

PMS

Estudio de Mercado

Servicios Educativos en

Japón

Diciembre 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Japón - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

I.	1
I. Tabla de contenido	2
II. Resumen Ejecutivo	4
1. Nombre y descripción del servicio	4
2. Estrategia recomendada	4
2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (<i>en base análisis FODA</i>	4
2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional	4
2.3. Análisis FODA.....	5
III. Identificación del servicio	6
1. Nombre del servicio	6
2. Descripción del servicio	6
IV. Descripción general del mercado importador	6
1. Tamaño del mercado.....	6
2. Crecimiento en los últimos 5 años.....	7
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado	10
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios	11
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	11
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios	11
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	12
8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios	13
9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios	15
V. Descripción sectorial del mercado importador	15
1. Comportamiento general del mercado.....	15
2. Proporción de servicios importados	16
3. Dinamismo de la demanda	17
4. Tendencias comerciales del sector	17
VI. Competidores	18
1. Principales proveedores externos	18
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.	18
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores	19
VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios	19

VIII. Indicadores de demanda para el servicio20

IX. Otra información relevante del mercado de destino21

X. Opiniones de actores relevantes en el mercado21

XI. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ..22

XII. Contactos relevantes.....23

XIII. Fuentes de información (*Links*).23

II. Resumen Ejecutivo

1. Nombre y descripción del servicio.

Servicios educacionales de idioma español.

2. Estrategia recomendada

2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (*en base análisis FODA*)

Chile aún no tiene gran presencia en el mercado japonés comparado con los otros destinos tradicionales como son EE.UU., Inglaterra, Australia, etc. Sin embargo, con la tendencia de expansión de los destinos en cuanto a elegir el país donde estudiar, Chile posee una gran potencialidad de atraer más estudiantes japoneses como un destino atractivo. Hay carencia de información sobre Chile, en general, entre los japoneses y por eso es importante informar bien al mercado japonés sobre las ventajas de estudiar en Chile.

2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

Para llegar al mercado japonés, es importante ejecutar actividades de prospección que reconozcan a Chile como un destino atractivo para los estudiantes japoneses. Actividades como invitaciones a los responsables de instituciones educacionales en Japón para visitar Chile y poder conocer de primera fuente la oferta estudio de las universidades y otras instituciones educacionales en Chile y/o actividades de proveer de información sobre Chile y su oferta de educación a los estudiantes extranjeros en las ferias pueden servir para presentar el país como una opción de estudio en el extranjero a los estudiantes japoneses.

2.3. Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> • Establecer la imagen país de Chile como un destino para estudiar. • Difundir la información de oportunidades de estudiar en Chile a las universidades y otras entidades educacionales en Japón. • Destacar las ventajas de estudiar en Chile. 		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> • Las relaciones de convenios ya establecidas con las contrapartes japoneses. • Chile como un país seguro, con alto nivel de educación 	<ul style="list-style-type: none"> • País físicamente lejano de Japón • Escasa información sobre estudiar en Chile • Obstáculo del idioma español.
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Destacar el alto nivel de educación que ofrecen las universidades chilenas al mercado japonés. • Facilitar el proceso de matriculación a los estudiantes extranjeros. • Posicionarse como un país seguro y que es una opción para los estudiantes japoneses que deseen explorar nuevos destinos educacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar en conjunto con el sector Turismo para incentivar estudios con destino de interés turístico. • Focalizarse en áreas de interés especial para estudiantes japoneses, en caso de ser viable. Ejemplo de lo anterior: Recursos naturales, sector pesquero-acuícola, sismología, minería, etc., • Ofrecer cursos dictados en inglés para los estudiantes que no dominan el idioma español.
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer opciones que incentive a los estudiantes japoneses. Ej. Becas, Programa de "Double Degree", Sistema de Transferencia de Créditos, etc. • Hacer hincapié sobre Chile como un país estable y seguro para estudiar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el número de convenios con las universidades y otras instituciones educativas japoneses. • Ejecutar periódicamente un "Tour" en el que se invite a los encargados de departamento, directores y profesores extranjeros para conocer los institutos educativos en Chile.

III. Identificación del servicio

1. Nombre del servicio

Servicios educacionales.

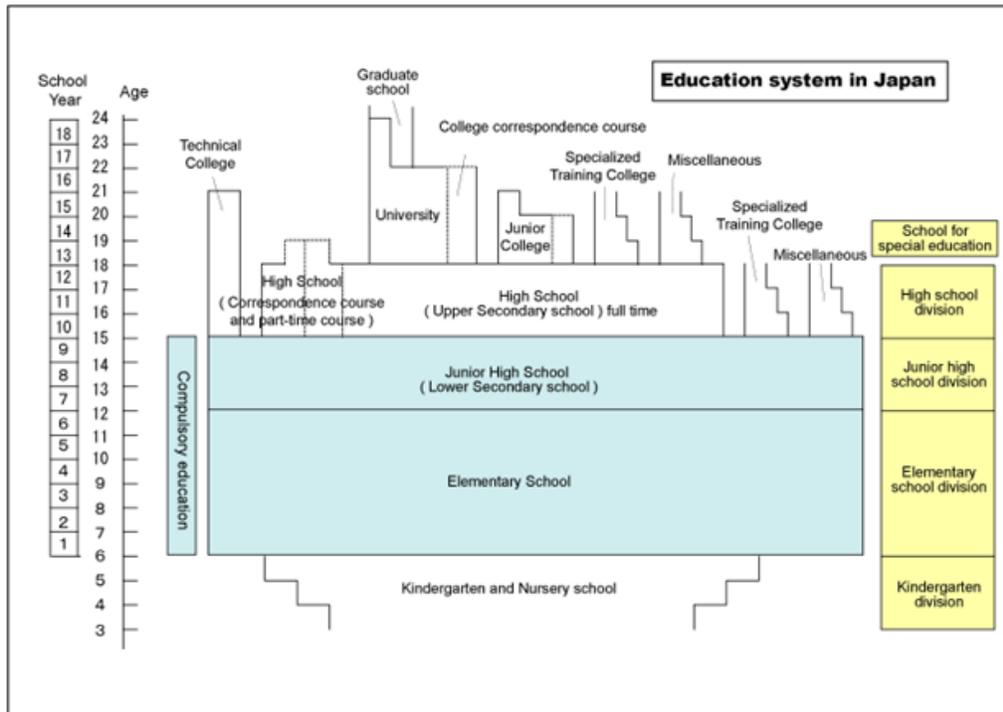
2. Descripción del servicio

El servicio ofrecido por entidades de educación superior chilenas para alumnos japoneses que optan por recibir el servicio en Chile. Incluye enseñanza de español, educación formal del segmento de Pregrado, Posgrado, Diplomados, Maestrías, Doctorados y otros cursos de especialización.

