
Estudio de Mercado Servicios de Educación Superior en Estados Unidos

Noviembre 2012

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en
Washington DC

pro|CHILE

Contenido

| | |
|--|----|
| I. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO..... | 3 |
| 1. NOMBRE DEL SERVICIO | 3 |
| 2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO | 3 |
| II. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO..... | 3 |
| 1. TAMAÑO DEL MERCADO..... | 3 |
| 2. COMERCIO INTERNACIONAL DEL MERCADO DE SERVICIOS EDUCACIONALES..... | 4 |
| 2.1. DEFINICIÓN | 4 |
| 2.2. CARACTERIZACION DEL MERCADO | 5 |
| 3. DETERMINANTES DE LA DEMANDA | 6 |
| 4. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS | 7 |
| 5. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO..... | 9 |
| 6. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS | 10 |
| 7. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR | 10 |
| 8. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS..... | 13 |
| 9. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES..... | 14 |
| 10. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS | 16 |
| III. OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS..... | 17 |
| IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO IMPORTADOR | 19 |
| 1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO | 19 |
| 2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS..... | 19 |
| 3. SEGMENTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR | 21 |
| 4. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO | 24 |
| V. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO. | 25 |
| VI. CONTACTOS RELEVANTES..... | 26 |
| VII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET. | 28 |
| VIII. PRINCIPALES EVENTOS 2013 | 29 |

Estudio de Mercado Servicio de Educación Superior en Estados Unidos

IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

1. NOMBRE DEL SERVICIO

Servicios de Educación Superior

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La industria de educación superior incluye universidades públicas y privadas y colleges que imparten cursos académicos de bachillerato y títulos de posgrados. El requisito de ingreso es el diploma de enseñanza media o “high school” o un entrenamiento académico equivalente. La definición de la industria no incluye a las instituciones con fines de lucro o “community colleges”.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Los Estados Unidos es el mayor mercado mundial de servicio y fue el mayor exportador e importador mundial de servicios transfronterizos en el año 2010. En los últimos tres años, el comercio mundial de servicios se ha debilitado en respuesta a la desaceleración de la economía mundial y al surgimiento de nuevos competidores. A pesar de estos desafíos, los proveedores de servicios de Estados Unidos continuaron siendo muy competitivos en el 2010.

Las cifras para el año 2010 indican que la industria de servicios representa una importante proporción de la producción de EE.UU. y el empleo, alcanzando a 79% del PIB real del sector privado, cifra equivalente US\$ 9 billones, mientras que el empleo que genera llega a 82 millones de puestos de trabajo a tiempo completo en el sector privado.

Asimismo, Estados Unidos es altamente competitivo en el mercado internacional de servicios. En 2010, exportó \$ 518 mil millones de servicios comerciales a través de las fronteras (14% del total mundial) e importó \$ 358 mil millones de dichos servicios (10% del total mundial). El superávit del comercio de servicios EE.UU. fue de \$ 160 mil millones y el más alto en el mundo.

Gran parte de la competitividad de Estados Unidos en el mercado internacional de servicios se puede atribuir a sus industrias de servicios profesionales altamente calificada. Sin embargo, el comercio de muchos

de estos servicios se vieron debilitados por la crisis económica debido a que éstos son utilizados como insumos intermedios para otras industrias. No obstante, los servicios profesionales han demostrado ser más resilientes que los servicios de infraestructura.

Respecto al mercado de servicios de educación superior, las estimaciones de IBISWorld indican que para el período 2012-2016 la industria de colleges y universidades tendrá un crecimiento moderado debido que la demanda por educación superior se ha mantenido constante. El principal factor que ha influido en un estancamiento de los servicios de educación superior es la caída en los ingresos debido a la crisis financiera, situación que redujo las donaciones a las universidades privadas en \$ 64,0 millones en el año 2009.

Desde el 2007 a 2011 el financiamiento estatal de las universidades públicas también se redujo en 12,5% promedio anual. Se prevé que los ingresos disminuyan en 1,1% en 2012 debido a la reducción del financiamiento del gobierno, especialmente para las universidades, que ha continuado en los últimos dos años.

