el 30% quisiera tener acceso fácil a bancos de imágenes; 40% solicitó interacciones con influencers y la misma proporción prefiere webinars temáticos, mientras que 15% busca testimonios de exalumnos.

> ¿Crees que hay mercado para una oferta en línea de las universidades británicas?



Una cuarta parte (25%) de los agentes de Brasil no consideran que haya oportunidades de mercado para una oferta de cursos en línea de las universidades británicas, aunque al 55% le interesaría saber más al respecto (algunos indicaron que el potencial de mercado dependería de la validez que se diera en Brasil a los grados obtenidos). Un agente ya ofrece programas en línea con socios internacionales y 15% de los agentes dijeron que definitivamente es un área de crecimiento.

La mayoría de los agentes (80%) citaron al correo electrónico como la mejor manera de recibir actualizaciones e información; el 10% prefiere el correo electrónico, un agente desea recibir actualizaciones por correo electrónico y por WhatsApp, mientras que otro solicitó copias impresas de la información disponible.

Análisis sobre Brasil

El Reino Unido tiene una participación de mercado tan sólo del 2% de los brasileños que cursan los estudios superiores en el extranjero, comparado con el 6% de Canadá, 11% de Australia y 18% de Estados Unidos. El mensaje principal de la retroalimentación de los agentes es que Reino Unido se percibe como un destino caro y que los cursos son demasiado costosos para los estudiantes brasileños que se fijan mucho en los precios y que, además, no saben mucho sobre el destino. Sus clientes suelen elegir los Estados Unidos o Canadá como destinos académicos tanto por motivos históricos como culturales. El atractivo de Canadá se refleja probablemente en el deseo que tienen los estudiantes de Brasil de poder migrar a largo plazo (una posibilidad también disponible para Australia).

El debilitamiento de la moneda en los últimos tiempos ha diluido considerablemente el poder adquisitivo de muchos futuros estudiantes brasileños, lo que ha llevado a un gran número de ellos a buscar opciones más baratas. Las opciones de colegios comunitarios disponibles en Canadá y Estados Unidos, así como las posibilidades de cursar un programa VET en Australia, han permitido a estos mercados atender a una clase media brasileña con el bolsillo más apretado que en épocas anteriores.

Es importante reconocer el tamaño del mercado brasileño, donde existe una clase adinerada que no comparte las mismas preocupaciones económicas que los demás. El descontento político suele llevar a las familias brasileñas a buscar oportunidades de estudio en el extranjero para sus hijos. El expresidente Jair Bolsonaro contó con gran apoyo de las clases altas de Brasil, y la reciente elección del izquierdista Lula a la presidencia puede avivar aun más los deseos de cursar estudios internacionales. Aunque muchos futuros estudiantes en Brasil buscarán oportunidades de becas, hay millones de familias para las que esto no se basa en la necesidad económica.

Cabe señalar que las becas parciales siguen siendo de interés para las familias que pueden pagar las tasas completas, ya que las becas por méritos de una universidad internacional se consideran culturalmente como un reconocimiento positivo.

Mientras que el costo aparece como una de las principales preocupaciones de los agentes en Brasil, con un 60% que señala la percepción entre los clientes de que estudiar en el Reino Unido sería muy caro, sólo el 1% de los estudiantes encuestados citó esta respuesta, aunque el 11% dijo que sólo podría considerar la opción con una beca, y el 8% ayuda que necesitaría un préstamo.

Esto puede apuntar a una falta de conocimiento sobre los precios en el Reino Unido, en lugar de reflejar que los brasileños realmente piensan que el Reino Unido no es un destino académico asequible. A esto se añade el hecho de que la mayoría de los brasileños (45%) que estudian en el Reino Unido eligen universidades londinenses y, por lo tanto, sus costos de vida son más elevados durante los periodos de estudio, lo que puede sesgar aun más la opinión.

La sostenibilidad es un área de crecimiento definitivo en Brasil y un objetivo claro del nuevo gobierno. Las iniciativas en la región amazónica ya están atrayendo apoyo monetario extranjero y los fondos de inversión están siguiendo su evolución conforme crece la búsqueda de financiamiento sostenible. La Cámara de Comercio Brasil-Alemania condujo una investigación en asociación con el gobierno alemán en 2021 para analizar la “Educación profesional para una economía circular”, con respecto al sector de residuos sólidos en Río de Janeiro; la investigación reveló que sólo el 5% de la fuerza laboral había completado estudios de licenciatura y señaló una subrepresentación de las mujeres (el 20% de la fuerza laboral es femenina, mientras que el 80% es masculina). Un informe de McKinsey [2018](#) sugirió que

aumentar la proporción entre hombres y mujeres en la fuerza laboral brasileña podría añadir un 14% al PIB en siete años.

Las mujeres están subrepresentadas en muchos sectores profesionales en Brasil; en la industria minera, por ejemplo, sólo representan el 17% de la mano de obra. El Instituto Brasileño de Minería (IBRAM) ha establecido el [objetivo](#) de casi duplicar la participación femenina en el sector para 2030. El gigante minero VALE aumentó la proporción de mujeres ejecutivas del 16% en 2019 al 20% dos años después y la empresa organizó recientemente un programa de aceleración profesional para 100 mujeres afrodescendientes.

Los altos niveles de empleo informal son un problema persistente para Brasil, aunque la tasa actual de casi el 40% es un poco mejor que el 46% de 2011. Existen graves déficits de competencias en toda una gama de campos, desde la banca y las finanzas hasta las tecnologías de la información y la manufactura, y se prevé que esta escasez de competencias empeore en el futuro.

Las oportunidades de migrar a largo plazo son de gran interés para los brasileños, quienes valoran la seguridad y la calidad de vida además de los salarios, siendo estos incentivos importantes para estudiar en el extranjero.

El programa australiano VET presenta a los jóvenes trabajadores una oferta interesante no sólo de certificarse en nuevas habilidades, sino que les da la oportunidad de obtener una residencia al completar sus estudios y hacer su vida en este país.

Aunque una de las recomendaciones de este informe es la interacción con escuelas internacionales e IB para el reclutamiento de estudiantes, también es importante reconocer que no todos los estudiantes en prospecto están en el grupo de edad que corresponde a la educación superior y que el estudiante de licenciatura promedio en Brasil suele ser bastante mayor. Las estrategias de reclutamiento no deben limitarse a los alumnos de educación secundaria.

El aprendizaje en línea es un área de innegable crecimiento en Brasil y representa una oportunidad en la impartición de cursos cortos que respondan a déficits específicos de competencias y ofrezcan un diferencial respecto al programa de estudios brasileño, así como en la oferta de programas más largos. Sin embargo, vale la pena señalar que los títulos otorgados internacionalmente no gozan de reconocimiento automático, a menos que se ofrezcan en asociación con una universidad brasileña.

Existe un interés demostrado en los programas en línea impartidos por universidades internacionales; 20% de los estudiantes encuestados incluso han completado este tipo de estudios en línea, mientras que al 12% le interesan los cursos en línea de universidades británicas. Esta es un área que bien merece investigar más. Una oferta de cursos cortos en línea a costos asequibles puede resultar en una gran oportunidad de escalamiento, además del potencial de desarrollar más las marcas de las universidades británicas en Brasil.

Las búsquedas en línea son el primer lugar donde los estudiantes buscan información sobre estudios en el extranjero, por lo que es importante que el contenido del sitio web esté optimizado para ocupar un lugar privilegiado en los resultados de búsqueda de internet. Hay mucho contenido en línea y a muchos estudiantes les cuesta descifrar entre los hechos y el vocabulario de ventas, por lo que es importante que las fuentes de información oficiales gocen de gran visibilidad en los motores de búsqueda. Uno de cada cinco estudiantes brasileños obtiene información de los representantes universitarios que visitan sus escuelas, lo que deja claro que esas universidades que ya tienen presencia en el mercado y una estrecha relación con las escuelas pueden convertirse en un punto de referencia para el destino.

La oferta de programas de educación superior es relativamente nueva para muchas agencias de Brasil y el proceso de venta es mucho más largo (y potencialmente más lucrativo) en comparación con los programas de idiomas de

duración corta o media que suelen vender dichas agencias. Incluso, las familias interesadas pueden acercarse a los agentes varios años antes de la fecha de salida de sus hijos mientras siguen considerando sus opciones de estudio en el extranjero; muchas de las agencias brasileñas, en este caso, ofrecen programas de asesoría pagados para ayudar a los estudiantes a decidir qué carrera estudiar. Para que los agentes se sientan cómodos y realmente vendan el Reino Unido como destino académico, deben sentirse seguros de que tienen un entendimiento completo de la oferta, los precios, los trámites migratorios, las posibilidades de empleo y los prospectos de carrera.

Mientras que 40% de los agentes brasileños opinaron que interactuar con influencers ayudaría a impulsar sus solicitudes para estudiar en Reino Unido, los estudiantes no comparten esta opinión, ya que sólo el 10% indicó que los famosos son una fuente de información confiable. No se recomienda un involucramiento con influencers por el momento.

Recomendaciones

> Vínculos de alto nivel

- Se recomienda una mayor vinculación con la Secretaría de Educación, que ha expresado su deseo de explorar la oferta potencial de cursos como el VET pero en asociación con el Reino Unido.
- También vale la pena explorar con las Secretarías de Educación y de Medio Ambiente el tema de la sustentabilidad y la economía circular, con miras a hacer un benchmarking de las mejores prácticas y la certificación en este ámbito por medio de cursos cortos de desarrollo profesional (con el potencial de impartirlos en línea).
- Se recomienda dar seguimiento al tema del reconocimiento de certificaciones con la Secretaría de Educación.
- También se recomienda vincularse con la nueva Secretaría para la Igualdad Racial con el objetivo de crear una iniciativa de becas específicamente para los brasileños afrodescendientes e indígenas.
- Se recomienda hacer conexiones con asociaciones industriales como la Asociación Brasileña de Empresas de Software o el Instituto Brasileño de Minería con el fin de crear alianzas para cubrir las competencias específicas que hacen falta a través de programas de capacitación.

> Vínculos con el Reino Unido

- Se deberá evaluar cuáles son las universidades británicas que ya están activas y representadas en Brasil para ofrecerles apoyo inmediato en el branding del destino.
- Una segunda evaluación podría medir la oferta disponible de cursos cortos en línea de las universidades de Reino Unido para poder explorar esta opción a mayor profundidad.
- Las universidades de Reino Unido deben aclarar sus puntos de venta particulares y tratar de comercializar un grupo selecto de cursos específicos con información sobre expectativas salariales, tasas de empleabilidad de los graduados y testimoniales de exalumnos.
- Podría ser valioso para las universidades seleccionar algunas áreas para promover sus cursos activamente a un público nicho, enfocándose en campañas de marketing digital geolocalizadas, webinars temáticos, etc. Dado que enfrentan mucha competencia por la atención de los estudiantes brasileños, es importante desarrollar estrategias que respondan a las demandas del mercado.
- Las universidades deben asegurarse de que sus presentaciones estén actualizadas y sean interesantes para atraer la atención de los estudiantes, ya que no todos necesitan conocer una historia de la institución misma, sólo quieren saber si se podrán adaptar y sentir bienvenidos en ella, además de conocer el retorno sobre su inversión, o sea, el impacto que tendrá en sus vidas.

> Desarrollo de marca

- #StudyUK se debe desarrollar como una marca independiente, con mensajes clave y contenido disponible en portugués. Esta identidad de marca adquirirá importancia al promover un mensaje contundente de que hay algo nuevo en el mercado.
- Se deberá lanzar una versión en portugués de la plataforma [Study UK](#) como parte de la campaña estratégica de medios, incluyendo una invitación a eventos para celebrar este lanzamiento en las ciudades clave: São Paulo, Río de Janeiro, Brasilia, Belo Horizonte, Curitiba, Salvador. El sitio debe estar abierto para todos, pero requerirá que los estudiantes interesados se registren para que las universidades se comuniquen con ellos, además de medir la interacción del mercado.

> Eventos de reclutamiento

- Si bien es valiosa la participación en eventos que realizan BMI, FPP y otros, se recomienda que los eventos de #StudyUK sólo se realicen en las ciudades principales, además de planear reuniones B2B con los representantes de las universidades británicas y los agentes y asesores vocacionales.

> Estrategia de comunicación

- Una vez que se identifique el mensaje de la marca, será importante identificar a los principales periodistas y medios que cubran aspectos educativos para desarrollar un plan y hacerles llegar materiales interesantes y relevantes.
- La generación de prospectos debe ser el elemento central de la estrategia de comunicación, siempre asegurando que contenga un llamado a la acción; los estudiantes que se registren para ciertas actividades con su correo electrónico se integrarán a la lista de correos para recibir información práctica, pertinente y relevante.
- Los patrocinios de sitios como [Estudar Fora](#) serán un excelente vehículo para transmitir el mensaje a un público más grande.
- Se recomienda planear una serie de webinars sobre las competencias necesarias que identifica este estudio, e invitar a varios expertos en sus campos específicos para que impartan una clase magistral, de preferencia con un certificado de participación basado en el tiempo que asistieron los estudiantes, incluso en línea.
- La comunicación deberá estar en portugués y ser relevante para el público brasileño, no sólo una copia y calca del mensaje global. Este artículo es un ejemplo y detalla las universidades británicas que admiten el examen ENEM de Brasil.
- Los mensajes clave que resonarán entre los estudiantes brasileños incluyen: Cómo fortalecer tu currículum mientras estudias en el extranjero; empresas del Reino Unido que aceptan pasantes internacionales; guía paso a paso para elegir el curso que más te conviene; entendiendo el año de propedéutico; ¿importan mis calificaciones de educación secundaria si quiero estudiar en el extranjero?; cómo vivir en el Reino

Unido con un presupuesto; lista de verificación para solicitar becas; diez consejos para mejorar rápidamente tu inglés; así como publicaciones en las redes sociales relacionadas con días conmemorativos en Brasil y en el Reino Unido, rarezas culturales, imágenes turísticas.

- Se recomienda desarrollar los perfiles en redes sociales de #StudyUK en portugués. Aunque los estudiantes indicaron que primero buscarían información en Facebook, hay evidencia que apunta a una mayor interacción en Instagram.
- También hay que considerar las listas de grupos en WhatsApp y Telegram, pero hay que ser cuidadosos en la cantidad de envíos para evitar bombardear a los participantes con mensajes irrelevantes o repetidos.

> Relaciones con agentes

- Se recomienda continuar la relación con Belta y otros agentes, para que todos los que puedan completen la capacitación disponible. Se recomienda también patrocinar la marca en los eventos de Belta y en su revista anual de educación internacional; se deberá comunicar al sector universitario británico la opción de tener publicidad pagada.

- Las universidades británicas deben ser conscientes de la necesidad de actuar con la diligencia debida a la hora de firmar nuevas asociaciones con agentes, en particular con aquellos que no pertenecen al grupo Belta, y es importante comprobar las referencias para evitar daños a la marca por trabajar con agentes de baja calidad.
- Debería invitarse a los agentes a dar su opinión sobre la formación para 'agentes y asesores del Reino Unido' impartida por el British Council, a fin de que puedan identificar cualquier área que consideren que no está suficientemente cubierta. Muchas agencias con sucursales múltiples organizan eventos anuales de formación a escala nacional que brindan una excelente oportunidad para hacer llegar el mensaje de la marca a los responsables de ventas de todo el país y no sólo en la oficina central.
- Agendar reuniones B2B con los representantes de las universidades británicas para que los agentes tengan un punto de contacto en cada universidad y puedan consolidar los puntos de venta únicos.
- Elaborar una cartera de materiales de marketing en portugués para que los agentes dispongan de una serie de recursos al promocionar el Reino Unido como destino académico. Es importante contar con mensajes en portugués para que los padres de familia puedan entender fácilmente la oferta. Los mensajes deben incluir información migratoria clara para los estudiantes brasileños, costos realistas sobre los estudios en el Reino Unido, las diversas becas disponibles, estadísticas de empleabilidad y testimonios de exalumnos.

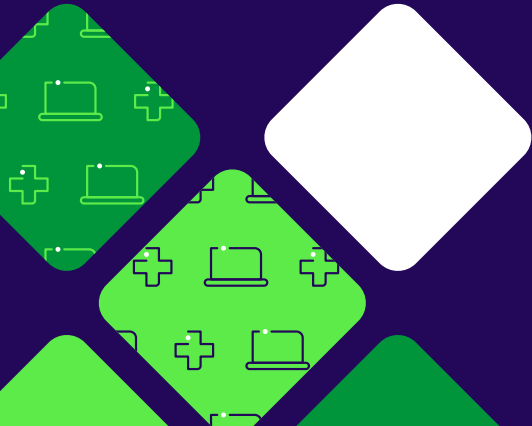
> Plataformas EdTech

- Se recomienda cierta interacción con las empresas que ofrecen soluciones a grupos grandes de agentes para garantizar que el mensaje sobre el Reino Unido esté actualizado y sea preciso. Adventus está conectado con 110 agentes de Brasil, mientras que ApplyBoard tiene vínculos con 121.
- Se debe tener en consideración cualquier programa corto que se pueda ofrecer a estudiantes de nivel bachillerato, en especial durante las vacaciones escolares de julio (o enero). Las escuelas se están alejando de los programas de idiomas internacionales impartido tradicionalmente durante las vacaciones de medio curso, a favor de visitas escolares más enfocadas en ciertas profesiones; esta es una oportunidad óptima para que las universidades presenten su oferta académica y su infraestructura en un momento del año en el que los campus universitarios de Reino Unido suelen estar vacíos.

> Redes escolares

- Es importante construir una red internacional de escuelas IB en Brasil y asegurarse de que los consejeros vocacionales en las preparatorias reciban la oferta de la capacitación como '[agentes y asesores del Reino Unido](#)' que ofrece el British Council. Se recomienda también ofrecer formación en ciertas habilidades a los consejeros sobre las áreas profesionales, habilidades blandas, etc.
- Se debe incorporar una mezcla de clases de inglés y actividades culturales en los programas cortos para jóvenes; éstos se pueden desarrollar y comercializar con los agentes o directamente con las escuelas. Se recomienda dar énfasis al desarrollo de habilidades blandas al comercializar este tipo de programas.

Colombia





Colombia

Población	51 millones
PIB 2022	USD \$315 mil millones
Tasa de desempleo	9.5% (noviembre 2022)

Recomendaciones principales:

- Lanzar la versión en español de la plataforma #StudyUK con eventos en las ciudades clave: Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali.
- Vincular con asociaciones industriales para abordar la necesidad de competencias.
- Alianza con ANEX para impulsar el desarrollo de redes robustas de agentes.
- Campaña nacional de comunicación para crear conciencia sobre el Reino Unido como un destino académico de alta calidad.
- Evaluar el apetito de una oferta en línea de universidades británicas.

Panorama de mercado

Colombia es la sexta economía más grande y la tercera más poblada de Latinoamérica, con un PIB nominal de casi [\\$315 mil millones](#) reportados en 2021. Un [estudio de la OCDE](#) de febrero de 2022 concluyó que la economía colombiana se había recuperado “notablemente bien” de la pandemia de COVID-19, citando su fuerte política fiscal. No obstante, nueve meses después, la misma [OCDE](#) proyectó una marcada caída en el crecimiento del PIB del 8.1% en 2022 al 1.2% en 2023, con una modesta mejora anticipada para 2024 (1.7%). La inflación anual de precios al consumidor alcanzó el [12.22%](#) en meses recientes, la tasa inflacionaria más alta en 23 años, aunque los aumentos en la inflación no son inusuales dentro del contexto actual latinoamericano. A pesar de la pandemia, el turismo generó alrededor de USD \$1.96 mil millones en 2020 que, si bien el sector

representa menos del 1% del PIB, equivale aproximadamente al [18%](#) del turismo internacional de Sudamérica.

> Situación política

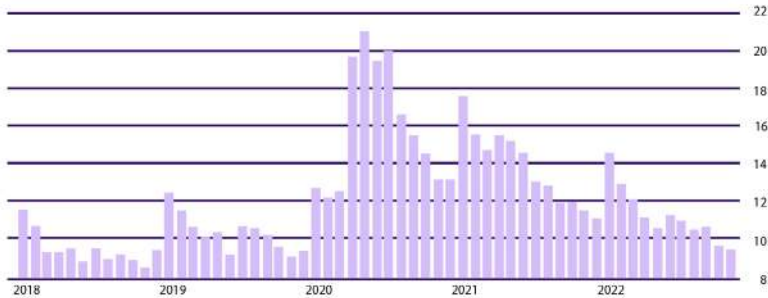
En junio de 2022, Gustavo Petro se convirtió en el primer presidente de izquierda de Colombia. El exguerrillero sirvió como diputado, senador y alcalde de la capital colombiana, Bogotá, y ahora gobierna el país junto con la primera vicepresidenta afrodescendiente de la nación, la estimada abogada de derechos humanos, Francia Márquez. A pesar de los temores iniciales de violencia electoral, la transición de poderes fue pacífica; el expresidente de centroderecha, Rodolfo Hernández, concedió prontamente la derrota una vez declarados los resultados de la

elección. Esta acción fue un desarrollo muy positivo y alentador para un país que lleva muchos años marcado por la violencia y la agitación política.

Entre las reformas que planea el nuevo gobierno está la remodelación de los estratos sociales de Colombia, es decir, las distinciones de clase

basadas en criterios relativos al lugar de residencia o atributos físicos de la residencia misma y no a los ingresos del hogar. Los [analistas](#) sugieren que este sistema bloquea el acceso a subsidios del gobierno a los que tendrían derecho las personas de bajos ingresos que viven en zonas más adineradas y viceversa.

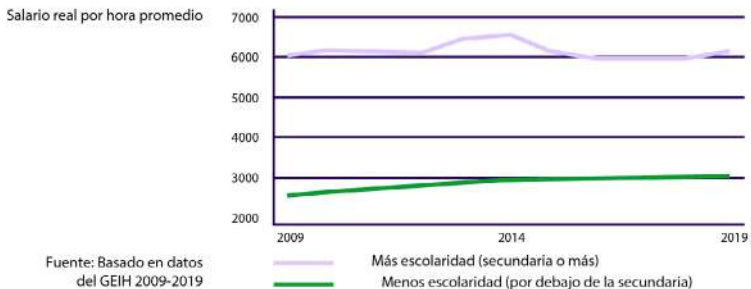
> Tasa de desempleo



Tasa de desempleo en Colombia 2018 - 2022. Fuente: [TradingEconomics.com](https://tradingeconomics.com)

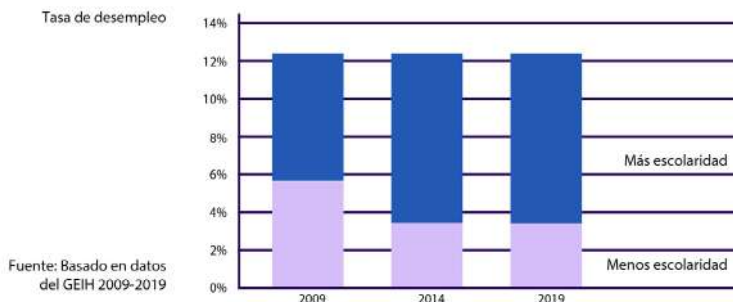
Durante la pandemia, la tasa de desempleo [aumentó](#) drásticamente del 10% en 2019 a más del 15% un año después, aunque se ha corregido y en noviembre de 2022 regresó a 9.5%. No obstante, la agencia nacional de estadísticas, [Dane](#), indicó que más de la mitad (58%) de la población se ocupaba en empleos informales en septiembre de 2022, principalmente en las regiones del norte del país y con tasas mucho más bajas de empleo informal en Bogotá y Medellín, las dos ciudades más grandes de Colombia.

Según [Dane](#), las mujeres conforman el 67% de la población colombiana de recién ingreso a la fuerza laboral y las considera impulsoras del aumento en la tasa de empleo del Q3 de 2022. En el grupo de 25-54 años, esta cifra fue aún más alta, 75%. Sin embargo, dado que el sector con el mayor crecimiento en empleos estaba en industrias de salarios más bajos que se vieron afectadas por los confinamientos (comercio y reparación vehicular), se puede decir que muchos de los “recién empleados” de Colombia sólo están reingresando a la fuerza laboral tras una larga pausa en las actividades.



Fuente: Basado en datos del GEIH 2009-2019

Salario promedio por hora por nivel educativo. Fuente: [Banco Mundial](https://www.bancomundial.org)



Tasa de desempleo, desglosada por nivel educativo. Fuente: [Banco Mundial](#)

> Escasez de competencias

Durante la última década, Colombia ha atravesado una transición de una economía manufacturera a una más basada en los servicios. La manufactura cayó de [16% a 12%](#) del PIB de 2009 a 2019, mientras que el sector de servicios creció de 62% a 68%, con una caída en los empleos de manufactura de [19% a 13%](#) en ese mismo periodo. Aunque modestamente, los empleos en el sector de los servicios aumentaron del [60% al 63%](#). Y a pesar de que la tasa de desempleo del país se redujo a mediados de esta transición, subió en la segunda mitad. Un motor potencial para este incremento en la tasa de desempleo puede ser el mayor número de graduados de educación superior que ingresan al mercado laboral en un momento marcado por una reducción en la demanda de trabajadores calificados.

Si bien los colombianos que han completado por lo menos la educación secundaria pueden esperar mejores salarios que el resto, los prospectos de empleo para estos graduados han empeorado. Las cifras del [Banco Mundial](#) muestran que el número de trabajadores altamente educados desempleados aumentó 6% (de 63% a 69%) entre 2014 y 2019. Pero a finales de 2022, el informe sobre expectativas de empleo “Net Employment Outlook” de [ManpowerGroup](#) reflejó un alza en las contrataciones en varias áreas, en especial en las pequeñas empresas, y sugirió que el ambiente para la contratación había mejorado en cinco de los once sectores de la industria analizados y se había debilitado en otros cinco. ManpowerGroup sugirió que los sectores

más competitivos en Colombia eran educación, salud, trabajo social y gobierno.

Vale la pena tomar en cuenta la digitalización de la economía colombiana; en una reciente encuesta a empresas realizada por Experis (la rama de TI de ManpowerGroup) el 48% señaló una mayor digitalización de las operaciones. [Ricardo Morales](#), director general de Experis, destacó una demanda de “desarrolladores nativos de la nube, expertos en contenedores, seguridad y diseño de arquitectura, aprendizaje automático e IA” que ya supera la disponibilidad. Experis estimó que casi dos tercios de las organizaciones carecen de las habilidades necesarias para implementar su estrategia de transformación digital.

La Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT) señala la falta de profesionales calificados adecuados en áreas como big data, ciberseguridad, ciencia de datos, blockchain, entre otras áreas de TI. El presidente de la CCIT, [Alberto Samuel Yohai](#), mencionó que en Colombia se crean por lo menos 370,000 empleos de TI al año, lo que a su vez crea más oportunidades. “Por cada empleo creado en el sector de CTI, se crean 3.6 empleos adicionales en otros sectores de la economía”, explicó. Por otro lado, Ruta N, una plataforma de reclutamiento de Medellín, indicó que a la aguda escasez de talentos se añade la carencia de dominio del inglés, observando que [90%](#) de las especificaciones de contratación en TI incluyen este requerimiento.

> Educación

Escolaridad / Nivel		Grados	Edad	Años
Primaria	Nivel de educación básica	1-5	6-12	6
Media	Secundaria	6-9	12-15	3
Secundaria	Preparatoria	10-11	15-17	2
	Vocacional	-	15-18	3
Terciaria	Licenciatura	-	-	4-5
	Maestría	-	-	2
	Doctorado	-	-	2-4

Sistema educativo en Colombia. Fuente: [Scholaro.com](https://www.scholaro.com)

La escolarización es obligatoria en Colombia hasta el noveno grado (alrededor de los 15 años) y el español es la lengua principal de enseñanza, aunque regionalmente se incluyen algunas lenguas indígenas. La educación vocacional se ofrece como una opción, para lo cual tanto empresarios como universidades elaboran los planes de estudio en un contexto de gran escasez de plazas universitarias. La educación de tercer nivel comprende instituciones técnicas y universidades tecnológicas y académicas. El acceso sigue estando algo restringido a las familias urbanas adineradas y no es una esperanza realista para grandes segmentos de la población. Sin embargo, el número de estudiantes universitarios en Colombia aumentó un [140%](#) entre 2002 y 2020: de 1 millón a 2.6 millones.

Los niveles educativos varían de los entornos urbanos a los rurales, siendo estos últimos los que presentan peores resultados, a menudo debido a los menores niveles de acreditación de los profesores, entre otros problemas, y el estatus socioeconómico es un indicador primordial de los logros educativos en Colombia. La OCDE (2021) informó que la proporción de niños en el cuartil inferior del índice PISA ESCS (estatus económico, social y cultural) que alcanzaban el "Nivel 2" en lectura era 56% inferior a la del cuartil ESCS superior. La media de la OCDE es de 29%.

Alrededor de un tercio (27%) del gasto total en educación preescolar provino de fuentes privadas en 2021, considerablemente más alto que el promedio de la OCDE del 17%, mientras que el 20% de la financiación del tercer nivel es privada, frente al promedio de la OCDE del 30%. El gasto público anual por alumno de tiempo completo (desde primaria hasta tercer nivel) fue de USD \$2,425 en 2018 (una cuarta parte de la media de la OCDE) y los salarios fueron el mayor gasto en educación. Si bien se espera que los salarios del personal docente aumenten gradualmente en función de su nivel de preparación formal, los salarios máximos de los docentes en Colombia pueden ser de 278-338% más altos que el salario de los docentes con una acreditación mínima (aunque la mayoría de los salarios reales se sitúan entre los niveles mínimo y máximo). En toda la OCDE, la variación entre los salarios de los profesores con niveles de formación máximos y mínimos se sitúa en torno al 86-91%. La pandemia tuvo un impacto considerable en la escolarización en Colombia, donde el número de días que las escuelas estuvieron totalmente cerradas fue muy superior a la media de la OCDE.

El [Ministerio de Educación](#) mencionó que la pandemia no impactó la participación en el tercer nivel tanto como se temía al inicio.

Las universidades han desarrollado estrategias para modernizar los modelos de aprendizaje incorporando medios digitales y la matrícula

está creciendo en programas en línea tras la publicación del Decreto 1330 en 2019 (se registró un crecimiento del 49% entre 2020 y 2021).

Los [cursos](#) en el campo de los negocios y la economía son los más populares en Colombia y representan el 33% de los estudiantes de licenciatura y el 31% a nivel de posgrado. La ingeniería es la segunda área de estudio

preferida por el 31% de los estudiantes universitarios, seguida del 11% que opta por las ciencias sociales y las humanidades.

Esta tendencia se invierte en el nivel de posgrado, con un 24% que elige las ciencias sociales por encima del 16% que prefiere programas en el campo de la ingeniería, la arquitectura y el urbanismo.

> Dominio del inglés

El [Índice de Dominio del Inglés de Education First](#) sitúa a Colombia en el puesto 77 de 111 países evaluados (17 de 20 en Latinoamérica), con un promedio nacional de 477 inferior al promedio global de 502, por lo que obtiene el título de nivel de competencia 'Bajo'. Algunas regiones y ciudades, no obstante, obtuvieron puntuaciones superiores al promedio global y se considera que tienen un nivel de competencia "Moderado". En Colombia, el nivel más bajo se registró en el grupo de edad de 18 a 20 años (puntuación media de 427), mientras que el

grupo de edad de 26 a 30 años fue el único que obtuvo una puntuación superior al promedio mundial y se consideró de nivel "Moderado" (puntuación media de 521).

Sin embargo, el análisis de los diez destinos principales de la UNESCO para los estudiantes colombianos de tercer nivel con movilidad internacional muestra que el 25% (14,000 estudiantes) van a países de habla inglesa, lo que indica que hay una proporción significativa de estudiantes que sí dominan el idioma.

Ciudad	Puntaje de dominio EF	Nivel de dominio EF
Armenia	516	MODERADO
Barranquilla	510	
Medellín	506	
Bogotá	503	

Ciudades colombianas con nivel "moderado" de dominio del inglés según EF. Fuente: [EF 2022](#)

El Ministerio de Educación Nacional (MEN) lanzó un plan en 2014 para que al menos el 20% de los graduados de medicina clasificaran en niveles intermedios o superiores de dominio del inglés, como parte de un objetivo político para posicionar a Colombia como destino de turismo de salud y bienestar. Cuatro años después, la Universidad Nacional de Colombia [reportó](#) que el 28.6% de los estudiantes de medicina tenían el nivel de inglés deseado. Aunque esto se consideró "satisfactorio" en el contexto del objetivo de 2014, se observó que sólo alrededor

de un tercio (37% o 16 de 43) de los programas de medicina en Colombia alcanzaron el objetivo.

"Colombia Very Well" es un programa nacional de inglés a diez años lanzado en 2014 para convertir a Colombia no sólo en el ["país más educado de América Latina en 2025, sino en el país de América del sur que mejor habla inglés"](#).

El plan se centra en la formación de profesores, el aumento del dominio del inglés entre la población universitaria y la articulación con el sector productivo colombiano, con una

propuesta para subvencionar la formación en inglés de hasta 40,000 trabajadores del sector privado. Los críticos de un programa anterior, el Programa Nacional de Bilingüismo (PNB), de 2004, señalaron la falta de profesores capacitados y de otros recursos necesarios, así como la escasez de oportunidades para que los jóvenes colombianos practiquen el inglés cotidiano.

Un [estudio](#) de 2019 publicado por Maple Bear, una red educativa canadiense, sugirió que la oferta de escuelas bilingües en Colombia no satisface la demanda (con sólo el 3.5% de los niños de escuelas privadas que asisten a escuelas bilingües) y señaló que el número de escuelas de doble idioma sólo había crecido un 3% en cuatro años. El estudio señalaba que el 45% de los colegios bilingües de Colombia se concentran en Bogotá.

> Acceso al internet

La pandemia mundial aceleró la digitalización de la sociedad colombiana, ya que más personas obtuvieron acceso en línea. En diciembre de 2021, había [38 millones](#) de accesos a internet móvil, un crecimiento del 17% en doce meses, junto con 8.4 puntos de acceso fijo (crecimiento del 8% interanual). [Los ingresos](#) por acceso a internet fijo crecieron más de 10% entre el último trimestre de 2020 y el de 2021, con la empresa de telecomunicaciones Claro dominando el mercado (38% de participación). En Bogotá, el 93.2% de las personas entre 18 y 28 años estaban en línea en 2020, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) de Colombia.