IV. Descripción general del mercado importador

1. Tamaño del mercado

El sistema de la educación japonesa se describe como el sistema 6-3-3-4 refiriéndose a 6 años de la escuela primaria, 3 años de la escuela secundaria, 3 años de la escuela secundaria superior y 4 años de Universidad. El periodo obligatorio de la educación son 9 años, dividido en 6 años de primaria y 3 años de secundaria.



Fuente: Fukui Prefecture

Después de graduarse de la escuela secundaria, los alumnos tienen la libertad de seguir estudiando en las escuelas secundarias superiores o entrar a trabajar. Sin embargo, la mayoría de los alumnos eligen seguir estudiando en la escuela secundaria superior y la tasa de asistencia alcanza más del 97%¹. Después de la graduación de las escuelas secundarias superiores, los alumnos que desean continuar la carrera pueden ingresar a las universidades, a Junior College de 2 años u otras escuelas de formación especializada.

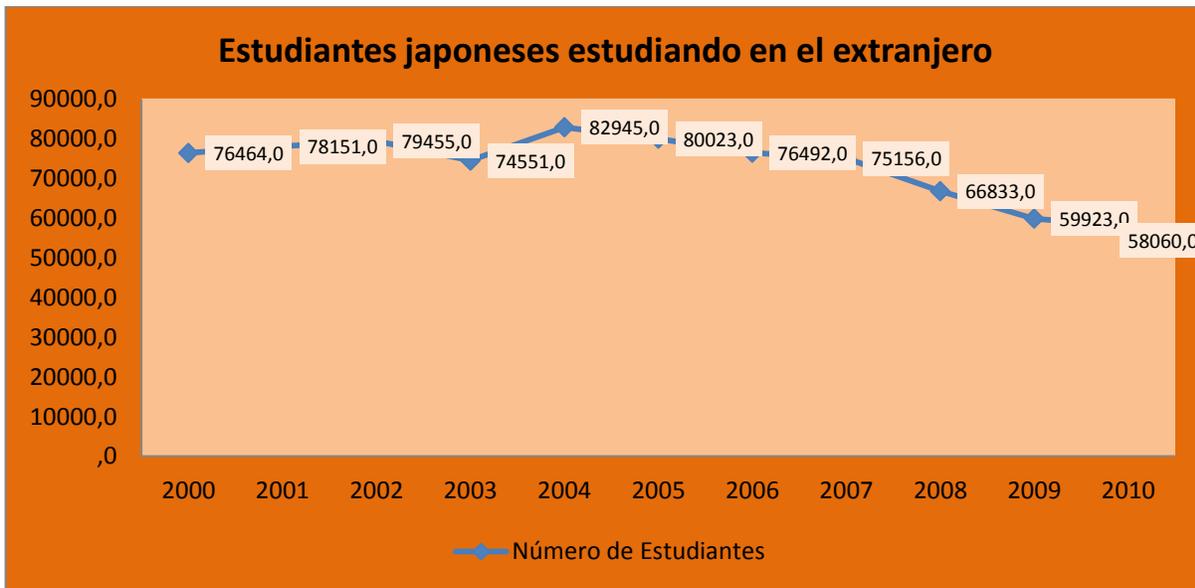
Daigaku Center Nyushi o The National Center Test for University Admissions es un tipo de examen normalizado que se utiliza para entrar a las universidades nacionales y algunas universidades privadas. El examen está administrado por el gobierno y se ejecuta anualmente en enero durante un período de dos días. Cada año alrededor de 553.000 a 573.000 alumnos rinden este examen. Al mismo tiempo, las universidades nacionales llevan a cabo un examen creado especialmente para cada facultad. En base a la puntuación total de las pruebas de National Center Test y las pruebas individuales, se determinan los candidatos seleccionados. En el caso de las universidades privadas en las cuales no se utiliza el sistema de The National Center Test, cada universidad ejecuta un examen propio. La mayoría de las universidades exigen elegir de uno a tres materias para rendir el examen, entre lengua extranjera (en la mayoría de los casos inglés), lengua japonesa, matemática, historia y ciencia.

El Comité Gubernamental de Reconstrucción de la Educación actualmente está preparando una gran reforma del sistema de National Center Test. Preliminarmente, existe un plan de abolir el examen uniforme de National Center Test y en cambio crear dos exámenes diferentes: KISO (fundamento) y HATTEN (Desarrollo). El primero es se rendirá durante la escuela secundaria superior y busca medir el nivel de aprendizaje de los estudios de la escuela secundaria superior. Por su parte, el examen HATTEN reemplazará el National Center Test for University Admissions y se permitirá rendirlo varias veces. El examen propio de cada universidad se centrará en entrevistas y ensayos. Según el Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología, el plan de reforma está en proceso y el nuevo formato entrará en vigor en el año 2018 o 2019.

2. Crecimiento en los últimos 5 años

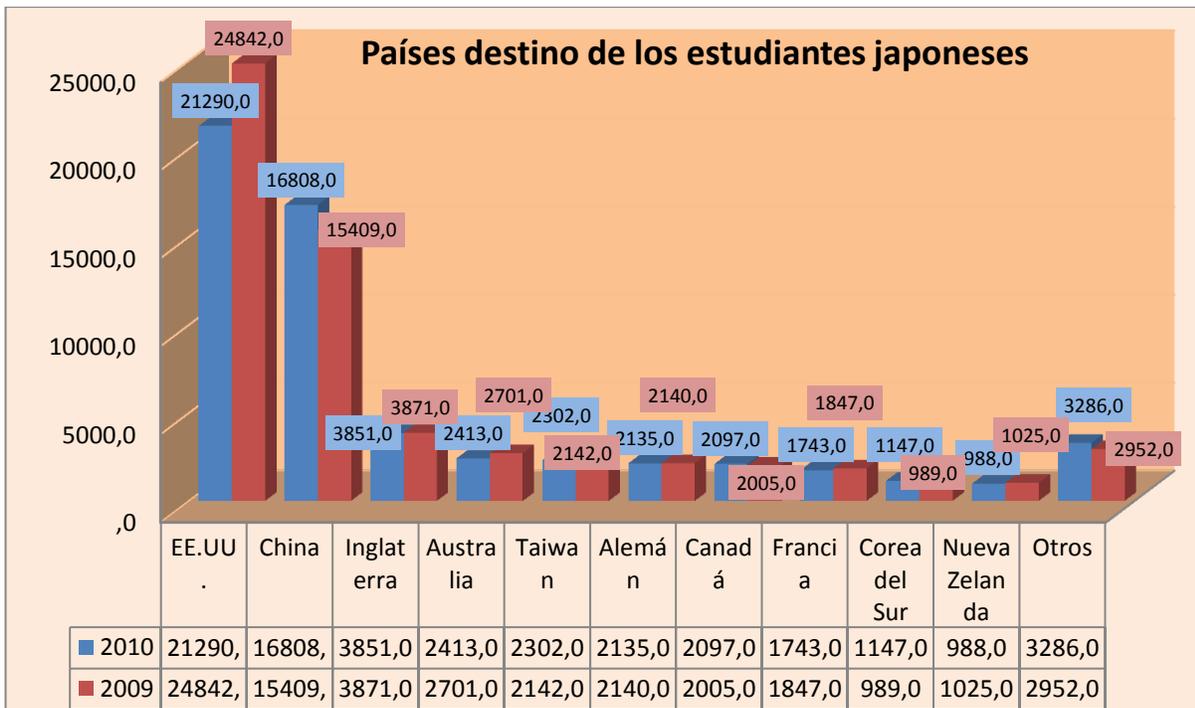
Según los datos obtenidos del Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología, el número de estudiantes japoneses que estudiaban en otros países fue de 58.060 en 2010. A continuación, se muestra la evolución de este servicio en los últimos años:

¹ Fuente: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología

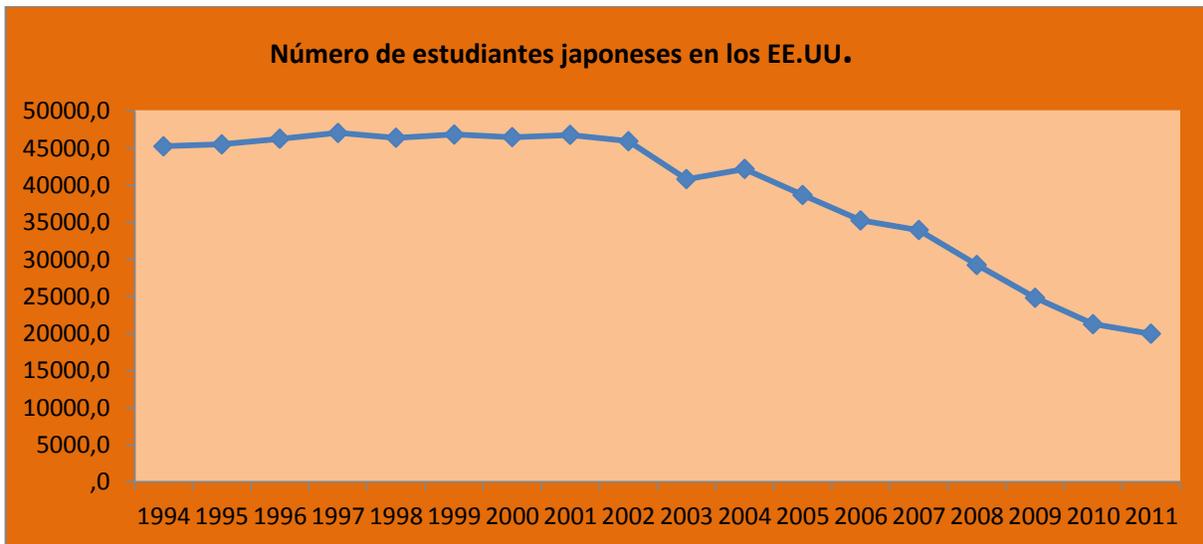


Fuente: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón

Los principales países de destinos de los estudiantes japoneses son EE.UU, China e Inglaterra. Aunque el número total de estudiantes japoneses que optan estudiar en países extranjeros está en descenso, la caída de 14,3% de los estudiantes que va a los EE.UU. es relevante.



Fuente: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón



Fuente: Japan-U.S. Educational Commission

En EE.UU., el número de estudiantes japoneses, así como los estudiantes de otros países de Asia, aumentaron rápidamente desde los medianos de la década de 1980. El número se triplicó en 5 años y durante diez años siguió creciendo. Después de ese boom, no hubo cambios significativos en el número de estudiantes japoneses. Del total de estudiantes asiáticos, los japoneses habían ocupado el primer lugar en los EE.UU. en el período entre 1994 a 1997. Sin embargo, debido al incremento de estudiantes provenientes de China e India a fines de 1990 y comienzo del 2000, el número de japoneses siguió la tendencia a la baja y en el año 2010 llegaron a ocupar el séptimo lugar. En cambio, los estudiantes japoneses que van a estudiar a China, Taiwán, Canadá, Corea del Sur y otros países, está aumentando. Antes el destino estaba concentrado en EE.UU., no obstante, a lo largo del tiempo se han diversificado los destinos.

En Japón, el número de universidades que ofrecen cursos de lengua extranjera en programas de pregrado se distribuye de la siguiente manera; inglés en 731 universidades, Chino en 621, Francés en 536, Alemán en 525, Coreano en 450 y Español en 240, según la información del Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología.

Con respecto al aprendizaje del idioma español, según el informe del Instituto Cervantes (institución pública creada por España para la promoción y la enseñanza de la lengua española y la difusión de la cultura española e hispanoamericana), el número de estudiantes de español en Japón es de aproximadamente 60.000. En el instituto de Cervantes en Tokio, el número de estudiantes matriculados en cursos de español en 2011 fue de más de 1.000 personas.

Número aproximado de estudiantes de español en el mundo. Clasificación por países:

1	EE.UU	6,000,000
2	Brasil	5,000,000
3	Francia	2,109,609
4	Alemania	453,252
5	Italia	301,976
6	Costa de Marfil	235,806
7	Suecia	163,378
8	Reino Unido	102,114
9	Senegal	101,455
10	Canadá	92,853
11	Camerún	63,560
12	Japón	60,000
13	Marruecos	58,382
14	Bélgica	40,981
15	Dinamarca	39,501
16	Australia	33,913
17	Polonia	31,855
18	Irlanda	28,854
19	Grecia	25,959
20	Sahára Occidental	25,800
21	Nueva Zelanda	25,677
22	Austria	24,150
23	Noruega	23,677
24	Bulgaria	20,786
25	Filipinas	20,492
26	Rusia	20,000
27	China	20,000
30	Otros	2,893,883
Total en el mundo		18,017,913

Fuente: Anuarios de Instituto Cervantes

3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

Bajo la administración del Primer Ministro Shinzo Abe, se estableció una conferencia periódica de mesa redonda en la oficina del Primer Ministro para discutir sobre el mejoramiento del sistema educativo de Japón. En mayo de 2013 la conferencia presentó una propuesta que acentúa la importancia de que cada universidad desarrolle estrategias que dirijan sus ojos al mundo. La propuesta incluye las siguientes metas:

1. El gobierno y las universidades deben aumentar la presencia internacional de las universidades japonesas, por ejemplo, tratando de colocar por lo menos diez universidades en el ranking mundial de las 100 mejores universidades dentro de los próximos diez años.
2. Proporcionar oportunidades para todos los estudiantes con el deseo y capacidad para estudiar en el extranjero - duplicar el número de japoneses que estudian en el extranjero a 120.000 y aumentar el número de estudiantes extranjeros en Japón llegando a 300.000.
3. Perfeccionamiento de la educación a partir de los niveles de primaria y secundaria para responder a la globalización.