Por otra parte, el alto desempleo que ha afectado a EEUU en los últimos años (en torno al 7% anual) y el deterioro de las condiciones económicas causaron que más personas estuvieran dispuestas a seguir cursos de educación superior para mejorar sus perspectivas de empleo. Lo anterior sumado al crecimiento constante de las tasas de retención escolar produjo un aumento de la matrícula universitaria.

Como resultado de la interacción de estos factores, IBISWorld proyecta que la industria crecerá a una tasa anualizada de 1,1% durante el 2012, alcanzando un total de 370 mil millones dólares.

Los factores económicos claves que determinan el tamaño y crecimiento de la industria son: i) factores demográficos; ii) financiamiento gubernamental a las universidades, iii) competencia externa que enfrentan las universidades y colleges, iv) tasa de retención escolar en enseñanza media, y v) tasa de desempleo.

2. COMERCIO INTERNACIONAL DEL MERCADO DE SERVICIOS EDUCACIONALES

2.1. DEFINICIÓN

De acuerdo a lo señalado por la OCDE en conjunto con la UNESCO, el concepto de servicios de educación superior transfronterizos puede adoptar diferentes modalidades que comprenden desde viajes de los estudiantes al extranjero, asociaciones con instituciones locales; establecimiento de *campus* en otros países, hasta la enseñanza a distancia a través de diferentes herramientas tecnológicas.

Es así como la OCDE y el Banco Mundial (2011)¹ definen la educación superior transfronteriza como:

“...el traslado de personas, programas, proveedores, currículos, proyectos, investigaciones y servicios de la educación terciaria (o superior) cruzando límites jurisdiccionales nacionales. La educación transfronteriza es un subconjunto de la internacionalización educacional y puede ser parte de los proyectos de cooperación para el desarrollo, programas de intercambio académico e iniciativas comerciales”.

¹ La Educación Superior Transfronteriza: Un Camino Hacia el Desarrollo de las Capacidades (2011)

El Departamento de Comercio de Estados Unidos utiliza como definición para el cálculo de los servicios de educación transfronterizos el pago matrícula, cuotas y gastos de subsistencia a las instituciones estadounidenses que realizan los estudiantes internacionales y sobre esta definición están calculadas las estadísticas que miden las exportaciones de servicios de educación superior

2.2. CARACTERIZACION DEL MERCADO

A nivel internacional, las universidades de diferentes países buscan atraer estudiantes extranjeros. Uno de sus objetivos más importantes es enriquecer sus campus con un carácter internacional. En términos de tendencias en la educación superior, también se observa que las universidades buscan atraer estudiantes extranjeros por razones financieras.

A nivel global, el mercado de la educación superior se encuentra dominado por las universidades de Estados Unidos, Reino Unido, Suiza, Japón y Canadá. Según el ranking mundial de universidades 2010 del *Institute for International Education*, dentro de las 5 universidades más importantes se encuentran la Universidad de Cambridge (UK), Harvard (US), Yale(US), University College London(UK) y el Massachusetts Institute of Technology (US).

Al analizar las cifras disponibles de comercio de servicios educacionales de nivel superior se observa que Estados Unidos es un exportador neto. De acuerdo con las estimaciones del Departamento de Comercio, las exportaciones de Estados Unidos relacionados con servicios educacionales terciarios provienen principalmente de los viajes de los estudiantes internacionales, que pagan matrícula, cuotas y gastos de subsistencia a las instituciones estadounidenses. El Departamento de Comercio estima que en el año 2010 EE.UU. recibió el 21.200 millones dólares por concepto de exportaciones de servicios educacionales transfronterizos, cifra que es 6,9% superior al año previo².

La competencia internacional ha aumentado en los últimos años y la participación de las universidades americanas en el comercio de servicios educacionales a nivel mundial ha declinado en forma gradual y consistente, desde aproximadamente 37% en 1970 a 21% en el año 2008³.

Adicionalmente, las importaciones estadounidenses de servicios educacionales de nivel superior, en el año 2010 ascendieron a \$ 5.677 millones, lo que arrojó un saldo comercial positivo de aproximadamente \$ 15.614 millones⁴. Las importaciones estadounidenses de servicios de educación crecieron 7% en el año 2009 y sólo 1,7% en el año 2010. Estas cifras son sustancialmente inferiores a la tasa de crecimiento promedio anual de 10% registrada en el período 2004-2008. La menor tasa de crecimiento se atribuye a la tendencia creciente de los estudiantes estadounidenses de elegir programas de estudio en el extranjero de corta duración y también a los presupuestos más estrechos con los que cuentan los estudiantes producto de la alta tasa de desempleo de Estados Unidos y en general a la débil y frágil recuperación económica que ha tenido ese país en los últimos años.