> Uso de redes sociales

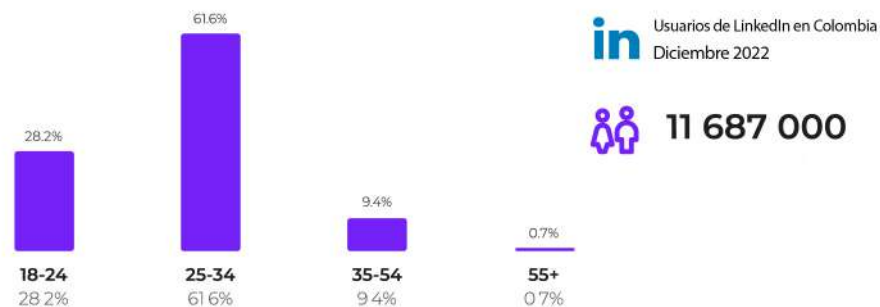
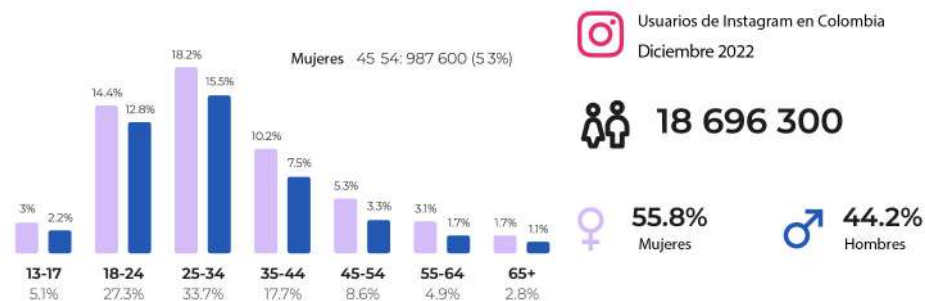
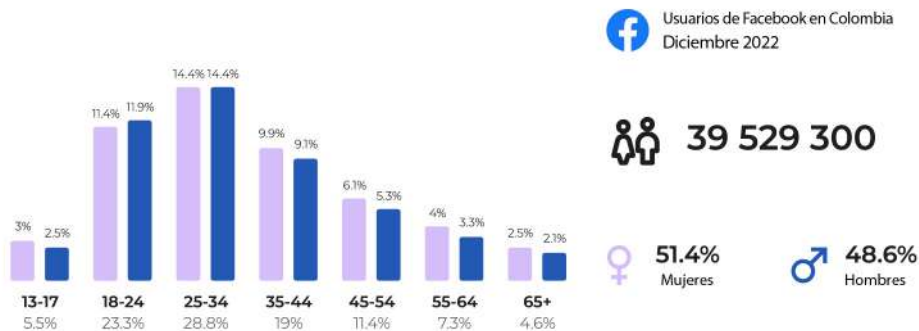
Según [datos](#) del gobierno, una cuarta parte de los internautas colombianos (26%) se comunica a través de las redes sociales y el 98% utiliza WhatsApp como principal forma de comunicación. Meta domina el panorama de las redes sociales del país, según el informe [We Are Social Digital 2022 Global Overview](#) que muestra que “buscar información”, “aprender a hacer cosas” y “mantenerse en contacto con amigos y familiares” son las principales razones por las que los colombianos usan las redes sociales.

WhatsApp, Facebook, Instagram y FB Messenger son las cuatro plataformas principales.

Los usuarios más prolíficos tienen entre 25 y 34 años en Facebook, Instagram y LinkedIn, siendo que este grupo de edad representa el 14%, 17% y 62% de los usuarios, respectivamente.

Red social	Usuarios Colombianos
Facebook	39,529,300
Instagram	18,696,300
LinkedIn	11,687,000

Número de usuarios de redes sociales en Colombia en diciembre de 2022. Fuente: [NapoleanCat.com](#)



Movilidad académica

Colombia es el [segundo](#) país emisor de estudiantes internacionales en Latinoamérica (después de Brasil) y cerca de 57,000 estudiantes finalizaban programas universitarios internacionales en 2019, según el informe “[Internacionalización de estudiantes de tercer nivel](#)” de la UNESCO. El Reino Unido es el duodécimo destino más popular para los estudiantes colombianos de tercer nivel y acapara el 2% de la participación de mercado.

Los datos de la OCDE de 2019 sugieren que sólo el 2% de los estudiantes de tercer nivel salen a estudiar al extranjero y Argentina es el destino más popular que acoge a alrededor de una cuarta parte de los estudiantes internacionales móviles de Colombia. Le siguen Estados Unidos (17%), España (12%), Australia (8.5%) y Francia (7%).



Internacionalización de estudiantes de tercer nivel de Colombia. Fuente: [UNESCO](#)

#	Destino	Número de estudiantes de educación superior internacionalizados	Porcentaje total de estudiantes de educación superior internacionalizados
1	Argentina	13,482	24%
2	España	7,309	13%
3	Estados Unidos	7,115	13%
4	Australia	6,853	12%
5	Alemania	3,529	6%
6	Francia	3,242	6%
7	Chile	2,466	4%
8	Ecuador	2,170	4%
9	Canadá	1,893	3%
10	Brasil	1,806	3%
12	Canadá	914	2%
Suma del Top 10		49,865	88%
Angloparlantes en el Top 10		13,968	25%
Total general		56,910	100%

Los diez países principales que reciben estudiantes de educación superior de Colombia Fuente: [UNESCO](#)

Aprendizajes de la competencia

> Estados Unidos

Estados Unidos es el destino angloparlante más popular para los estudiantes universitarios colombianos, según [cifras](#) de la UNESCO. Colombia fue el [decimonoveno](#) mercado más grande de estudiantes internacionales en Estados Unidos, con un 37% en programas de licenciatura y un 40% en programas de posgrado, lo que supuso unos 319 millones de dólares para la economía estadounidense.

La fundación colombiana COLFUTURO ha apoyado a 4,846 egresados para estudiar en Estados Unidos con préstamos-beca desde 1992 con un costo de USD \$191.2 millones, de los cuales 4,245 cursaron programas de maestría, mientras que 601 recibieron apoyo para estudios de doctorado. En 2022, 311 estudiantes colombianos recurrieron a este préstamo-beca para realizar estudios en Estados Unidos.

Nivel académico	Número de estudiantes	% de estudiantes colombianos	Cambio % (2020 a 2021)
Licenciatura	2,660	37%	-12%
Posgrado	2,847	40%	-1%
Otros cursos	326	5%	-46%
OPT	1,274	18%	0.2%
Total	7,107	100%	-

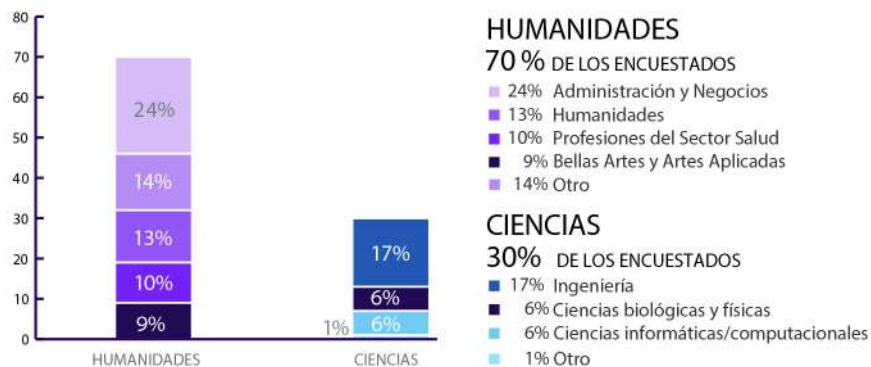
Estudiantes colombianos en Estados Unidos por nivel académico y cambio porcentual año tras año. Fuente: [Departamento de Comercio de los Estados Unidos](#)

Año	Número de estudiantes colombianos	Cambio anual
2015	7,159	-
2016	7,815	9%
2017	7,982	2%
2018	7,976	-0.07%
2019	8,060	1%
2020	7,787	-4%
2021	7,107	-9%

Fuente: [Departamento de Comercio de Estados Unidos](#)

Tipo de institución estadounidense	%
Carreras técnicas (dos años)	16%
Licenciaturas (cuatro años)	3%
Maestrías en colegios y universidades	13%
Universidades con programas de doctorado	65%
Institutos de especialidades	4%
Instituciones públicas	63%
Instituciones privadas	37%

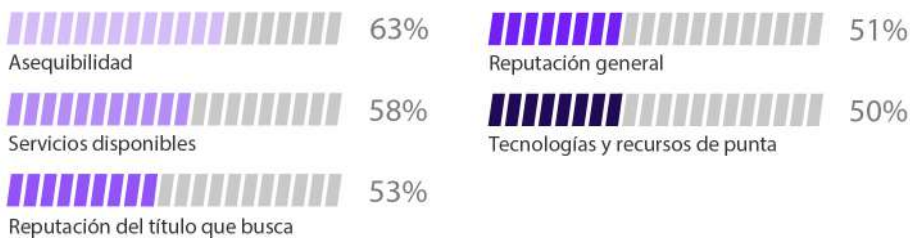
Estudiantes colombianos en Estados Unidos por tipo de instituto. Fuente: [Departamento de Comercio de los Estados Unidos](#)



Programas de interés entre el alumnado colombiano. Fuente: [Intead 2019](#)

Top 5 factores influyentes

Los factores más importantes al elegir una universidad en E.U.:



Top 5 factores que influyen en la selección de universidades en E.U. de los estudiantes colombianos. Fuente: [Intead 2019](#)

EducationUSA Colombia cuenta con once centros de asesoramiento en todo el país (Armenia, Barranquilla, Bogotá (3), Bucaramanga, Cali, Cartagena, Manizales, Medellín y Pereira), desde los que se ofrecen webinars, actividades para exalumnos y orientación para los estudiantes colombianos que desean estudiar en Estados Unidos.

EducationUSA también organiza anualmente una feria presencial para que los representantes de universidades y colegios estadounidenses se reúnan con futuros estudiantes. El sitio web local presume de ofrecer un servicio de asesoramiento en línea las 24 horas del día, aunque el enlace no está activo.

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
EducationUSA Colombia		
Instagram	10,800	69
Facebook	14,714	6
EducationUSA Global		
LinkedIn	23,917	-
Instagram	107,000	-
Facebook	475,000	-

[EducationUSA Colombia](#) está activa en Facebook e Instagram, con publicaciones relacionadas con las becas disponibles y destacando más de 120 asociaciones de Estados Unidos con la fundación de préstamos-becas COLFUTURO. La participación es notablemente mejor en Instagram. En LinkedIn, EducationUSA publica para una audiencia global.

Presencia de EducationUSA en redes sociales en Colombia, con número de seguidores e involucramiento promedio de seguidores con las publicaciones.

> Canadá

Colombia es el undécimo mercado de origen de estudiantes internacionales en Canadá y el tercer mercado de origen en Latinoamérica (después de Brasil y México). Si bien hubo una caída inevitable en la movilidad académica durante la pandemia, la recuperación de Canadá en 2021 fue impresionante. Canadá es un destino muy popular para los estudiantes colombianos, con el potencial de residencia permanente como una propuesta muy atractiva, así como la posibilidad de estudiar en universidades menos costosas, muchas con representantes locales en Colombia, que atienden a estudiantes latinoamericanos.

Año	Número de estudiantes colombianos	Cambio anual
2015	1,295	-
2016	1,675	29%
2017	2,375	42%
2018	3,275	38%
2019	4,445	36%
2020	3,010	-32%
2021	6,845	127%
2022	10,150	48%

Estudiantes colombianos con visas de estudio en Canadá 2015 - 2022. Fuente: [IRCC](#)

EduCanada utiliza sus páginas globales para promocionar la oferta canadiense y no tiene una presencia específica en las redes sociales de Colombia. A pesar de tener muchos más seguidores en Facebook, el nivel de involucramiento es mayor en Instagram. Los mensajes en las redes sociales se centran en las ofertas de becas, los perfiles de las universidades (incluidos los detalles de sus servicios de apoyo) y la empleabilidad de los graduados.

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
EduCanada (Global)		
Instagram	3,727	47
Facebook	72,000	30
LinkedIn	3,693	6

Redes sociales utilizadas por EduCanada; número de seguidores globales; promedio de involucramiento por cada diez publicaciones.

> Australia

Colombia fue el [quinto](#) mayor mercado de origen de estudiantes internacionales en Australia en 2022, una mejora considerable desde 2015, cuando ocupó el 15° lugar. Aunque la pandemia tuvo un impacto inevitable en el número de estudiantes, fue menos agudo que en Brasil, por ejemplo, aunque no está claro por qué fue así. La recuperación en 2022 ha sido significativa, ya que el número de estudiantes se aproxima a los niveles anteriores a la pandemia.

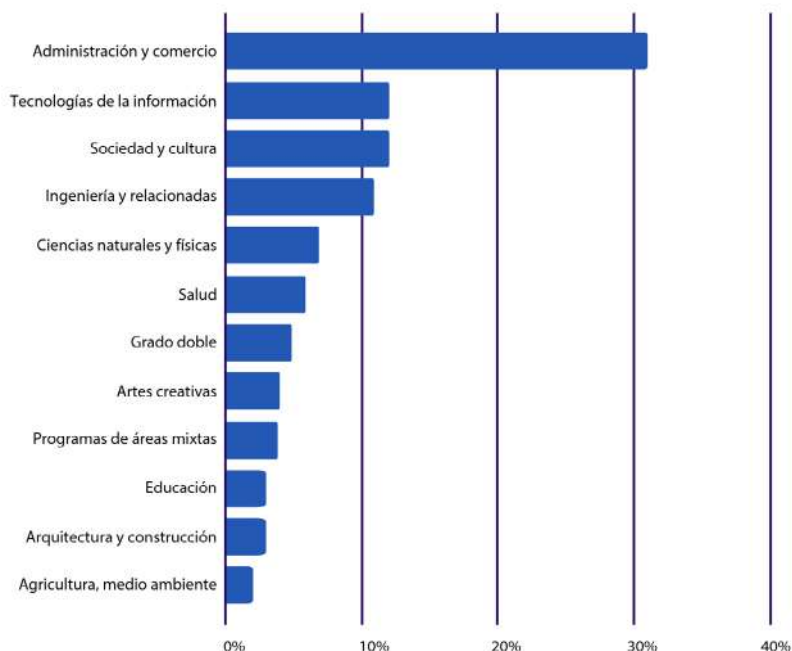
Los estudiantes de educación superior representaron el 7% de las matrículas de estudiantes colombianos en Australia entre enero y octubre de 2022, según cifras del Departamento de Educación; los estudiantes de programas tipo VET representan más de la mitad (53%) del tráfico de estudiantes, mientras que 40% de Colombianos con visas de estudio en Australia 2015-2022 y cambio año tras año. Fuente: Gobierno de Australia Departamento de Educación los estudiantes colombianos en Australia están terminando programas de idiomas. La mayoría de los estudiantes colombianos en instituciones de educación superior australianas están cursando estudios de posgrado (66%). El campo de estudio más popular fue administración y comercio (31% de las inscripciones) seguido por tecnología de la información y sociedad y cultura (12% respectivamente), seguido de cerca por ingeniería y tecnologías relacionadas.

Año	Número de estudiantes colombianos	Cambio anual
2015	9134	-
2016	11,222	23%
2017	14,108	26%
2018	16,931	20%
2019	20,715	22%
2020	18,853	-9%
2021	14,666	-22%
2022	19,687	34%

Colombianos con visas de estudio en Australia 2015-2022 y cambio año tras año. Fuente: [Gobierno de Australia Departamento de Educación](#).

Proveedor	Cifras de estudiantes	Porcentaje
VET	13,066	53%
ELICOS	9,901	40%
Educación superior	1,753	7%
Escuelas	25	0.1%
Sin grado	9	0.03%

Número de inscripciones de colombianos en Australia de enero a octubre 2022. Fuente: [Departamento de Educación de Australia](#).



Inscripciones de estudiantes colombianos en educación superior en Australia por área educativa, enero-octubre 2022. [Departamento de Educación de Australia](#).

Gran parte del trabajo de promoción en Colombia está a cargo de Austrade (Comisión de Comercio e Inversión de Australia), la red diplomática y universidades y colegios individuales con representantes en el mercado. La plataforma [“Study Australia Experience”](#) fue lanzada por Austrade en enero de 2022 con contenido en español relacionado con becas, perfiles individuales de instituciones australianas y un motor de búsqueda para ayudar a los estudiantes a identificar dónde se ofrecen cursos específicos.

Una campaña regional de [comunicación](#) con publicidad dirigida llegó a 20 millones de futuros estudiantes de la región en los seis primeros meses, aportando 310,000 mil visitantes y 37,000 usuarios registrados a la plataforma. Se celebraron decenas de eventos en vivo en la región para promocionar Australia

como destino y sus instituciones educativas, en los que participaron exalumnos embajadores, representantes de universidades y agentes educativos, y en junio de 2022 se celebró una feria virtual de tres horas para 1,700 futuros estudiantes.

En diciembre de 2022, se promocionó en toda Latinoamérica un evento en español titulado “Nuevos beneficios para estudiar en Australia”. La segunda fase de la iniciativa incluirá una mayor duración del evento, más espacio para las instituciones y una mayor y mejorada actividad de marketing digital y en las redes sociales. Se invitó a instituciones australianas a reunirse con colegios del IB de toda América Latina en 2021, organizado por Austrade.

Hubo un pabellón de Study Australia en las ferias de reclutamiento de estudiantes de BMI

en Colombia en 2022; el equipo de Austrade apoya proactivamente a COLFUTURO, planificando eventos para aumentar la cuota de mercado de Australia de estudiantes salientes que recurren a este préstamo educativo. La embajada australiana también organiza [eventos](#) educativos, a los que invita a agentes y entidades locales de becas a reunirse con representantes del mercado. Estos eventos incluyen actos de despedida para los estudiantes que parten hacia Australia. Se invita a asistir a los “clientes potenciales” de la Study Australia Experience.

Study Australia Experience tiene presencia en Latinoamérica en Instagram y Telegram, donde los diez mensajes más recientes fueron vistos una media de 421 veces. Austrade también mantiene una presencia global en los perfiles de “Study Australia” en Facebook e Instagram.

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
Study Australia Experience - LatAm		
Instagram	10,800	118
Telegram	1,174	-
Study Australia (Global)		
Instagram	37,200	-
Facebook	366,000	-

Redes sociales de Study Australia Experience; número de seguidores globales; nivel promedio de interacción por cada diez publicaciones.

> Reino Unido

El Reino Unido es el duodécimo destino preferido por los estudiantes colombianos, según cifras de la [UNESCO](#); además, el Reino Unido recibe el 2% de los estudiantes de tercer nivel con movilidad internacional del país. El número de estudiantes ha disminuido de manera constante desde 2015 y la pandemia no parece haber tenido un impacto significativo en el número de estudiantes. Se observa un crecimiento tranquilizador del 16% para el ciclo escolar 2021/22. Más de tres cuartas partes (76%) de los estudiantes colombianos en universidades del Reino Unido en los años académicos 2020/21 estaban cursando estudios de posgrado; mientras que el 41% de todos los estudiantes de educación superior de Colombia eligen universidades en Londres.

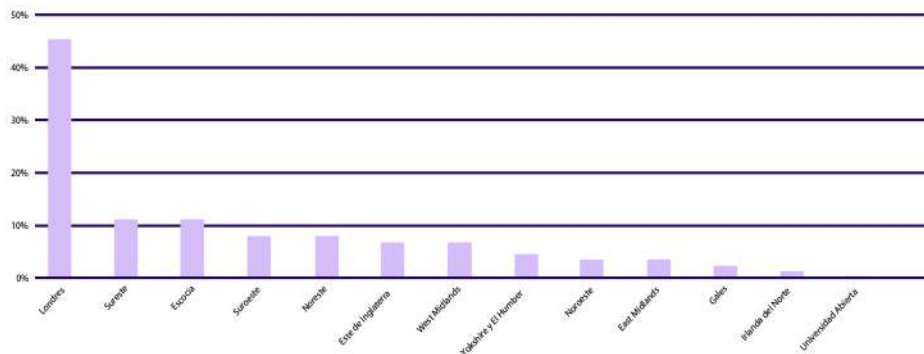
En 2017 se llegó a un [acuerdo](#) sobre el reconocimiento mutuo de títulos entre Colombia y el Reino Unido, aunque no está claro si este acuerdo está actualmente en vigor.

Año	Número de estudiantes brasileños	Cambio anual
2015	1,125	-
2016	1,085	-4%
2017	1,075	-1%
2018	1,020	-5%
2019	975	-4%
2020	920	-6%
2021	749	-19%
2022	870	16%

Estudiantes colombianos de nivel superior en el Reino Unido 2014-2020. Fuente: [HESA](#)

Posgrado (investigación)	20%
Posgrado (impartido)	56%
Licenciatura	22%
Otro grado	2%

Nivel de estudios: Estudiantes colombianos que cursan el nivel superior en el Reino Unido 2020/2021. Fuente: [HESA](#)



Regiones del Reino Unido donde cursan estudios de nivel superior los alumnos colombianos 2020/21. Fuente: [HESA](https://www.hesa.ac.uk/)

El contenido de las redes sociales del British Council se centra predominantemente en el IELTS y otros materiales de inglés, y hay cierto tráfico del público en Instagram, mientras que la participación en Facebook y Twitter es prácticamente inexistente (con base en el promedio de involucramiento por cada diez publicaciones). A pesar de sus 92,000 seguidores en Facebook, 30% de las diez publicaciones más recientes no tuvieron tracción; se observó la misma falta de involucramiento en 40% de las publicaciones en el perfil de Twitter del British Council Colombia, aunque hubo una mejor recepción en Instagram (promedio de 34 interacciones en las últimas diez publicaciones).

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
British Council Colombia		
Facebook	92,000	2
Instagram	18,700	34
Twitter	9,734	2
British Council (Global)		
Facebook	2,400,000	-
Instagram	182,000	-
StudyUK_britishcouncil (Global)		
Instagram	92,000	-
Study UK - British Council		
Facebook	628,880	-

Redes sociales de British Council Colombia; número de seguidores; nivel promedio de interacción por cada diez publicaciones.

Encuesta Exclusiva

Panorama estudiantil en Colombia

En enero de 2023, 120 colombianos completaron una encuesta exclusiva en enero de 2023 en nombre del British Council.

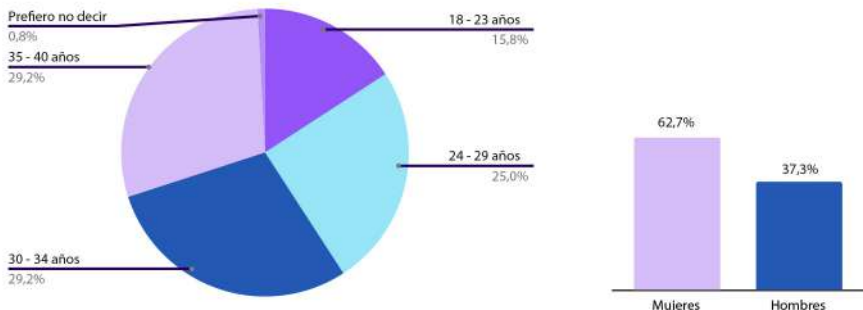
Los encuestados tenían entre 18 y 40 años, de los cuales el 16% tenía entre 18 y 23 años, el 25% entre 24 y 29 años, 30% entre 30 y 34 años y 30% entre 35 y 40 años. La mayoría (89%) respondió a la encuesta en un teléfono móvil u otro dispositivo portátil, mientras que el resto lo hizo en computadoras de escritorio. El 55% de la muestra eran hombres.

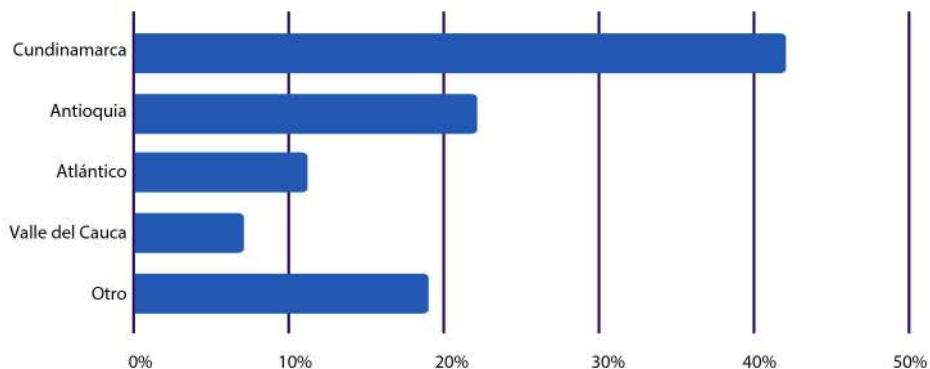
El número de personas encuestadas en Colombia fue inferior al de otros países, ya que la oferta era limitada a partir de un determinado límite de ingresos. La desigualdad de ingresos es especialmente aguda en Colombia, y un sistema de “[estratos](#)” divide a las personas en clases sociales, con una asignación de servicios públicos que depende de los atributos físicos de las viviendas y los barrios, en lugar de los ingresos, aunque el gobierno actual espera reformar este sistema. A efectos de este estudio, se invitó a participar a quienes tuvieran ingresos familiares superiores a COP \$4,500,001

mensuales, equivalentes a unas GBP \$762. Dado que es posible que las familias con ingresos inferiores a esta cifra no consideren la posibilidad de estudiar en el extranjero, no estuvieron representadas en la encuesta para evitar un impacto negativo en los resultados generales.

Se recibieron respuestas de 18 departamentos colombianos, la mayoría de los encuestados (41%) ubicados en Cundinamarca, el 22% en Antioquia, el 11% en Atlántico y el 7% en Valle del Cauca. Más de un tercio (34%) de los encuestados vivían en Bogotá, la capital, y el 14% en Medellín, con 5% en Barranquilla y Cali, respectivamente.

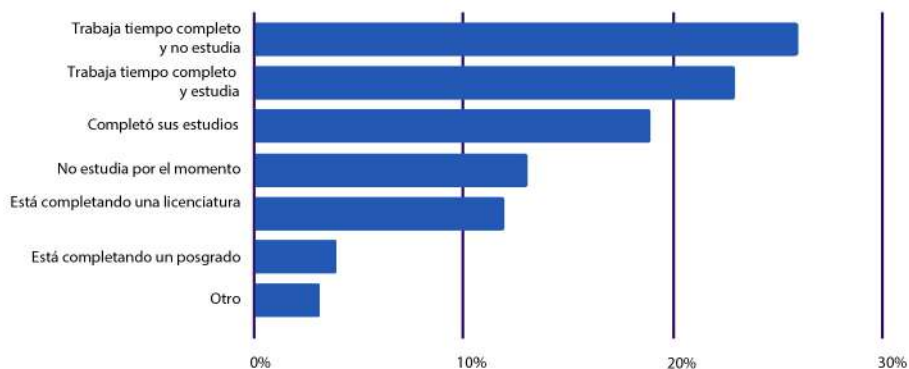
El correo electrónico fue el método preferido de recepción de información citado por el 38%; mientras que al 27% le gustaría recibir información sobre estudios en el extranjero por correo normal. A uno de cada cinco (19%) le gustaría recibir información por WhatsApp. Sólo el 7% quería recibir información a través de eventos en su ciudad y únicamente el 2% citó los webinars como su canal de información preferido.





Departamentos de Colombia donde se ubican los encuestados. Fuente: British Council Colombia Survey por SOS Education Consultancy 2023.

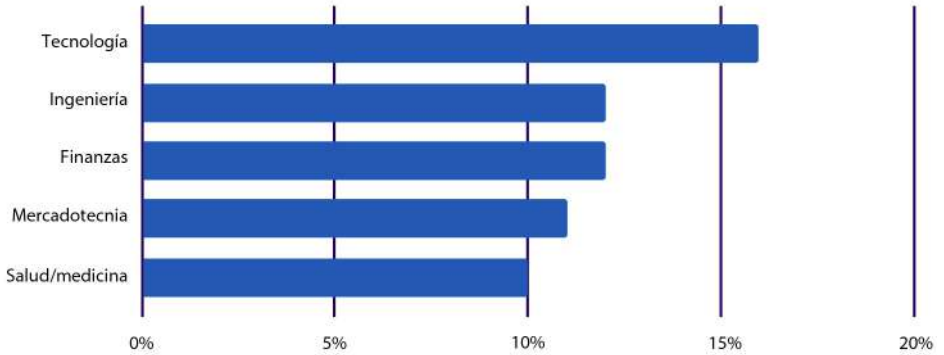
> Estado actual de estudios



Estado actual de estudios de los encuestados en Colombia. Fuente: British Council Colombia Survey por SOS Education Consultancy 2023.

Más de un tercio (39%) de los colombianos que respondieron a la encuesta están estudiando actualmente, con un 32% de que cursan la licenciatura y 11% en la fase de posgrado. Más de la mitad de los que estudian actualmente (59%) trabajan también a tiempo completo.

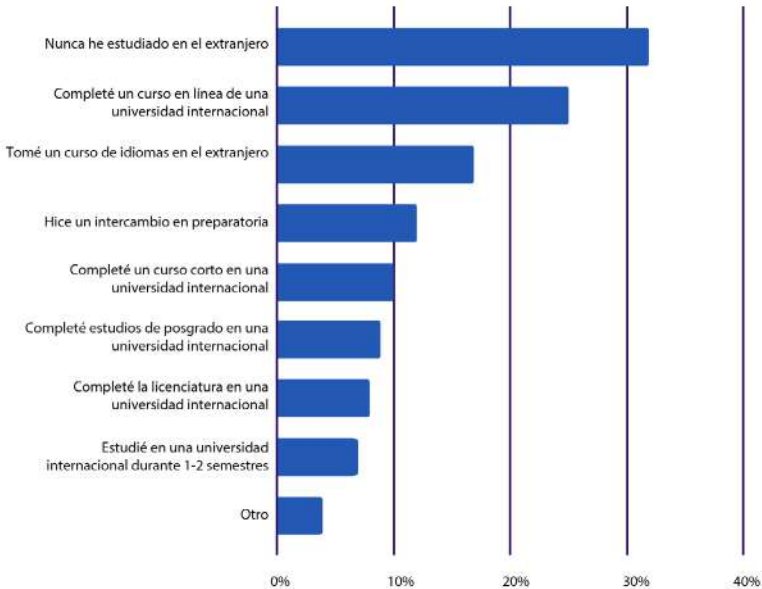
> Aspiraciones profesionales a futuro



¿Cuáles de estos sectores describe mejor la carrera que quieres perseguir en un futuro? Las cinco respuestas principales.
Fuente: British Council Brasil Survey por SOS Education Consultancy 2023.

La tecnología fue la profesión a futuro más popular, elegida por el 16% de los encuestados, seguida de ingeniería y finanzas (12%, respectivamente), el 11% ve su futuro en mercadotecnia, mientras que el 10% desea seguir una carrera en el área de la salud.

> ¿Has estudiado en el extranjero?



¿Has estudiado en el extranjero? (Selecciona hasta tres opciones). Fuente: British Council Colombia Survey por SOS Education Consultancy 2023.

Un tercio (32%) de los encuestados nunca estudió en el extranjero, el 12% realizó un programa de intercambio en preparatoria, el 17% completó un curso internacional de idiomas, el 8% completó sus estudios universitarios en el extranjero, el 9% realizó estudios internacionales de posgrado y el 7% declaró haber participado en un intercambio internacional de uno o dos semestres. Uno de cada diez (10%) completó un curso corto en una universidad internacional, mientras que una cuarta parte (25%) de los encuestados realizó un curso en línea en una institución extranjera de tercer nivel.

Casi una quinta parte (17%) de los encuestados completó un programa de idiomas en el extranjero. De los que completaron un programa de bachillerato en el extranjero: 13% completó un programa internacional de grado; el 13% participó en un programa de intercambio

semestral y el 13% también declaró haber completado programas internacionales en línea y programas de corta duración.

En el grupo que completó un programa internacional de idiomas, el 9% completó estudios de grado en una universidad internacional, y la misma proporción cursó estudios en línea en una institución extranjera. Mientras tanto, una quinta parte (20%) de los que completaron sus programas de licenciatura en el extranjero también habían realizado un curso internacional de idiomas. Los que cursaron estudios de posgrado mostraron una mayor probabilidad de haber realizado cursos en línea en universidades extranjeras, y el 36% así lo declararon. Los que habían cursado estudios de posgrado en el extranjero representaban el 13% de los que habían realizado un curso en línea en una universidad internacional.

> ¿Has considerado estudiar en una universidad del Reino Unido?

Creo que estudiar en el Reino Unido mejoraría mucho mis prospectos profesionales	37%
Me gustaría tomar cursos en línea de una universidad del Reino Unido	29%
He oído cosas muy buenas sobre la educación en el Reino Unido	27%
Es mi sueño estudiar en el Reino Unido	22%
Sólo podría ir si obtuviera una beca	21%
Necesitaría mejorar mucho mi inglés	16%
Estudiaría en el Reino Unido si hubiera un crédito que pudiera pagar después de graduarme	12%
Nunca he pensado en estudiar en el Reino Unido, pero lo consideraría	7%
Es mi sueño estudiar en el extranjero, pero no había considerado el Reino Unido	7%
Estudiar en el Reino Unido es demasiado caro para mí	6%
Nunca he escuchado mucho sobre estudiar en el Reino Unido	7%
No me gustaría viajar tan lejos de casa	2%

¿Has considerado estudiar en una universidad del Reino Unido? (Selecciona hasta tres respuestas).

Fuente: British Council Colombia Survey por SOS Education Consultancy 2023

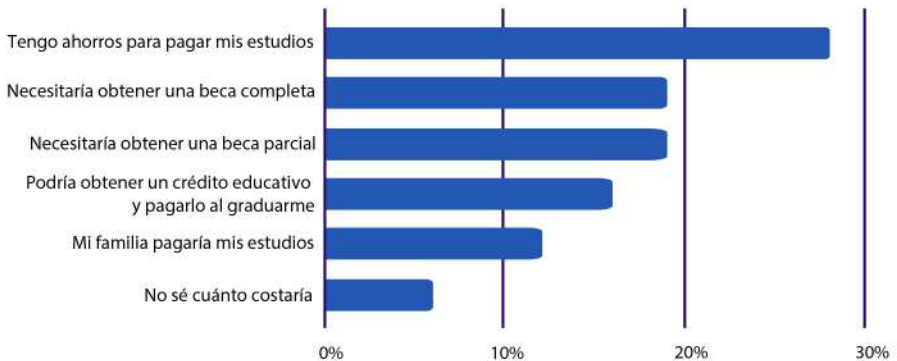
Más de un tercio de los colombianos (37%) cree que una educación en el Reino Unido mejorará sus perspectivas profesionales, y el 36% de ese subconjunto también dijo que había oído hablar muy bien del sistema educativo británico. Una quinta parte de ellos (22%) afirmó que necesitaría mejorar su nivel de inglés; el 9% dijo que necesitaría un préstamo educativo si se planteara esta opción y el 16% dijo que necesitaría una beca. Curiosamente, el 40% de este subconjunto manifestó su interés por cursar estudios en línea en una universidad del Reino Unido.

El deseo de estudiar en línea en una universidad británica fue declarado la preferencia del 30% de los encuestados en Colombia, la mitad de los cuales (51%) creía que estudiar en el Reino Unido es un indicador positivo para futuras carreras, y el 46% declaró haber oído cosas positivas sobre el sistema educativo británico.

Uno de cada diez (9%) de los interesados en estudios en línea reconoce la necesidad de mejorar su inglés.

Estudiar en el Reino Unido es el sueño del 22% de los encuestados; el 42% de ese subconjunto afirma creer que una educación en el Reino Unido beneficiaría su carrera y una cuarta parte (23%) afirma haber oído hablar muy bien del sistema educativo británico. Una cuarta parte (23%) del mismo subgrupo afirmó que primero necesitaría mejorar su inglés, el 15% dijo que necesitaría un préstamo para perseguir este sueño, mientras que sólo el 4% mencionó la necesidad de una beca. Uno de cada cinco (19%) de estos encuestados dijo estar interesado en cursos en línea de una universidad británica.