Tras recibir esta presupuesta, el Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología comenzó a programar políticas concretas y solicitó mayor presupuesto para fortalecer la calidad de educación de acuerdo a las metas propuestas.

4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

En diciembre de 2006, la Nueva Ley Fundamental de Educación entró en vigor, siendo una revisión de la Ley de Educación Básica de 1947. La nueva ley estipula el objetivo, razón y los principios en cuanto a la ejecución de la educación y también aclara las responsabilidades de los gobiernos nacionales y locales.

Al terminar cada año fiscal, el Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología publica un resumen de la política del Ministerio y todas las actividades educacionales ejecutadas durante ese año, denominado “White Paper”. En el siguiente enlace véase White Paper de 2011 http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/html/hpab201101/1330322.htm

5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

Existen becas ofrecidas por entidades gubernamentales como JASSO, municipalidades y empresas privadas a los estudiantes que optan por estudiar en el extranjero. En la página web de JASSO hay un listado de becas ofrecidas tanto por el sector público como el privado.

JASSO (Japan Student Services Organization) es una institución administrativa independiente creada en el marco del Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología. JASSO administra integralmente los programas de apoyo para los estudiantes internacionales que estudian en Japón y también para los estudiantes japoneses que desean estudiar en países extranjeros.

Listado de becas ofrecidas: http://www.jasso.go.jp/study_a/scholarships.html#jasso

En cuanto a los préstamos para estudios en el extranjero, Japan Finance Corporation es una empresa pública propiedad en su totalidad del gobierno japonés, la cual emite préstamos para financiar los gastos relacionados con el estudio en el exterior (matriculación, vivienda, alimentación etc.). <http://www.jfc.go.jp/n/finance/search/ippan.html>

Existen también bancos privados que ofrecen préstamos con interés reducido con el fin de financiar los gastos del estudio en el exterior. Algunos ejemplos de bancos que ofrecen esa opción son:

- BANK OF TOKYO MITSUBISHI UFJ: <http://www.bk.mufg.jp/kariru/kyouiku/index.html>
- THE MUSASHINO BANK: <http://www.musashinobank.co.jp/loan/scholarship/>
- SURUGA BANK: <http://www.surugabank.co.jp/reserved/landing/mokuteki/>

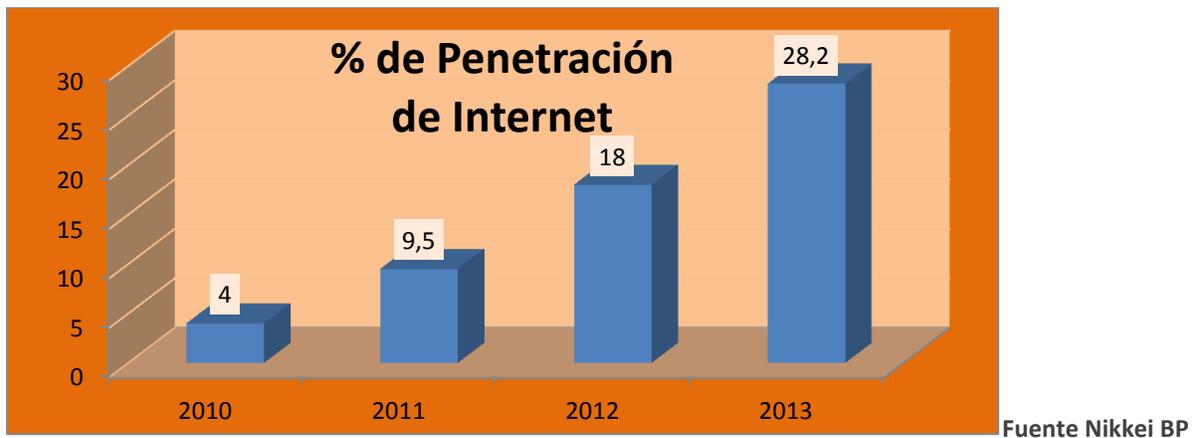
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

Al otorgar becas por entidades gubernamentales, la política del gobierno japonés es entregarlas a estudiantes que cumplan con requisitos como ser alumnos con méritos necesarios para cumplir sus estudios en el extranjero, que estén dispuestos a colaborar y que se ajusten a los programas de promoción de estudios en el exterior.