² Bureau of Economic Analysis. "Survey on Current Business". October 2011

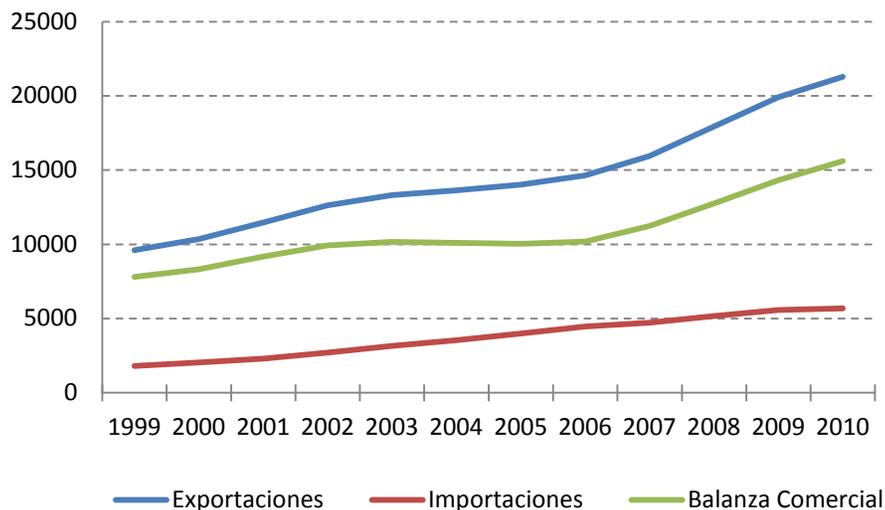
³ Recent Trends in U.S. Services Trade 2011 Annual Report, US International Trade Administration, July 2011.

⁴ International Trade Administration, retrieved from

http://trade.gov/press/publications/newsletters/ita_0909/higher_0909.asp#continues

Asimismo, muchas universidades han introducido destinos menos cotizados entre las opciones de estudio en el extranjero. Como resultado de la combinación de ambas tendencias, el superávit en servicios de educación se incrementó en 9% respecto de 2009.

**Comercio de Servicios Educativos, 1999-2010
(millones de dólares)**



Fuente: Elaboración propia sobre los datos del U.S. Department of Commerce. Bureau of Economic Analysis

3. DETERMINANTES DE LA DEMANDA

En Estados Unidos, los principales determinantes de la demanda por educación superior, están dados por variables demográficas, el ingreso familiar, la tasa de estudiantes que finaliza su enseñanza secundaria, los costos de matrículas y tuición de la universidad y el financiamiento del gobierno.

Variables demográficas: La tendencia demográfica en cierto modo apoya la demanda por servicios de educación. El crecimiento de la población es relativamente estable y el crecimiento en el grupo de personas entre 15 a 29 años es relativamente bajo. Se espera que el número de personas jóvenes disminuya de aquí al 2017, conduciendo a una caída en el número de graduados de enseñanza media o high school. Sin embargo, la industria ha incorporado esta tendencia ampliando sus servicios a adultos que trabajan y a estudiantes mayores, lo cual compensaría hasta cierto punto la disminución de adultos jóvenes.

Reputación de la institución: uno de los factores diferenciales más importantes entre las universidades es la reputación de la institución, la que con frecuencia se basa en una evaluación subjetiva de factores que incluyen el reconocimiento del nombre, la percepción de la calidad académica y las perspectivas de trabajo de los estudiantes de posgrado, e incluso la historia y patrimonio de la facultad.

Infraestructura En los últimos años, las presiones competitivas o estudiantes altamente calificados a llevado a las universidades nacionales y extranjeras a rediseñar planes de estudio, mejorar las instalaciones del campus, instalar redes de comunicación de punta y mejorar los servicios del campus.