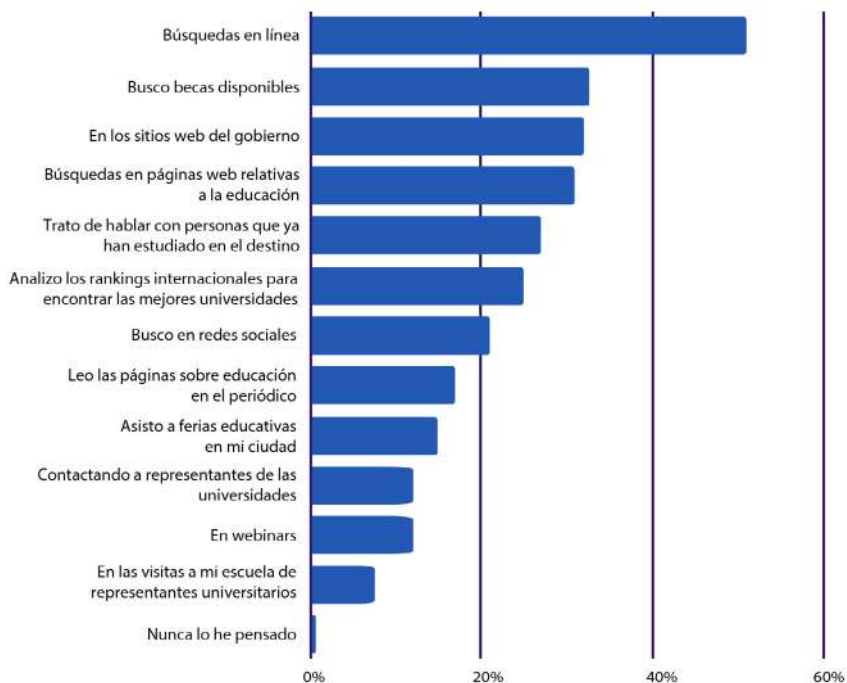
> ¿Cómo pagarías tus estudios en el extranjero?



Si fueras aceptado, ¿cómo pagarías tus estudios en el extranjero? Fuente: British Council Colombia Survey por SOS Education Consultancy 2023t

Cuatro de cada diez encuestados (38%) afirmaron que necesitarían una beca para plantearse estudiar en el Reino Unido; la mitad de ellos, una beca completa. Por su parte, el 16% afirmó que pediría un préstamo para estudiar en el Reino Unido. Otros cuatro de cada diez (40%) afirman que podrían pagarse los estudios en el Reino Unido de forma privada; el 71% de estos encuestados afirman que tienen ahorros para pagar los estudios internacionales, y el resto (29%) afirma que su familia cubriría los gastos.

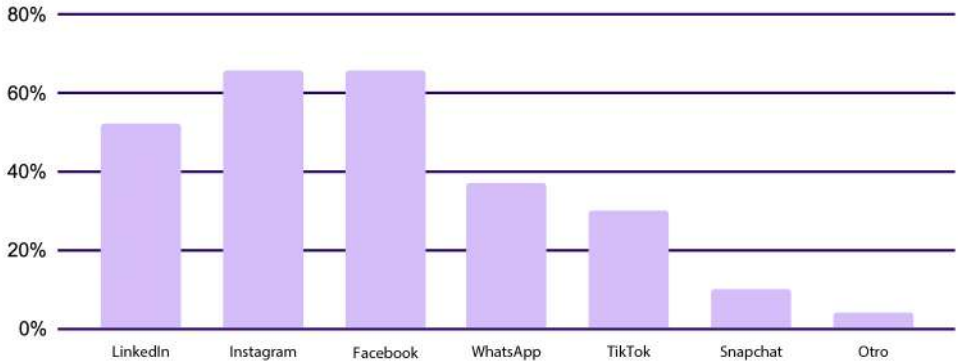
> ¿Cuál es la mejor fuente de información sobre estudios en el extranjero?



¿En dónde buscarías información sobre estudios en el extranjero? (Selecciona hasta cinco opciones).
Fuente: British Council Colombia Survey por SOS Education Consultancy 2023

Las búsquedas en línea fueron consideradas el mejor lugar para obtener más información sobre las opciones de estudios internacionales, citadas por el 51% de la muestra de Colombia, mientras que el 31% dijo que buscaría específicamente en sitios web relacionados con la educación y el 32% pensó que los sitios gubernamentales serían un buen lugar para buscar. Por su parte, el 17% buscaría en las páginas de educación de los periódicos. Un tercio de los colombianos (33%) buscaría becas disponibles al buscar información sobre estudios internacionales; mientras que el 25% analizaría los rankings internacionales. Hablar con personas que ya han estudiado en el destino es una buena manera de informarse, según el 27% de los encuestados; las búsquedas en las redes sociales fueron citadas por el 21% y el 12% se refirió a los webinars.

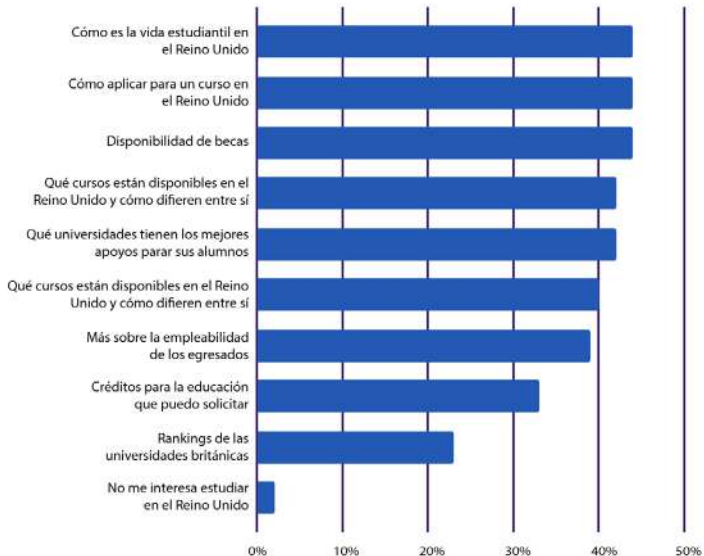
> ¿Cuál es la mejor red social para informarte sobre estudios en el extranjero?



¿Qué red social usarías para buscar más información sobre oportunidades de estudio?
Fuente: British Council Colombia Survey por SOS Education Consultancy 2023

Las mejores plataformas de medios sociales para buscar e informarse sobre estudios en el extranjero fueron Instagram y Facebook, citadas por el 66% respectivamente; mientras que el 51% mencionó LinkedIn como una buena fuente de información, seguido por el 37% que mencionó WhatsApp y el 30% que considera que TikTok es una buena fuente.

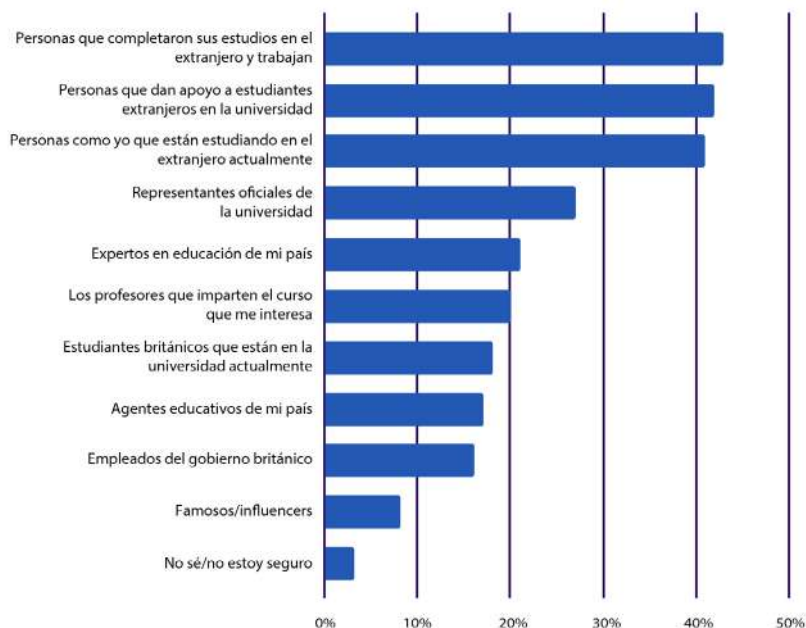
> ¿Qué te gustaría saber sobre estudiar en Reino Unido?



¿Qué más te gustaría saber sobre estudiar en el Reino Unido? (Selecciona todas las opciones que apliquen).
Fuente: British Council Colombia Survey por SOS Education Consultancy 2023

Los estudiantes colombianos quieren saber más sobre la vida estudiantil en el Reino Unido, cómo solicitar un curso y qué becas hay disponibles. Estas respuestas fueron citadas por el 44% de la muestra, respectivamente. Mientras tanto, el 42% indicó su deseo de saber cómo mejorar su inglés al nivel necesario para estudiar en el Reino Unido; mientras que a la misma proporción le gustaría saber qué universidad tiene los mejores servicios de apoyo al estudiante. El 40% desea más información sobre los cursos disponibles en el Reino Unido y las diferencias entre unos y otros, mientras que el 39% expresa su interés por saber más sobre la empleabilidad de los titulados. Un tercio (33%) de los encuestados en Colombia pidió más información sobre los préstamos educativos disponibles.

> Fuentes de información confiables



Al buscar información sobre estudios en el extranjero, me gustaría escuchar a (selecciona tres).

Fuente: British Council Colombia Survey por SOS Education Consultancy 2023

Los compañeros surgieron como la voz preferida de los estudiantes colombianos para entender las opciones de estudio en el extranjero y al 43% le gustaría escuchar a compañeros graduados en el lugar de trabajo; mientras que al 41% le gustaría escuchar a estudiantes actuales. El personal de apoyo de las oficinas internacionales de las universidades extranjeras interesó al 42% de los encuestados; mientras que el 27% quiere oír a representantes de las universidades. Por su parte, a uno de cada cinco (20%) le gustaría oír al personal académico de las universidades; una proporción similar (21%) desea oír a expertos en educación y el 17% cita a agentes educativos de su país. Las personas que trabajan para el gobierno británico serían una buena fuente de información para el 16% de los colombianos; mientras que sólo el 8% citó a personas famosas o a influencers como voces preferidas.

Encuesta Exclusiva

Panorama de agencias en Colombia

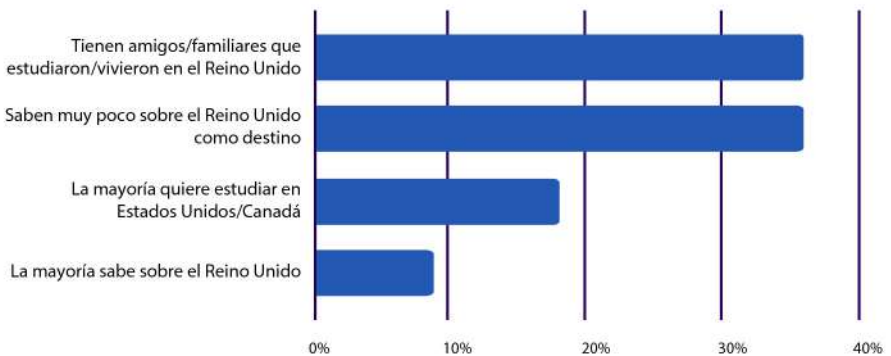
En enero de 2023, once agencias de Colombia respondieron a una encuesta en la que se planteaban diversas preguntas relacionadas con las percepciones de los clientes sobre el Reino Unido como destino de estudios y la preparación de sus equipos de personal para impulsar las ventas de educación superior en el Reino Unido. Aunque muchas preguntas ofrecían respuestas de opción múltiple, se invitaba a los agentes a añadir su opinión cuando las respuestas ofrecidas no coincidían con sus opiniones.

De once agencias colombianas, cuatro afirmaron que la demanda ha aumentado para el Reino Unido desde la pandemia, cuatro informaron de un menor número de consultas sobre el Reino Unido desde entonces, mientras que tres afirmaron que no se había observado

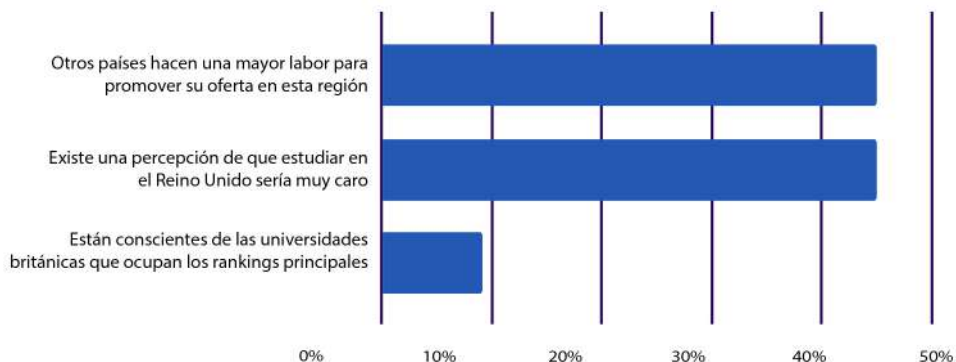
ningún cambio real. Todas las agencias indicaron que el correo electrónico era la mejor forma de enviarles información.

Los agentes señalaron que sus clientes tienen preferencia por estudiar en Estados Unidos o Canadá (18%) o tienen muy poco conocimiento del Reino Unido como destino (36%); mientras que el 36% dijo que el conocimiento del Reino Unido como país por parte de sus clientes se basa en información anecdótica de familiares o amigos que vivieron allí. Casi la mitad de los agentes (45%) afirma que sus clientes ven el Reino Unido como un destino de estudios muy caro; mientras que la misma proporción afirma que otros países están haciendo más que el Reino Unido para promocionar los destinos estudiantiles.

> ¿Qué saben tus clientes del Reino Unido como nación?



> ¿Qué saben tus clientes del Reino Unido como destino académico?

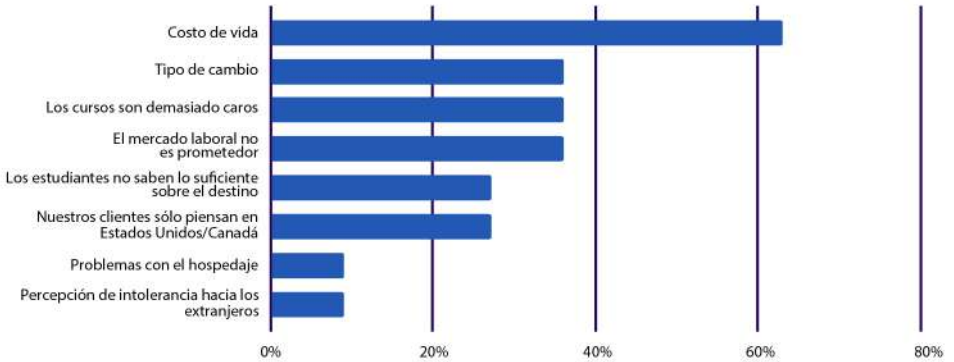


> ¿Qué motiva a tus clientes a elegir un instituto educativo?

Motivo	Proporción de agentes que indican este motivo
Oportunidades para ingresar al mercado laboral al completar los estudios	72%
Permite trabajar mientras se estudia	72%
Costo de vida	54%
Costo del curso	45%
Calidad de la enseñanza	36%
Tipo de cambio	27%
Rankings internacionales	27%
Turismo/oportunidades culturales	18%
Seguridad	18%
Aspectos culturales	9%
Calidad de vida	9%
Proximidad a otros países europeos	9%
Expectativas salariales	9%
Opiniones familiares	9%

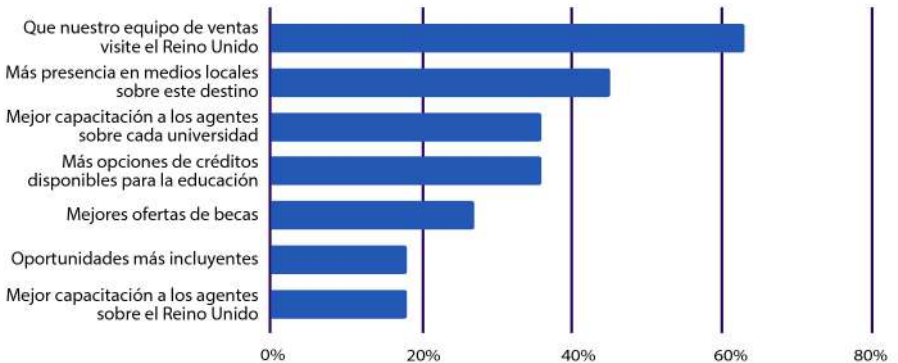
Las oportunidades de acceder a un puesto de trabajo después de los estudios y el permiso para trabajar mientras estudian fueron los factores que más motivaron a los clientes a la hora de elegir una institución, citados respectivamente por el 72% de los agentes en Colombia; mientras que el costo de vida y el precio de los cursos fueron otros de los principales factores decisivos.

> ¿Cuáles son los retos principales para estudiar el tercer nivel en el Reino Unido?



El costo de vida fue el principal obstáculo para cursar estudios de tercer nivel en el Reino Unido, junto con el tipo de cambio y la sensación de que el mercado laboral no es muy prometedor. Tres agentes expresaron la opinión de que los estudiantes no conocen lo suficiente sobre el Reino Unido, mientras que otros afirmaron que sus clientes tenían otros destinos en mente.

> ¿Qué produciría un alza en la demanda?



> ¿Qué te ayudaría a vender más productos de educación superior en el Reino Unido?

Viajes de familiarización para conocer las universidades británicas	72%
Más becas	45%
Sesiones regulares presenciales de capacitación para el equipo de ventas	45%
Mejor capacitación sobre el Reino Unido como destino	36%
Contactos clave entre los representantes de las universidades	36%
Escalas salariales claras/expectativas para los graduados	36%
Información migratoria clara	27%
Testimonios contundentes de exalumnos	27%
Más información sobre oportunidades/deportes incluyentes	27%
Identificación de puntos de venta específicos para cada universidad	18%
Opción de trabajar medio tiempo mientras se estudia	9%

Los agentes colombianos desean más formación, tanto sobre el Reino Unido como destino de estudios como sobre universidades concretas con las que les gustaría tener un contacto más estrecho. Los agentes expresaron un fuerte deseo de que los miembros de sus equipos de ventas visiten el Reino Unido en un viaje de familiarización, junto con el deseo de ver una mayor promoción del Reino Unido en las campañas de los medios de comunicación nacionales.

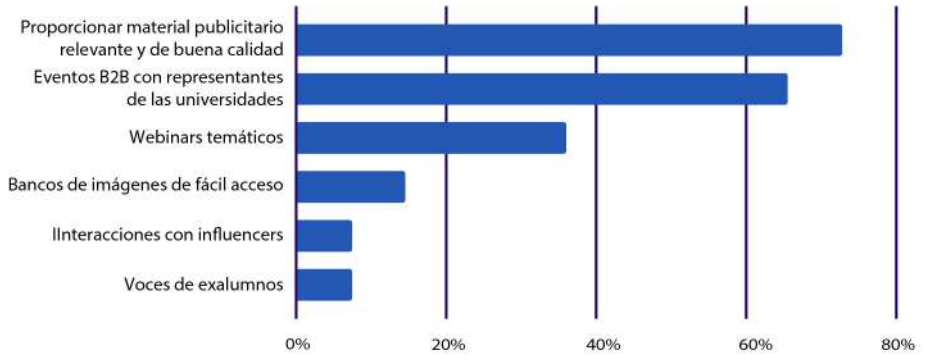
> ¿Cómo pagan sus estudios los clientes que irán a la universidad?

Agente 1	Crédito educativo
Agente 2	Crédito educativo
Agente 3	Fondos propios 70%; crédito educativo 30%
Agente 4	Fondos propios
Agente 5	Crédito educativo

Agente 6	Principalmente con fondos propios
Agente 7	Fondos propios 70%
Agente 8	Fondos propios 70%; crédito educativo 20%; beca parcial 10%
Agente 9	Fondos propios 50%; crédito educativo 50%
Agente 10	Fondos propios 60%

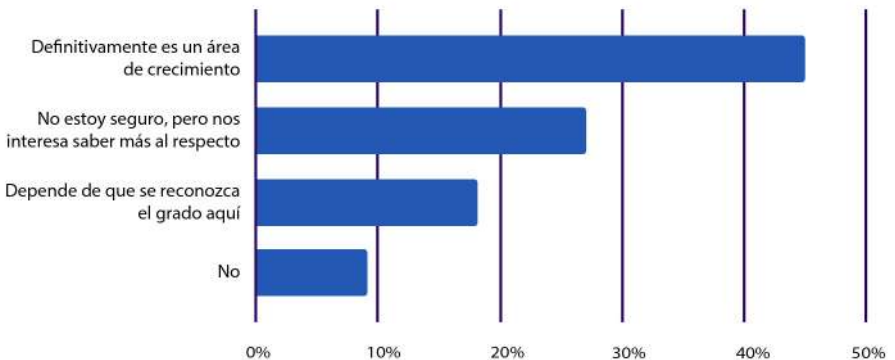
A la pregunta de cómo financian sus estudios internacionales los estudiantes que van a la universidad, los agentes no fueron claros sobre el desglose exacto de préstamos y becas, pero parece que alrededor del 65% se autofinancian. Los agentes mencionaron a COLFUTURO y al ICETEX como fuentes de financiamiento para los estudiantes, junto con los bancos comerciales Bancolombia y Sufi. Una agencia (English Star) está asociada con la cooperativa [Cooomeva](#), que ofrece un descuento del 5% en los programas de estudios en el extranjero.

> ¿Cómo puede apoyar el British Council a tu agencia para incrementar el número de solicitudes?



A la gran mayoría (91%) de los agentes colombianos les gustaría que el British Council les suministrara material de marketing relevante y de buena calidad para su uso en la promoción del Reino Unido; el 82% quiere reunirse con representantes de universidades británicas a través de eventos B2B y el 45% desearía webinars temáticos. Las voces de los exalumnos sólo fueron citadas por un agente como respuesta a esta pregunta; del mismo modo la interacción con influencers no fue vista como un apoyo necesario y sólo una agencia lo citó.

> ¿Crees que hay mercado para una oferta en línea de las universidades británicas?



Casi la mitad de los agentes colombianos (45%) considera que la oferta en línea de las universidades británicas es un área de crecimiento definitivo; otro 45% está interesado en saber más y dos agentes afirman que esto dependería de si las acreditaciones obtenidas serían reconocidas en Colombia. Ninguno de los agentes ofrece actualmente este tipo de programas y sólo una agencia no ve mercado para una oferta en línea de universidades británicas.

Análisis de Colombia

Cerca de 57 mil estudiantes colombianos de tercer nivel tienen movilidad internacional y, sin embargo, el Reino Unido sólo tiene una cuota del 2% de este mercado. Mientras que muchos estudiantes colombianos pueden optar por Argentina y España como destinos principales, debido a que pueden aprender en español (y a menudo pueden estudiar gratis en instituciones públicas en Argentina), es importante entender por qué Gran Bretaña ocupa tan sólo el puesto número 12 en las preferencias de los estudiantes colombianos.

En un estudio realizado en noviembre de 2022 para el British Council, el 90% de los agentes educativos colombianos afirmaron que Canadá estaba entre sus cinco principales destinos para cursar estudios superiores; mientras que el 26% mencionó al Reino Unido entre los cinco primeros. De hecho, casi la mitad (47%) de las agencias sólo nombraron Canadá cuando se les preguntó por sus principales destinos. La posibilidad de obtener la residencia permanente en Canadá es un claro atractivo para los estudiantes colombianos y el conocimiento público de esta oportunidad significa que el modelo de negocio de muchos agentes se centra exclusivamente en Canadá.

Muchos agentes colombianos informaron que no tienen contacto directo con universidades del Reino Unido, mientras que varios trabajan con plataformas como ApplyBoard y Adventus, y a través de grupos como INTO, Study Group. La gran mayoría de los agentes en Colombia (89%) en noviembre de 2022 dijeron que les gustaría trabajar con más socios universitarios en el Reino Unido.

La presencia de asesores de EducationUSA en once centros de apoyo estudiantil alrededor de Colombia (la mayoría en centros colombo-americanos) le da a Estados Unidos una clara ventaja geográfica y un acceso sin restricciones a los estudiantes colombianos. El número de estudiantes en Estados Unidos no se vio afectado en gran medida por la pandemia.

Australia experimentó una impresionante recuperación post-pandémica en el número de estudiantes procedentes de Colombia en 2022, y aunque no es un resultado demostrado del lanzamiento de la plataforma [“Study Australia Experience”](#) con contenido en español, el compromiso documentado tras una campaña de comunicación regional muestra que el destino ganó gran visibilidad durante 2022.

Australia le va muy bien con la contratación en el sector VET (el 53% de los estudiantes contratados proceden de Colombia), con oportunidades de residencia de larga duración para quienes posean determinadas acreditaciones que respondan a la [escasez de competencias](#) y satisfagan las [pruebas por puntuación](#), entre otras condiciones.

Los estudiantes colombianos de educación superior en Australia muestran preferencia por los programas de negocios y administración, que también es el principal campo de estudio para los colombianos que consideran estudiar en los [Estados Unidos](#). Si bien las finanzas fueron una de las principales áreas identificadas por los estudiantes en este estudio de enero de 2023 para el British Council, es interesante notar que una carrera en el área de tecnología fue la preferencia más citada. Esto puede reflejar el actual déficit de habilidades en las áreas de TI y los informes de los medios de comunicación sobre la creación de cientos de miles de puestos de trabajo de TI, así como las empresas de tecnología de Estados Unidos que emplean a trabajadores a distancia, lo que permite a los colombianos ganar salarios de Estados Unidos sin salir de casa.

Los campos de estudio más elegidos por los colombianos con financiamiento de COLFUTURO entre 2017 y 2022 fueron ingeniería (21%), administración y negocios (12%), ciencias sociales (11%), derecho (8%) y arquitectura y diseño (7%). Un total de 8,233 estudiantes colombianos fueron financiados en este quinquenio, de los cuales casi la mitad (47%)

eran de Bogotá / Distrito Capital, el 13% de Antioquia, el 5% de Santander y Atlántico, respectivamente, mientras que el 4% provenía del Valle del Cauca.

El costo de vida fue citado por los agentes como el principal obstáculo para cursar estudios de tercer nivel en el Reino Unido. Afirmaron que los cursos son demasiado caros y que el mercado laboral británico no es prometedor. Los tipos de cambio también se consideraron un obstáculo. Sin embargo, el costo no aparece como un factor primordial cuando los colombianos se plantean estudiar en el Reino Unido y, aunque una quinta parte de los encuestados afirmó que necesitaría una beca para estudiar en Gran Bretaña, la principal respuesta se refería a los altos niveles del sistema educativo británico y a la idea de que estudiar en el Reino Unido mejoraría en gran medida las perspectivas laborales. De hecho, sólo el 6% afirmó que estudiar en el Reino Unido le parecía demasiado caro.

Es importante que las partes interesadas se den cuenta de que hay otros destinos de estudio en el Reino Unido aparte de Londres, que tiende a ser la ciudad más popular para los colombianos móviles. De 1,706 estudiantes que recibieron financiamiento para ir al Reino Unido con COLFUTURO entre 2017 y 2022, el 54% fue a Londres y el 41% de los colombianos en el Reino Unido cursando la educación superior en 2020/21 lo hicieron en la capital británica.

Esto nos lleva a preguntarnos hasta qué punto los agentes y sus clientes potenciales conocen los costos y las ventajas de estudiar en el Reino Unido. Los agentes consideraron que muchos de sus clientes tienen muy poco conocimiento del Reino Unido como destino, mientras que muchos opinaron que otros países hacen más para promover su oferta educativa en el mercado. Los agentes afirmaron que los estudiantes colombianos tienen a Estados Unidos y Canadá como referencia principal cuando se trata de estudios internacionales de tercer nivel.

Sin embargo, el hecho de que Gran Bretaña sea el segundo destino más popular para los préstamos educativos respaldados por

COLFUTURO sugiere que hay cierto conocimiento del Reino Unido. Cerca de 300 (296) estudiantes colombianos recibieron financiamiento en 2022 para estudiar en el Reino Unido, mientras que 311 lo recibieron para estudiar en Estados Unidos. Sólo 86 estudiantes recibieron préstamos de esta organización sin fines de lucro para estudiar en Canadá en 2022; mientras que 113 lo utilizaron para estudiar en Australia.

A dos de cada cinco colombianos contactados para este estudio les gustaría saber más sobre los cursos disponibles en universidades británicas, mientras que al 29% le gustaría completar un programa en línea de una universidad británica (el 25% ya ha completado programas en línea de universidades internacionales). Casi la mitad de los agentes (45%) dijo que los cursos en línea eran un área de crecimiento definitivo; mientras que otro 45% quería saber más sobre esta posibilidad, incluida la confirmación con respecto al reconocimiento de acreditaciones internacionales en línea en Colombia.

A menudo, y sobre todo en el ámbito de TI, las empresas valoran menos las acreditaciones formales que la formación práctica y los conocimientos técnicos. Puede valer la pena investigar si las empresas de Colombia valorarían una oferta de programas en línea de corta duración que aborden déficits específicos de competencias. Hay que examinar la competencia para compararla con la oferta británica, en términos de contenido, precio y retorno sobre la inversión.

Existe una desconexión entre algunos agentes colombianos y el British Council, y la creencia (basada o no en hechos verídicos) de que el British Council trabajaba en competencia directa con los agentes hace algunos años. Se informó durante este estudio que el British Council estaba promoviendo directamente colegios y otras instituciones en un modelo basado en comisiones (en 2009/2010). Si bien esto puede no ser lo que sucedió en realidad, apunta a la necesidad de recuperar las relaciones entre la entidad gubernamental del Reino Unido y el sector de agentes colombianos.

Los agentes quieren vender y es importante que conozcan a fondo el producto, sobre todo en el caso de la enseñanza superior, que no sólo supone un importante desembolso económico, sino también un gran acto de fe en el caso de los padres que envían a sus hijos adolescentes al extranjero. Es razonable suponer que un agente que no conozca a fondo un destino no se esforzará mucho por venderlo: venderá el que mejor conozca. Asegurarse de que los agentes lo sepan todo sobre el destino es sólo la mitad de la batalla; el Reino Unido también debe crear demanda asegurándose de que los futuros estudiantes sepan lo que Gran Bretaña puede ofrecer.

Los colombianos quieren saber más sobre la vida estudiantil en el Reino Unido, cómo solicitar un curso, qué becas hay disponibles, cómo mejorar su inglés hasta el nivel necesario para estudiar en una universidad británica, qué ayudas estudiantiles hay en el Reino Unido, qué cursos hay disponibles y más sobre la empleabilidad de los graduados. Buscan información práctica y esto justifica un plan de comunicación que aborde cada paso del proceso de búsqueda y solicitud, con contenidos creados para resolver dudas y preguntas.

Cuando los estudiantes buscan en internet información sobre estudios en el extranjero, ¿qué preguntas escriben en los cuadros de búsqueda? ¿Qué palabras clave utilizan y cuáles son los principales resultados? Estas preguntas merecen ser tenidas en cuenta para que la información relevante procedente de fuentes oficiales aparezca en los primeros puestos de los resultados de búsqueda.

Los colombianos dicen que buscan en las páginas web del gobierno y en las relacionadas con la educación: ¿está actualizada la información? ¿es confusa?

Los mensajes clave de #StudyUK deben ser identificados y comunicados al mercado a través de una variedad de canales. Mientras que los colombianos se refirieron tanto a Instagram como a Facebook como sitios de medios sociales igualmente importantes para obtener información sobre estudios en el

extranjero, el análisis de la actividad muestra que Instagram tiene un mejor involucramiento de los estudiantes. Incluso con cientos de miles de seguidores, muchos mensajes sociales caen en un vacío virtual y son una pérdida de tiempo y recursos.

La agencia gubernamental ICETEX apoya el acceso a la educación superior de estudiantes procedentes de entornos desfavorecidos mediante préstamos educativos parcialmente condonables. A una convocatoria típica de ICETEX se presentan 10,000 solicitantes (tasa de éxito de los solicitantes del 20%), por lo que esta es una gran oportunidad de visibilidad para las universidades británicas. Para asociarse con ICETEX, las universidades británicas deben ofrecer un descuento del 50% en sus cuotas (actualmente no hay socios británicos). Puede valer la pena ofrecer un número limitado de plazas en el marco de estas asociaciones, ya sea con un descuento ofrecido por la universidad británica directamente o que se obtengan apoyos del gobierno.

FPP y BMI son los principales organizadores de ferias de reclutamiento de estudiantes en América Latina; 822 estudiantes colombianos asistieron a un evento en línea de FPP en septiembre de 2022, con 48% que manifestaron su interés en programas de pregrado, 21% buscaron oportunidades internacionales de postgrado y 21% que quería estudiar un programa de idiomas en el extranjero. Se pidió a los estudiantes que indicaran su país de destino preferido (podían seleccionar más de uno) y el 41% dijo estar interesado en estudiar en el Reino Unido (el 73% dijo Canadá, el 63% dijo Estados Unidos, mientras que el 59% mencionó España como destino de estudio preferido).

Dieciocho universidades británicas participaron en las ferias del BMI en Colombia en 2022, junto con diecisiete de Canadá, diecinueve de Australia y treinta y seis de Estados Unidos. Las ferias virtuales de FPP fueron menos populares entre los británicos y sólo una participó junto a nueve de Australia, dieciséis de Estados Unidos y veintitrés de Canadá.

Recomendaciones

> Vínculos de alto nivel

- Para hacer planes futuros para Colombia, es bueno tener una idea del compromiso actual con el mercado. Se recomienda realizar una evaluación para entender qué universidades del Reino Unido ya están trabajando con el mercado colombiano. ¿Tienen un representante en el mercado? ¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrentan en Colombia?
- Deberían organizarse eventos presenciales para apoyar a las que ya tienen presencia en el mercado, por ejemplo, ofreciendo salas de reuniones del British Council para sesiones de formación de agentes en ciudades clave. Debe animarse a las universidades que no tengan presencia en el mercado a que busquen un representante (aunque se trate de un representante que cubra varios mercados de la región) o a que organicen visitas periódicas para cimentar alianzas importantes.

> Desarrollo de marca

- El British Council debe desarrollar la marca #StudyUK en Colombia para crear distinción entre la rama de operaciones de reclutamiento de estudiantes y otras iniciativas.
- Crear una versión en español de la plataforma “[Study UK](#)” y lanzarla con una campaña de comunicación nacional (o regional) que incluya una clara llamada a la acción, ya sea inscribirse a una serie de webinars o recibir boletines periódicos sobre [becas](#).

> Relaciones con agentes

- Desarrollar vínculos más estrechos con ANEX, la asociación colombiana de agencias de educación. Aunque es válido alinearse con agencias individuales, hay una clara ventaja en trabajar con un grupo de agencias que han firmado un código ético común. Trabajar con ANEX facilitará el contacto con al menos 26 agencias, y se recomienda que la asociación participe en la planificación de algunos eventos de agentes.
- Organizar eventos B2B para que los agentes puedan conocer mejor a los representantes de cada universidad británica, entender los puntos de venta exclusivos de cada universidad y tener un punto de contacto claro en cada universidad para responder rápidamente a las consultas.
- Organizar un viaje de familiarización a regiones específicas del Reino Unido para agentes clave que muestren un interés claro y demostrable en vender educación superior en el Reino Unido. Diluir el enfoque londinense llevándolos a otras partes del Reino Unido más baratas. Centrarse en la infraestructura física y las estructuras de apoyo de las universidades que visiten.
- Mostrarles dónde estudiarán, comerán, comprarán, bailarán y dormirán sus clientes. Para no saturar con presentaciones de PowerPoint a los participantes en estos viajes, es aconsejable entregarles un pendrive o hacer presentaciones online antes o después del viaje.

> Plataformas EdTech

- Se recomienda algún enlace con entidades como ApplyBoard y Adventus, ya que ambas ya tienen asociaciones con docenas de agencias en Colombia (ApplyBoard trabaja con 88 agencias colombianas, mientras que Adventus tiene una cartera de 56 agentes en el mercado). Asegurarse de que el contenido del Reino Unido en estas plataformas es coherente con el mensaje general de la marca, e investigar oportunidades de asociación, como el patrocinio de eventos.

> Redes escolares

- Crear una red de colegios privados en Colombia, que incluya colegios internacionales y de IB, y garantizar que los orientadores hayan completado la formación disponible.
- Tanto el BMI como el FPP ofrecen eventos para consejeros de escuelas secundarias y la participación puede ser una buena manera de empezar a construir estas importantes redes. El patrocinio de estos eventos puede garantizar que los mensajes clave lleguen a las partes interesadas de las mejores escuelas de Colombia.
- Ofrecer talleres a los orientadores de los institutos, no sólo sobre el Reino Unido como destino de estudios, sino también sobre las mejores prácticas generales de orientación profesional.
- Invitar a un grupo clave de consejeros de secundarias a visitar un grupo selecto de universidades británicas.