7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

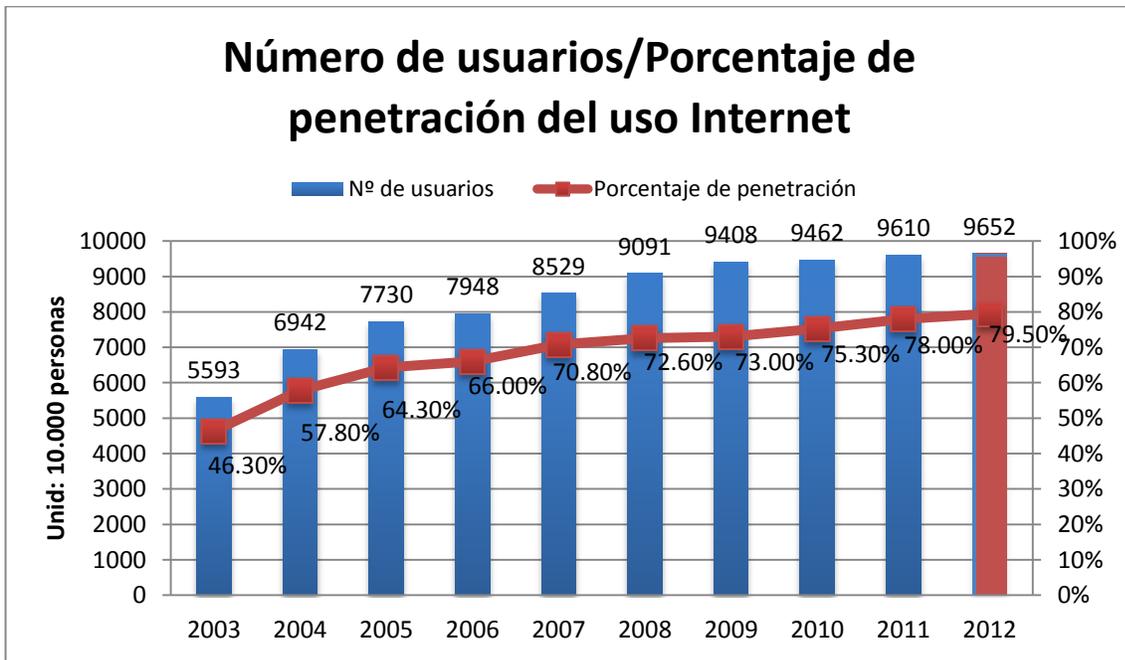
Telecomunicaciones

Según los datos del Ministerio de Asuntos Internos y Comunicaciones, el número de suscriptores a la telefonía móvil en Japón en junio de 2012 son 142.831.016 personas, lo que implica una tasa de penetración de 111,5%. La tasa aumentó en 6,1% comparado con el mismo mes del año anterior. El aumento de la posesión de teléfonos inteligentes (Smart Phones) se debe al aumento de suscriptores de la telefonía móvil. Según los estudios realizados por Nikkei BP, se estima que la tasa de posesión de los Smart Phones en 2013 es de 28,20%. Comparando con el porcentaje del 2010, la penetración de los Smart phones se ha multiplicado en aproximadamente 7 veces en solo 3 años. Sin embargo según la información del Ministerio de Asuntos Internos y Comunicaciones publicada en julio 2013, la tasa es todavía relativamente baja en comparación con el porcentaje de otros países como Inglaterra, Singapur y Corea del Sur donde hay más de 50% de penetración de Smart Phones.



Internet

De acuerdo al informe del Ministerio de Asuntos Internos y Comunicaciones, el número de usuarios de internet en 2012 fue 96,52 millones de personas, lo que implica un aumento de 420.000 personas en comparación con el año anterior. La tasa de penetración es de 79,5%.



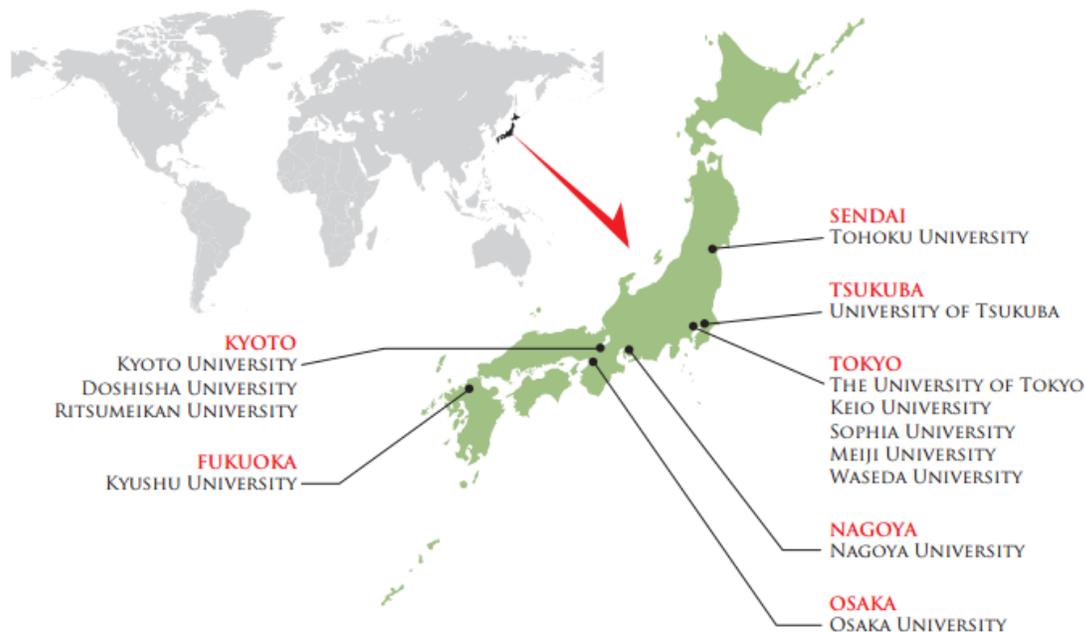
Fuente: Ministerio de Asuntos Internos y Comunicaciones

8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en la demanda de servicios

“Global 30” es un proyecto del Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología que promueve la internacionalización de las universidades japonesas. El gobierno japonés ha seleccionado 30 universidades como integrantes de este proyecto. Las seleccionadas tienen como objetivo formar individuos competentes a nivel internacional mediante la creación de un ambiente académico donde los estudiantes internacionales y japoneses puedan aprender y construir duraderas amistades internacionales que impulsen una cooperación y entendimiento en la escena internacional.

El proyecto surgió en base al plan de globalización del gobierno y la meta asociada de **“traer 300.000 estudiantes internacionales a Japón a finales de 2020”**, formulado en julio de 2008. Según datos de JASSO, a fines del año 2011, hubo 138.075 estudiantes extranjeros estudiando en Japón.

THE UNIVERSITIES UNDER THE “GLOBAL 30” PROJECT



Fuente: Global 30

El propósito de este proyecto es formar estudiantes japoneses con capacidades que puedan ser útiles en el ambiente internacional a través de las comunicaciones con estudiantes de todo el mundo que estudian en Japón.

Para la realización de este plan de atracción de los estudiantes internacionales, las universidades dentro del programa trabajan los siguientes aspectos para atraer estudiantes internacionales:

- 1) Expansión de número de cursos enseñados en Inglés
A partir de 2009, se agregaron 33 cursos de pregrado y 124 cursos de posgrado que se pueden tomar en inglés. Sumando los cursos existentes de los años anteriores a 2009, las 13 universidades ahora ofrecen alrededor de 300 cursos que se pueden tomar en inglés.
El listado de cursos ofrecidos en inglés por las 13 universidades de Global 30: http://www.uni.international.mext.go.jp/documents/20121127corse_list_A4.pdf
- 2) Mejor preparación para recibir a los estudiantes internacionales
Apoyo en los procesos administrativos, los cuales incluyen soporte en matriculación de cursos, búsqueda de vivienda en Japón, así como también la oportunidad de realizar programas de prácticas en empresas japonesas.
- 3) Promoción de la cooperación internacional estratégica
Cada universidad tiene dos o más oficinas en el extranjero, consolidando el sistema de consultas de futuros estudiantes en el extranjero y promoviendo el intercambio de estudiantes.
Ejemplos de las oficinas satélites en el extranjero:
TUKUBA UNIVERSITY - Túnez (Túnez)

KYUSHU UNIVERSITY – Egypto (El Cairo)
WASEDA UNIVERISY – Alemania (Bonn)
TOHOKU UNIVERSITY – Russia (Moscow)
RITSUMEIKAN UNIVERSITY – India (Bangalore)

4) Realización de seminarios de educación en Japón

Para atraer más estudiantes internacionales, las universidades de Global 30 realizan seminarios para presentar la alta calidad de la educación que ofrecen las universidades japoneses. Atienden consultas individuales y también hacen una clase de demostración en inglés a los futuros estudiantes.