Ayudas Financieras: las universidades atraen a los mejores estudiantes proporcionando incentivos tales como ayuda financiera, préstamos a bajo interés, subvenciones, becas, matrículas y empleo en el campus.

Tanto las becas como las ayudas financieras del gobierno federal y los gobiernos estatales pueden ayudar a compensar los gastos de matrícula para los estudiantes y de esta forma aumentan la demanda por servicios de educación superior. En general, la ayuda financiera del gobierno federal y estadual va dirigida a los hogares de menores ingresos de Estados Unidos, la cual se materializa a través de préstamos y subvenciones. En el caso del gobierno federal, los préstamos y subvenciones alcanzan al 70% y 30% del total, respectivamente. En el caso del financiamiento estatal, la tendencia que se observa es una caída en los últimos años y al mismo tiempo las universidades han aumentado sus costos de matrícula, resultando en una menor demanda por la educación ofrecida por los collages⁵.

Campañas de Marketing: Los esfuerzos de las universidades para atraer a estudiantes extranjeros también incluyen la comercialización activa y campañas de reclutamiento, como extensos sitios Web informativos dirigidos a estudiantes extranjeros, "road shows" en el extranjero, y el uso de empresas consultoras internacionales especializadas en el reclutamiento de estudiantes⁶.

4. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

De acuerdo a las cifras publicadas en el informe "Open Doors"⁷, elaborado por *Institute of International Education* (IIE) de 2011, un número cada vez mayor de estudiantes de Estados Unidos están estudiando en el extranjero. En los últimos cinco años, considerando el año escolar 2009-2010 (últimos datos disponibles), el número de estudiantes estadounidenses que estudian en el extranjero aumentó en promedio 3,9% anual, alcanzando un total de 270.604 estudiantes, cifra que es 4% superior al año académico previo.

De acuerdo con el IIE, La mayoría de los estudiantes norteamericanos que estudian en el extranjero van a Europa, la región representa el 54,0% de todos los programas de estudios en el extranjero. Cerca de 15.0% de los estudiantes que estudian en el extranjero decide ir a América Latina, por lo que es la segunda región más popular. Los cinco países más populares son el Reino Unido, Italia, España, Francia y China. El Reino Unido es el destino más popular y tiene una participación de 12,1% de todos los estudiantes que realizan estudios en el extranjero. Explican esta tendencia dos aspectos: i) la barrera del idioma es un costo relativamente pequeño, lo que hace que sea más fácil para los estudiantes para comunicarse con los locales que en otros destinos y ii) el prestigio de las universidades Británicas.

Asimismo, el informe documenta que el número de estudiantes americanos que van a estudiar a China casi se han quintuplicado en una década, pasando de 3.000 en el año 2000 a cerca de 14.000 en el año 2010.

⁵ IBISWORLD.COM, Agosto 2012

⁶ Culbert, *Colleges & Universities in the United States*, December 2010, 22, 25

⁷ El informe "Open Doors" se realiza en forma anual y considera dentro de su muestra a los ciudadanos estadounidenses y residentes permanentes que recibieron créditos académicos en su casa de estudio de origen.