- Investigar la posibilidad de ofrecer a los jóvenes universitarios programas de prueba, en colaboración con los agentes. Son una gran oportunidad para mostrar la infraestructura de la universidad y las áreas o capacidades de cursos específicos. Centrarse en el desarrollo de habilidades interpersonales dentro de cualquier programa ofrecido e incluir una mezcla de actividades culturales.

> Agencias de financiamiento

- Alinearse con las entidades de becas y préstamos y asegurarse de que las universidades del Reino Unido comprendan plenamente la exposición potencial que el enlace ofrecerá al mercado estudiantil colombiano. Organizar eventos informativos para estudiantes colombianos alrededor de las fechas en que se lanzan convocatorias específicas o en momentos clave del calendario académico.
- El British Council debería comprometerse con los bancos comerciales Bancolombia y Sufi, así como con la cooperativa Coomeva, para ver si alguna alineación puede ser beneficiosa.

> Reclutamiento de estudiantes

- Participación de la marca “Study UK” en eventos existentes de reclutamiento de estudiantes (BMI, FPP), o eventos boutique Study UK para el mercado colombiano, en ciudades clave, además de exponer a un público estudiantil selecto a los beneficios de estudiar en el Reino Unido. Esto permitirá al British Council y a las universidades británicas crear sólidas listas de contactos para futuras campañas de marketing por correo electrónico bien planificadas, ya que el 38% de los estudiantes afirma que esta es su forma preferida de recibir información.

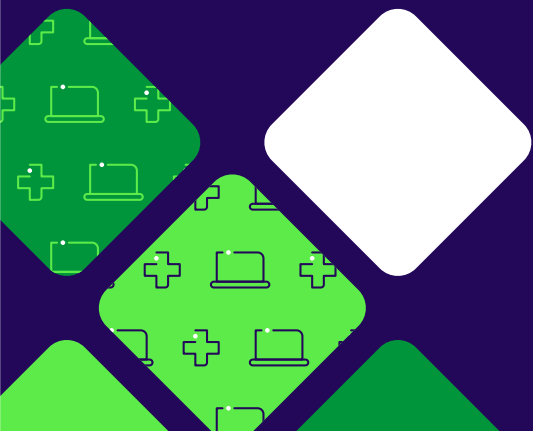
> Oferta en línea

- Investigar la oferta actual de programas en línea de las universidades del Reino Unido, si la acreditación será reconocida en Colombia y si se necesitan cualificaciones británicas formales. ¿Prefieren los empresarios cursos cortos y puntuales?
- Investigar la posibilidad de establecer un enlace directo con la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones para ofrecer programas a las empresas miembro con el fin de cubrir los déficits de competencia.

> Estrategia de comunicación

- Revisar la actividad en las redes sociales y la participación en Colombia, y desarrollar material que se alinee directamente con lo que los estudiantes están buscando para incluir un enfoque en áreas de carreras específicas y cursos en el Reino Unido que conduzcan a tales perfiles profesionales.
- Desarrollar un mensaje general de destino para #StudyUK y crear material de marketing en torno a esto, asegurando que los agentes tengan fácil acceso a bancos de imágenes de alta calidad que transmitan mensajes clave.
- Crear contenido regular en español, preferiblemente con estudiantes o graduados colombianos, para contar historias personales sobre aspectos prácticos de la vida estudiantil en el Reino Unido. El contenido no tiene por qué limitarse a procesos académicos o formales, y puede adoptar la forma de consejos amistosos o informes de primera mano sobre experiencias positivas o inusuales, como “consejos para ahorrar dinero mientras estudias en el Reino Unido”, “cinco cosas que me gustaría saber antes de ir al Reino Unido”, etc. Este tipo de contenido de blog puede alojarse en el sitio web de Study UK (ayudando así a la optimización de los motores de búsqueda con determinadas palabras clave incrustadas) y publicarse en las redes sociales.
- Identificar las publicaciones clave sobre educación en Colombia y crear contenidos interesantes sobre temas que no estén directamente relacionados con la contratación, pero que hablen de tendencias futuras que sean de interés a nivel local. Ofrecer entrevistas con personal educativo clave de universidades o del gobierno del Reino Unido.

México





México

Población	126 millones
PIB 2022	\$1.4 mil millones USD
Tasa de desempleo	2.8% (noviembre 2022)

Recomendaciones principales:

- Interacción de alto nivel con el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales para comparar ciertas áreas con déficits en habilidades identificadas.
- Lanzamiento de la plataforma Study UK en idioma español con eventos en la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y Juárez.
- Presencia de la marca nacional #StudyUK en eventos de reclutamiento de estudiantes.
- Alineación con AMTE, la asociación mexicana de agentes educativos.
- Mayor interacción con organismos de financiamiento y estrategia de comunicación en fechas importantes.

Panorama de mercado

México es la segunda nación más poblada en América Latina, con un PIB de USD \$1.4 mil millones, lo cual lo convierte en la segunda economía más grande de la región y coloca a México dentro de las 15 economías más importantes del mundo. Sin embargo, el [Banco Mundial](#) afirmó que México tuvo un desempeño menor a lo esperado durante las últimas tres décadas en términos de crecimiento, inclusión y reducción de pobreza en comparación con países similares, y [datos](#) del FMI muestran que el verdadero crecimiento del PIB ha estado relativamente estancado desde 1980. México ha regresado a un crecimiento del PIB razonable de 4.8% después de la pandemia; sin embargo, se pronostica un crecimiento de apenas 2.1% para 2023. Un alza pronunciada reciente en las [remesas](#) de Estados Unidos sugiere que

muchos mexicanos tienen dificultades financieras a pesar de la recuperación de remesas de Estados Unidos sugiere que muchos mexicanos tienen dificultades financieras a pesar de la recuperación.

Las tasas de inflación en México actualmente son de [8%](#), aunque esto no es algo nuevo en un país que nunca ha tenido una inflación baja (las tasas alcanzaron hasta el 132% a finales de la década de 1980). Los precios de los alimentos [definieron](#) el rumbo de la inflación en 2022 (14.25% en octubre de 2022). La producción de crudo, la cual alguna vez fue parte fundamental de la economía, disminuyó significativamente, mientras que la OCDE [calcula](#) que los sectores de bienes y servicios en crecimiento ahora representan más del 40% del PIB.

A pesar de una larga historia de problemas sociales (p. ej. violencia relacionada con los cárteles), México ha desarrollado un fuerte ecosistema para empresas emergentes y el gobierno ofrece incentivos de crecimiento. Los centros tecnológicos tienen una tendencia a concentrarse en la Ciudad de México, la cual es una de las ciudades más grandes del mundo (con una población de 21 millones de habitantes), en Monterrey y Guadalajara. La localización geográfica de México lo convierte en una ubicación perfecta para empresas multinacionales; además, se convirtió en el primer país de América Latina en regular el sector tecnológico-financiero en 2017.

> Situación política

México es una federación y sus poderes y responsabilidades se dividen entre los gobiernos federal, estatal y municipal. El presidente Andrés Manuel López Obrador entró en funciones en diciembre de 2018. A partir de entonces, el alcance militar se ha [expandido](#) para abarcar también la seguridad pública, programas sociales, proyectos de construcción y control fronterizo, dado que México continúa siendo una ruta común para personas centroamericanas que buscan llegar a los Estados Unidos.

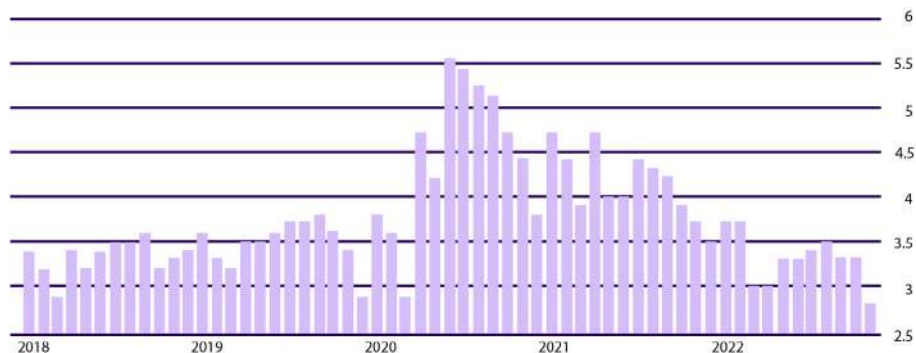
El presidente López Obrador ha sido objeto de escrutinio debido a su férrea postura sobre la procuración de justicia y propuso una política

de 'encarcelamiento sin derecho a fianza' que supondría arrestos previos a los juicios para personas acusadas de fraude, contrabando o evasión de impuestos (la Suprema Corte anuló la política). Las elecciones a mitad del período estuvieron marcadas por una ola de violencia por motivos políticos durante la cual más de cien oficiales y candidatos fueron asesinados. Un informe de 2020 del Instituto para la Economía y la Paz nombra a México como uno de los países más peligrosos del mundo para ser político local.

Fortalecer México desde su interior es una de las prioridades del gobierno, y mucho del financiamiento que históricamente se había destinado a financiar estudios internacionales de posgrado mediante el fondo nacional CONAHCYT (antes CONACYT) se ha redirigido hacia las universidades públicas locales y a becas dentro del país.

> Tasa de desempleo

La tasa de desempleo aumentó de 3.5% a [4.4%](#) de 2019 a 2020, el cual fue un incremento relativamente modesto en el contexto de la pandemia COVID-19, y bajó a 2.8% para noviembre de 2022. La tasa de desempleo para personas con educación superior se ubicó por encima del promedio nacional en 2021 ([5%](#)), lo cual indica una escasez de empleos bien pagados. México tiene una elevada tasa de empleo informal, lo cual significa que los trabajadores no tienen acceso a prestaciones y



Tasa de desempleo en México 2018 - 2022. Fuente: [TradingEconomics.com](https://www.tradingeconomics.com)

salarios más altos que vienen con el empleo formal. Un [informe del FMI \(2019\)](#) indicó que más del 56% de la fuerza laboral tiene empleos informales, mientras que un [informe](#) de la OCDE del mismo año indica que las grandes brechas salariales de México son las que han ocasionado esta situación.

> Escasez de competencias

Más de un cuarto (26%) de los trabajadores mexicanos están “sobreeducados”, de acuerdo con un informe de la OCDE ([2017](#)), mientras que el 31% está “subeducado”. El informe sugiere que hasta el 40% de los graduados de tercer nivel trabajan en una ocupación que no está relacionada con su campo.

Mientras tanto, la escasez de talentos se ubica en 65% en 2022, de acuerdo con [Manpower Group](#), lo cual es mejor que el 75% del año anterior, pero sigue siendo 13% mayor a los niveles previos a la pandemia. La mayor escasez de talento está en el mayoreo y el comercio de menudeo, TI, tecnología y manufactura, mientras que las funciones con más demanda fueron atención al cliente y directivos, operaciones y logística, ventas y marketing, y apoyo administrativo y de oficina.

Un estudio de 2018 por parte de la Universidad de Zacatecas sugirió que 1.4 millones de mexicanos con posgrados había dejado el país en 25 años (1990-2015) debido a una falta de oportunidades de desarrollo profesional. [Caintra](#), una red industrial de Nuevo León, creó la “Alianza de Negocios para la Educación Técnica”, para incentivar a las empresas a promover la educación técnica y fortalecer la empleabilidad de personas jóvenes en el estado. Cuatrocientas personas jóvenes se han beneficiado del apoyo financiero para pagar colegiaturas y capacitación para atender problemas personales y profesionales que incluyen problemas de desarrollo personal y profesional y habilidades socio-emocionales. La alianza introdujo recientemente un programa de “Mujeres en Educación Técnica” que le dio la bienvenida a 15 jóvenes mexicanas.

Mayoreo y menudeo	69%
TI y tecnología	68%
Manufactura	66%
Banca y finanzas	65%
Construcción	65%
Educación, salud y gobierno	63%
Restaurantes y hoteles	58%

Escasez de talento en México en las industrias. Fuente: [ManpowerGroup](#)

5 funciones con más demanda		5 habilidades blandas principales	
1	Atención al cliente y directivos	1	Confiabilidad y autodisciplina
2	Operaciones y logística	2	Resistencia y adaptabilidad
3	Ventas y marketing	3	Colaboración y trabajo en equipo
4	Apoyo administrativo y de oficina	4	Razonamiento y resolución de problemas
5	Tecnología de la información	5	Liderazgo y habilidades de influencia social

Las 5 funciones con más demanda y las 5 habilidades blandas con más demanda en México en 2022. Fuente: [ManpowerGroup](#)

Existen aproximadamente 300 compañías mineras que operan en México, muchas de ellas operan con capital extranjero. En 2019 [Austrade](#) sugirió que había una necesidad del mercado para programas de ciclos cortos para acelerar el desarrollo de habilidades en el sector, lo cual denota una elevada demanda de habilidades blandas y dominio del inglés. Se identificó que las siguientes áreas en los centros mineros necesitan desarrollar habilidades: seguridad minera, sostenibilidad (medio ambiente y relaciones con la comunidad), productividad, competitividad y habilidades blandas. CONACYT publicó un [informe](#) en 2018 que identificó las habilidades sectoriales necesarias, las cuales incluyen: TI, gestión ambiental, técnicas de extracción, electrónica, salud y seguridad, metalurgia y electromecánica.

También existe una brecha de habilidades importante en el turismo mexicano, el cual representa 77% del sector servicios. En una [encuesta](#), Austrade reveló que 60% de las cadenas hoteleras tuvieron dificultades para ocupar funciones, en gran medida debido a que los candidatos no tienen las habilidades blandas

necesarias o dominio del inglés. Las habilidades con gran demanda incluyen: trabajo en equipo, toma de decisiones, habilidades de comunicación y habilidades gerenciales. La mayoría de los hoteles tuvieron plataformas de capacitación en línea e invirtieron entre USD \$56-\$200 por cada miembro del personal al año en capacitación. Los hoteles sin dichas plataformas se involucraron con universidades mexicanas para capacitar a personal junior y con proveedores internacionales para mejorar las habilidades de sus ejecutivos de alto nivel.

Un [informe](#) de 2018 de la OCDE identificó varias lagunas en habilidades y conocimientos en México. Entre las habilidades enlistadas que necesitan mejoras se encuentran: recursos gerenciales o financieros, evaluación de sistemas y análisis, administración de recursos materiales, toma de decisiones y juicio y negociación, mientras que las áreas de conocimientos indicadas incluyen: ventas y marketing, computadoras y electrónica, educación y capacitación, economía y contabilidad, sociología, antropología y telecomunicaciones.

> Educación

Escolaridad / Nivel		Grados	Edad	Años
Primaria	Educación preescolar Educación básica	-	3 - 5	3
	Escuela primaria Educación básica	1 - 6	6 - 11	6
Secundaria	Secundaria Educación básica	7 - 9	12 - 14	3
Preparatoria	Preparatoria, Educación media superior	10 - 12	15 - 17	3
Terciaria	Técnico Superior Licenciatura	-	-	4
	Maestría Especialidad	-	-	2
	Doctorado	-	-	2

Sistema educativo en México. Fuente: [Scholaro.com](#)

La educación primaria ha sido obligatoria en México desde 2009 para niños y niñas de 6-12 años de edad y se ofrece de forma gratuita mediante la Secretaría de Educación Pública (SEP) después de un año de educación preprimaria obligatoria. La SEP estandariza los temarios para las escuelas públicas y privadas e incluyen español, matemáticas, ciencias naturales, geografía, arte y educación física. El ciclo posterior de tres años, la secundaria, también es obligatorio y los estudiantes eligen una ruta académica o técnica (enfocándose en la vocación, capacitación comercial o artística). Los estudiantes que siguen una ruta académica tienden a continuar hacia el siguiente nivel superior secundario, en el cual muchas escuelas tienen afiliaciones con universidades locales. Aprender un idioma extranjero es obligatorio para los estudiantes que siguen la ruta académica en este nivel. Se [calcula](#) que aproximadamente 18% de los estudiantes de secundaria en México están en escuelas privadas, con más escuelas privadas proporcionalmente en las ciudades de Aguascalientes, Guanajuato, Hidalgo, San Luis Potosí, Tamaulipas y Yucatán (aunque esto es de acuerdo con datos de 2008).

Hubo una matriculación de [892.836](#) estudiantes en universidades mexicanas en 2021/22 de acuerdo con la ANUIES, la Asociación Nacional de Instituciones de Educación Superior. Sin embargo, solamente el [27%](#) de los mexicanos con edades de 25-34 años contaban con certificaciones terciarias en 2021. Aunque se queda muy corto con respecto al promedio de 47% de la OCDE, esta es una gran mejora en comparación con los niveles del 2000, cuando solamente el 17% de los mexicanos en ese grupo etario contaban con educación de nivel terciario. Aunque las mujeres tienen ligeramente mayores probabilidades de contar con una certificación terciaria que los hombres de su misma edad, es menos probable que estudien en el campo de las ciencias, la tecnología y la ingeniería, las cuales son áreas que probablemente prometan mayores salarios después de la graduación. Las graduadas de tercer nivel ganan 25% menos que sus contrapartes hombres.

Es más probable que los estudiantes mexicanos estudien carreras en negocios, administración y derecho que otras áreas y representan el 35% de los graduados de tercer nivel en el país. Esto se basa en [datos](#) de la OCDE y muestra que el 13% estudia en el campo de las artes y las humanidades, las ciencias sociales y el periodismo, mientras que solamente el 3% opta por cursos en el campo de las ciencias naturales, matemáticas y estadística. En comparación con otros países de tamaño similar, México cuenta con muy pocas universidades de prestigio y la demanda del mercado para educación de mayor calidad está subatendida.

El ingreso a la universidad es extremadamente competitivo y hay un suministro insuficiente de lugares en el tercer nivel, por lo que cientos de personas muchas veces solicitan el mismo lugar. El resultado neto es un gran grupo etario de estudiantes jóvenes de clase media que buscan opciones de estudios internacionales. Estados Unidos tradicionalmente ha disfrutado de una posición privilegiada para responder a esta demanda, pero las inscripciones han disminuido en años recientes, posiblemente debido a tensiones transfronterizas. Las campañas intensivas en el periodo de los exámenes de ingreso a las universidades y sus resultados para abordar a estos estudiantes pueden ofrecer oportunidades de mercado adicionales para las universidades del Reino Unido.

> Dominio del inglés

A pesar de estar muy cerca del país de habla inglesa más grande del mundo, México no cuenta con tasas elevadas de competencia en ese idioma. El índice de competencia en inglés [Education First English Proficiency Index](#) (EF EPI) coloca a México en el lugar 88 de 111 países (19 de 20 en América Latina, únicamente Haití cuenta con una calificación menor), y se considera que tiene una competencia "muy baja". Sin embargo, algunas regiones y ciudades tienen una calificación superior al promedio

mundial y se considera que tienen una competencia “moderada”. La competencia fue más baja en el grupo etario de 18-20 en México (promedio de 381), mientras que el grupo etario de 26-30 fue solamente marginalmente mejor que otros grupos etarios. Ningún grupo etario en México alcanza el promedio mundial de competencia.

El EF EPI no es una medida perfecta de competencia y EF de hecho señala desviaciones en el muestreo: solamente los estudiantes que

tienen la intención de aprender inglés tienden a tomar el examen de competencia, de modo tal que una fluencia social más amplia no está incluida en la evaluación. Sin embargo, como uno de los estudios anuales mundiales más grandes (2.1 millones de personas fueron evaluadas en 2022) que analiza la competencia contra el PIB, los ingresos per cápita y factores socioeconómicos para identificar tendencias, el índice se puede ver como una herramienta de benchmarking útil.

Ciudad	Puntaje de dominio EF	Nivel de dominio EF
Guadalajara	546	MODERADO
Querétaro	528	
Monterrey	520	
León	518	
Hermosillo	511	
Aguascalientes	507	
Ciudad de México	507	

Ciudades mexicanas con nivel de dominio del idioma inglés “moderado” de acuerdo con la fuente EF. Fuente: [EF 2022](#)

Aunque un Programa Nacional de Inglés implementado en 2009 alcanzó las metas, de acuerdo con las estadísticas del gobierno, se podrían obtener mejores resultados. Los datos de British Council (2015) señalan un mercado para el aprendizaje del idioma inglés de casi 24 millones, o aproximadamente 21% de la población, mientras que más de la mitad (51%) de los empleadores encuestados dijo que capacitó a sus empleados para aprender el idioma inglés. La mayoría lo hizo en sociedad con empresas privadas externas. El informe sugirió que México necesitaría alrededor de 80,000 docentes adicionales para alcanzar las metas para el dominio del inglés.

> Acceso al internet

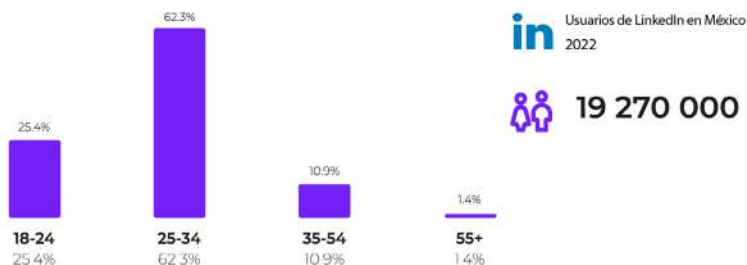
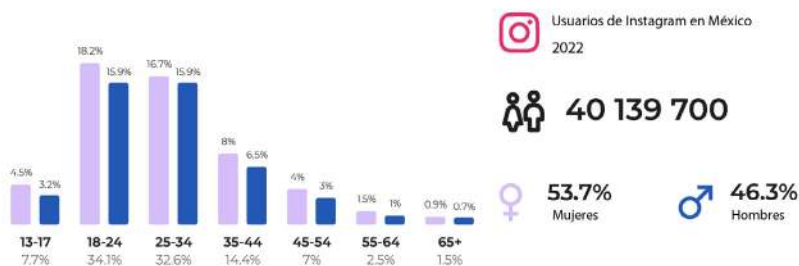
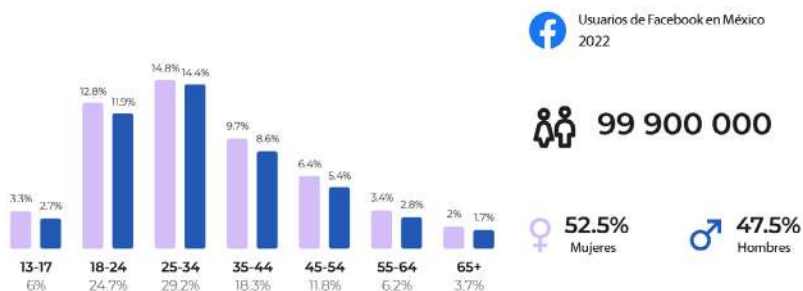
El acceso total nacional a internet todavía es una meta declarada del gobierno actual, sin embargo, el Instituto Federal de Telecomunicaciones calcula que solamente cerca del 65% de la población está en línea actualmente. Se otorgó un contrato de gobierno a Altan Redes en 2016 con la meta de aumentar la cobertura del internet móvil más allá del 92% para enero de 2024 (y posteriormente se extendió a 2028). Sin embargo, la empresa se declaró en bancarrota en 2021 y el gobierno se convirtió en accionista mayoritario para el rescate financiero.

> Uso de redes sociales

Los mexicanos pasaron, de acuerdo con el [Instituto Federal de Telecomunicaciones](#), de 8-10 horas al día en redes sociales en 2020 y hasta 6-8 horas al día cinco años antes. Algunos políticos han hecho un llamado para tener una mayor regulación de las redes sociales y una propuesta sugirió que las plataformas con más de un millón de suscriptores (por ejemplo, Facebook, Twitter, Instagram etc.) deberían necesitar la aprobación del Instituto Federal de Telecomunicaciones antes de poder operar en el país.

Red social	Usuarios Mexicanos
Facebook	99,900,000
Instagram	40,139,700
LinkedIn	19,270,000

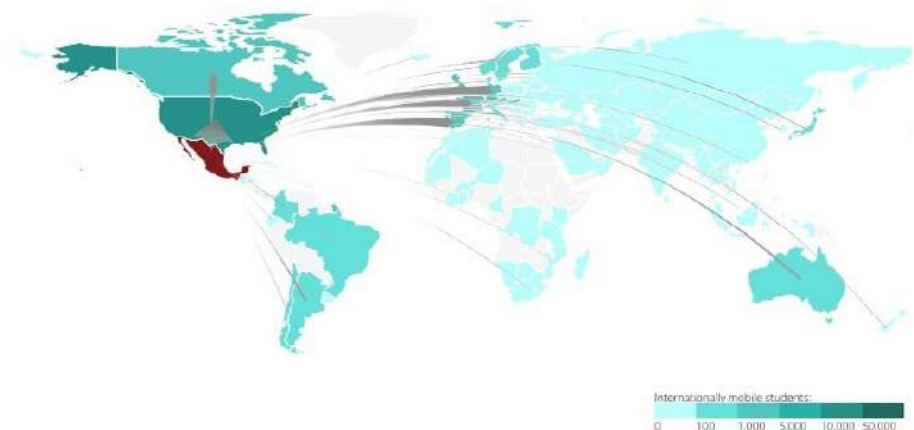
Número de usuario mexicanos de redes sociales en diciembre de 2022.
Fuente: [NapoleanCat.com](#)



Movilidad académica

Estados Unidos es el destino preferido para casi 42% de los mexicanos que estudian en el extranjero de acuerdo con datos de la UNESCO. Es una opción lógica debido a la proximidad geográfica, pero también está impulsada por iniciativas estadounidenses como el programa de 2013 llamado “100,000 Strong in the

Americas”, el cual buscó duplicar el número de estudiantes de intercambio en las Américas para 2020, o un programa mexicano, “Proyecto 100,000”, que tenía el objetivo de enviar a 100,000 estudiantes a universidades estadounidenses y para 2014 tuvo la participación de 27,000 mexicanos.



Internacionalización de estudiantes de tercer nivel de México. Fuente: [UNESCO](#)

#	Destino	Número de estudiantes de educación superior internacionalizados	Porcentaje total de estudiantes de educación superior internacionalizados
1	Estados Unidos	14,475	42%
2	España	3,511	10%
3	Alemania	3,447	10%
4	Canadá	2,760	8%
5	Francia	2,258	6%
6	Reino Unido	1,868	5%
7	Argentina	879	3%
8	Australia	872	3%
9	Colombia	424	1%
10	Italia	393	1%
12	Canadá	30,887	89%
Suma del Top 10		19,975	58%
Angloparlantes en el Top 10		34,781	100%
Total general		56,910	100%

Los diez países principales que reciben estudiantes de educación superior de México. Fuente: [UNESCO](#)

Aprendizajes de la competencia

> Estados Unidos

México es el noveno mayor mercado de estudiantes internacionales en Estados Unidos y el Departamento de Comercio de Estados Unidos señala una mayor demanda de programas de graduación. Resulta interesante notar que México es el mercado más grande para universidades comunitarias en Estados Unidos, lo cual muestra el interés de los estudiantes en opciones más asequibles que

las universidades tradicionales. En 2019, el mercado de estudiantes de México a Estados Unidos tenía un valor de **USD \$524 millones**. Más de la mitad de los estudiantes mexicanos en Estados Unidos (56%) buscan programas de pregrado; 29% son estudiantes de posgrado; 3% busca cursos sin grado y 12% buscan OPT (Capacitación Opcional Práctica).

Nivel académico	Número de estudiantes	% de estudiantes mexicanos	Cambio % (2020 a 2021)
Licenciatura	7,303	56%	-9%
Posgrado	3,788	29%	-0.8%
Otros cursos	358	3%	56%
OPT	1,537	12%	-11%
Total	12,986	100%	-

Estudiantes mexicanos en Estados Unidos por nivel académico (2021) y cambio porcentual de 2020 a 2021.

Fuente: [Departamento de Comercio de los Estados Unidos](#)

Año	Número de estudiantes mexicanos	Cambio anual
2015	17,052	-
2016	16,733	-2%
2017	16,835	0.6%
2018	15,468	-8%
2019	15,229	-2%
2020	14,348	-6%
2021	12,986	-9%

Estudiantes mexicanos en Estados Unidos 2015-2021 y cambio porcentual año tras año. Fuente: [Departamento de Comercio de los Estados Unidos](#)

Tipo de institución estadounidense	%
Carreras técnicas (dos años)	18%
Licenciatura (cuatro años)	4%
Maestrías en colegios y universidades	8%
Universidades con programas de doctorado	67%
Instituciones de especialidades	3%
Instituciones públicas	68%
Instituciones privadas	32%

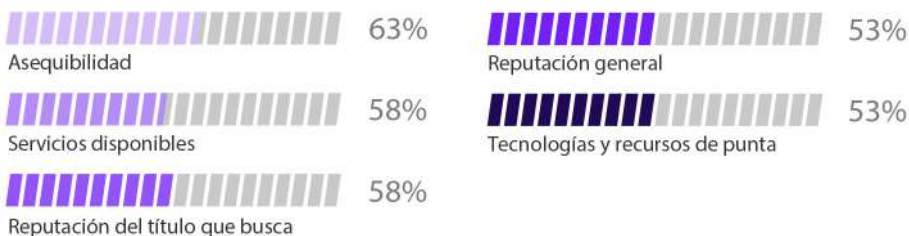
Estudiantes mexicanos en Estados Unidos clasificados por tipo de institución estadounidense. Fuente: [Departamento de Comercio de los Estados Unidos](#)

El número de estudiantes mexicanos en Estados Unidos ha disminuido constantemente durante los últimos años, potencialmente debido a la presencia de tensiones transfronterizas y una mayor presencia de otros destinos. La asequibilidad es la preocupación principal de los estudiantes mexicanos que consideran que estudiar en Estados Unidos, de acuerdo con un informe de [2019](#).

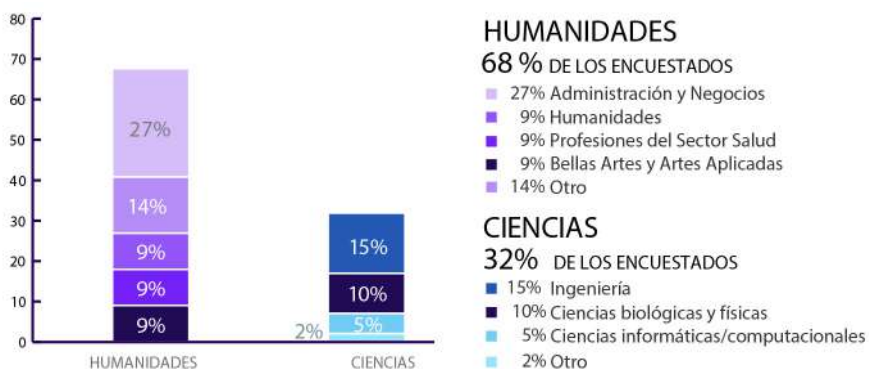
De Intead, el cual también declaró que 27% de los estudiantes mexicanos está buscando cursos en el campo de los negocios y administración, junto con un 15% que busca programas de ingeniería.

Top 5 factores influyentes

Los factores más importantes al elegir una universidad en E.U.:



Top 5 factores que influyen en la selección de universidades en E.U. de los estudiantes mexicanos. Fuente: [Intead 2019](#).



Programas de interés entre el alumnado mexicano. Fuente: [Intead 2019](#).

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
EducationUSA México		
Instagram	3,679	13
Facebook	14,824	36
Twitter	6,954	2
EducationUSA Global		
LinkedIn	23,917	-
Instagram	107,000	-
Facebook	475,000	-

Presencia en redes sociales de EducationUSA en México, con número de seguidores e interacción promedio de la audiencia en diez publicaciones.

Existen [23 centros EducationUSA](#) distribuidos en México que ofrecen servicios gratuitos para estudiantes y que se involucran con orientadores de secundaria y universidades locales. Aunque la página de Facebook de EducationUSA México tiene un promedio de 36 interacciones (basadas en diez publicaciones), es importante mencionar que una publicación relacionada a una beca sesgó el promedio con 215 participaciones de la audiencia junto con tres publicaciones con ninguna participación y otras con solamente una o dos. La participación fue menor en Instagram y mínima en Twitter.

> Canadá

México es el mercado origen más grande de América Latina para Canadá y los estudiantes mexicanos tienden a ver los estudios en Canadá como un primer paso hacia la migración. Aunque el número de estudiantes se vio afectado en 2020 debido a la pandemia, la recuperación fue notable un año después. Canadá redujo los requisitos para la visa en 2016, y esto ocasionó un mayor número de estudiantes del idioma provenientes de México. Tres años después, había más de [17 mil](#) mexicanos estudiando inglés en Canadá, junto con 1,441 que estudiaban francés.

Al igual que en Estados Unidos, los colegios canadienses son populares entre los estudiantes mexicanos debido a su flexibilidad y asequibilidad. En 2021, cuatro de cada cinco de las escuelas más populares entre los mexicanos en Canadá eran colegios cuyos estudiantes conformaban más de la mitad (56%) de los nuevos permisos para estudiantes en 2020, en comparación con 16% emitidos para estudiantes universitarios. Un año después, la proporción de visas emitidas para estudiantes universitarios creció a 20%, y las visas de estudiantes de colegios bajaron a 46% de las visas de estudiantes en general para mexicanos.

La proporción de visas otorgadas para estudiantes primarios y secundarios saltó de 15% a 26% en el mismo periodo.

Año	Número de estudiantes mexicanos	Cambio anual
2015	4,225	-
2016	4,905	16%
2017	5,440	11%
2018	5,750	6%
2019	6,255	9%
2020	3,650	-42%
2021	9,710	166%
2022	10405	7%

Mexicanos con visa de estudio en Canadá 2021 -2022. Fuente: [IRCC](#)

Permisos canadienses para estudiantes otorgados para mexicanos según su nivel de estudios 2020, 2021. Fuente: [ApplyInsights](#)

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
EduCanadá (Global)		
Instagram	3,727	47
Facebook	72,000	30
LinkedIn	3,693	6

Redes sociales utilizadas por EduCanadá; número de seguidores mundiales; nivel promedio de interacción en diez publicaciones.

Aunque EduCanadá no tiene perfiles específicos de redes sociales para México, sí existe una [página web](#) (aunque muy sencilla) para los

estudiantes interesados en el idioma inglés y español y con vínculos que conducen a la página global de EduCanadá.

> Australia

México actualmente es el 35° mercado de origen más grande para estudiantes internacionales en Australia y 3% de los estudiantes móviles de tercer nivel viajan a Australia para estudiar ahí, de acuerdo con las [cifras](#) de la UNESCO. Los estudiantes de educación superior representan el 19% de los estudiantes mexicanos en Australia, 70% de los cuales estudian a nivel posgrado. Los estudiantes de educación y capacitación vocacional representan casi la mitad (48%) de todos los estudiantes mexicanos en Australia, mientras que el 10% busca programas de cursos individuales.

Austrade (Australian Trade and Investment Commission) lanzó la plataforma ‘[Study Australia Experience](#)’ en enero de 2022 para llevar contenido en idioma español a estudiantes mexicanos. Una [campana de comunicaciones](#) con publicidad específica llegó hasta 20 millones de estudiantes potenciales en la región en los primeros seis meses, lo cual atrajo a 310,000 visitantes y a 37,000 usuarios registrados a la plataforma durante los primeros seis meses. Se han organizado docenas de eventos en vivo en la región para promover el destino y las instituciones educativas australianas con la participación de exalumnos embajadores, representantes universitarios y agentes de educación. Se organizó una feria virtual de tres horas en junio de 2022 para 1,700 estudiantes potenciales.