9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

La participación del sector privado está bastante activa en cuanto a la asesoría de los estudiantes que quieren estudiar en el extranjero. Existen varias empresas como Agencia de Estudio en el Extranjero, Agencia de Reclutamiento de Estudiantes, Servicio Estudiantil, entre otras, que ofrecen servicios de ayuda con los procedimientos para poder acceder a estudios en el extranjero, se especializan en estudios en el extranjero y la mayoría operan como agencias de viaje.

En 1992, fue fundado el Consejo de la Internacionalización de la Educación y Viajes de Idiomas en Japón (CIEL). Fue establecido por las agencias de viajes miembros de la Asociación Japonesa de Agencias de Viajes (JATA), bajo la dirección del Ministerio de Tierra, Infraestructura y Transporte y con la ayuda de JATA. Los agentes de viajes fundadores se ocupan de los estudios en el extranjero y programas de Home Stay, así como también de viajes de estudios de idiomas.

V. Descripción sectorial del mercado importador

1. Comportamiento general del mercado

Según el Ministerio de Educación, el presupuesto proyectado en educación del año fiscal 2013 es de 4.066.100 millones de yenes (aprox. US\$ 40.661 millones), comparado con el año fiscal de 2012 es 297.000 millones de yenes menor.

En 2012, había 783 universidades en Japón con un total de 2.876.134 estudiantes, distribuidos mayormente en universidades privadas (77,4%).

Número de Universidades

Año	Total	Nacional	Local	Privadas	Porcentaje U. Privadas
2008	765	86	90	589	77,0
2009	773	86	92	595	77,0
2010	778	86	95	597	76,7
2011	780	86	95	599	76,8
2012	783	86	92	605	77,3

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología

Número de Estudiantes en Universidades

Año	Total	Univ. Nacional	Univ. Local	Univ. Privadas	Porcentaje U. Privadas
2008	2.836.127	623.811	131.970	2.080.346	73,4
2009	2.845.908	621.800	136.913	2.087.195	73,3
2010	2.887.414	625.048	142.523	2.119.843	73,4
2011	2.893.489	623.304	144.182	2.126.003	73,5
2012	2.876.134	618.134	145.578	2.112.422	73,4

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología

Con la disminución de la población de niños en Japón se prevé que el número de estudiantes disminuya. Como se puede observar en la siguiente tabla, el número de la población menor de 15 años muestra una tendencia a la baja, la cual se ha mantenido por 32 años consecutivos desde 1982, y la proporción de la población de niños sobre la población total de Japón es de 12,9% en el año 2013, el nivel más bajo alcanzado.

		Abril 2013	Abril 2012	2012 vs. 2013
Número de población menor de 15 años (Unidad 10.000)	Total	1.649	1.664	-15
	Hombre	844	852	-8
	Mujer	804	812	-8
Población Total (Unidad 10.000)	Total	12.734	12.757	-23
	Hombre	6.192	6.205	-13
	Mujer	6.542	6.551	-9
Porcentaje de población menor de 15 años sobre la población total (%)		12,9	13,0	-0,1

Fuente: Oficina de Estadísticas de Japón

2. Proporción de servicios importados

Los estudiantes japoneses que estudian en el extranjero representan aproximadamente un 2% del total de los estudiantes universitarios. Aunque el porcentaje puede parecer bajo, el Ministerio de Educación asignó a fines de agosto de 2013, la suma de 180 billones de yenes (aprox. 1,8 miles de millones de dólares) con el fin de desarrollar las estrategias para aumentar el número de estudiantes con perspectivas globales. Dentro de esas estrategias, destaca el "Proyecto de Universidades Súper Global" que designará 20 universidades como

“remolque” para internacionalizar la sociedad japonesa a través de profundizar las relaciones entre las universidades japonesas y las extranjeras, siendo una oportunidad para las instituciones educacionales de Chile para que se acerquen a las universidades japonesas y establezcan nuevas relaciones de largo plazo en materia educacional.

3. Dinamismo de la demanda

Según las cifras del Ministerio de Educación, en el 2010 hubo 240 universidades que ofrecían cursos del idioma español en todo Japón. En base a la información del Instituto Cervantes en Tokio, en el año 2011, se matricularon más de 1.000 alumnos a alguna clase de español en dicho instituto. En el caso de las universidades con departamento de español en Japón, destacan las siguientes universidades:

Región de Kanto

- Tokyo University of Foreign Studies
- Kanagawa University
- Kanda University of International Studies
- Seisen University
- Sophia University
- Takushoku University

Región de Chubu

- Aichi Prefectural University
- Nanzan University
- Nagoya University

Región de Kansai

- Kansai Gakuin University
- Kyoto University of Foreign Studies
- Kyoto Sangyo University

Las universidades arriba mencionadas ofrecen programas para estudiar y profundizar el conocimiento del idioma en algún país hispanoparlante. El periodo es muy amplio, va desde un curso de 2 semanas hasta un programa de 2 años.

Las siguientes universidades tienen convenios con universidades chilenas:

- WASEDA UNIVERSITY – Universidad Católica de Chile, Universidad de Chile
- SOPHIA UNIVERSITY – Universidad Católica de Chile
- UNIVERSITY of TOKYO – Universidad Católica de Chile, Universidad de Chile

4. Tendencias comerciales del sector

El idioma inglés es considerado como una lengua universal, característica que hace que el aprendizaje de éste se convierta cada vez más en un factor importante para obtener una mejor salida laboral al graduarse de la

universidad, estudiar en instituciones educacionales en el exterior o continuar estudiando para obtener un posgrado.

Para los estudiantes japoneses que desean aprender o mejorar su inglés en otros países antes era común ir a los países de habla inglesa como EE.UU., Canadá, Australia, etc. Sin embargo, ahora el destino popular es Filipinas, el país más cercano a Japón y donde se utiliza el inglés como idioma oficial, tendencia que se ha desarrollado rápidamente en los últimos años. El Departamento de Turismo de Filipinas promueve su país como un destino que permite el aprendizaje de inglés de alta calidad a un costo razonable. Actualmente, estudian entre 70.000 a 100.000 estudiantes extranjeros cada año en Filipinas. También existen casos en que algunos estudiantes aprenden inglés en dicho país como preparación antes de irse a estudiar a Australia, Europa o EE.UU.