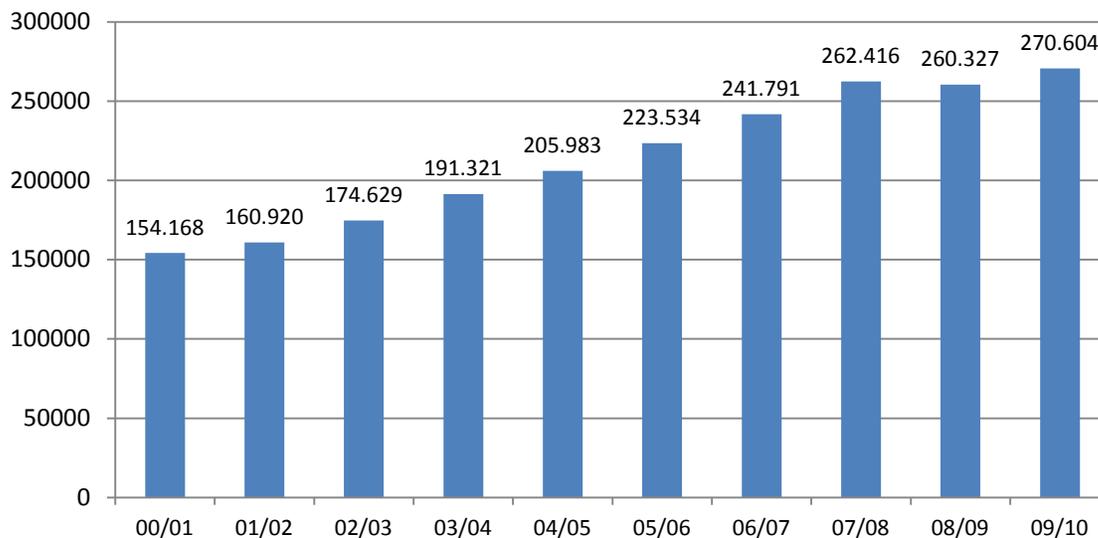
El informe también destaca un aumento en el número de estudiantes que van a estudiar a destinos menos tradicionales. Quince de los 25 principales destinos son países que se localizan fuera de Europa Occidental y diecinueve fueron los países donde el inglés no es el idioma principal. Hubo un aumento de 44 por ciento en el número de estudiantes estadounidenses que van a la India. Israel, Brasil y Nueva Zelanda también mostraron aumentos porcentuales significativos.

A pesar que las cifras absolutas han aumentado, la participación de estudiantes americanos en el extranjero en relación al número total de estudiantes matriculados en educación superior en Estados Unidos se ha mantenido estancada. En el año 2000, 150.000 estudiantes viajaron al exterior mientras que en el año escolar 2008/2009 la cifra alcanzó a 260.327 alumnos, pasando de 1% en el 2000 a poco menos del 1,3% en el 2009/2010.

Muchos de los estudiantes que estudian en el extranjero lo hacen a través de programas especiales. A menudo los estudiantes cursan un semestre o un año en el extranjero, pero algunos programas están diseñados para cursos específicos. De acuerdo con un informe elaborado por *“Chronicle of Higher Education”*, el número de estudiantes que van al extranjero para obtener su título completo es cada vez mayor.

Estados Unidos a través del Departamento de Educación, Oficina de Programas de Asistencia Estudiantil Financieros (OSFAP) proporciona ayuda financiera a los estudiantes que asisten a instituciones de educación superior de Estados Unidos, incluyendo algunos que están estudiando en universidades extranjeras.

N° de Estudiantes Americanos que Cursan Estudios de Educación Superior en el Extranjero

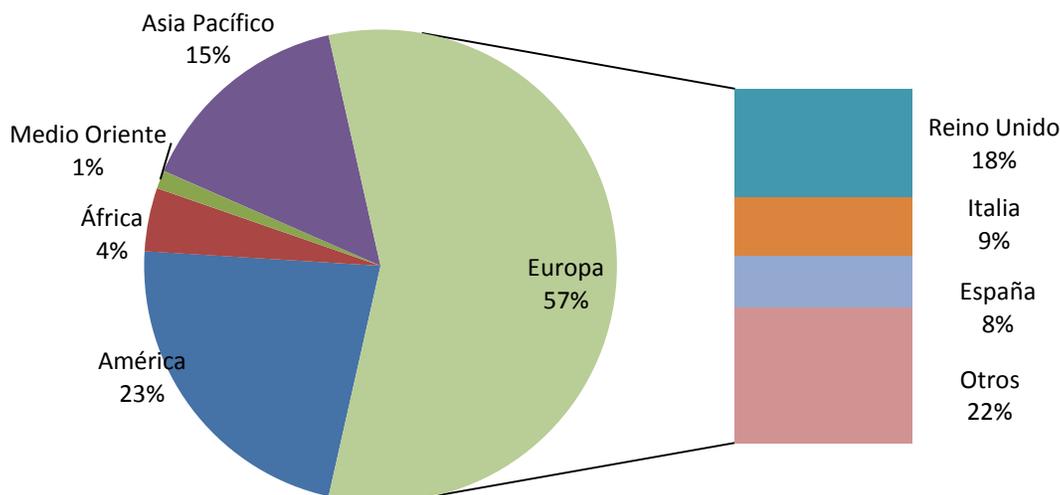


Fuente: Open Doors 2011

Al analizar por zona geográfica las importaciones de servicios educacionales de nivel superior de estadounidenses en 2010, se tiene que Europa recibió 57% de los pagos, seguido por América con un 23%.