Año	Número de estudiantes mexicanos	Cambio anual
2015	1,974	-
2016	2,184	11%
2017	2,474	13%
2018	2,613	6%
2019	3,106	19%
2020	2,440	-21%
2021	1,302	-46%
2022	2,020	55%

Estudiantes mexicanos con visa de estudio en 2015-2022 y cambio año tras año. Fuente: [Gobierno de Australia, Departamento de Educación](#).

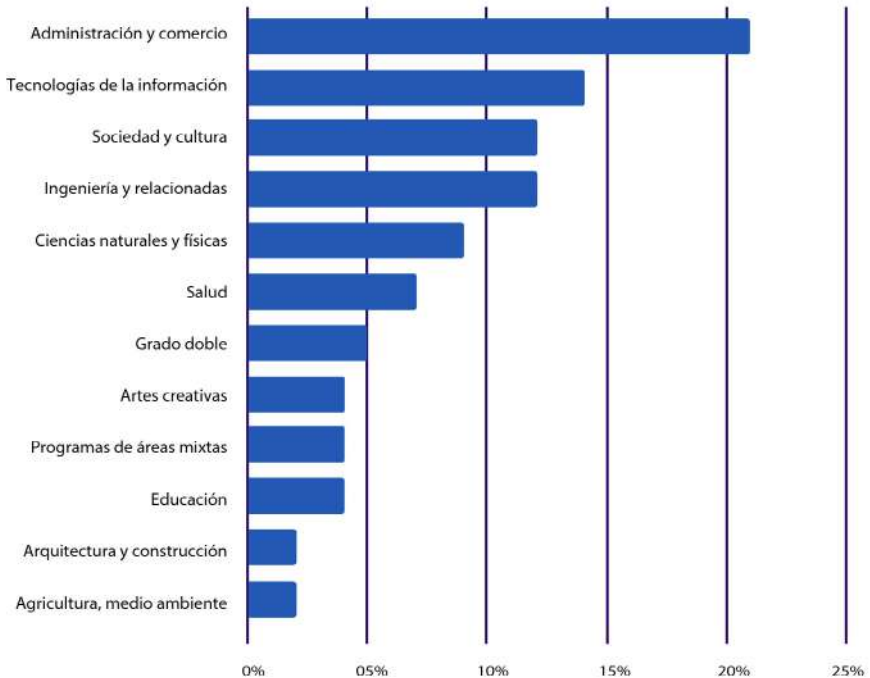
Proveedor	Cifras de estudiantes	Porcentaje
Vocacional	1,135	48%
ELICOS (cursos de inglés intensivos)	563	24%
Educación superior	448	19%
Cursos individuales	230	10%
Escuelas	<5	-

Números de matrícula en Australia de México de enero a octubre de 2022. Fuente: [Departamento de Educación de Australia](#).

En 2021, Austrade conectó a las instituciones australianas con escuelas IB en toda América Latina y el equipo local apoya proactivamente a FIDERH y FUNED con eventos que tienen el propósito de incrementar la participación de mercado de Australia de estudiantes que van a viajar y que aprovechan las becas y préstamos educativos. Se organizó un [webinar](#) FIDERH el 30 de enero de 2023 titulado “Becas y financiamiento para estudiantes mexicanos de posgrado”. La embajada australiana también organiza [eventos](#) educativos en los que se invita a conductores de la plataforma en vivo junto con estudiantes que están por viajar, agentes, entidades locales de becas y representantes internos del mercado.

Study Australia estuvo presente con un pabellón en las ferias de reclutamiento en México en 2022, con 19 expositores australianos.

Study Australia Experience cuenta con presencia en Latinoamérica en Instagram y Telegram, en donde los mensajes más recientes tuvieron aproximadamente 421 vistas. Austrade mantiene una presencia global en perfiles ‘Study Australia’ en Facebook e Instagram.



Inscripciones de estudiantes colombianos en educación superior en Australia por área educativa, enero-octubre 2022. [Departamento de Educación de Australia](#).

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
Study Australia Experience - LatAm		
Instagram	10,800	118
Telegram	1,174	-
Study Australia (Global)		
Instagram	37,200	-
Facebook	366,000	-

Redes sociales utilizadas por Study Australia Experience; número de seguidores; nivel promedio de interacción en diez publicaciones.

> Reino Unido

Las [cifras](#) de la UNESCO colocan al Reino Unido como el sexto destino más popular para los estudiantes mexicanos móviles internacionalmente con una participación de mercado del 5%. Sin embargo, las cifras HESA muestran que esas cantidades están disminuyendo cada año y no hay ninguna recuperación aparente en los números postpandemia. De los 1,595 estudiantes de educación superior de México en el Reino Unido en 2020/21, 74% buscaban certificaciones de posgrado y el resto estaba estudiando a nivel pregrado. Londres es la ciudad preferida para el 31% de los mexicanos que estudian en el Reino Unido, mientras que el 15% opta por estudiar en Escocia.

Las universidades del Reino Unido cuentan con buenas sociedades en México; el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) cuenta con 21 socios en el Reino Unido, el proveedor de préstamos FUNED tiene 35, y el FIDERH del Banco de México tiene convenios con 32 instituciones británicas de tercer nivel.

La organizadora de ferias educativas BMI organizó una feria virtual en abril de 2022 en sociedad con FUNED, el proveedor de préstamos sin fines de lucro, y el Reino Unido era un destino deseado para el 49% de los 2,276 estudiantes que participaron. A los

estudiantes se les permitió elegir más de un país destino de su interés y Canadá fue elegido en un 52% y Estados Unidos 46%. El porcentaje de Australia fue cercano al de España, Alemania y Francia con 26%. Casi un tercio de los estudiantes (27%) provenía de la Ciudad de México, 10% de Puebla, 9% de Guadalajara, 8% de Monterrey y 5% de Querétaro y Juárez, respectivamente. Las áreas de estudio más populares seleccionadas por los estudiantes fueron negocios y administración (30%); ingeniería (27%); informática, contaduría y finanzas (14%, respectivamente).

En otras ferias de posgrado de asistencia presencial, el Reino Unido se colocó en tercer lugar compartido como el destino preferido de los estudiantes mexicanos. Canadá era el destino principal con 51% de las preferencias de los estudiantes, seguida de España (41%); el Reino Unido y Estados Unidos empataron como el destino seleccionado por el 40% de más de cuatro mil estudiantes que asistieron a las ferias desde cuatro ciudades (Ciudad de México, Guadalajara, Puebla y Monterrey). Dieciocho instituciones del Reino Unido hicieron presentaciones en eventos de BMI en México en el segundo semestre de 2022 (36 de Estados Unidos, 19 de Australia y 17 de Canadá).

Año	Número de estudiantes mexicanos	Cambio anual
2015	1,990	-
2016	2,080	5%
2017	2,150	3%
2018	1,995	-7%
2019	2,125	7%
2020	1,915	-10%
2021	1,595	-17%
2022	-	-

Estudiantes mexicanos de educación superior en el Reino Unido 2015-2021. Fuente: [HESA](#)

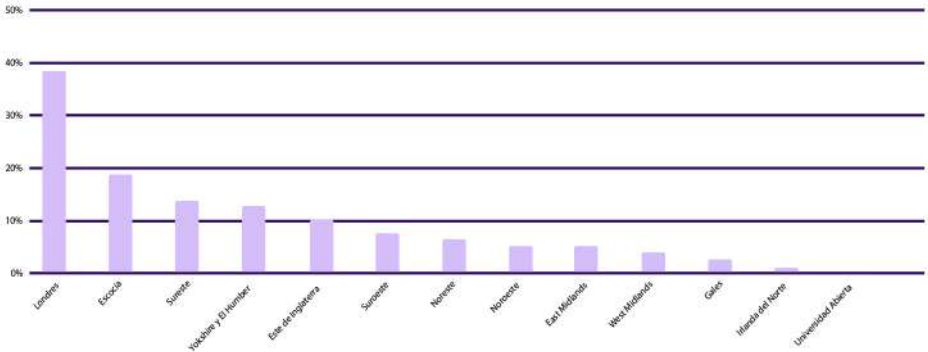
Posgrado (investigación)	30%
Posgrado (impartido)	44%
Licenciatura	24%
Otro grado	2%

Nivel de estudios: estudiantes mexicanos de educación superior en el Reino Unido 2020/21. Fuente: [HESA](#)

A pesar de contar con un número impresionante de seguidores en redes sociales, el material publicado por el British Council tiene muy poca participación. Aunque la participación promedio (con base en diez publicaciones) en Instagram es de 45, este promedio se vio afectado en gran medida por dos videos publicados recientemente (uno tuvo una participación de 119 miembros de la audiencia y el otro atrajo a 230).

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
British Council México		
Facebook	205,000	8
Instagram	16,900	45
Twitter	30,700	3
British Council (Global)		
Facebook	2,400,000	-
Instagram	182,000	-
StudyUK_		
Instagram	92,000	-
Study UK - British Council		
Facebook	628,880	-

Redes sociales utilizadas por el British Council México; número de seguidores; nivel promedio de interacción en diez publicaciones.



Región del Reino Unido en donde se encuentran los estudiantes mexicanos de educación superior 2020/21. Fuente: [HESA](#)

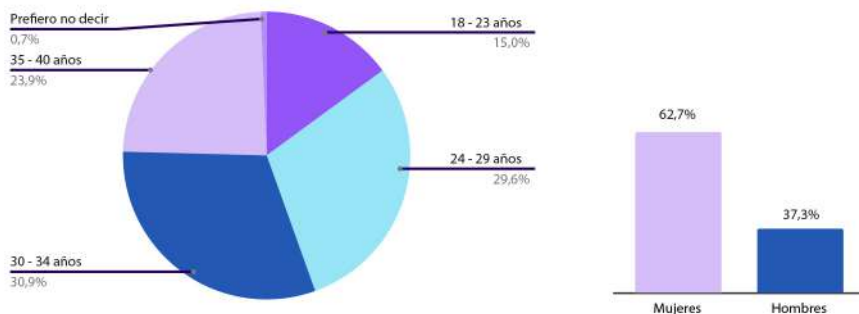
Encuesta Exclusiva

Panorama estudiantil en México

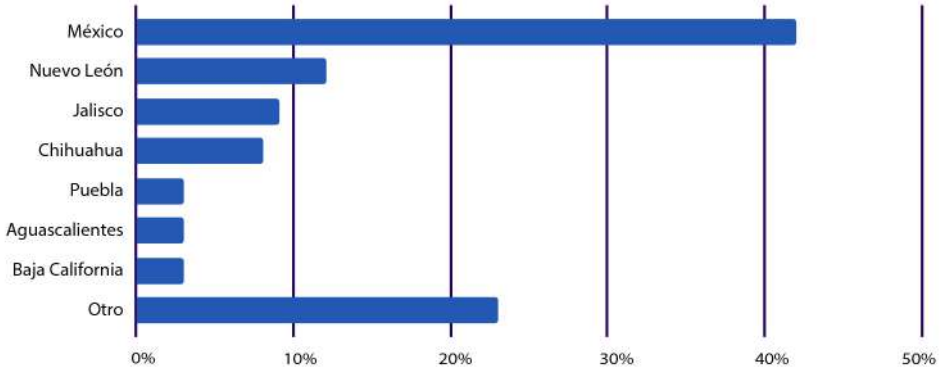
El British Council aplicó una encuesta exclusiva a 301 mexicanos en enero de 2023. Los encuestados tenían edades de 18-40 años, el 15% tenía 18-23 años; 30% 24-29 años; 31% 30-34 años; 24% 35-40 años (dos personas no confirmaron su edad). La mayoría de los encuestados (42%) eran de la Ciudad de México, mientras que 12% eran de Nuevo León, 9% de Jalisco, 8% de Chihuahua, 3% respectivamente de Puebla, Aguascalientes y Baja California.

Solamente el 2% no estaba interesado en saber más sobre las oportunidades para estudiar en el extranjero. A más de la mitad (57%) de los mexicanos les gustaría recibir información vía correo electrónico; 14% dijo que le gustaría recibir información por correo postal; y el 13% citó WhatsApp como la forma en la que prefería recibir información.

La encuesta se efectuó mediante una campaña de paga en Survey Monkey y únicamente aquellos que tuvieran un perfil previamente registrado y que mostraran ingresos familiares de más de MXN \$45,000 por mes (aproximadamente GBP \$1,969) estaban calificados para responder. Se consideró que las familias con un ingreso menor no podrían pagar estudios en el extranjero y que por lo tanto sus opiniones podrían diluir el enfoque del estudio. La gran mayoría (94%) respondió la encuesta desde un teléfono celular o algún otro dispositivo móvil, mientras que el resto respondió en computadoras de escritorio, y el 72% de la muestra fueron mujeres.

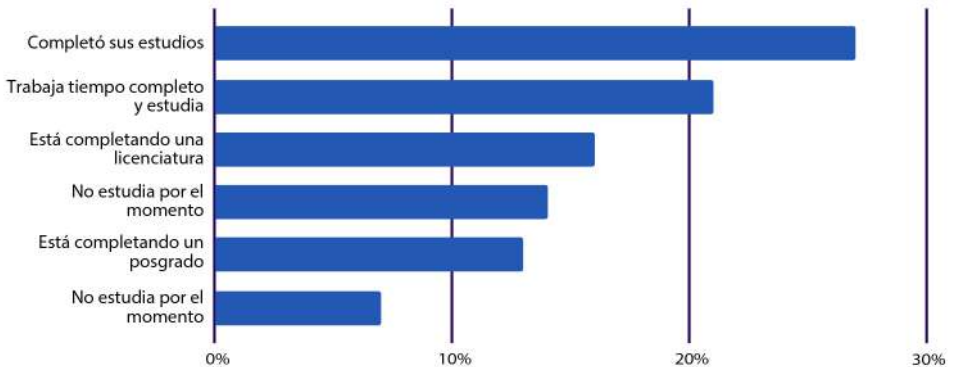


Perfil de edad y sexo de los encuestados en México. Fuente: Encuesta British Council México por SOS Education Consultancy 2023



Estados mexicanos en donde se ubican los encuestados. Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023

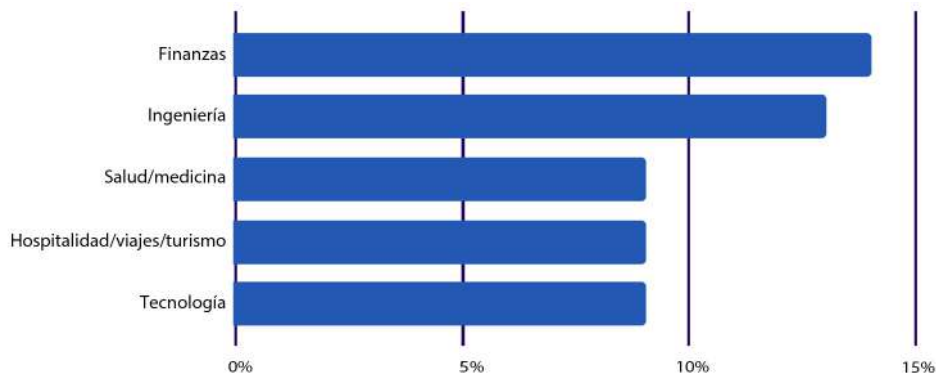
> Estado actual de estudios



Estado actual de estudios de los encuestados en México. Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023.

Ciento cincuenta y tres (51%) de los mexicanos que respondieron la encuesta indicó que está estudiando actualmente y, de los mismos, 41% trabaja de tiempo completo. De los que están estudiando, 31% busca programas de pregrado, mientras que el 27% está estudiando a nivel posgrado y 41% no mencionó su nivel de estudios.

> Aspiraciones profesionales a futuro

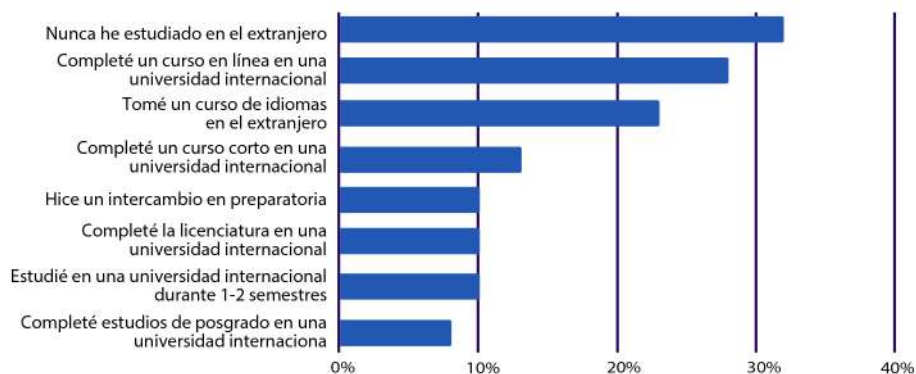


¿Cuál de estos sectores describe mejor la carrera que quieres perseguir en un futuro? Las cinco respuestas principales.
Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023

Finanzas fue la carrera futura más popular para los mexicanos, citada por el 14% de los encuestados y una proporción similar (13%) indicó un interés en una carrera de ingeniería. Los campos de salud, hospitalidad y tecnología fueron las opciones de carrera deseadas por el 9% de los encuestados, respectivamente; mientras que el 6% quería trabajar en marketing, junto con un 5% que deseaba una carrera en derecho y 5% que deseaba una carrera en el campo de la educación.

4% de los mexicanos seleccionó una carrera en el sector público, así como una carrera en investigación y desarrollo, mientras que el 3% eligió carreras en telecomunicaciones y logística, respectivamente. Solamente el 2% de los mexicanos identificó preferir carreras en las áreas de la farmacéutica o la biotecnología, medios o publicidad, manufactura y recursos humanos.

> ¿Has estudiado en el extranjero?



¿Has estudiado en el extranjero? (Selecciona hasta tres respuestas). Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023.

Uno de cada diez encuestados (10%) concluyó sus estudios de pregrado en una universidad internacional; 23% de estos encuestados también concluyó estudios internacionales de posgrado; mientras que el 29% de ese subconjunto también completó un curso en línea en una institución extranjera de tercer nivel. Cuatro de cada diez mexicanos (39%) que completaron un programa internacional de pregrado también formaron parte de un programa de idiomas en el extranjero; mientras que el 10% de ellos había sido parte de un intercambio escolar.

Diez por ciento de la muestra mexicana reportó haber sido parte de un programa de intercambio escolar; 10% de los mismos posteriormente completó programas internacionales de pregrado. Un cuarto de ellos (23%) cursó un programa de educación media y afirmó haber completado un curso en línea en una institución extranjera de tercer nivel.

Más de un quinto de los mexicanos (22%) completó un programa de idiomas en el extranjero y 18% de los mismos también completó un programa internacional de pregrado; mientras que el 13% participó en un programa de posgrado en el extranjero. Cuatro de diez mexicanos (39%) que han viajado para aprender un idioma también reportaron que habían completado un curso en línea en una universidad internacional; mientras que el 16% de este subconjunto dijo haber completado un curso corto en una institución extranjera de tercer nivel.

Casi una de cada tres personas (28%) de la muestra general dijo haber completado un curso en línea en una universidad internacional y 31% de los mismos había completado anteriormente un curso internacional de idioma; 8% de este subconjunto formó parte de un programa de intercambio escolar; 11% completó sus estudios de pregrado en el extranjero, y 8% participó en un programa internacional de posgrado.

> ¿Has considerado estudiar en una universidad del Reino Unido?

Creo que estudiar en el Reino Unido mejoraría mucho mis prospectos profesionales	33%
He oído cosas muy buenas sobre la educación en el Reino Unido	30%
Es mi sueño estudiar en el Reino Unido	25%
Me gustaría tomar cursos en línea de una universidad del Reino Unido	22%
Sólo podría ir si obtuviera una beca	15%
Necesitaría mejorar mucho mi inglés	11%
Es mi sueño estudiar en el extranjero, pero no había considerado el Reino Unido	9%
Nunca he pensado en estudiar en el Reino Unido, pero lo consideraría	9%
Estudiaría en el Reino Unido si hubiera un crédito que pudiera pagar después de graduarme	9%
Nunca he escuchado mucho sobre estudiar en el Reino Unido	4%
Estudiar en el Reino Unido es demasiado caro para mí	4%
No me interesa estudiar en el extranjero	1%
No me gustaría viajar tan lejos de casa	1%

¿Has considerado estudiar en una universidad del Reino Unido? (Selecciona hasta tres respuestas).
Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 202

Un cuarto de los encuestados (24%) en México declaró que su sueño es estudiar en una universidad del Reino Unido; y 41% de los mismos han escuchado grandes cosas sobre el sistema educativo del Reino Unido; mientras que el 33% de ellos creen que una certificación del Reino Unido tendría un impacto benéfico en sus carreras. Sin embargo, 12% tendría que mejorar su inglés primero. Ninguno de los mexicanos que dijo que estudiar en una universidad del Reino Unido era su sueño mencionó que sería demasiado caro (tal vez no saben cuánto cuesta). Sin embargo, el 15% del subconjunto mencionó que necesitaría tener acceso a un préstamo educativo para convertir este sueño en realidad; junto con 11% para quienes una beca sería necesaria. De los que citaron que sería un sueño estudiar en el Reino Unido, al 26% le gustaría completar un curso en línea en una universidad británica.

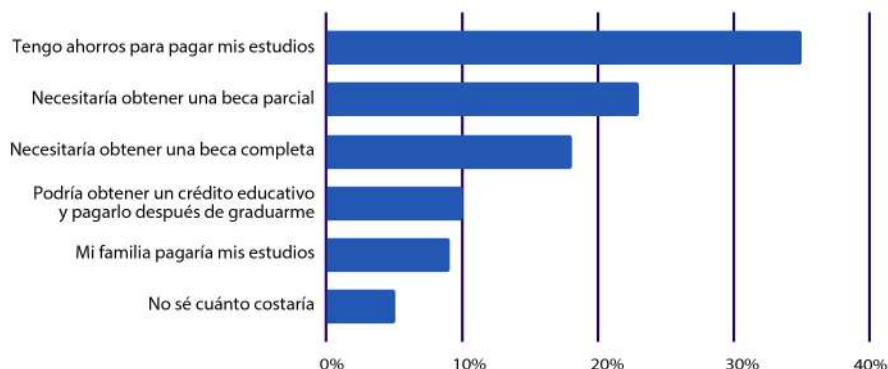
Un tercio de los mexicanos (32%) cree que una certificación del Reino Unido sería útil para el futuro de su carrera; 41% de ellos dijo que había

escuchado grandes cosas sobre el sistema de educación británico; 29% estaba interesado en cursar un programa en línea en una universidad del Reino Unido. Mientras tanto, 10% de este subconjunto dijo que su inglés necesitaría mejorar primero; 9% dijo que necesitaría un préstamo de educación si fueran a considerar esta opción; y el 13% del subconjunto dijo que necesitaría una beca.

Más de un quinto de los encuestados mexicanos indicó un interés en el aprendizaje en línea en una universidad del Reino Unido; 32% de ellos dijeron que han escuchado cosas positivas sobre el sistema de educación del Reino Unido; y 42% de ese subconjunto cree que la certificación del Reino Unido sería buena para sus carreras.

De la muestra total, solamente el 4% pensó que estudiar en el Reino Unido sería demasiado caro. Casi uno de cada diez encuestados (8%) dijo que su sueño era estudiar en el extranjero pero que nunca habían considerado el Reino Unido.

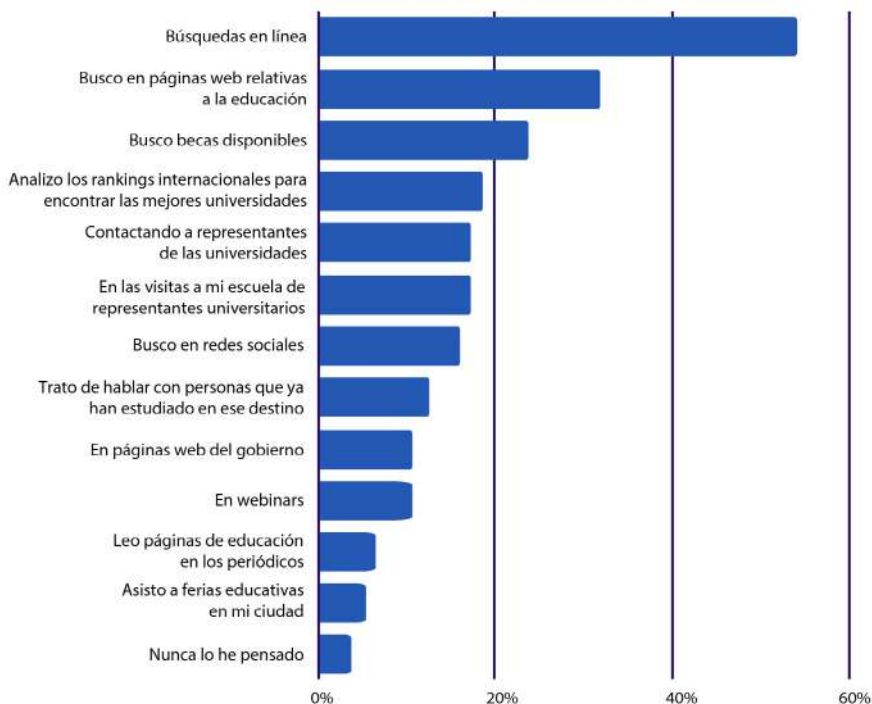
> ¿Cómo pagarías tus estudios en el extranjero?



Si fueras aceptado, ¿cómo pagarías tus estudios en el extranjero? Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023.

Poco menos de la mitad de los mexicanos (44%) dijo que financiaría sus propios estudios (80% de ellos con sus ahorros personales y el resto con el apoyo de su familia); 41% declaró que necesitaría una beca (56% de ellos requeriría una beca parcial y 44% necesitaría apoyo financiero del 100%); 10% conseguiría un préstamo; y 5% no sabía cuánto costaría.

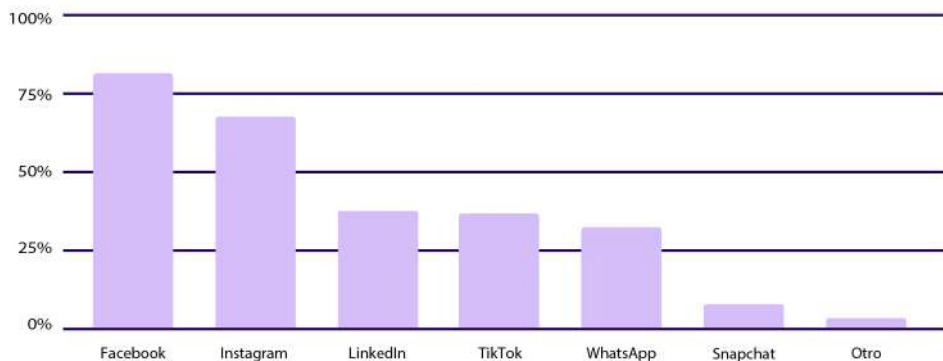
> ¿Cuál es la mejor fuente de información sobre estudios en el extranjero?



¿En dónde buscarías información sobre estudios en el extranjero? (Selecciona hasta 5 opciones).
Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023

El internet se consideró como el mejor medio para saber más sobre los estudios en el extranjero, y 54% hizo búsquedas en línea. Tres de cada 10 (32%) mencionaron específicamente páginas web relacionadas con la educación; mientras que 11% citó páginas web del gobierno como buenas fuentes de información sobre el tema. Una búsqueda de becas disponibles fue una buena forma de obtener información para el 24% de los encuestados; mientras que 19% pensó que una revisión de las acreditaciones de universidades internacionales sería útil. El contacto con los representantes universitarios fue mencionado por el 18% de los encuestados (combinando las dos respuestas) como una buena forma de informarse; mientras que solamente el 6% dijo que asistiría a ferias educativas en sus ciudades. 16% de los mexicanos consideró a las redes sociales como una buena fuente de información para los estudios en el extranjero.

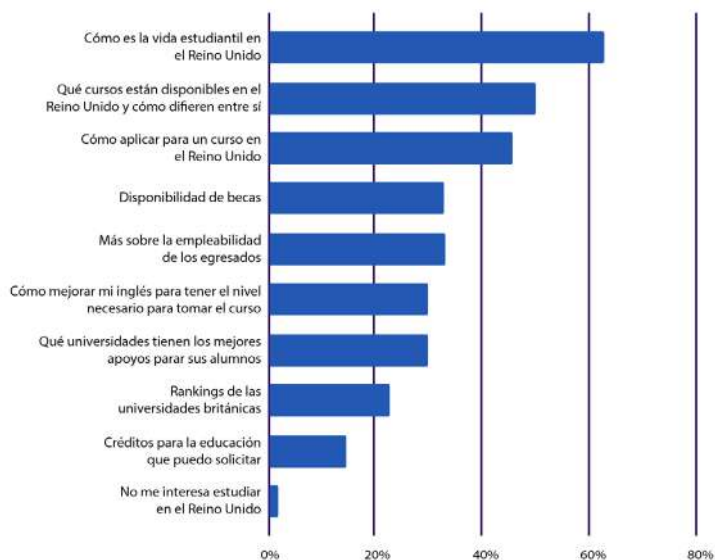
> ¿Cuál es la mejor red social para informarte sobre estudios en el extranjero?



¿Qué red social usarías para saber más sobre oportunidades de estudio? Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023.

Facebook surgió claramente como la red social favorita de los mexicanos que buscan estudiar en el extranjero en páginas de redes sociales, citado por el 81% de los encuestados; mientras que el 67% dijo que Instagram era una buena fuente; 37% indicó LinkedIn y un número similar indicó TikTok (36%).

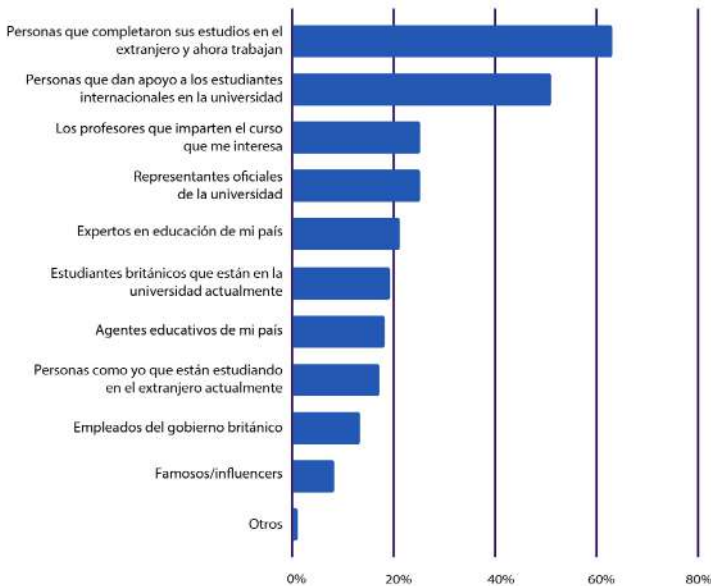
> ¿Qué te gustaría saber sobre estudiar en Reino Unido?



¿Qué más te gustaría saber sobre estudiar en el Reino Unido? (Selecciona todas las opciones que apliquen). Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023

La mayor curiosidad de los mexicanos sobre los estudios en el extranjero es sobre la vida para los estudiantes en el Reino Unido, lo cual quedó demostrado por el 63% de los encuestados. La mitad de los consultados (49%) dijo que deseaba saber sobre las diferentes ofertas de cursos del Reino Unido y cómo son diferentes unas de otras; mientras que un número similar (46%) desea saber cómo presentar su solicitud para tomar cursos en el Reino Unido. La empleabilidad de los graduados fue una prioridad para un tercio (33%) de los encuestados; la disponibilidad de becas fue el punto crucial para el 33%, y el 30% dijo que le gustaría obtener más información sobre cómo alcanzar el dominio del inglés al nivel necesario para estudiar en el extranjero. La misma proporción (30%) quiere saber qué universidades ofrecen los mejores servicios de apoyo. La información sobre las acreditaciones de las universidades del Reino Unido fue una prioridad de información para el 23% de los encuestados. Solamente el 2% respondió a esta pregunta diciendo que no están interesados en estudiar en el Reino Unido.

> Fuentes de información confiables



Al buscar información sobre estudios en el extranjero, me gustaría escuchar a (selecciona tres).
Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023

La mayoría de los mexicanos (80%) quiere escuchar la información de sus iguales, y 76% de ellos específicamente quieren escuchar a compañeros que ya hayan estudiado en el extranjero y que ahora están ejerciendo sus profesiones. Más de la mitad de los mexicanos encuestados (51%) desea obtener la información sobre las opciones de estudios internacionales de personas que ofrecen apoyo en el campus; un cuarto de los encuestados (25%) indicó que les gustaría conversar con personal académico durante este proceso. Uno de cada cinco (21%) dijo que le gustaría conversar con expertos en educación de su propio país; 18% declaró una preferencia por obtener información de agentes de educación; mientras que el 13% dijo que quisiera escuchar a personas que trabajan para el gobierno del Reino Unido. Solamente el 7% dijo que los influencers o las celebridades locales serían buenas fuentes para obtener información sobre estudios en el extranjero.

Encuesta Exclusiva

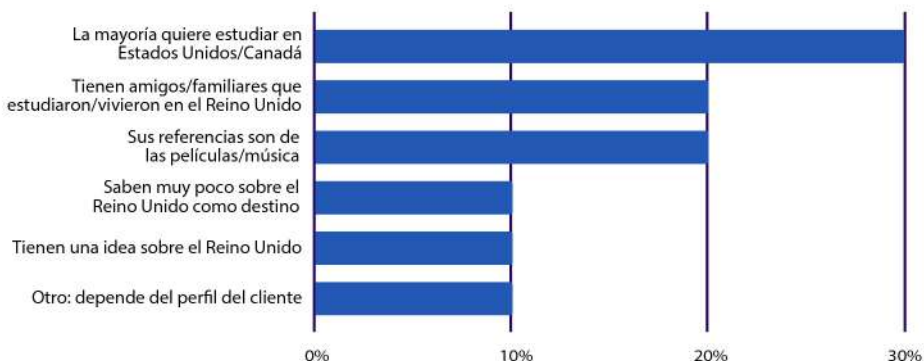
Panorama de agencias en México

Diez agencias en México respondieron a una encuesta de enero de 2023 para el British Council. Se les preguntó sobre las percepciones de los clientes acerca del Reino Unido como destino para estudiar y qué apoyo les gustaría ver para estimular las ventas de educación superior en el Reino Unido. Aunque muchas de las preguntas fueron de opción múltiple, se invitó a los agentes a dar su opinión si así lo deseaban.

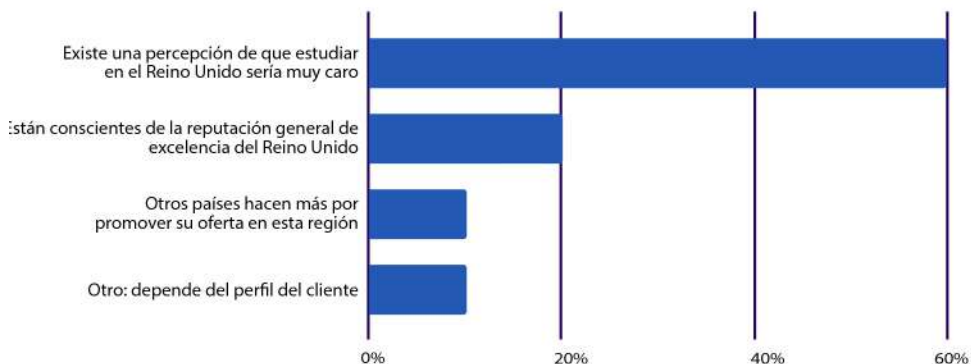
Ninguna de las agencias reportó que la demanda para el Reino Unido haya aumentado desde la pandemia, tres dijeron que las consultas han disminuido, mientras que el 70% dijo que la demanda no ha cambiado en años recientes. La mayoría (67%) dijo que le gustaría recibir actualizaciones e información del British Council vía correo electrónico, mientras que el 22% dijo que prefería WhatsApp como medio de comunicación.