VI. Competidores

1. Principales proveedores externos

Los países de habla inglesa todavía son los destinos más populares entre los japoneses debido a la familiaridad del idioma inglés, la calidad de la educación y la cantidad de información y becas disponibles. EE.UU, Australia, Canadá, Inglaterra y Nueva Zelanda son los principales países de destino de habla inglesa. Además de estudios de pregrado y/o posgrado, hay estudiantes que viajan a dichos países para tomar cursos intensivos del idioma inglés durante el periodo de vacaciones de verano (julio a agosto). Cada vez hay más escuelas secundarias que organizan viajes de capacitación de idioma inglés.

Con respecto al aprendizaje en español, los japoneses han optado por realizar cursos en España y México. El número de becas ofrecidas solamente para los estudiantes japoneses todavía es limitado en el caso de los países hispanoparlantes. Entre las becas disponibles, el “Plan de Formación Asociación Estratégica y Global México-Japón” destaca por el número de becas ofrecidas a los estudiantes de ambos países. Es un programa de intercambio que envía 50 estudiantes japoneses a México y recibe 50 estudiantes mexicanos a Japón cada año desde 1971. El programa se ha llevado a cabo en 41 oportunidades desde su inicio hasta finales de agosto de 2013. El número de estudiantes que han participado de ambos países suman más de 4.000 personas.

2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Algunas universidades japonesas de pregrado establecen convenios con universidades extranjeras para el programa de “Double Degree”. Dicho convenio ofrece certificados de graduación de la universidad japonesa y también de la universidad asociada en el extranjero. Este sistema facilita el aumento de estudiantes japoneses que decide estudiar en el extranjero ya que no retrasan su graduación. Anteriormente, programas de este carácter estaban disponibles sólo en posgrados pero con el crecimiento de la tendencia de “globalización” de las universidades, se ha convertido en una opción para las universidades que imparten pregrado para atraer más estudiantes. Junto con el programa “Global 30” antes mencionado, el programa de “Double Degree” influye efectivamente en la internacionalización de las universidades japonesas.

Las principales universidades que ofrecen programas de “Double Degree” con Japón son:

Universidad Japonesa	Año Inicio	Universidad Contraparte	País
KEIO UNIVERSITY	2012	INSTITUT D'ETUDES POLITIQUES DE PARIS	Francia
MEIJI UNIVERSITY	2014	NORTHEASTERN STATE UNIVERSITY	EE.UU.
RITSUMEIKAN UNIVERSITY	1994	AMERICAN UNIVERSITY	EE.UU.
	2013	SUFFOLK UNIVERSITY	EE.UU.
	2014	UNIVERSITY OF ALBERTA	Canadá
RITSUMEIKAN ASIA PACIFIC UNIVERSITY	2013	ST. EDWARD'S UNIVERSITY	EE.UU.
WASEDA UNIVERSITY	2005	PEKING UNIVERSITY	China
	2005	FUDAN UNIVERSITY	China
	2007	NATIONAL TAIWAN UNIVERSITY	Taiwán
	2007	NATIONAL UNIVERSITY OF SINGAPORE	Singapur

Fuente: Nikkei

3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores

FEDELE (Federación de Escuelas de Español como Lengua Extranjera) es una Federación española que está compuesta por Escuelas de Español como lengua extranjera, la cual incluye escuelas en 6 comunidades y engloba a 90 escuelas. El objetivo principal de FEDELE es promover un estatus de alta calidad en la Enseñanza de Español en España.

Esta Federación organiza el Encuentro Internacional de Centros de Enseñanza de Español. El último encuentro fue en Madrid (noviembre de 2013) en el cual asistieron representantes de aproximadamente 40 Universidades, entre ellos, responsables de departamento, directores y profesores de diferentes nacionalidades, para conocer de primera fuente la oferta educativa de las escuelas federadas. El encuentro cuenta con la colaboración de organismos nacionales como Turespaña (organismo nacional de Turismo responsable del marketing de España), Madrid Visitors & Convention Bureau e Instituto Cervantes. Esta serie de encuentros promueve la enseñanza del español y, al mismo tiempo, comercializa el producto de viajes lingüísticos en un perfil diferente de prescriptores: los profesores de centros en el extranjero en los que se imparte español.

VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

Algunos de los obstáculos que se presentan en el mercado son:

- Las instituciones de educación chilenas no son reconocidas por las instituciones educacionales de Japón.
- El número de convenios sostenidos con universidades chilenas y las de Japón es todavía limitado.
- Falta de requisitos de reconocimiento de los títulos profesionales.
- Faltan políticas de convalidación de títulos entre ambos países.

- Obstáculo del idioma español.
- Escasez del conocimiento general y la imagen país de Chile versus otros países.

VIII. Indicadores de demanda para el servicio

Según cifras del Ministerio de Educación, el 2004 fue el año en que se llegó al nivel más alto de japoneses que estudiaron en el extranjero, con una cifra de 82.945 estudiantes. Sin embargo, esta cantidad ha disminuido desde esa fecha hasta hoy, lo que se considera como un retroceso de la necesaria globalización educacional.

En base a la propuesta de educación, que se publicó en mayo de 2013 por la administración del Primer Ministro Shinzo Abe, se determinó que los próximos 5 años a partir de 2013 serán el “periodo intensivo para la reforma universitaria” y se propuso aumentar al doble el número de estudiantes japoneses a estudiar en el extranjero. Dentro de ese marco, el Ministerio de Educación lanzó un plan de promoción llamado “Tobitate (Despega) Japan!” y empezó proveer información sobre los métodos y atractivos de estudiar en el extranjero.



Logo de Tobitate Japan

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología

<http://www.mext.go.jp/ryugaku/>

En su sitio web, se ofrece una amplia variedad de información sobre estudios en el extranjero. Incluye un buscador de universidades por país, campo de estudio, costo de matriculación, etc. Bajo la sección Sudamérica se encuentran 4 universidades listadas: Universidad de Sao Paulo (Brasil), Universidad Estatal de Campinas (Brasil), Universidad de los Andes (Colombia) y Universidad Nacional Autónoma de México (México).

Tobitate Japan organizó un primer evento denominado “Go Global Japan Expo”, en diciembre de 2013, ocasión en la cual 47 universidades japonesas estuvieron presentes para incentivar los estudios en el extranjero, así como también embajadas y otras entidades relacionadas expusieron para atraer estudiantes.

IX. Otra información relevante del mercado de destino

Hay ferias y eventos destinados a los potenciales estudiantes que desean estudiar en instituciones extranjeras. Cada expositor posee un espacio con un representante para responder cualquier consulta y/o entregar información a los estudiantes.