En el caso de América latina, los principales destinos fueron México con US \$289 millones, seguido por Chile US \$90 millones y Argentina con US \$84 millones.

Importaciones de Servicios Educaciones 2010, Según área Geográfica



Fuente: Open Doors 2011

5. ESTABILIDAD POLÍTICA Y ECONÓMICA DE DICHO MERCADO

La economía estadounidense ha tenido una recuperación lenta después de la crisis financiera de 2008 con una creación de empleos más bien débil que aún no alcanza los niveles previos a la crisis, debido a las condiciones adversas producto de la crisis en Europa. Las proyecciones del FMI indican que el crecimiento de la economía estadounidense será de alrededor de 2% para el año 2012.

Se proyecta que la inflación de EE.UU. alcance un 2% este año y converja a un rango de 0,75% a 1% en el 2013. En el corto plazo el desafío más grande que enfrenta la economía estadounidense es el déficit fiscal debido al alto nivel de endeudamiento así como el potencial de una contracción fiscal aguda si es que entran en vigor los recortes automáticos del gasto público a contar del 2013 junto al aumento de impuestos.

Cabe señalar, que EEUU acaba de reelegir a Barack Obama por otros cuatro años, dando continuidad a las políticas impulsadas durante el período previo.

6. POLÍTICA NACIONAL SOBRE SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL EXTRANJERO

A nivel federal, el Departamento de Estado ha puesto en marcha varias iniciativas para aumentar el número de estudiantes estadounidenses que estudian en el extranjero en ciertas regiones del mundo. Las iniciativas que actualmente están vigentes son:

- **100.000 Strong in China:** Es una iniciativa nacional diseñada para aumentar el número y diversificar la composición de los estudiantes norteamericanos que estudian en China. La secretaria de Estado Hillary Clinton lanzó oficialmente la iniciativa en mayo de 2010 en Beijing. El gobierno chino apoya la iniciativa y se ha comprometido a 10.000 "becas puente" para estudiantes estadounidenses.

El programa descansa por completo en el apoyo filantrópico del sector privado a los fondos existentes de los programas de intercambio educativo entre Estados Unidos y China que buscan expandir sus programas. Las primeras estimaciones sugieren que se necesitarán al menos \$ 68 millones de dólares para financiar este ambicioso proyecto.

- **100.000 Strong in the Americas:** La iniciativa fue lanzada en marzo de 2011, por el presidente Barack Obama y su objetivo es aumentar el estudio internacional en América Latina y el Caribe a través de una mejor comprensión en el hemisferio occidental junto con estrechar lazos para abordar desafíos comunes como la seguridad ciudadana, las oportunidades económicas, la inclusión social y la sostenibilidad ambiental.

El Departamento de Estado ha detectado que la mayoría de los gobiernos de la región ofrecen becas para que los mejores estudiantes estudien en el extranjero y está buscando oportunidades para cooperar con otros gobiernos sobre consejería estudiantil, asistencia a la colocación y la coordinación para garantizar el acceso oportuno a los servicios educativos y de visados.

- **Passport to India:** Esta iniciativa busca que más estudiantes estadounidenses estudien en India y su financiamiento descansa completamente en el apoyo privado.

7. DISPONIBILIDAD DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS LOCALES PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DESDE EL EXTERIOR

La agencia de Ayuda Federal para Estudiantes (*Financial Student Aid*), dependiente del Ministerio de Educación de Estados Unidos, es la agencia encargada de ofrecer créditos federales para financiar los estudios de pre y post-grado. Al mismo tiempo los estudiantes de educación superior pueden solicitar ayuda a las oficinas de ayuda financieras de sus facultades. Ambos tipos de ayuda constituyen el "paquete financiero de ayuda" del estudiante.

Cabe señalar que también existen los préstamos privados para educación superior, estos préstamos no son federales y los otorga una entidad crediticia tal como un banco, una cooperativa de crédito y ahorro, un organismo del estado o una institución educativa y sus principales diferencias con los préstamos federales es en que son créditos a tasas más altas, generalmente tasas variables y no incluyen programas de pago basados en los ingresos de los estudiantes.