Se les pidió a los agentes que definieran las proporciones de sus clientes que se autofinanciaban, que tenían becas completas o parciales, que recibían préstamos de educación y, aunque no todos respondieron en este formato, aparentemente por lo menos el 50% de sus clientes que asistirán a la universidad se financiarán con fondos propios. Un agente reportó que el 100% de sus clientes paga sus propios estudios sin ninguna necesidad de apoyo financiero externo, mientras que otros dos dijeron que el 85% y el 75% respectivamente podrían pagar por sí mismos. La mitad de los agentes dijo que un promedio del 20% de sus clientes se apoyan en préstamos de educación (FIDERH, Edupass, Laudex), mientras que ocho agentes mencionaron que un promedio de 30% de sus clientes recibía becas parciales.

> ¿Qué saben tus clientes del Reino Unido como nación?



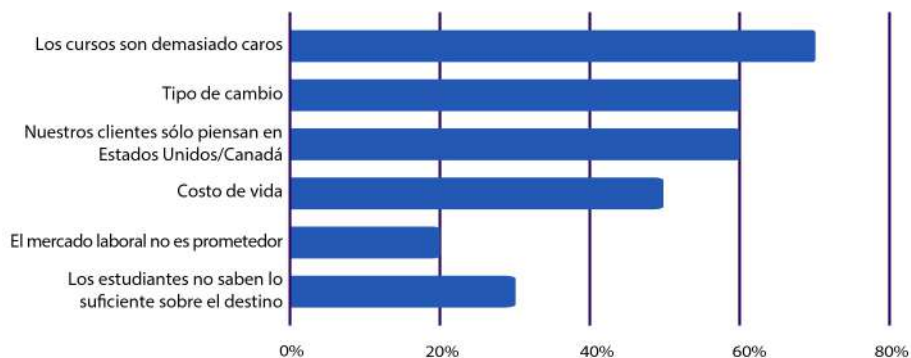
> ¿Qué saben tus clientes del Reino Unido como destino académico?



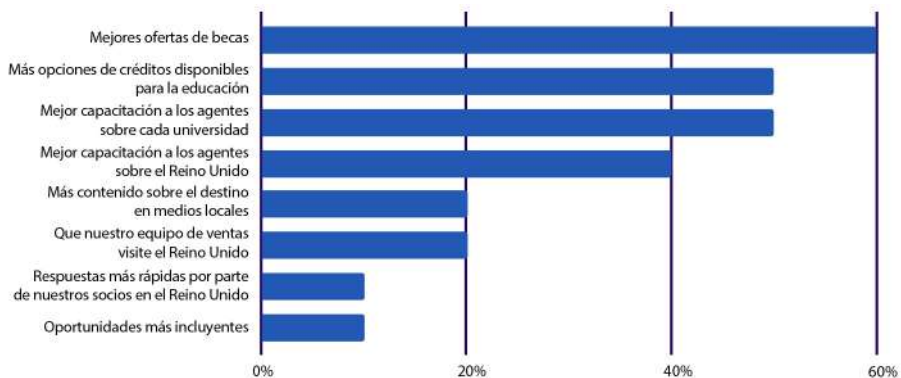
> ¿Qué motiva a tus clientes a elegir un instituto educativo?

Motivo	Proporción de agentes que indican este motivo
Costo del curso	90%
Oportunidades para ingresar al mercado laboral al concluir sus estudios	50%
Costo de vida	50%
Permiso para trabajar mientras se estudia	40%
Clasificaciones internacionales	40%
Calidad de la enseñanza	40%
Calidad de vida	30%
Posibilidad de pagar en parcialidades	30%
Tipo de cambio	20%
Seguridad	20%
Aspectos culturales	10%
Proximidad a otros países europeos	10%
Clima	10%
Opiniones de la familia	10%
Otros: interacción positiva durante el proceso de solicitud	10%
Otros: apoyos financieros (becas y préstamos)	10%

> ¿Cuáles son los retos principales para estudiar el tercer nivel en el Reino Unido?



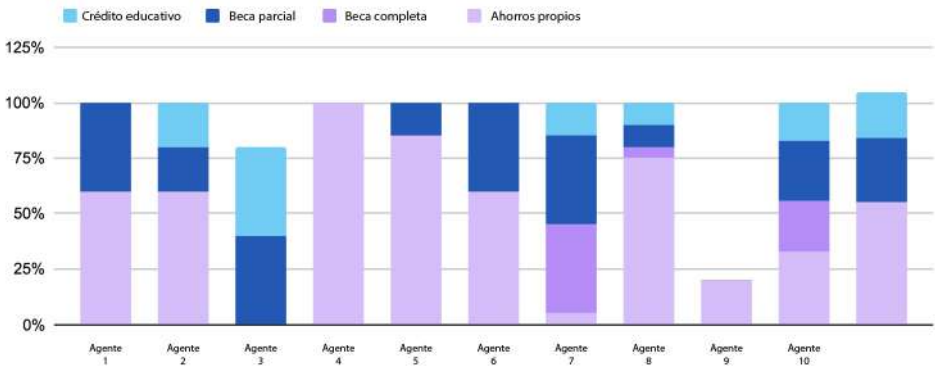
> ¿Qué produciría un alza en la demanda?



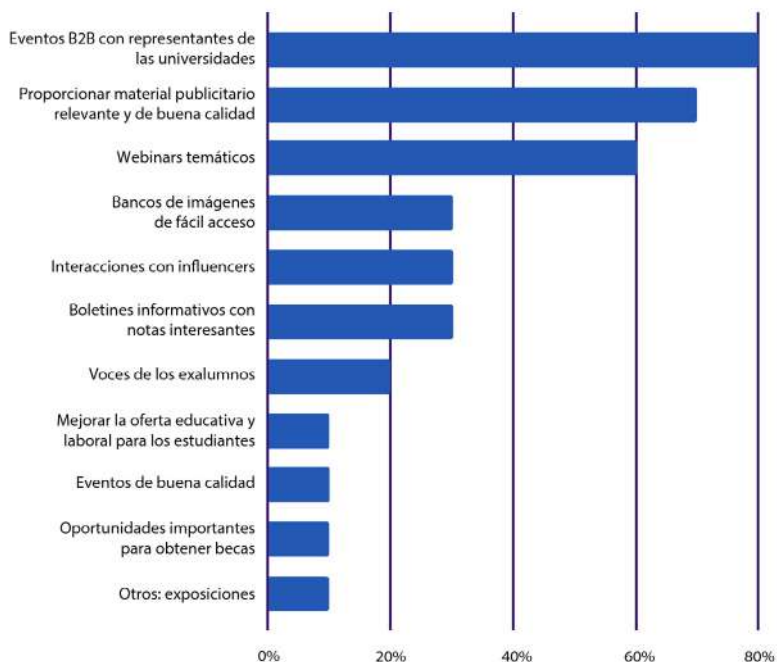
> ¿Qué te ayudaría a vender más productos de educación superior en el Reino Unido?

Información migratoria clara	70%
Más becas	50%
Contactos clave entre los representantes de las universidades	50%
Viajes de familiarización para conocer las universidades británicas	50%
Identificación de puntos de venta específicos para cada universidad	40%
Respuestas rápidas por parte de socios en el Reino Unido	30%
Mejor capacitación sobre el Reino Unido como destino	30%
Más información en cuanto a oportunidades/apoyos inclusivos	30%
Sesiones de capacitación presenciales regulares para nuestro equipo de ventas	30%
Escalas/expectativas salariales claras para los graduados	10%
Estadísticas relevantes de empleabilidad	10%
Testimonios contundentes de exalumnos	10%
Otros: combinaciones de becas/créditos	10%

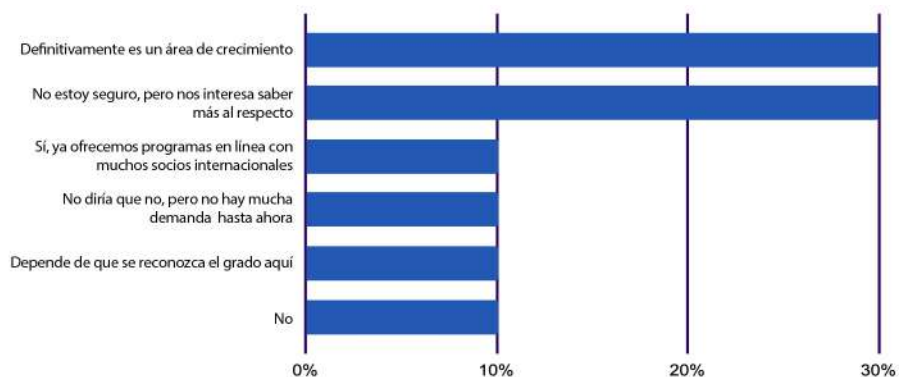
> ¿Cómo pagan sus estudios los clientes que irán a la universidad?



> ¿Cómo puede apoyar el British Council a tu agencia para incrementar el número de solicitudes?



> ¿Crees que hay mercado para una oferta en línea de las universidades británicas?



Análisis de México

El Reino Unido es el sexto destino más popular para los estudiantes mexicanos internacionalmente móviles de tercer nivel de acuerdo con las cifras de la UNESCO, con una participación de mercado del 5% que queda eclipsado por una participación de 42% por parte de Estados Unidos. Sin embargo, el número de estudiantes mexicanos que van a Estados Unidos ha estado disminuyendo constantemente en años recientes. El cierre de fronteras extendido de Australia tuvo un gran impacto en el número de estudiantes mexicanos en 2020 y 2021, pero la recuperación fue fuerte en 2022.

Aunque el número general de estudiantes de México en Canadá se vio afectado en 2020 con la pandemia, el destino mostró una recuperación considerable el año siguiente cuando el número de estudiantes creció en un 166%. Canadá es el destino número uno para estudiantes de educación superior para el 72% de los agentes en México contactados en noviembre de 2022 por el British Council y el quinto destino principal para el 94% de ellos. Solamente el 45% de las agencias tiene relaciones directas con las universidades del Reino Unido y al 83% le gustaría tener más interacciones.

Los estudiantes no piensan automáticamente en el Reino Unido al considerar estudiar en el extranjero y los agentes dicen que el Reino Unido es una venta difícil cuando los clientes tienen a Estados Unidos y Canadá en mente. Los eventos con la marca del Reino Unido que ha organizado históricamente el British Council eran bien conocidos y ayudaron a promover el Reino Unido como un destino de estudios de alta calidad. Los agentes que venden el Reino Unido como destino dijeron que promoverlo consume tiempo de sus actividades diarias para vender programas. Aunque hay alguna noción sobre la reputación de excelencia del Reino Unido, la mayoría de los agentes dijo que los clientes piensan que el Reino Unido está más allá de su límite de precios y que las

referencias del Reino Unido provienen de fuentes anecdóticas (amigos y familia o cultural).

Sin embargo, el Reino Unido fue el destino más popular en 2022 para las [becas](#) de posgrado ofrecidas por CONAHCYT, el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías de México (21% de todos los estudiantes financiados tenían como destino el Reino Unido, 17% fue a Estados Unidos, 9% a Canadá y 2% a Australia). Esto demuestra por lo menos cierto nivel de conocimiento sobre el Reino Unido en México, y da testimonio de la interacción de las universidades británicas (CONAHCYT cuenta con 21 socios del Reino Unido, lo cual representa 34% de sus alianzas mundiales). El Reino Unido es el segundo destino más popular (después de Estados Unidos) para estudiantes que obtienen financiamiento para su educación por parte de FUNED y esta organización sin fines de lucro cuenta con 35 socios en el Reino Unido (33% de su total mundial).

La interacción con el Reino Unido se puede observar en las ferias de reclutamiento de estudiantes en México y el organizador de ferias BMI reporta que dieciocho instituciones del Reino Unido, en su mayoría universidades, se presentaron como exhibidores en sus ferias de México a finales de 2022. El participante FPP anunció después de la pandemia que sus eventos de reclutamiento seguirían siendo 100% en línea, pero cambiaron de opinión y regresaron a ferias presenciales en la región en 2023. En septiembre de 2022, hubo tres universidades del Reino Unido en una feria virtual FPP para México, junto con 7 de Australia, 11 de Estados Unidos y 19 de Canadá.

La gran mayoría de agentes (90%) dijo que el precio de los cursos fue el aliciente principal en el momento en el que sus clientes elegían una institución de estudios internacionales. Sin embargo, cuando se le preguntó a una selección de mexicanos de clase media alta si alguna vez

había considerado estudiar en el Reino Unido, el precio no surgió como una consideración de importancia y solamente el 4% dijo haber considerado que estudiar en el Reino Unido era demasiado caro. Esto se repitió en otra pregunta en cuanto al financiamiento de estudios internacionales: solamente el 5% dijo que no sabía cuánto costaría. La mayoría cree que estudiar en el Reino Unido mejoraría sus prospectos profesionales en gran medida o dijo que había escuchado cosas muy buenas sobre la educación en el Reino Unido.

La opinión de los agentes fue que la demanda por opciones en el Reino Unido podría aumentar si hubiera más opciones de préstamos de educación. Aunque es importante garantizar que los estudiantes mexicanos conozcan las opciones de préstamos, solamente el 15% de la encuesta de estudiantes potenciales mencionó los préstamos como una prioridad, aunque 33% quería saber sobre las becas disponibles. Casi la mitad (44%) de los estudiantes contaba con sus propios fondos para pagar el costo de los estudios internacionales, ya sea por parte de sus familias o con sus propios ahorros. Los agentes confirmaron que por lo menos la mitad de los estudiantes que irán a la universidad tienen financiamiento propio.

Una mejor capacitación para los agentes sobre las ofertas de universidades individuales incrementaría la demanda, según las declaraciones de la mitad de los agentes encuestados, mientras que el 40% desea recibir más capacitación sobre el Reino Unido como un destino de estudio. Casi una quinta parte (18%) de quienes contestaron la encuesta sobre la actitud de los estudiantes quiere obtener información sobre los estudios en el extranjero por parte de agentes de su país, lo cual demuestra la importancia de las redes de agentes bien capacitados.

Los agentes quieren eventos B2B con representantes universitarios, puntos de contacto clave para cada universidad (con respuestas rápidas), puntos de venta únicos para cada institución de tercer nivel junto con bancos de imágenes colaterales de alta calidad

para marketing de fácil acceso. El hecho de que el 70% de los agentes también mencionó que desean contar con información migratoria clara sugiere que las fuentes actuales no son claras y que esto se debería revisar.

Los estudiantes mexicanos valoran más las opiniones y testimonios de los exalumnos en el mercado laboral que la experiencia de los alumnos que están estudiando actualmente en el Reino Unido. Quieren saber qué rentabilidad tendría su inversión y no solamente la experiencia para el estudiante. Los mexicanos prefieren escuchar al personal universitario que contar con información de estudios en el extranjero proporcionada por fuentes gubernamentales. Valoran las opiniones del personal de apoyo a estudiantes en las universidades del destino y de profesores de la universidad. Esto demuestra un valor para las universidades del Reino Unido en tener representación dentro del mercado para proporcionar acceso claro y fácil a los voceros oficiales.

Los agentes sugirieron que la interacción con influencers le ayudaría a las agencias a incrementar el número de solicitudes, pero esto no fue respaldado por una retroalimentación de estudiantes (solamente el 8% quiere escuchar sobre los estudios en el extranjero por parte de celebridades). La interacción con influencers no se recomienda para México.

La actividad dentro del mercado debería enfocarse en la generación de prospectos (leads) para crear campañas de correo electrónico relevantes planeadas cuidadosamente, con iniciativas (call-to-action) claras. Los títulos de los correos electrónicos son muy importantes en los entornos competitivos de las bandejas de entrada contemporáneas. Aunque no es práctico ni redituable enviar información sobre estudios en el extranjero por correo postal a todos los prospectos (leads), algo de marketing físico debería estar disponible en el mercado, y los agentes socios y consejeros estudiantes podrían tener copias físicas de las opciones

universitarias, por ejemplo. Si se considera que un prospecto (lead) está particularmente interesado (hot lead), se le puede enviar material físico por correo.

Las finanzas y la ingeniería fueron las dos áreas principales en las que los encuestados desean emprender sus futuras carreras, lo cual es un reflejo de las tendencias en los mercados de habla inglesa. Los negocios y la administración fueron los campos principales para las personas que consideraron estudiar en Estados Unidos, para los estudiantes de educación superior en [Australia](#) y para estudiantes que acudieron a un evento BMI FUNED en 2022. La ingeniería fue popular también, aunque el campo de sociedad y cultura fue un éxito más grande para los mexicanos en Australia. Aunque la informática fue la sexta opción más popular en Australia en 2022, y la séptima opción para estudiantes que están considerando Estados Unidos, la informática fue el tercer campo más popular para los estudiantes en un evento BMI en 2022. La ingeniería (28%) fue el campo de estudio principal para los estudiantes que irán al Reino Unido financiados por el CONACYT en 2022, 17% estudió medicina y ciencias de la salud, 15% ciencias sociales, biología y química, respectivamente.

Más de un quinto (22%) de los estudiantes mexicanos desea completar un programa en línea en una universidad del Reino Unido y 28% ya ha completado programas en línea en universidades internacionales. Un agente mexicano ya ofrece programas en línea con socios internacionales y 30% definitivamente considera la oferta en línea de universidades del Reino Unido como un área de crecimiento. Otros cinco están interesados en conocer más y uno dijo que dependería si la certificación tendría reconocimiento oficial en México.

Recomendaciones

> Interacción de alto nivel

- Se recomiendan vínculos con [CONOCER](#), el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias, el cual es parte de la Secretaría de Educación y tiene el objetivo de fortalecer la competitividad económica en México al desarrollar estándares de competencia y mediante la certificación de habilidades.

> Vinculación con el Reino Unido

- Las universidades del Reino Unido ya están interactuando con el mercado mexicano, pero siempre se puede mejorar. Se recomienda una evaluación, tal vez en formato de encuesta, para evaluar los niveles actuales de interacción en México y para identificar cuáles ya tienen representación dentro del mercado. El estudio también debería tener el propósito de identificar problemas específicos que tengan las universidades del Reino Unido al reclutar en este mercado.
- El British Council debería ofrecer apoyo para quienes ya están trabajando en el mercado. Se necesitan eventos para promocionar al Reino Unido como un destino de estudios junto con eventos B2B para representantes que ya están en el país, lo cual ofrece una opción de bajo presupuesto para comenzar a alinear a universidades y agentes y redes de escuelas.

> Desarrollo de marca

- La marca #StudyUK debe desarrollarse como una parte específica de las actividades cotidianas de British Council. Una identidad de marca de este tipo será importante para enviar un mensaje claro que indique que algo nuevo está sucediendo en el mercado.
- Se debería lanzar una plataforma de Study UK en idioma español después de una campaña mediática estratégica y una invitación para que los estudiantes asistan a eventos de lanzamiento en ciudades mexicanas clave: Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Juárez. La página debería estar abierta para todos, pero debería requerir algún tipo de registro para que las universidades puedan enviar correspondencia con los estudiantes interesados y medir la interacción con el mercado.

> Estrategia de comunicación

- Se deberían crear páginas específicas para México en Facebook e Instagram (podría resultar práctico contar con perfiles LATAM para cubrir otros países de habla española en la región). Aunque más estudiantes dijeron que buscan información de estudios en el extranjero en Facebook, Instagram surgió como una mejor opción para interactuar con la audiencia.
- Los mensajes deben ser interesantes y relevantes para una audiencia mexicana. Aunque un estudiante indio o chino pudiera ofrecer un excelente testimonio, su mensaje no resonará de la misma forma que una voz mexicana. Una interacción cercana con exalumnos garantizará que haya voces originales y locales.

- Planear una serie de webinars para examinar campos de estudio y carreras específicos. Las voces académicas, industriales y de exalumnos serán una gran combinación para estos eventos como este, los cuales se deberían organizar en español y deberían ser grabados para poderlos usar en el futuro. Se debe evitar traer demasiadas universidades a estos webinars temáticos iniciales, dado que la tarea inicial y más pertinente es promover al Reino Unido como destino.
- Identificar publicaciones clave en México que cuenten con cobertura educativa y ofrezcan contenido original (en lugar de una propuesta de ventas típica) que traiga algo nuevo (un nuevo estudio, una nueva forma de pensar o hacer) cualquier cosa que sea de interés para periodistas y editores, que permita una comunicación de mensajes de marca y que incluya un llamado a la acción para crear más prospectos.
- Los mensajes clave que resuenen con una audiencia mexicana deberían incluir: seguridad, asequibilidad, recursos específicos disponibles en el Reino Unido y los prospectos de carrera asociados; apoyos para los estudiantes en el campus; empleabilidad para graduados; pasantías disponibles y apoyos para la carrera. Crear un canal de marketing para apoyar estos mensajes, de preferencia utilizando voces mexicanas o imágenes reales de universidades del Reino Unido, en lugar de imágenes genéricas.

> Relaciones con agentes

- El British Council debería buscar una relación más cercana con AMTE para una interacción rápida con por lo menos 27 agencias mexicanas. AMTE ha sugerido varias posibilidades de interacción que incluyen el patrocinio de reuniones mensuales o AGM, patrocinio de su evento de fin de año para incluir una 'sesión estratégica' para agentes, y/o webinars frecuentes para agencias miembro.
- Será importante llevar algo nuevo a los miembros AMTE, ya sea mensajes clave a través de un canal de marketing o el lanzamiento de la plataforma Study UK para México. Los agentes necesitan saber que la interacción con la marca UK cuenta con algún valor añadido.

> Plataformas EdTech

- Vale la pena hacer algo de difusión con las plataformas EdTech, aunque solamente sea para garantizar que los mensajes de la marca Reino Unido está actualizada. ApplyBoard tenía una cartera de 80 agentes mexicanos para finales del 2022, mientras que Adventus estaba trabajando con 47.

> Redes escolares

- Desarrollar una red de escuelas internacionales e IB en México y garantizar que los consejeros escolares reciban toda la capacitación disponible y estén conscientes de los mensajes de la marca. Los mensajes para las escuelas deberían estar disponibles en español, dado que es posible que muchos padres de familia no tengan una comprensión del idioma inglés y son ellos los tomadores de decisiones principales para las personas que están considerando ir a estudiar al extranjero (dado que muchas veces los padres hacen los pagos). Se debe enfatizar la seguridad y el apoyo a estudiantes dentro de los mensajes.

- Planear eventos B2B con representantes universitarios para que los consejeros de educación media superior puedan conocer a los representantes universitarios individuales y transmitir la idea de seguridad para los padres.
- Considerar desarrollar programas universitarios junior que se enfoquen en áreas profesionales con programas de verano para incluir algunas actividades culturales. Dichos programas se pueden promocionar en sociedad con los agentes.

> Agencias de financiamiento

- Las universidades del Reino Unido están bien representadas con CONAHCYT, FIDERH y FUNED, pero siempre se puede crecer. Más universidades del Reino Unido deberían estar informadas sobre las oportunidades con estas entidades y los eventos #StudyUK se deberían agendar alrededor de fechas de lanzamiento de convocatorias, finales de temporada de exámenes, temporada de entrega de resultados, etc. Los eventos pueden ser en línea o presenciales, y cada evento tendrá un nuevo tema como, por ejemplo, un enfoque sobre un área geográfica en específico en el Reino Unido o un campo académico específico.
- Se recomienda una interacción de alto nivel con los proveedores de préstamos [Laudex](#), los cuales ya cuentan con cuatro socios del Reino Unido, y [Edupass](#), que fueron mencionados por agentes en este estudio.

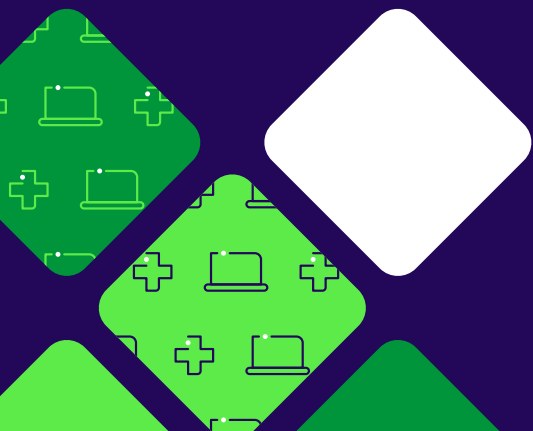
> Reclutamiento de estudiantes

- Los eventos pequeños #StudyUK son mejores que los eventos en los que participan destinos múltiples y se deberían planear para ciudades clave con la participación de exalumnos y talleres en áreas temáticas (para ofrecer algo de valor añadido).
- Donde haya un grupo de universidades del Reino Unido como expositores en eventos ya existentes, su participación debería llevar la marca en conjunto con un pabellón patrocinado. La asistencia de una marca nacional le permitirá a las universidades individuales enfocarse en sus propios argumentos de ventas en lugar de promocionar el Reino Unido como destino. La asistencia a estos eventos será una forma importante de comenzar a crear listas de clientes potenciales para, a su vez, crear campañas de correo electrónico planeadas cuidadosamente (el 57% de los mexicanos desea recibir información sobre estudios en el extranjero vía correo electrónico).

> Oferta en línea

- Explorar las regulaciones locales en cuanto al reconocimiento de las certificaciones del Reino Unido, así como la aceptación industrial de cursos cortos sin obtención de grado y también evaluar la oferta y los precios de la competencia.
- Ofrecer talleres con algún valor añadido (para estudiantes o para los consejeros) que se enfoquen en la indecisión para estudiar una carrera, áreas de carreras profesionales futuras, solución de problemas o pensamiento creativo.

Perú





Perú

Población	34 millones
PIB 2022	USD \$223.25 mil millones
Tasa de desempleo	7.1% (diciembre de 2022)

Recomendaciones principales:

- Un alto nivel de colaboración con los ministerios de gobierno para identificar oportunidades de asociación para la adquisición de competencias en el sector de turismo y minería.
- Lanzamiento de una plataforma Study UK en idioma español con eventos en Lima y Arequipa.
- Desarrollo de vínculos con las escuelas de alto desempeño “COAR” y búsqueda de colaboración con el Ministerio de Educación para crear becas de inclusión.
- Interacciones B2B entre universidades del Reino Unido y agentes de Perú.
- Asistencia asegurada del Reino Unido al evento anual de PRONABEC y creación de una estrategia de comunicaciones a propósito de las convocatorias para becas.

Panorama de mercado

Perú fue una de las economías regionales de más acelerado crecimiento en la década pasada (crecimiento promedio de 6%), de acuerdo con el Banco Mundial. Su PIB aumentó a USD \$223.25 mil millones en 2021, un aumento considerable (más de 13%) tras una caída de 11% derivada de la pandemia el año anterior. La inflación suele ser baja en Perú, pero en agosto de 2022 alcanzó el 8.4%, un incremento superior al 12% en relación con el año anterior, ocasionado en gran medida por los precios de los alimentos y la energía.

A pesar de que la tasa de la deuda pública como porcentaje del PIB es habitualmente alta en América Latina (se espera que crezca a casi

74% para 2026), Perú tiende a evitar esta tendencia y las predicciones de agosto de 2022 del Ministerio de Economía y Finanzas sugerían un modesto 32.5%. El Ministerio afirmó que la suya sería una de las economías de América Latina con mejor desempeño en los siguientes cuatro años y predijo una tasa de crecimiento de 3.3% como resultado de: (i) la implementación de medidas de financiamiento de gastos; (ii) recuperación de la demanda interna tras la pandemia; (iii) incremento en la producción y exportaciones; (iv) incremento en la productividad y la competencia; (v) planeación económica alineada con los deseos de los consumidores y de las empresas.

> Situación política

Sin embargo, la política podría ser el talón de Aquiles de Perú. A pesar de que todos los presidentes en las dos décadas pasadas han estado implicados en casos de corrupción, Pedro Castillo, el séptimo presidente que ha tenido Perú en poco más de una década, fue el primer jefe de Estado en funciones que ha sido investigado por la fiscalía. En septiembre de 2022, una encuesta llevada a cabo por el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) sugirió que 65% de los peruanos desaprobaban la administración de Castillo, que estuvo marcada por varias crisis políticas acentuadas por conflictos socioambientales, principalmente en las zonas de extracción minera y energética. El informe del IEP mostró que 84% de la población rechazaba al congreso y más de la mitad

deseaba que se llamara a elecciones generales.

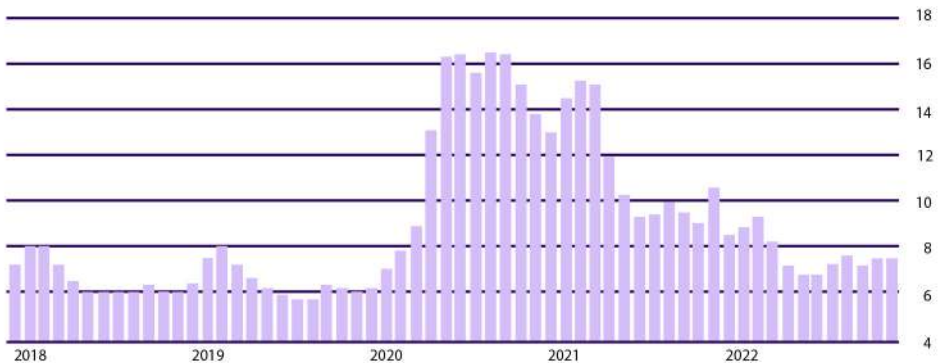
Cuando Castillo disolvió el congreso y anunció nuevas elecciones, en diciembre de 2022, fue arrestado e impugnado. Apenas pasado el primer año de su periodo, ya había sobrevivido dos votaciones para su impugnación, la renuncia de cuatro primeros ministros y protestas antigubernamentales generalizadas. El Observatorio de Derechos Humanos ya había expresado su preocupación sobre un proyecto de ley que permitiría al gobierno expedir “medidas provisionales” en casos de emergencia e incluía entre ellas el control de servicios de telecomunicación. La situación de Perú continúa siendo volátil con protestas violentas en varios centros urbanos.

> Tasa de desempleo

La tasa de desempleo alcanzó el 16.5% en septiembre de 2020 (como consecuencia de los confinamientos durante la pandemia), pero descendió a 7.1% al final de 2022. A pesar de que es mayor a la tasa previa a la pandemia de 6.3%, sigue siendo más baja que el promedio de 8.2% que Perú ha mantenido en 20 años.

[Oxfam Perú](#) reportó en febrero de 2022 que el ingreso promedio disminuyó más de 11% entre 2020 y 2021. Esto afectó principalmente a las mujeres, la población con menor educación, así como a empleados y a pequeñas y

microempresas. En el Q1 2022, el Instituto Nacional de Estadísticas y Tecnología de la Información informó que a pesar de que el ingreso promedio per cápita creció 13.2% en el año siguiente a abril de 2021, los varones fueron los principales beneficiados (con un aumento de 17.5%), mientras que los ingresos de las mujeres crecieron tan sólo el 7.2%. La desigualdad salarial es un problema grave en Perú. En 2020, 49.1% de los ingresos per cápita en el país fue percibido por 20% de la población, de acuerdo con [Statista](#).



Tasa de desempleo en México 2018 - 2022. Fuente: [TradingEconomics.com](#)

> Escasez de competencias

Un informe de ManpowerGroup sugiere que 35% de las empresas peruanas no pudieron reclutar el talento que requerían en octubre de 2021 y los empleadores se han enfocado en tres incentivos principales para atraer personal calificado: capacitación, flexibilidad y sueldos más altos. De 600 empleadores encuestados, 39% ofrecía horarios de trabajo más flexibles, mientras que 31% incrementó la oferta salarial para atraer y retener talento.

Más de tres cuartos (76%) de la fuerza laboral se desempeña en trabajos informales (junio de 2022); de entre esas personas, 52% posee certificado de educación media, 15% de educación superior no universitaria y 12% son trabajadores informales con título universitario.

Uno de cada tres trabajadores en Perú no cuenta con habilidades digitales adecuadas, de acuerdo con un estudio de julio 2022 llevado a cabo en empresas peruanas por Es Hoy, el Banco Interamericano de Desarrollo y MIDE Development, en el que se reporta que 80% de las empresas tenían dificultades para llenar las vacantes digitales. Se considera que la falta de oferta de capacitación tecnológica y digital es la causante de esta situación. En el informe de Es Hoy se recomienda incrementar la capacitación en habilidades digitales básicas y avanzadas y en inglés para mejorar la tasa de empleo y los sueldos locales.

Perú es uno de los más grandes productores de plata, cobre y zinc en el mundo, la minería representa cerca del 60% de las exportaciones y para 2017 había cerca de 200,000 personas empleadas directamente en la minería. Se calcula que el sector necesitará cerca de 46,000 nuevos reclutas en la siguiente década y 37% de esos nuevos puestos deberán ser llenados a corto plazo (tres años) debido a que la fuerza de trabajo está envejeciendo y a que se tienen planes para el desarrollo de tres grandes proyectos nuevos de minería.

De Acuerdo con Austrade (2019), las posiciones ejecutivas y de supervisión son las más difíciles de llenar en el sector minero, mientras que el mayor número de vacantes se encuentra en

puestos de nivel operador (47%), profesionales (22%) y trabajadores de mantenimiento (17%). Las mujeres representan 3% del personal de operaciones, 20% ocupa posiciones profesionales y 6% puestos ejecutivos, mientras que la población joven (18 a 29 años) ocupa solamente 8% de los trabajos del sector minero. La capacitación era prioridad o de gran importancia para la mayoría de las empresas contactadas por Austrade y todas las empresas destinaban recursos a la capacitación, con presupuestos para capacitación dentro del rango de USD \$400,000 a \$1 millón. La mitad de las empresas ya se había vinculado con proveedores de educación internacionales, aunque expresaron preocupación en relación con los costos e implicaciones fiscales.

Alrededor del 8% de la fuerza de trabajo de Perú está empleada en el sector de turismo (cerca de 1.3 millones de personas) y Austrade puntualizó la necesidad local de capacitación especializada de empleados en el uso de nuevas tecnologías. Perú cuenta con organismos de capacitación públicos nacionales y regionales en la industria hotelera y de turismo. PROMPERÚ, parte del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, ofrece programas para mejorar las habilidades dentro de las micro, pequeñas y medianas empresas en el sector del turismo, por ejemplo. En junio de 2022, la ciudad de Arequipa, centro de patrimonio mundial de la UNESCO desde 2020, ingresó a los programas de Turismo Futuro del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y se realizará un estudio de diagnóstico para desarrollar un plan de acción para acelerar el uso de tecnologías en el sector del turismo.

Vacantes difíciles de llenar	Habilidades más solicitadas
Gerente de unidad y planeación	Comunicación
Instrumentación y geotecnia	Liderazgo
Técnicos de maquinaria	Análisis y síntesis
Operadores de maquinaria pesada	Aptitudes para desempeñar el trabajo
Gerentes de proyecto	Inteligencia emocional
Contadores	Dominio del inglés

Vacantes difíciles de llenar y habilidades más solicitadas en el sector minero de Perú. Fuente: [Austrade 2019](#)

> Educación

Escolaridad / Nivel		Grados	Edad	Años
Primaria	Primaria	1-6	6-12	6
Secundaria	Educación media	7-11	13-18	5
Vocacional	Título de profesional técnico	-	12- 14	3
Terciaria	Licenciatura profesional	-	-	4
	Licenciatura académica	-	-	4-6
	Maestría	-	-	2
	Doctorado	-	-	2

Sistema educativo en Perú. Fuente: [Scholaro.com](https://www.scholaro.com)

La educación es obligatoria de los grados 1 a 11 y hay más de 8 millones de estudiantes en educación básica, 80% (6.4 millones) de ellos asiste a escuelas públicas. Cerca del 98% de los niños peruanos de 5 a 14 años están en la escuela; sin embargo, las cifras de la UNESCO (2019) sugieren que cerca del 22% de las infancias en este grupo de edad también trabajan, principalmente (64%) en la agricultura, pero también en las empresas de prestación de servicios (30%).