Study Abroad Fair

Tokio

http://www.jasso.go.jp/study_a/info_fair.html

Organizado por Japan Student Service Organization (JASSO), ofrece seminarios donde los representantes de los expositores hacen hincapié en las oportunidades de estudiar en su respectivo país. También hay instancia para que los estudiantes que han terminado sus estudios en el extranjero respondan consultas. En 2013, participaron instituciones extranjeras y embajadas de los siguientes países; Corea del Sur, Taiwán, China, Malasia, Australia, EE. UU., Canadá, Reino Unido, Italia, Suiza, Alemania, Finlandia, Francia, Polonia, Turquía y Sudáfrica.

Feria Study Abroad para programas de estudio de pregrado y posgrado

Tokio y Osaka

<http://www.beo.co.jp/fair/tokyo/index.html>

Organizado por una empresa privada llamada “BEO”, tienen conexión con los representantes de universidades extranjeras principalmente de los países de habla inglesa.

Tokai Region Study Abroad Fair

Nagoya

<http://kbunsha.com/toukai/>

Organizado por EIKEN, una fundación que realiza pruebas de competencia del idioma inglés. Los expositores incluyen instituciones y sección de educación de las embajadas de EE.UU, Canadá, Australia, Reino Unido y Francia.

X. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

Un presidente de una escuela de idioma español en Tokio nos comentó que para aumentar el número de estudiantes japoneses que van a estudiar en Chile es indispensable una acción de parte de las instituciones chilenas hacia los japoneses, un evento como rueda de negocios para encontrar una contraparte.

Un investigador y coordinador de estudios en el extranjero de una universidad privada de Tokio comentó tres puntos para aumentar el número de estudiantes japoneses que van a estudiar a Chile

- 1) Potenciar la imagen país de Chile: Muchos estudiantes y responsables de la sección de estudios en el extranjero de la universidad todavía no saben mucho sobre Chile. Es importante promocionar Chile con información concreta. Destacar información positiva del aspecto económico basado en datos específicos (Ej. Crecimiento de exportación de vinos y productos agrícolas a Japón).
- 2) Facilitar el proceso de matriculación: Uno de los puntos que les importa a los estudiantes al momento de estudiar en los países extranjeros es el grado de facilidad del proceso de matriculación.
- 3) Invitar a Chile a los directores y profesores de instituciones educacionales de Japón y otros países para poder conocer de primera fuente la oferta educativa que ofrece Chile y hacer una ronda de negocio con diferentes universidades y escuelas Chilenas.

XI. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

- **El trabajo conjunto con otras entidades como el sector turismo es indispensable** para promover la imagen país de Chile, ya que la presencia de Chile todavía no está bien establecida entre los estudiantes y las autoridades de las entidades de educación en Japón.
La idea es estudiar en el extranjero, pero también llegar a conocer más sobre la cultura y costumbres del país que recibe al estudiante.
- **Es necesario dar oportunidades a directores y responsables académicos japoneses e invitarlos a Chile** para conocer el país y presentar las ventajas de estudiar en nuestro país. Se deben incluir sesiones de reunión 1-a-1 con las contrapartes internacionales.
- **También es importante estar presente en las ferias de promoción de estudios extranjeros** y atender consultas en forma personal, ofrecer información sobre Chile y brindar asesoría para facilitar los trámites de matriculación si es necesario.
- Para los institutos chilenos que estén interesados en contactarse con las entidades japonesas, **se recomienda contactarse con los representantes de los idiomas de cada instituto.** De esta forma, **la oferta de la institución chilena será transmitida a los estudiantes en forma directa.**

XII. Contactos relevantes

- JASSO (Japan Student Service Organization)
Una institución administrativa independiente, creada en el marco del Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología. Administra los programas de becas, programas de apoyo para estudiantes internacionales y programas de apoyo a los estudiantes que quieren realizar sus estudios en el exterior.

Web: <http://www.jasso.go.jp/index.html>

E -mail : nak@jasso.go.jp

Tel. 03-5520-6012

- Agencias privadas de reclutamiento para estudiar en los países hispanoparlante como destino principal:

Nombre de la empresa	Web	Teléfono	Mail
ADELANTE Co., Ltd.	http://www.spainryugaku.jp/index.html	03-5298-6290	
Andina Travel co, Ltd.	http://www.andina-travel.com/index.html	03-5298-6290	info@andina-travel.com
DEOW	http://www.deow.jp/south/	0120-4192-09	
EF Education First Ltd.	http://www.efjapan.co.jp/ils/destinations/languages/spanish/	03-5774-6210	tokyo@efjapan.com
ENFOREX	http://www.spain-go.com/	03-6868-3532	
Globe-Trotter T & E Inc.	http://www.studyabroad.co.jp/spain/	03-5362-7200	
H.I.S. Co., Ltd.	http://www.his-j.com/tyo/tour/study/homestay/1esp/esp_index.htm	03-5360-4600	t-gogaku@his-world.com
Language Studies International	http://www.lsi.edu/jp/spanish/spain/country	03-3512-0822	webmaster@lsi.edu

Fuente: Elaboración Propia Prochile

XIII. Fuentes de información (*Links*).

Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología

<http://www.mext.go.jp/>

Japan Student Services Organization (JASSO)

http://www.jasso.go.jp/index_e.html

Tobitate Japan!

<http://www.mext.go.jp/ryugaku/>

Promoción de estudio en el extranjero para los estudiantes japoneses.

Education USA

<http://www.educationusa.info/>

Con el apoyo del Departamento Estatal de Asuntos Educativos y Culturales de EE.UU., ofrecen asesoramiento e información relacionada con el estudio en EE.UU.

Study in Australia

<http://www.studyinaustralia.gov.au/japan>

Sitio web operado por el gobierno de Australia para los estudiantes que desean estudiar en Australia. Ofrecen información de becas, proceso de aplicación y sistema de educación australiana.

British Council

<http://www.educationuk.org/japan/>

Organizado por British Council, organización internacional del Reino Unido para las relaciones culturales y oportunidades educativas.

Lista de becas ofrecidas para los estudiantes japoneses

<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/hito/ryu/ryuugakuannai/scholarship.html>

(Lista editada por el Ministerio de Asuntos Exteriores)

Instituto Cervantes de Tokio

Lista de becas ofrecidas para los japoneses que desean estudiar en los países hispanohablantes.

http://tokio.cervantes.es/jp/informacion_jp/listado_becas_jp.htm

(Lista compuesta por Instituto Cervantes Tokio)

Japan Society for the Promotion of Science (JSPS)

<http://www.jsps.go.jp/english/index.html>

UTokyo Forum

http://forum.dir.u-tokyo.ac.jp/common/img/poster_chi.pdf