PRÉSTAMOS FEDERALES STAFFORD DEL DIRECT LOAN PROGRAM

El Ministerio de Educación de Estados Unidos ofrece dos tipos de préstamos Stafford: i) préstamos subsidiados y ii) préstamos no subsidiados para estudiantes elegibles con la finalidad de cubrir los costos de educación superior en un programa de cuatro años de College o de universidad, community collage o escuela técnica.

Préstamos subsidiados: corresponden a préstamos del “*Direct Loan Program*” y están disponibles para estudiantes de pregrado con necesidad económica. La institución educativa a la que asiste determina el monto que puede pedir prestado, el cual puede no superar su necesidad económica. En este tipo de préstamo, el Departamento de Educación de los EE. UU. paga los intereses mientras el estudiante se encuentre en alguna de las siguientes situaciones: i) inscrito por lo menos a medio tiempo, ii) durante los primeros seis meses tras su egreso de la institución educativa (a lo cual se hace referencia como el período de gracia) y iii) durante un período de aplazamiento de pago (una postergación de los pagos del préstamo).

Préstamos sin subsidio: también son otorgados a través del *Direct Loan Program* y están disponibles para estudiantes de pregrado y de posgrado y no requieren que se demuestre necesidad económica. La institución educacional a la que asiste establece el costo de estudiar y otras ayudas económicas que reciba a fin de determinar el monto que el estudiante puede pedir prestado. En el caso de los préstamos no subsidiados, es responsabilidad del estudiante pagar los intereses durante todos los períodos. Si el estudiante opta por no pagar los intereses mientras está estudiando o durante los períodos de gracia y los períodos de aplazamiento de pago y suspensión temporal de cobro, sus intereses serán devengados (se acumularán) y capitalizados (es decir, se agregarán al monto del capital de su préstamo).

El siguiente cuadro proporciona los límites de préstamo máximos anuales y totales para los préstamos con y sin subsidio al 1° de julio de 2012.

| Año | Estudiantes dependientes (excepto alumnos cuyos padres no puedan obtener Préstamos PLUS) | Estudiantes independientes (y alumnos de pregrado dependientes cuyos padres no puedan obtener Préstamos PLUS) |
|--|---|---|
| Estudiante de pregrado de primer año | \$5,500. No más de \$3,500 de este monto pueden corresponder a préstamos subsidiados. | \$9,500. No más de \$3,500 de este monto pueden corresponder a préstamos subsidiados. |
| Estudiante de pregrado de segundo año | \$6,500. No más de \$4,500 de este monto pueden corresponder a préstamos subsidiados. | \$10,500. No más de \$4,500 de este monto pueden corresponder a préstamos subsidiados. |
| Estudiante de pregrado de tercer año y posteriores | \$7,500 por año. No más de \$5,500 de este monto pueden corresponder a préstamos subsidiados. | \$12,500 por año. No más de \$5,500 de este monto pueden corresponder a préstamos subsidiados. |
| Estudiantes de posgrado o profesionales: | No corresponde | \$20,500 |

| Año | Estudiantes dependientes (excepto alumnos cuyos padres no puedan obtener Préstamos PLUS) | Estudiantes independientes (y alumnos de pregrado dependientes cuyos padres no puedan obtener Préstamos PLUS) |
|---|--|--|
| Deuda máxima total de Préstamos Stafford | \$31,000. No más de \$23,000 de este monto pueden corresponder a préstamos subsidiados. | \$57,500 para estudiantes de pregrado. No más de \$23,000 de este monto pueden corresponder a préstamos subsidiados. \$138,500 para estudiantes de posgrado o profesionales. No más de \$65,500 de este monto pueden corresponder a préstamos subsidiados. El límite de deuda para estudiantes de posgrado incluye todos los préstamos federales recibidos para los estudios de pregrado. |

■ PRÉSTAMOS PLUS

Los Préstamos PLUS son préstamos federales no subsidiados que los estudiantes de posgrado y los estudiantes dependientes de pregrado pueden utilizar para ayudar a pagar los estudios universitarios o de institutos profesionales. El Departamento de Educación de los EE. UU. otorga Préstamos Federales PLUS del “Direct Loan Program” a los prestatarios con derecho a recibirlos mediante las instituciones educativas que participan en el “Direct Loan Program”.