El ingreso a la educación superior aumentó a una velocidad mayor que en cualquier otro país de América Latina entre 2008 y 2018, con cifras que han crecido más del doble, de 775,000 a 1.6 millones. Se observó un

crecimiento similar en el número de universidades activas en Perú, y entre 2000 y 2019 el número aumentó casi al doble, de 74 a 139. La política de mínima interferencia gubernamental permitió un gran incremento de modelos de menor calidad con fines de lucro y eso representa un dolor de cabeza para la gestión de calidad. Perú ha tenido varios ministros de educación desde 2019.

Un informe de 2019 de SUNEDU (Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria) informó que 53% de los estudiantes universitarios peruanos se inscribieron en cursos en el ámbito de las ciencias sociales y le siguen ingeniería y tecnología, con 28% de las inscripciones.

> Dominio del inglés

De acuerdo con el Índice de Dominio del Inglés de EF para 2022, Perú se encuentra en el lugar 51 entre 111 países, lo que le ubica dentro de la categoría “moderado”, y en el lugar 10 de 20 en América Latina. El dominio del idioma se encuentra distribuido de una manera relativamente uniforme entre géneros y edades; las personas entre las edades de 21-25, 26-30 y 31-40 se clasifican como hablantes de inglés “moderados”, mientras que las personas de 18 a 20 años y mayores de 41 se encuentran en la categoría “bajo”.

Una encuesta de 2022 llevada a cabo por la Red de Colegios Maple Bear sugirió que solamente el 4% de los peruanos tienen dominio del inglés. El programa de estudios de educación básica en Perú prioriza el desarrollo de habilidades relacionadas con el inglés como idioma extranjero y en 2015 se estableció una Política Nacional de Enseñanza del Idioma Inglés con el objeto de lograr el bilingüismo para 2021. En ese momento, un estudio del British Council demostró que 57% del alumnado peruano estudió inglés en la escuela secundaria, 46% en la universidad, mientras

que 41% asistieron a escuelas de idiomas privadas. En 2015 se celebró un Memorándum de Entendimiento con Reino Unido, cuyos compromisos incluían escuelas de verano para enseñanza del inglés, pero se restó prioridad al programa en 2019.

Existen 25 “Colegios de Alto Rendimiento” (COAR) en Perú que ofrecen capacitación intensiva en inglés y el programa de Bachillerato Internacional de manera gratuita para estudiantes de alto rendimiento “con el objeto de fortalecer esas habilidades y fomentar el

compromiso con el desarrollo nacional y regional”. El Ministerio de Educación inauguró 2,677 matrículas para estudiantes en el año lectivo 2023.

El análisis de los diez principales destinos para estudiantes peruanos de tercer nivel con movilidad internacional muestra que 16% (5,239 estudiantes) se trasladan a países de habla inglesa, lo que indica que existe un flujo de estudiantes peruanos que hablan inglés y están interesados en estudiar en universidades extranjeras.

Ciudad	Puntaje de dominio EF	Nivel de dominio EF
Lima	539	MODERADO
Cuzco	518	
Arequipa	508	
Trujillo	504	

Ciudades mexicanas con nivel de dominio del idioma inglés “moderado” de acuerdo con la fuente EF. Fuente: EF 2022

> Acceso al internet

La entidad nacional de estadística, INEI, reportó que 73% de las personas peruanas mayores a 6 años contaban con acceso a internet en el primer trimestre de 2022, con una considerable variación en diferentes regiones. Mientras que 86% de las personas que habitan en la ciudad de Lima tienen presencia en línea, solamente 76% contaban con acceso en otras ciudades peruanas y tan solo 41% contaba con acceso a la red en áreas rurales.

Las estadísticas gubernamentales muestran que, en 2021, 39.4% de las casas tenía acceso a una conexión fija a internet, mientras que 49.4% tenía acceso a una computadora. La vasta mayoría de las personas usuarias de internet vive en las regiones urbanas, particularmente en Lima, la capital del país, en donde 95% de las casas tenía acceso a internet en 2021.

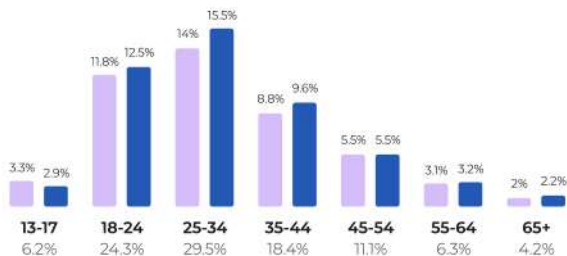
> Uso de redes sociales

Un estudio de Ipsos informó que existen casi catorce millones (13.8) de usuarios de redes sociales, de 18 a 70 años en las partes urbanas del país. Las plataformas más populares fueron Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Messenger. TikTok, Snapchat e Instagram mostraron un crecimiento anual continuo más grande. El informe sugirió que TikTok es el mejor canal para hacer publicidad en Perú, Facebook para cometarios de experiencias de usuario de plataformas o productos y YouTube para recomendaciones.

Red social	Usuarios Peruanos
Facebook	27,122,100
Instagram	9,283,100
LinkedIn	7,529,000

Número de usuarios peruanos de redes sociales en diciembre de 2022. Fuente: NapoleanCat.com

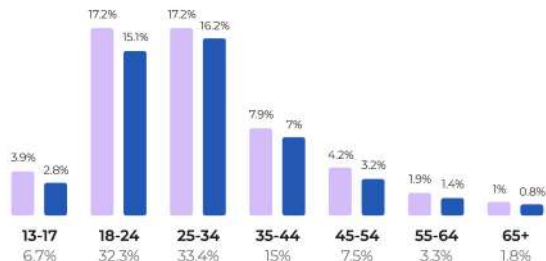
f Usuarios de Facebook en México
2022



27 122 100

48.6% Mujeres
51.4% Hombres

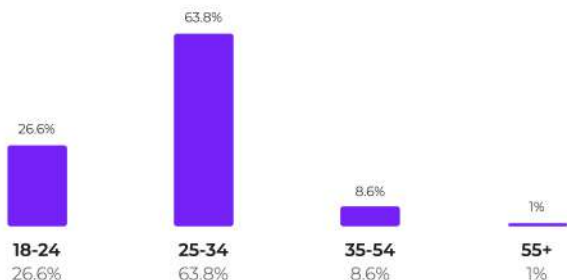
Instagram Usuarios de Instagram en México
2022



9 283 100

53.5% Mujeres
46.5% Hombres

in Usuarios de LinkedIn en México
2022



7 529 000

Movilidad académica

Los datos de la UNESCO muestran que Perú tiene más de 35,000 estudiantes de tercer nivel estudiando en el extranjero. Argentina es el destino más popular y recibe más de la mitad (51%). Estados Unidos es el siguiente en popularidad y recibe a 3,400 estudiantes (10%

de los estudiantes de tercer nivel con movilidad internacional). La afinidad con países de habla española está clara y 68% de los estudiantes escoge países donde se ofrece instrucción en ese idioma.



Internacionalización de estudiantes de tercer nivel de Perú. Fuente: [UNESCO](#)

#	Destino	Número de estudiantes de educación superior internacionalizados	Porcentaje total de estudiantes de educación superior internacionalizados
1	Argentina	17,964	51%
2	Estados Unidos	3,398	10%
3	España	3,106	9%
4	Chile	2,681	8%
5	Brasil	1,468	4%
6	Alemania	1,341	4%
7	Francia	959	3%
8	Australia	671	2%
9	Reino Unido	612	2%
10	Canadá	558	2%
Suma del Top 10		32,758	95%
Angloparlantes en el Top 10		5,239	16%
Total general		35,379	100%

Diez principales países que reciben a estudiantes de educación superior de Perú. Fuente: [UNESCO](#)

Aprendizajes de la competencia

> Estados Unidos

Estados Unidos es el segundo destino más popular para los estudiantes peruanos y el destino angloparlante más popular. Atrae a 10% de los estudiantes de tercer nivel con movilidad internacional. Las cifras del Departamento de Comercio de Estados Unidos muestran que cerca de la mitad (47%) de los estudiantes peruanos en Estados Unidos son estudiantes de nivel licenciatura; 31% son estudiantes de posgrado; 6% están cursando programas no

universitarios; mientras que 15% están completando prácticas profesionales. De manera inusual en la región, las cifras de movilidad internacional a Estados Unidos desde Perú no sufrieron durante la pandemia, se entiende que ello se debe a un incremento en las alianzas institucionales y a la flexibilidad que se ofreció a los alumnos para comenzar sus estudios en línea mientras las restricciones de movilidad estaban vigentes.

Nivel académico	Número de estudiantes	% de estudiantes peruanos	Cambio % (2020 a 2021)
Licenciatura	1672	47%	0.7%
Posgrado	1107	31%	-2.6%
Otros cursos	232	6%	3%
Prácticas Profesionales	545	15%	4%
Total	3556	100%	-

Estudiantes mexicanos en Estados Unidos por nivel académico (2021) y cambio porcentual de 2020 a 2021. Fuente: [Departamento de Comercio de los Estados Unidos](#)

Año	Número de estudiantes peruanos	Cambio anual
2015	2763	-
2016	3268	18%
2017	3200	-2%
2018	3253	2%
2019	3409	5%
2020	3647	7%
2021	3566	-2%

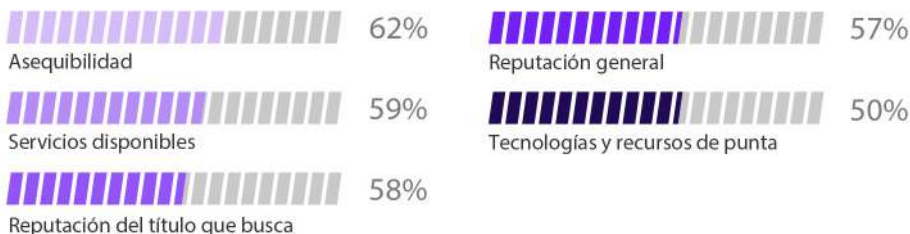
Estudiantes peruanos en Estados Unidos 2015-2021 y cambio porcentual anual. Fuente: [Departamento de Comercio de Estados Unidos](#)

Tipo de institución estadounidense	%
Centro universitario (dos años)	9%
Universidades (cuatro años)	4%
Universidades de posgrado	9%
Universidades con doctorado	73%
Instituciones especializadas	4%
Instituciones públicas	56%
Instituciones privadas	43%

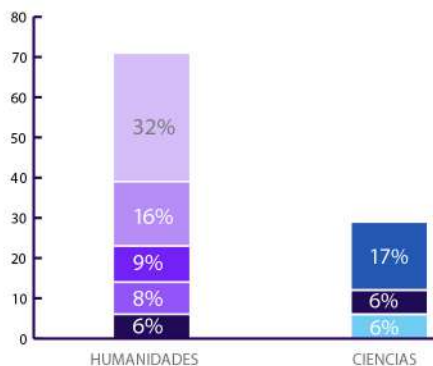
Estudiantes peruanos en Estados Unidos por tipo de institución. Fuente: [Departamento de Comercio de los Estados Unidos](#)

Top 5 factores influyentes

Los factores más importantes al elegir una universidad en E.U.:



5 factores con mayor influencia para los estudiantes peruanos al seleccionar universidad en Estados Unidos. Fuente: [Intead 2019](#)



HUMANIDADES

71% DE LOS ENCUESTADOS

- 32% Administración y Negocios
- 8% Humanidades
- 9% Profesiones del Sector Salud
- 6% Bellas Artes y Artes Aplicadas
- 16% Otro

CIENCIAS

39% DE LOS ENCUESTADOS

- 17% Ingeniería
- 6% Ciencias biológicas y físicas
- 6% Ciencias informáticas/computacionales

Interés en programas entre estudiantes peruanos. Fuente: [Intead 2019](#)

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
EducationUSA Perú		
Instagram	11,500	382
Facebook	44,095	56
EducationUSA mundial		
Instagram	107,000	-
Facebook	475,000	-

Presencia en redes sociales de EducationUSA en Perú, con número de seguidores y audiencia promedio para diez publicaciones.

EducationUSA cuenta con centros de asesoría para estudiantes en Perú (Arequipa, Chiclayo, Cusco, Huancayo, Ilo, Lima (2), Piura, Tacna, Trujillo), en los que se ofrece orientación gratuita sobre requisitos de admisión, apoyo financiero, cómo seleccionar un programa, el proceso de académico y la preparación de exámenes. EducationUSA trabajó en colaboración con los colegios de alto rendimiento de Perú (COAR), que se encuentran en todo el país. Cada uno de los centros de EducationUSA en Perú tiene su propia página de Facebook y las páginas nacionales reciben un tráfico razonable; Instagram atrae más atención. El contenido se enfoca en consejos prácticos para realizar solicitudes en Estados Unidos, anuncios de becas e información general relacionada con los diferentes estados. Un reel corto de un estudiante que recibe ayuda financiera de Estados Unidos tuvo 2,083 vistas.

> Canadá

A pesar de que el número de estudiantes peruanos que viajaba a Canadá para estudiar era relativamente bajo antes de la pandemia y de que disminuyó en 35% en 2020, la recuperación ha sido notable, con un incremento enorme de 275% en número de estudiantes para 2021.

EduCanadá no cuenta con una página específica para Perú y utiliza su presencia en redes sociales para promocionar la oferta canadiense. A pesar de que cuenta con muchos más seguidores en Facebook, tiene más interacciones en Instagram. La interacción en redes sociales se centra en ofertas de becas, publicaciones de perfiles de escuelas individuales (que incluyen detalles de sus servicios de apoyo) y oferta de trabajo para egresados. Por otra parte, la interacción gubernamental se enfoca en seguridad y calidad de vida. Las universidades canadienses ofrecen una alternativa más barata y corta a las universidades tradicionales y varias tienen representantes enfocados en países de habla hispana de la región.

La Cámara de Comercio Canadá-Perú tiene un papel activo en el ambiente educativo de Perú y, además de contar con la cooperación de varias universidades canadienses (se cubre una cuota de registro de USD \$450 y una cuota anual de USD \$540), esta entidad también colabora con la plataforma de reclutamiento ApplyBoard. La organización gestiona visitas a Canadá, misiones académicas para apoyar colaboraciones instituciones, junto con una serie de webinars relacionados con educación que se publican en la página web. Por ejemplo,

en octubre de 2022, se ofrecieron los siguientes webinars: “La experiencia de ser un estudiante internacional en George Brown College”, con un egresado peruano; “University Canada West | El papel de las universidades canadienses en el crecimiento económico”; “Fanshawe Global, el aliado estratégico en el desarrollo de capacidades”; entre otros.

Año	Número de estudiantes peruanos	Cambio anual
2015	285	-
2016	395	39%
2017	495	25%
2018	560	13%
2019	685	22%
2020	445	-35%
2021	1,670	275%
2022	3,200	52%

Peruanos con permiso de estudiante en Canadá de 2015 -2022.

Fuente: [IRCC](#)

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
EduCanadá (mundial)		
Instagram	3,727	47
Facebook	72,000	30
LinkedIn	3,693	6

Redes sociales utilizadas por EduCanadá: número de seguidores mundiales; nivel promedio de interacción en diez publicaciones.

> Australia

Las cifras de la UNESCO para estudiantes de tercer nivel con movilidad global sugieren que Australia disfruta de una cuota de mercado de 2% proveniente de Perú. Mientras tanto, los datos de australianos muestran que, entre los más grandes mercados de estudiantes internacionales, Perú se encuentra en el lugar 41. Un tercio de los estudiantes en Canadá están cursando programas de idiomas, mientras que 41% está inscrito en programas de formación técnica y profesional (VET, por sus siglas en inglés). Además, algunos proveedores de educación VET de Australia se han involucrado con las empresas mineras en Perú para ofrecer capacitación certificada en salud y explotación minera y seguridad.

Bajo un acuerdo de libre comercio de 2020, celebrado entre los dos países (PAFTA), Perú acordó alentar a las autoridades competentes a reconocer las certificaciones de educación superior de Australia; también otorgó una concesión que permite que los estudiantes peruanos realicen estudios parciales en Australia y los completen en línea en Perú; y abrió la puerta para que los proveedores australianos establecieran planteles en el país sudamericano, todo ello dentro de ciertos lineamientos.

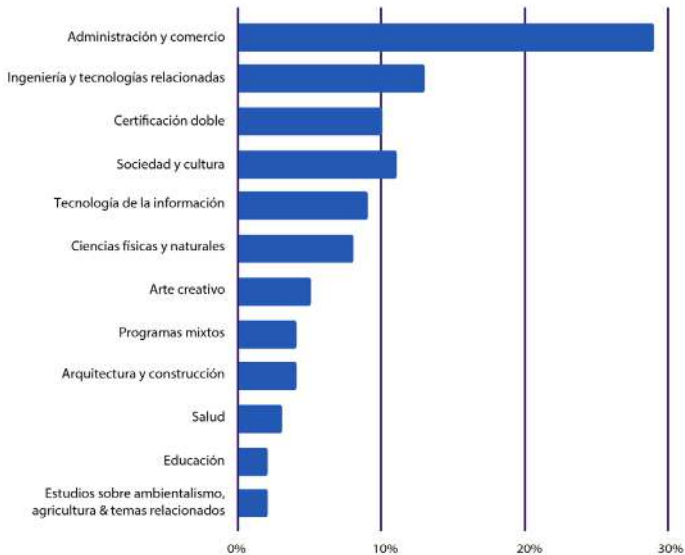
Un cuarto (25%) de los estudiantes peruanos en Australia están cursando programas de educación superior, 62% de ellos buscan obtener certificaciones de posgrado. Los programas de negocios son los más populares y representaron 29% de las matrículas peruanas en Australia en 2022; le siguen los programas de ingeniería, que el 13% prefiere. 11% de los estudiantes peruanos en Australia seleccionaron estudios de tercer nivel en el área de sociedad y cultura; 9% prefirieron programas en el área de tecnología de la información; mientras que 8% prefirió estudiar ciencias naturales y físicas.

Año	Número de estudiantes peruanos	Cambio anual
2015	1,063	-
2016	1,077	1%
2017	1,139	6%
2018	1,292	13%
2019	1,402	9%
2020	1,269	-9%
2021	1,067	-16%
2022	1,322	24%

Estudiantes peruanos con visas de estudiante en Australia de 2015 a 2022 y cambio anual. Fuente: [Departamento de Educación de Australia](#).

Proveedor	Cifras de estudiantes	Porcentaje
VET	676	41%
ELICOS	535	33%
Educación superior	411	25%
Escuelas	12	0.7%
Sin certificación	<5	-

Números de matrícula en Australia de México de enero a octubre de 2022. Fuente: [Departamento de Educación de Australia](#).



Matrículas de estudiantes peruanos en educación superior en Australia, por campo de estudio. Enero a octubre de 2022.
[Departamento de Educación de Australia](#)

Una campaña regional administrada por Austrade supervisó el lanzamiento de la plataforma [Study Australia Experience](#) en enero de 2022, en la que se ofrece contenido en español relacionado con becas, perfiles individuales de instituciones australianas y un motor de búsqueda para ayudar a los estudiantes a identificar los cursos que se ofrecen. Una campaña de comunicación regional con publicidad específica alcanzó a 20 millones de estudiantes potenciales en la región, atrajo a 310,000 visitantes y 37,000 usuarios registrados en la plataforma durante los primeros seis meses. Se realizaron docenas de eventos en vivo en la región para promocionar a Australia como destino y a sus instituciones educativas. En ellas se involucró a alumnos, embajadores, representantes de las universidades y agentes de educación. En junio de 2022 se celebró una feria virtual para 1,700 posibles estudiantes. Los eventos y webinars en la plataforma se ofrecen en español para abarcar a una comunidad de estudiantes de América Latina más amplia.

En 2021, Austrade invitó a instituciones australianas a reunirse con escuelas de bachillerato internacional en América Latina, y el equipo apoya proactivamente a PRONABEC con

eventos enfocados en incrementar la participación de Australia en el mercado de estudios internacionales financiados por este crédito educativo, así como un vínculo con BCP Bank. La embajada australiana organiza eventos de educación en los que se invita a usuarios de la plataforma, junto con estudiantes con salidas ya programadas, agentes, entidades de becas locales y representantes del mercado.

Study Australia Experience tiene presencia en América Latina en Instagram y Telegram, en las que sus diez publicaciones más recientes tuvieron un promedio de 421 vistas. Austrade mantiene presencia global en el perfil “Study Australia” de Facebook e Instagram.

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
Study Australia Experience – América Latina		
Instagram	10,800	118
Telegram	1,174	-
Instagram	37,200	-
Facebook	366,000	-

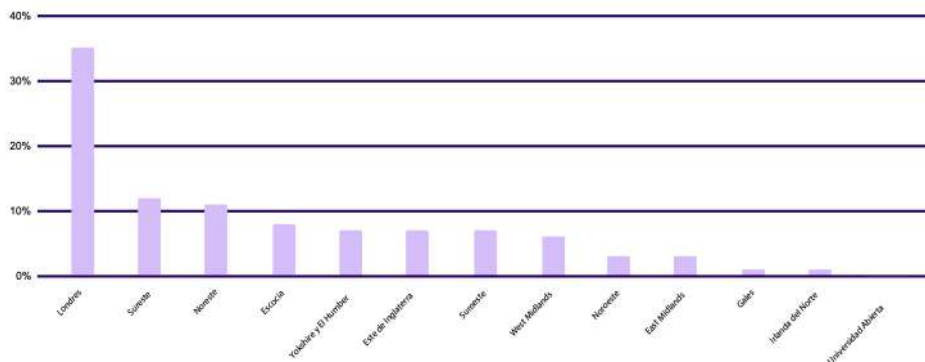
Redes sociales utilizadas por Study Australia Experience; número de seguidores; nivel promedio de interacción en diez publicaciones.

> Reino Unido

El Reino Unido es el noveno destino de preferencia entre los estudiantes peruanos de acuerdo con las cifras de la UNESCO y está por delante de Canadá en términos de estudiantes de tercer nivel. El Reino Unido no sufrió en cuanto a número de estudiantes durante la pandemia y de hecho observó un crecimiento en cifras de un 25% en 2020, posiblemente debido a que era posible tomar cursos de comercio en línea mientras las restricciones de movilidad estaban vigentes. Más de la mitad (51%) de los estudiantes peruanos en el Reino Unido están cursando programas de licenciatura, mientras que un poco más de un tercio (33%) de los estudiantes de tercer nivel de Perú seleccionaron a Londres como destino académico.

Red social	Número de seguidores	Interacción promedio
British Council Perú		
Facebook	77,293	28
British Council (global)		
Facebook	2,400,000	-
Instagram	182,000	-
StudyUK_britishcouncil (global)		
Instagram	92,000	-
Study UK - British Council		
Facebook	628,880	-

Redes sociales utilizadas en por el British Council Peru; número de seguidores; nivel promedio de interacciones en diez publicaciones



Regiones del Reino Unido con estudiantes peruanos de educación superior 2020/21. Fuente: [HESA](#)

Año	Número de estudiantes peruanos	Cambio anual
2015	290	-
2016	380	31%
2017	415	9%
2018	495	19%
2019	490	-1%
2020	615	25%
2021	605	-2%
2022	N/A	-

Estudiantes peruanos de educación superior en Reino Unido de 2015 a 2021. Fuente: [HESA](#)

Posgrado (investigación)	10%
Posgrado (impartido)	38%
Licenciatura	49%
Otros estudios universitarios	2%

Nivel de estudios: estudiantes peruanos de educación superior en el Reino Unido, 2020-2021. Fuente: [HESA](#)

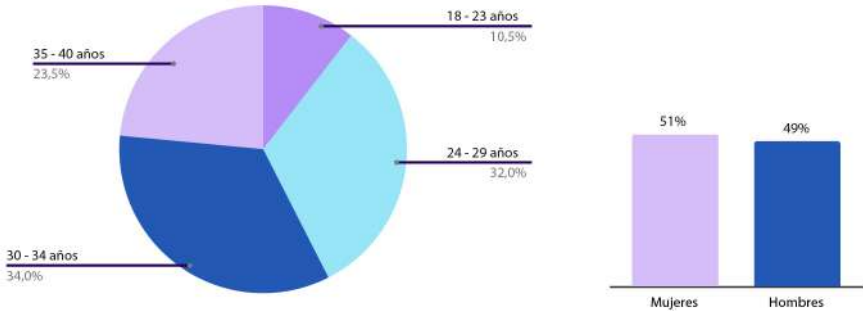
Parecería que la única red social que el British Council utiliza en Perú es Facebook y, a pesar de que cuenta con más de 77 mil seguidores, la interacción promedio con las publicaciones es de 28 (con base en las diez últimas publicaciones de la página). Resulta interesante que la publicación más popular en fechas recientes está relacionada con un seminario virtual del British Council y atrajo 235 interacciones, incluyendo 37 republicaciones. Esto indica que los estudiantes interactúan más cuando el contenido les es de interés y relevante.

Encuesta Exclusiva

Panorama estudiantil en Perú

Se llevó a cabo una ENCUESTA EXCLUSIVA a 200 peruanos en enero de 2023 en nombre del British Council. Los encuestados estaban entre las edades de 18 a 40 años; 32% de 24 a 29 años; 34% de 30 a 34 años; y 23% tenían de 35 a 40 años. La mayoría (87%) respondió la encuesta en un teléfono móvil o algún otro dispositivo portátil,

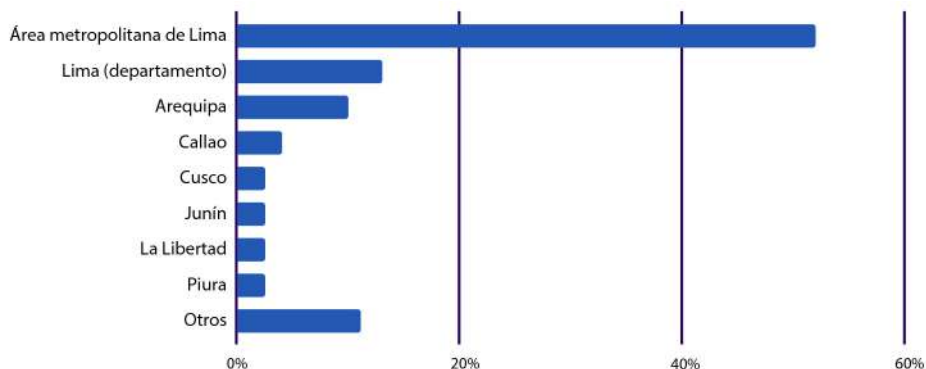
mientras que el resto la respondió en computadoras y 51% de la muestra eran mujeres. Esta fue una encuesta realizada a un público objetivo, pagada y aplicada por medio de la plataforma Survey Monkey y no fue posible recolectar los datos de contacto de los estudiantes.



Perfil de edad y género de las personas encuestadas en la encuesta de Perú. Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy

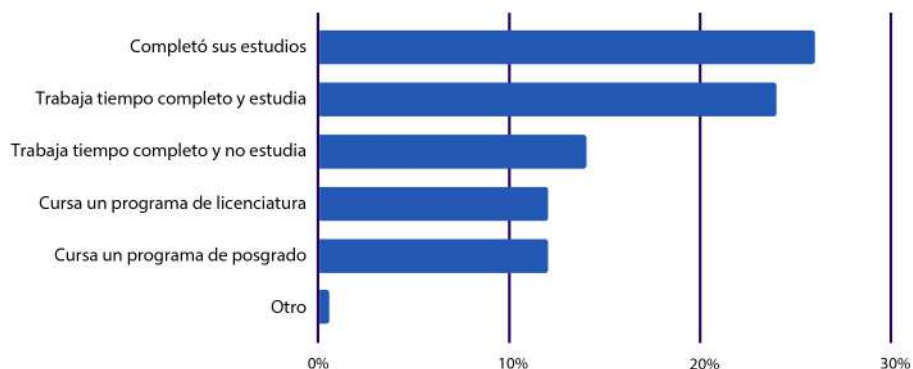
En lugar de tomar en cuenta la ubicación precisa en Perú de las personas encuestadas, se seleccionaron los ingresos por familia para incluir a aquellos con ingresos de al menos PEN \$4,501 al mes, equivalentes a GBP \$985. Se consideró que esto ayudaría a identificar ubicaciones fuera de la capital Lima en las que se ubican familias peruanas más adineradas y así evaluar sus opiniones. Se recibieron respuestas de 20 departamentos peruanos; 65% ubicados en Lima, 10% en Arequipa y 4% en Callao.

La mayoría de los estudiantes peruanos (61%) se interesaron en recibir información sobre estudios en el extranjero por correo electrónico, 10% prefirieron recibir material por medio de correo normal, 11% prefirió WhatsApp, 7% estuvieron conformes con informarse vía redes sociales, mientras que el 1% dijo que prefería recibir información por medio de webinars o en eventos en su ciudad.



Departamentos en los que se ubican los encuestados en Perú.
Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy 2023

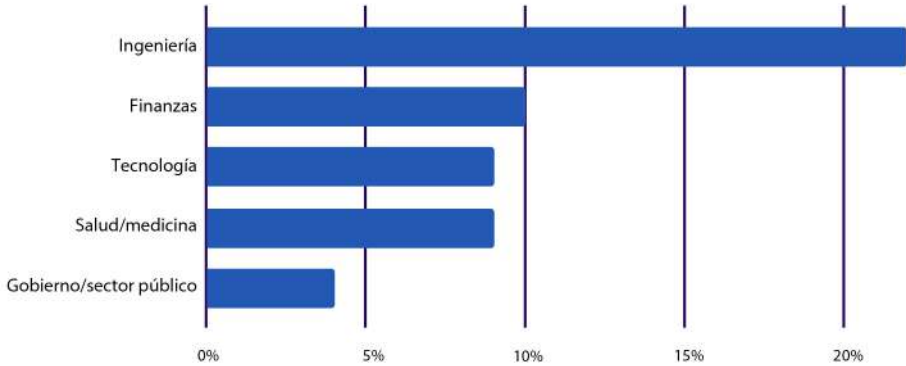
> Estado actual de estudios



Estado actual de estudios de los encuestados en Perú. Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy 2023

La mitad (48%) de las personas encuestadas se encuentran estudiando actualmente. De ellos, la mitad (50%) trabajan tiempo completo mientras estudian, 24% están cursando un programa de posgrado y 50% están cursando un programa de licenciatura. Un poco más de un cuarto de las personas encuestadas (26%) dijeron haber completado sus estudios, mientras que 14% están trabajando y no estudian.

> Aspiraciones profesionales a futuro

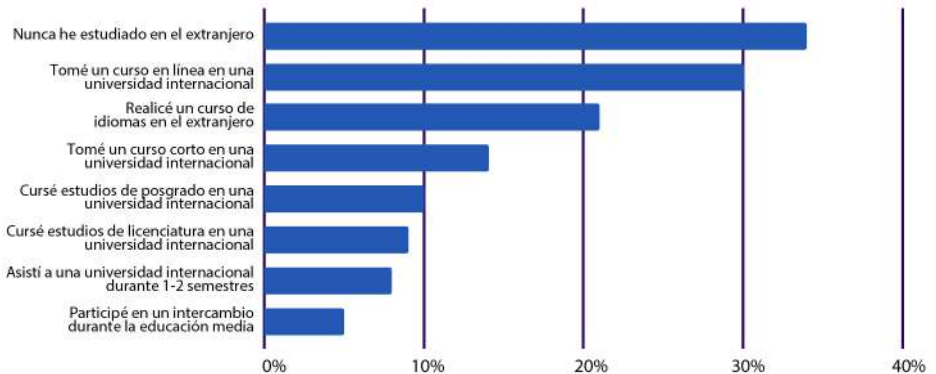


¿Cuál de estos sectores describe mejor la carrera que quieres perseguir en un futuro? Las cinco respuestas principales.

Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy 2023

Ingeniería fue el claro favorito y el área más popular para 22% del grupo muestra, le sigue finanzas (10%), salud y tecnología (9% respectivamente), mercadotecnia (5%) y el sector público (4%).

> ¿Has estudiado en el extranjero?



¿Has estudiado en el extranjero? (Selecciona hasta tres opciones). Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy 2023

Diecinueve de las personas encuestadas (9%) cursó sus estudios de licenciatura en una universidad internacional. De este subconjunto, 32% también completó sus estudios de posgrado en un país extranjero y 21% completó un curso en línea en una universidad internacional. Ninguno participó en algún intercambio escolar de educación media, pero 21% completó algún programa de idioma internacional. Tres de cada diez peruanos (30%) completaron un curso en línea en alguna universidad internacional.

Veinte (10%) de las personas encuestadas completaron un programa de estudios de licenciatura, siete de los cuales (35%) también completaron algún curso en línea en una universidad internacional, dos tienen experiencia en intercambio escolar de educación media y cuatro completaron un curso de idioma internacional.

> ¿Has considerado estudiar en una universidad del Reino Unido?

Considero que estudiar en el Reino Unido mejoraría en gran medida mis perspectivas profesionales	36%
He escuchado cosas muy buenas sobre la educación en el Reino Unido	30%
Es mi sueño estudiar en el Reino Unido	26%
Me gustaría estudiar en línea en una universidad del Reino Unido	24%
Sólo podría ir si obtuviera una beca	17%
Necesitaría mejorar mucho mi inglés	15%
Estudiaría en el Reino Unido si hubiera un crédito que pudiera pagar después de graduarme	14%
Nunca he pensado en estudiar en el Reino Unido, pero lo consideraría	13%
Es mi sueño estudiar en el extranjero, pero no había considerado al Reino Unido	10%
Estudiar en el Reino Unido es demasiado caro para mí	5%
No he escuchado mucho sobre estudiar en el Reino Unido	4%
No me interesa estudiar en el extranjero	1%
No me gustaría viajar tan lejos de casa	0,5%
Otro	1,5%

¿Has considerado estudiar en una universidad del Reino Unido? (Selecciona hasta tres respuestas).
Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy 2023.

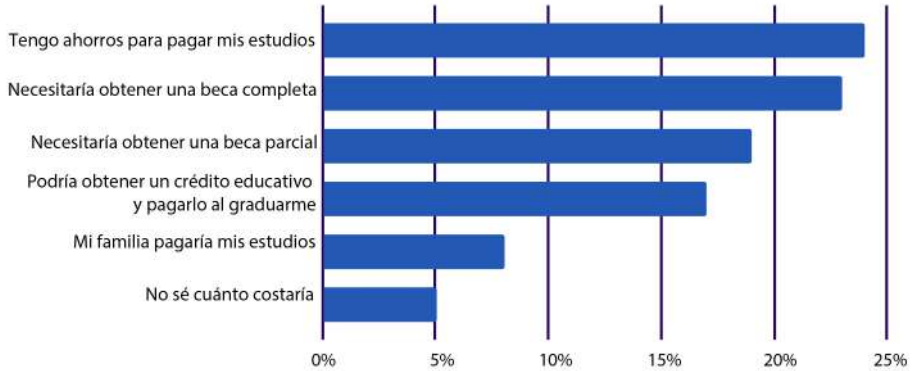
Casi un cuarto (24%) de las personas encuestadas en Perú expresaron el deseo de estudiar en línea en una universidad del Reino Unido (en una pregunta separada, 30% confirmaron que ya habían cursado estudios en una universidad internacional). Un cuarto (25%) de las personas encuestadas expresó que era su sueño estudiar en el Reino Unido; 43% de esas personas consideran que estudiar en el Reino Unido mejoraría en gran medida sus perspectivas profesionales, y 27% de ellas habían escuchado cosas muy buenas sobre la educación en el

Reino Unido; 14% indicaron que tendrían que mejorar su nivel de inglés primero. De las personas para las que estudiar en el Reino Unido representa un sueño, 16% dijo que solamente les sería posible con una beca, y 12% dijeron que les sería necesario obtener un crédito educativo. Solamente una persona de este subconjunto dijo que consideraba que estudiar en el Reino Unido sería muy caro. Un quinto de este grupo se interesa en cursar estudios en línea en una universidad del Reino Unido.

Varias personas en Perú opinan que estudiar en el Reino Unido mejoraría en gran medida sus perspectivas profesionales y esa respuesta fue seleccionada por 35% de las personas encuestadas; 42% de ellas dijeron haber

escuchado muy buenas cosas sobre la educación en el Reino Unido, mientras que un cuarto del subconjunto expresó interés en cursar estudios en línea en una universidad británica.

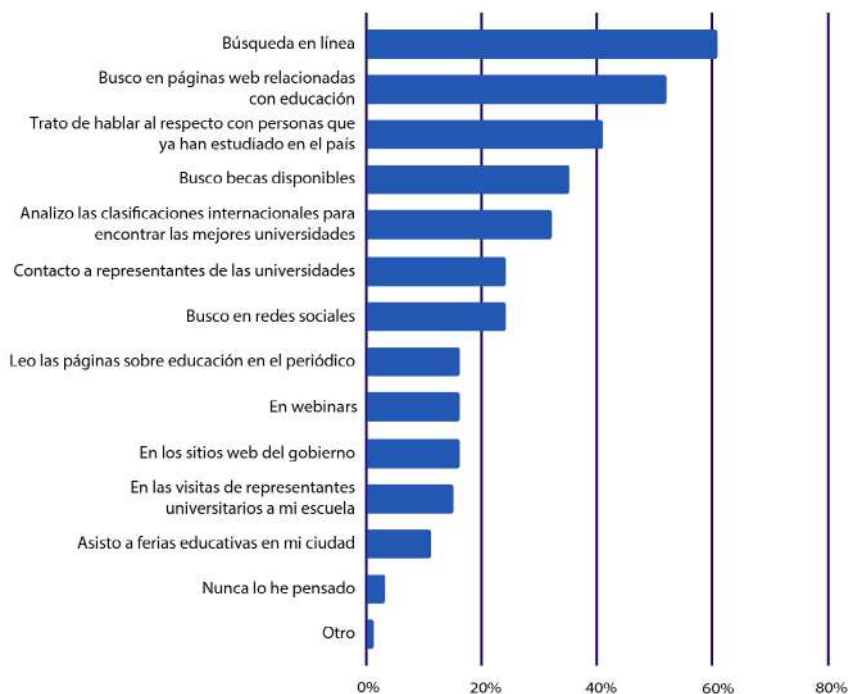
> ¿Cómo pagarías tus estudios en el extranjero?



Si fueras aceptado, ¿cómo pagarías tus estudios en el extranjero? Fuente: British Council Mexico Survey por SOS Education Consultancy 2023.

Cerca de un tercio (32%) de los estudiantes en Perú expresaron que no necesitarían soporte financiero externo para estudiar en el extranjero. 24% de las personas encuestadas dijeron que tienen ahorros, mientras que un 8% dijo que su familia cubriría los costos. Un cuarto (23%) dijo que necesitarían de una beca completa si decidieran estudiar en una universidad extranjera, 17% necesitaría una beca parcial, mientras que 19% dijo que podrían solicitar un crédito educativo y pagarlo al graduarse. Uno en cada veinte (5%) dijo que no sabría cuánto costaría estudiar en el extranjero.

> ¿Cuál es la mejor fuente de información sobre estudios en el extranjero?

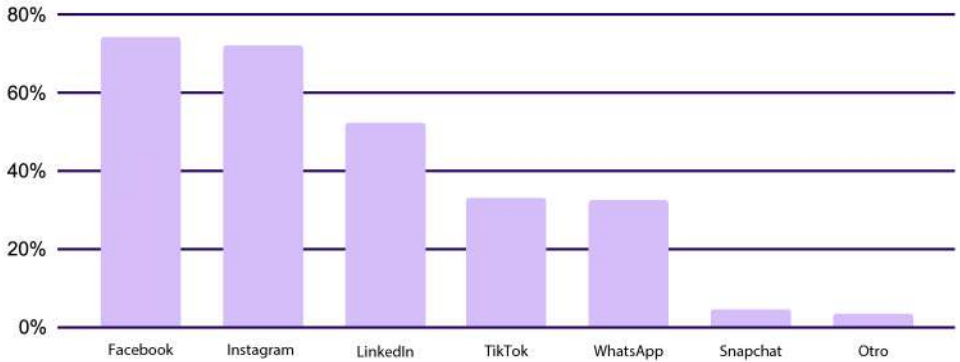


¿En dónde buscarías información sobre estudios en el extranjero? (Selecciona 5 opciones).

Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy 2023.

Las búsquedas en internet fueron el medio más popular para obtener información, fue seleccionada por el 61% en Perú. Más de la mitad dijeron que visitarían páginas relacionadas con educación (las personas encuestadas podían seleccionar hasta cinco respuestas para esta pregunta), 41% dijo que intentaría hablar con alumnos que hubieran estado en el país que estuvieran considerando, mientras que 35% buscaría becas y 32% analizaría las clasificaciones internacionales. Un cuarto (24%) buscaría en redes sociales y la misma proporción se pondría en contacto con representantes de las universidades. Los webinars, las páginas sobre educación en los periódicos y las páginas de gobierno fueron mencionados por 16% de las personas encuestadas. Solamente una de cada diez (11%) dijo que asistiría a ferias de educación, mientras 3% dijo que nunca lo había pensado.

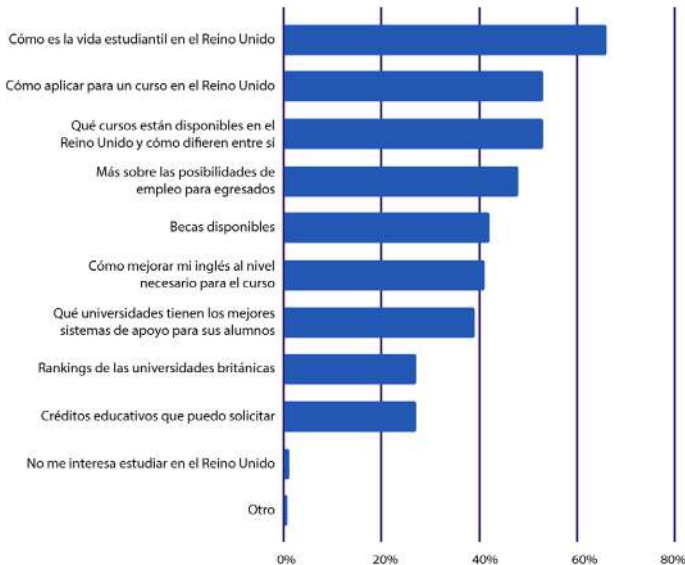
> ¿Cuál es la mejor red social para informarte sobre estudios en el extranjero?



¿Qué red social usarías para buscar más información sobre oportunidades de estudio?
Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy 2023

Facebook sobresale como la mejor plataforma para obtener información relacionada con estudios en el extranjero, fue citada por 74% de las personas encuestadas en Perú. Le sigue de cerca Instagram, mencionada por 72%. Un tercio (33%) consideró TikTok como una buena opción y 32% dijo que utilizaría WhatsApp para obtener más información sobre estudios en el extranjero.

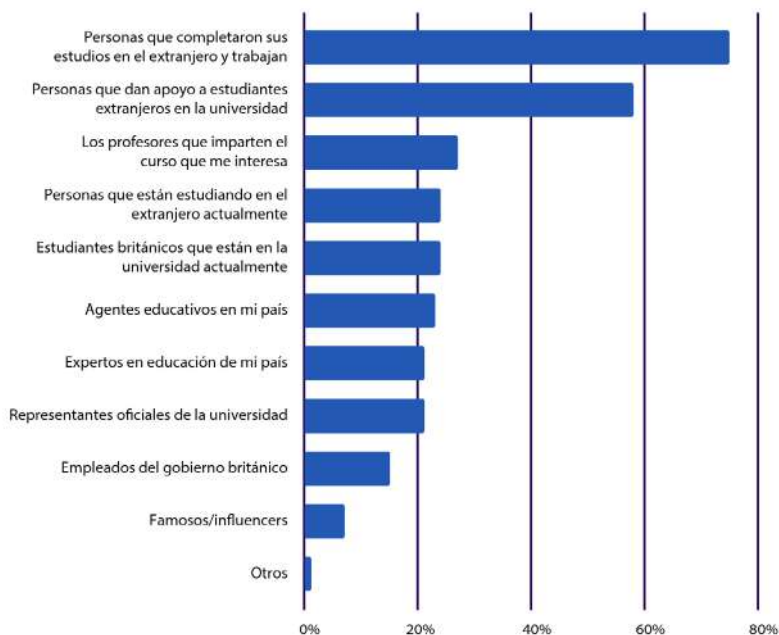
> ¿Qué te gustaría saber sobre estudiar en Reino Unido?



¿Qué más te gustaría saber sobre estudiar en el Reino Unido? (Selecciona todas las opciones que apliquen).
Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy 2023

El 66% de las personas peruanas encuestadas desean saber más sobre la vida estudiantil en el Reino Unido, mientras que más de la mitad desean saber cosas prácticas, como los pasos para presentar una solicitud para un curso (53%) y qué cursos se pueden estudiar en el Reino Unido (53%). El 27% se interesa por las clasificaciones, mientras que el 42% desea obtener información sobre becas y 27% desea saber sobre créditos disponibles. La prioridad del 41% es mejorar el dominio del inglés y desea saber si pueden mejorar para obtener el nivel necesario, mientras que 39% desea saber el tipo de apoyo que los planteles del Reino Unido pueden ofrecer.

> Fuentes de información confiables



Al buscar información sobre estudios en el extranjero, me gustaría escuchar a (selecciona 3).
Fuente: British Council Peru Survey por SOS Education Consultancy 2023.

Los estudiantes peruanos no sólo desean escuchar a las personas que estudian en el Reino Unido (opción seleccionada por 24%), sino que valoran la experiencia de las personas egresadas que se encuentran laborando, tal como indicaron tres cuartos de las personas encuestadas (75%). A los peruanos también les interesa entrar en contacto con el personal de la universidad, tanto con los funcionarios (seleccionado por 58%) como con el personal académico (seleccionado por 27%). Un cuarto de los peruanos (23%) desea escuchar a agentes educativos en su país, 21% están interesados en lo que los expertos en educación locales tienen que decir, 15% desean escuchar a las personas que trabajan en el gobierno del Reino Unido, mientras que 7% valoran las opiniones de influencers o celebridades sobre estudiar en el extranjero.

Encuesta Exclusiva

Panorama de agencias en Perú

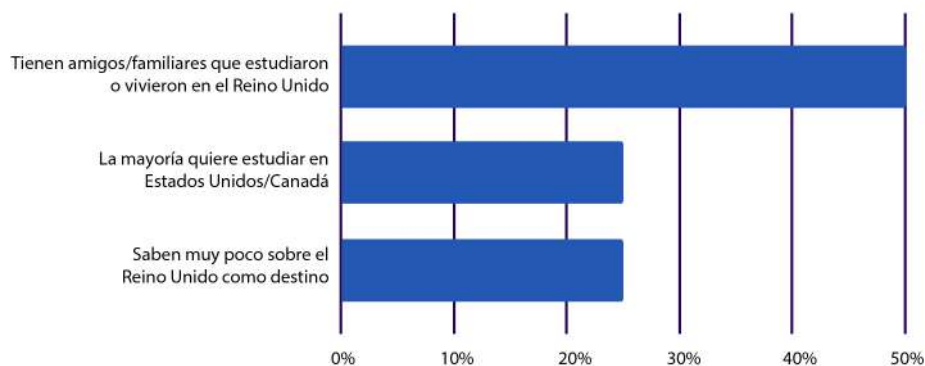
Se envió una encuesta a varias agencias que operan en Perú durante enero de 2023 y cuatro agencias respondieron. La mitad de los agentes (50%) dijeron que la demanda de cursos en el Reino Unido había aumentado tras la pandemia, mientras que la otra mitad (50%) dijo que notó una disminución en las consultas. La mayoría de las agencias (75%) dijo que le gustaría recibir actualizaciones e información por medio de correo electrónico, mientras que un agente dijo que prefería recibir la información por WhatsApp.

Tres de los agentes en Perú dijeron que 100% de sus estudiantes se financian a sí mismos, mientras uno confirmó que 69% de los clientes se financian a sí mismos o los financia su familia y 1% reciben beca completa y 30% becas parciales. A pesar de asegurar que todos sus estudiantes se autofinancian, una agencia mencionó que trabajan con el banco BCP (Banco de Crédito del Perú). Otra agencia con

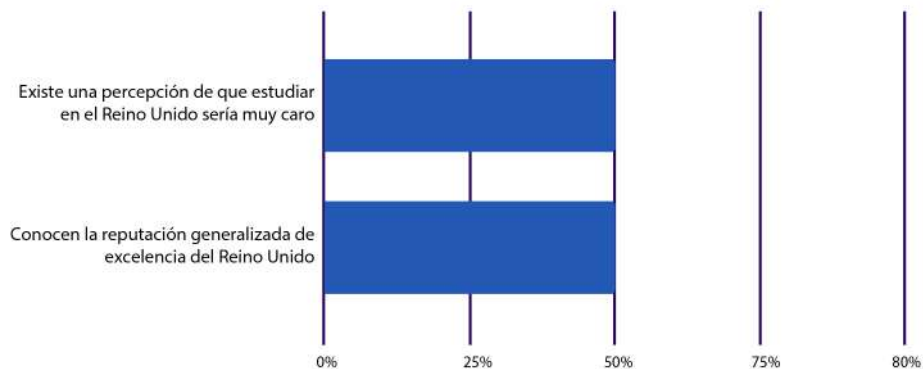
base administrativa en Bolivia pero que opera en Perú dijo que se necesita un centro de exámenes IELTS en Bolivia, mientras que otra agencia con base en Perú dijo que se necesitaban más fechas para IELTS UKVI (visas y migración al Reino Unido).

La mitad de los agentes en Perú (50%) dijo que sus clientes tienen referencias del Reino Unido como país a través de amigos o familiares que han pasado tiempo ahí, un agente dijo que sus clientes tenían una preferencia natural para estudiar en Estados Unidos o Canadá, mientras que otro dijo que sus clientes no tenían muy presente al Reino Unido como destino. La mitad también dijo que sus clientes están conscientes de la reputación del Reino Unido en cuanto a niveles de excelencia, cuando se les preguntó a los clientes sobre el Reino Unido como destino académico, mientras que la otra mitad dijo que sus clientes consideran que estudiar en el Reino Unido sería muy caro.

> ¿Qué saben tus clientes del Reino Unido como nación?



> ¿Qué saben tus clientes del Reino Unido como destino académico?

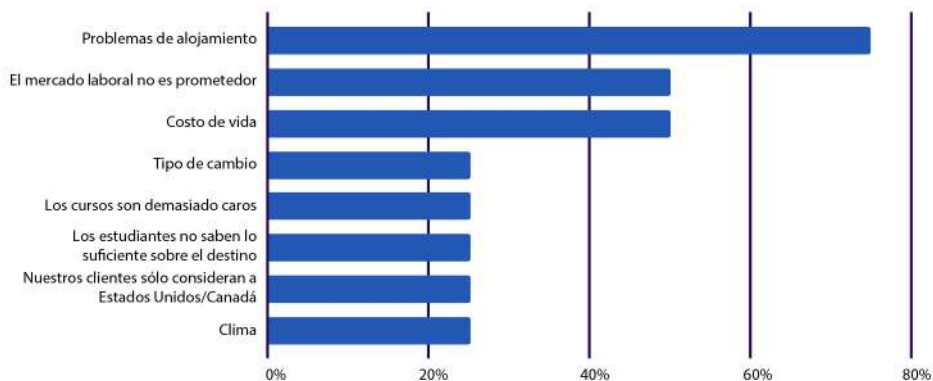


> ¿Qué motiva a tus clientes a elegir un instituto educativo?

Motivo	Proporción de agentes que indican este motivo
Oportunidades para integrarse a la fuerza laboral al completar los estudios	100%
Clasificaciones internacionales	75%
Costo del curso	75%
Costo de vida	75%
Permite trabajar mientras estudia	75%
Calidad de enseñanza	25%
Calidad de vida	25%
Expectativas salariales	25%
Clima	25%
Seguridad	20%
Aspectos culturales	10%
Proximidad a otros países europeos	10%
Clima	10%

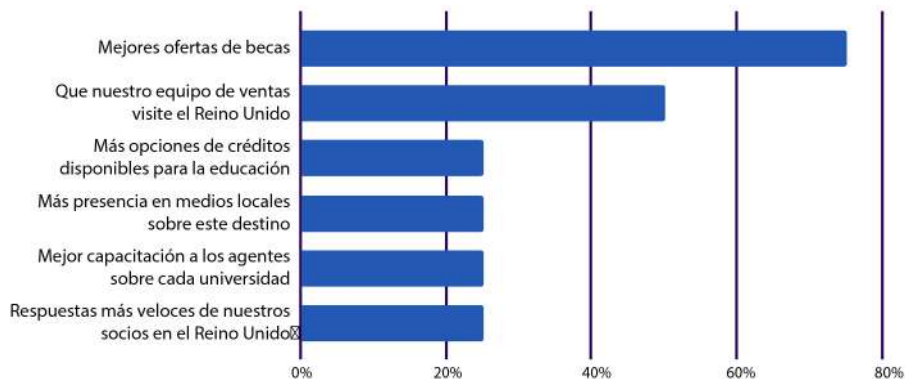
La motivación principal para los peruanos para seleccionar una institución académica en el extranjero son las oportunidades de integrarse a la fuerza laboral tras terminar los estudios, y esto fue citado por todos los agentes de Perú que respondieron a la encuesta, mientras que 75% mencionaron clasificaciones internacionales, costos de los cursos, costo de vida y facilidad para trabajar mientras estudia como motivaciones principales.

> ¿Cuáles son los retos principales para estudiar el tercer nivel en el Reino Unido?



El principal reto con estudios de tercer nivel en el Reino Unido, de acuerdo con los agentes peruanos, son problemas relacionados con el alojamiento, según mencionaron 75% de los asistentes. Para la mitad de los agentes (50%), un mercado laboral poco prometedor y el costo de vida representan los retos más importantes para seleccionar al Reino Unido como destino académico. Tres cuartas partes (75%) de los agentes peruanos dijeron que mejores ofertas de becas pueden mejorar la demanda, mientras el 50% dijo que podría haber más demanda si sus equipos de ventas visitaran el Reino Unido.

> ¿Qué produciría un alza en la demanda?



> ¿Qué te ayudaría a vender más productos de educación superior en el Reino Unido?

Más becas	100%
Viajes de familiarización para conocer las universidades británicas	75%
Respuestas rápidas de los socios en el Reino Unido	75%
Mejor capacitación sobre el Reino Unido como destino	50%
Información migratoria clara	50%
Identificación de puntos de venta específicos para cada universidad	50%
Estadísticas relevantes de empleabilidad	50%
Escalas salariales claras / expectativas para los graduados	25%
Testimonios contundentes de exalumnos	25%
Escalas/expectativas salariales claras para los graduados	10%
Estadísticas relevantes de empleabilidad	10%
Testimonios contundentes de exalumnos	10%

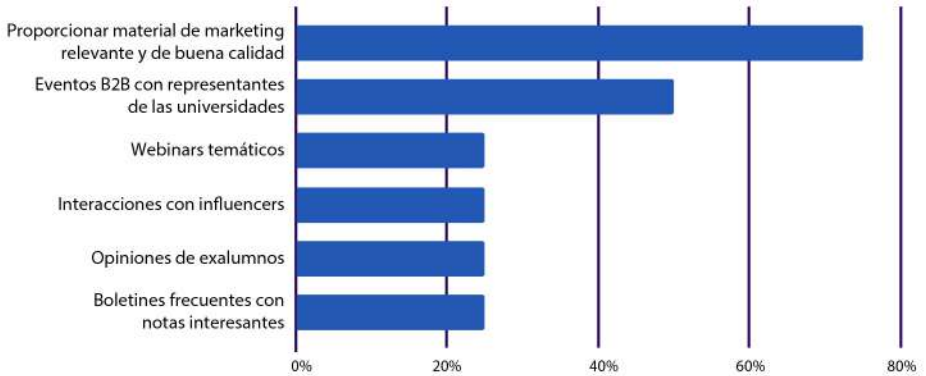
La respuesta unánime (100%) afirma que más becas para estudiantes peruanos en el Reino Unido podrían ayudar a los agentes a vender más productos de educación superior en el Reino Unido. La mayoría de los agentes (75%) también dijeron que los viajes de familiarización a las universidades británicas ayudarían a incrementar las ventas y la misma proporción de agentes solicitó respuestas más rápidas de los socios en el Reino Unido. La mitad de los agentes en Perú (50%) desean recibir mejor capacitación sobre el Reino Unido como destino, así como identificación de puntos clave de venta para cada universidad, información migratoria clara y estadísticas relevantes de empleabilidad.

> ¿Cómo pagan sus estudios los clientes que irán a la universidad?



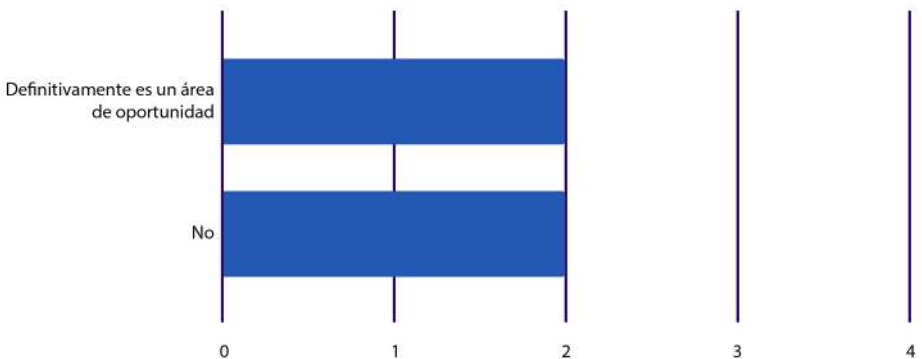
La gran mayoría de los estudiantes de nivel universitario (92%) en Perú pagarían sus propios estudios, de acuerdo con los agentes activos en el mercado, 75% de los agentes indicaron que todos sus clientes estudiantes pagan sus propios estudios.

> ¿Cómo puede apoyar el British Council a tu agencia para incrementar el número de solicitudes?



Los agentes peruanos desearían obtener material de buena calidad y relevante para promocionar mejor al Reino Unido como un destino académico de educación superior, esta solicitud fue expresada por 75% de las personas encuestadas. La mitad de los agentes hicieron hincapié en el deseo de realizar eventos B2B con representantes de las universidades, mientras que 25% solicitó webinars temáticos y boletines regulares con notas interesantes, opiniones de los exalumnos e interacción con influencers.

> ¿Crees que hay mercado para una oferta en línea de las universidades británicas?



Los agentes en Perú están divididos en partes iguales en lo que respecta a sus opiniones sobre un posible mercado de oferta en línea de universidades del Reino Unido. La mitad (50%) dice que se trata definitivamente de un área de oportunidad, mientras que la otra mitad considera que no es así.

Análisis de Perú

Las cifras de la UNESCO sugieren que Gran Bretaña es el noveno destino más popular para estudiantes de tercer nivel con movilidad internacional, el tercer destino más popular de habla inglesa, después de Estados Unidos y Australia y más popular que Canadá. Sin embargo, sin duda se puede mejorar la participación en el mercado del 2%.

Las cifras de Australia descendieron tanto en 2020 como en 2021 a causa de los cierres fronterizos, aunque se observó una recuperación inmediata en 2022. El acuerdo comercial entre los dos países abrirá el camino para un mayor crecimiento, con la posibilidad de que las instituciones australianas abran planteles en Perú y el potencial de reconocimiento de estudios australianos.

A pesar de que el número de peruanos con permisos de estudiante en Canadá disminuyó en 35% en 2020, durante la pandemia, la recuperación ha sido excepcional y los números incrementaron en 275% el año siguiente. Parte de este crecimiento bien podría atribuirse a la actividad de la Cámara de Comercio bilateral que ofrecía diferentes webinars prácticos con universidades asociadas y a la participación con la plataforma de tecnología educativa ApplyBoard. El número de personas peruanas que estudian en Estados Unidos no se vio afectado durante la pandemia y los números continuaron creciendo durante este periodo, como prueba de la flexibilidad que ofrece el permitir a los estudiantes inscribirse y estudiar sin viajar al norte.

La respuesta relativamente baja de los agentes en Perú, en comparación con otros mercados de la región refleja una actividad menos activa de los agentes en este campo. Sin embargo, es alentador saber que los agentes en Perú trabajan en su mayoría con educación superior, cuentan con una más alta proporción de clientes autofinanciados y listan al Reino Unido entre los destinos principales. Casi un tercio (32%) de los peruanos indicaron que ellos

pagarían sus estudios en el extranjero, ya sea por medio de sus ahorros o con ayuda de sus familias.

Los agentes en Perú consideran que los costos de los estudios y el costo de vida son importantes para sus clientes. Esta aseveración está sustentada en el 62% de estudiantes peruanos que seleccionaron una universidad en Estados Unidos en 2019, pero no en los hallazgos de este estudio, en el que solamente 5% de los estudiantes dijeron que estudiar en el Reino Unido sería demasiado caro para ellos (a pesar de que 17% dijeron que necesitarían una beca y 14% dijeron que necesitarían un préstamo). En otra pregunta, la misma proporción (5%) indicó que no sabían cuánto costaría estudiar en el Reino Unido.

Es posible que no haya una aplicación suficiente de IELTS UKVI en Perú, dado que solamente un recinto ofrece la aplicación del examen y cuenta con un solo día y horario disponible al mes. Aunque no está claro cuántos estudiantes pueden tomar el examen al día, al menos un agente dijo que se necesitan más exámenes (mientras que otro agente expresó necesidad de otro centro de exámenes en Bolivia).

La mayoría de las personas peruanas tienen una impresión positiva de Gran Bretaña como destino académico. Más de un tercio (35%) considera que estudiar en el Reino Unido mejoraría sus perspectivas profesionales y solamente el 4% no había escuchado mucho sobre estudiar en el Reino Unido. Los estudiantes están interesados en escuchar las experiencias de exalumnos, especialmente las de aquellos que ya se han incorporado a la fuerza laboral. Sin embargo, todos los agentes estuvieron de acuerdo en que las oportunidades de empleo tras concluir los estudios son una motivación importante para los estudiantes de Perú y señalaron las preocupaciones que existen con respecto del mercado laboral actual del Reino Unido.

La Ingeniería fue la carrera más popular en los resultados de la encuesta, fue mencionada por el 22% y es una preferencia que se refleja en el 13% de los estudiantes peruanos de educación superior en Australia y 17% de las personas que estudiarán en Estados Unidos. Finanzas fue la segunda carrera más popular seleccionada por las personas encuestadas (elegida por el 10%) y se aconseja promoverla, considerando que 29% de los estudiantes peruanos en Australia cursan estudios de administración y finanzas, y es el interés del 31% al seleccionar universidades en Estados Unidos.

Un cuarto de los estudiantes peruanos está interesado en cursar estudios en línea en una universidad del Reino Unido y 30% ya han tomado algún curso en línea en alguna universidad internacional, a pesar de que la duración de los cursos tomados se desconoce. A pesar de que no todos los agentes de Perú ven mucho potencial en una oferta en línea de las universidades del Reino Unido, es un área digna de investigación. Sin embargo, antes de planear el lanzamiento de una oferta en línea en Perú, es importante entender el escenario local en lo que respecta al reconocimiento de estudios, algo que cae fuera del área de este informe.

Existe presencia universitaria en Perú, hay 48 universidades británicas aprobadas por SERVIR (que ofrecen becas para trabajadores del sector público) y 58 aprobadas por el programa de becas PRONABEC. Mientras que las universidades británicas representan el 8% de las universidades aprobadas, 15% de las becas otorgadas en 2022 fueron para estudiantes que buscaban estudiar en el Reino Unido. Esto es un logro positivo, pero siempre hay oportunidad de mejorar. Las universidades asociadas tienen la oportunidad de conocer a los posibles estudiantes en un evento anual organizado por PRONABEC, en el mes de septiembre, generalmente. El evento se ha realizado en línea en los años recientes y solamente participaron 11 universidades del Reino Unido en 2022. No queda claro cuánto se están esforzando las universidades británicas para promocionarse en Perú.

Recomendaciones

> Interacción de alto nivel

- Se recomienda mayor participación con el Ministerio de Relaciones Exteriores y Turismo para determinar los déficits de competencias que podrían ser abordados por las ofertas de programas cortos ofrecidos por universidades del Reino Unido. También se deberán buscar vínculos con sociedades industriales, particularmente en el campo de la minería, para hacer corresponder los déficits de competencias cruciales con una oferta en el Reino Unido.
- También se recomienda participación con el Ministerio de Energía y Minería para identificar los déficits de competencias más marcados que puedan ser cubiertos por medio de cursos impartidos por proveedores del Reino Unido, y merece la pena considerar un programa de becas para mujeres en el área de la minería.
- Se recomienda buscar colaboración con el Ministerio de Educación para investigar la posibilidad de patrocinar becas para estudiantes con necesidades económicas de los colegios de alto rendimiento COAR.

> Oferta en línea

- La ratificación del tratado entre el Reino Unido y Perú sobre el reconocimiento mutuo de certificaciones debería abrir el mercado para una oferta más fuerte de programas en línea, en particular para ejecutivos de alto nivel que posiblemente no estén en posibilidad de invertir tiempo en viajar al Reino Unido durante periodos extendidos.
- Existen oportunidades de ofrecer cursos más cortos de especialización y es importante entender la oferta actual de la

competencia y los precios para evaluar más a fondo la forma de actuar, con una promesa de retorno de la inversión para los posibles estudiantes.

> Vinculación con el Reino Unido

- Las universidades deberán explorar la oferta de clases magistrales que puedan impartirse en línea, así como los medios para exhibir las virtudes específicas de las instituciones y alinearlas con los déficits de competencias identificados en este informe.
- Se recomienda participación del sector del idioma inglés, o con universidades del Reino Unido que cuenten con escuelas de idiomas propias, para ofrecer programas de inglés a nivel ejecutivo, enfocados en vincularse con las industrias.
- Se deberá alentar a las universidades del Reino Unido a asistir al evento nacional PRONABEC para conocer a posibles estudiantes. Las campañas nacionales de comunicaciones con interacción durante este periodo se recomiendan y se alinean con las convocatorias de PRONABEC y SERI.

> Desarrollo de marca

- Se deberá planear una campaña de desarrollo de marca para aprovechar la percepción positiva del Reino Unido.
- Se deberá lanzar una versión en español de la plataforma Study UK como parte de una campaña estratégica de medios que invite a los estudiantes a asistir a eventos de lanzamiento en las ciudades clave de Lima y Arequipa. Se podrá invitar a los alumnos de otras ciudades a que asistan en línea.

> Estrategia de comunicación

- El estado actual de un tratado del Reino Unido y Perú para el reconocimiento mutuo de certificaciones presentado ante el parlamento en mayo de 2021 no está claro, pero se garantiza una campaña en medios a nivel nacional una vez que se ratifique.
- Identificar sitios web peruanos clave con contenido sobre educación y considerar patrocinio de marca, para que los visitantes a las páginas vean la marca #StudyUK tan pronto ingresen a las páginas.
- La presencia en medios deberá incluir un llamado a la acción, por ejemplo: una invitación a los estudiantes a asistir a webinars temáticos, con participación en pequeños grupos de universidades del Reino Unido, como puede ser un webinar sobre ingeniería ambiental con participación de una universidad en Londres, una en Escocia y otra en Irlanda del Norte.
- Se deberá desarrollar una estrategia de comunicación por medio de correos electrónicos para asegurarse que no se bombardee a los estudiantes con contenido general de poca relevancia. No es muy probable que un estudiante en Perú se interese en el éxito de un estudiante japonés tanto como se interesaría en el relato personal de alguien de Arequipa que ganó una beca para el Reino Unido que le cambió la vida.
- El contenido que ocasionaría impacto entre los estudiantes en Perú incluye: la vida estudiantil en el Reino Unido; una guía paso a paso para solicitar ingreso a una universidad del Reino Unido; videos de testimonios de exalumnos peruanos que ya estén ejerciendo; oferta de becas que estén accesibles a estudiantes de Perú (usar los testimonios de becarios de Perú).
- Compilar una lista de becas para el Reino Unido accesibles a los estudiantes peruanos, incluyendo Chevening y planear webinars con antiguos becarios (generación de clientes para campañas futuras).

- Involucrar a exalumnos de Perú deberá ser una parte central de la estrategia de comunicación, para que las voces de las personas locales compartan sus historias de éxito. Los cafés matutinos virtuales serían una buena forma de establecer contacto con posibles estudiantes, y de darles una oportunidad de hablar con alguien que ya ha tomado los cursos que están contemplando.

> Relaciones con agentes

- A pesar de que no existe una asociación de agentes en Perú, los agentes mencionados en este informe están activos en las ventas de educación superior e indican que gran parte de los estudiantes se autofinancian. La mayoría de los agentes ya tiene vínculos con universidades del Reino Unido y todos desearían tener más, así que se les deberá poner en contacto con las universidades que estén activas en la región o que deseen aumentar las inscripciones.
- En caso de que no sea posible programar un viaje a Perú para las universidades del Reino Unido, valdría la pena considerar un evento B2B en línea, de manera que los agentes peruanos conozcan a los representantes responsables de la región. Se deberá proporcionar material de marketing de buena calidad para respaldar su trabajo.
- Revisar la oferta actual de los exámenes IELTS UKVI en Perú y la cantidad de estudiantes en listas de espera para asegurar que la oferta de exámenes de inglés satisfaga la demanda y para evitar una situación en la que los estudiantes no puedan viajar al Reino Unido para realizar sus estudios por causa de exámenes de idioma pendientes.

> Plataformas EdTech

- Se recomienda crear vínculos con plataformas de tecnología educativa que ofrezcan soluciones de reclutamiento para asegurarse de que el contenido en redes sea el mejor posible. ApplyBoard ya cuenta con un portafolio de agentes en Perú, pero este es un mercado.

> Redes escolares

- Se deberá desarrollar una red de escuelas peruanas y de bachillerato internacional, y se deberá proporcionar capacitación a los asesores escolares. Esta red deberá incluir a los colegios de alto rendimiento, COAR, que ofrecen enseñanza intensiva de inglés y un currículo de bachillerato internacional gratuitos.
- Es importante que exista contenido clave en español para los padres y que se enfoque en la seguridad y los servicios disponibles para los estudiantes. Es posible que los padres prefieran la idea de enviar a sus hijos a ciudades más pequeñas que Londres.

> Reclutamiento estudiantil

- No está claro si existe una demanda suficiente que justifique la organización un evento de reclutamiento individual de #StudyUK, y, por otro lado, ni FPP ni BMI están activos en Perú (se cubre a este mercado en eventos más amplios de América Latina). Sin embargo, el organizador educationfair.nl realizará una feria en Lima en marzo de 2023 y se recomienda que el personal del British Council asista para evaluar la calidad antes de recomendar a las universidades del Reino Unido que asistan.
- Revisar la oferta en línea del Reino Unido en existencia. Es posible que haya contenido que ya se esté ofreciendo en otro país o idioma que se pueda reusar en formato piloto. La falta de habilidades identificada en este informe debería ser el punto central de una oferta en línea.