A continuación se listan sus principales características:

- El Departamento de Educación de los EE. UU. es la entidad crediticia.
- Los prestatarios no deben tener un historial crediticio negativo.
- Los préstamos tienen una tasa de interés fija de un 7.9 %.
- El monto máximo del préstamo es el costo de estudiar del estudiante (determinado por la institución educacional) menos cualquier otra ayuda económica recibida.

■ PROGRAMA FEDERAL DE PRÉSTAMOS PERKINS

Los préstamos realizados por medio del Programa Federal de Préstamos Perkins son préstamos federales con bajas tasas de interés para estudiantes de pregrado y posgrado con una necesidad económica excepcional.

Los Préstamos Federales Perkins están disponibles para estudiantes de pregrado, posgrado y profesionales con necesidad económica excepcional. No todas las instituciones educativas participan del Programa de Préstamos Perkins y cobran una tasa de interés del 5% Además, la institución educativa a la que asiste es la que sirve de entidad crediticia. Los estudiantes pagarán su préstamo directamente a la institución educativa que haya dado el préstamo o a la entidad administradora de préstamos de dicha institución. Los fondos

dependen de la necesidad económica del estudiante y de la disponibilidad de fondos de su institución educativa.

■ OTRAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Dentro de las políticas más exitosas que promueven el intercambio de estudiantes se encuentra el programa Fulbright, el cual está respaldado por una trayectoria de más de 50 años, a través de una asignación anual del Congreso de Estados Unidos y de los países con los que tienen una asociación. Fulbright ofrece becas y financiamiento para estudios en el exterior basado en el mérito de los solicitantes. EN la página web se pueden encontrar con detalle los tipos de becas, costos cubiertos, programas y duración. Para mayor información visitar el siguiente link: <http://fulbright.state.gov/index.html>

8. POLÍTICAS RESPECTO DE LAS COMPRAS PÚBLICAS EN SERVICIOS

EE.UU. forma parte del grupo de países que ha suscrito el Acuerdo Plurilateral de Compras Públicas (ACP) de la OMC, el cual regula la contratación de bienes y servicios en el mercado público. La versión actual del Acuerdo se negoció durante la Ronda Uruguay en 1994 y entró en vigor el 1º de enero de 1996.

En términos generales el ACP detalla derechos y obligaciones para los países que adhirieron a él, garantizando el principio fundamental de no discriminación a los productos, servicios y proveedores de las demás Partes en el Acuerdo (párrafo 1 b) del artículo III). Adicionalmente, el ACP garantiza un trato “*no menos favorable*” que el otorgado a sus productos, servicios y proveedores nacionales (párrafo 1(a) del artículo III).

Para garantizar la aplicación del principio básico de no discriminación y que los productos, servicios y proveedores extranjeros tengan acceso a los contratos, el Acuerdo hace especial hincapié en los procedimientos destinados a garantizar la transparencia de las leyes, reglamentos, procedimientos y prácticas relativos a la contratación pública.

En cuanto a su alcance y cobertura, el Acuerdo no se aplica a todos los contratos públicos de las Partes. Las obligaciones establecidas en virtud del Acuerdo se aplican a:

- Exclusivamente a una lista de entidades del gobierno central o sub-central⁸, bienes, servicios y servicios de construcción⁹ detallados en diversos anexos del Acuerdo,
- Definición de umbrales mínimos para la aplicación de los compromisos, que difieren según el nivel de gobierno y la clasificación del producto. Así, el umbral para bienes y servicios demandados por el gobierno central es de 130.000 DEG (Derechos Especiales de Giro), mientras que para entidades subcentrales alcanza los 200.000 DEG. En el caso de los servicios de construcción adquiridos por todas las entidades, para algunas Partes, se ha fijado el umbral en 5.000.000 de DEG.

⁸ Anexos 1 al 3 del apéndice I del ACP.

⁹ Anexos 4 y 5 del apéndice I del ACP.

Cabe destacar que el mercado de compras públicas de Estados Unidos es complejo y descentralizado, comprende las compras realizadas por las autoridades federales (nivel central), estatales y de los gobiernos municipales (nivel sub-central).

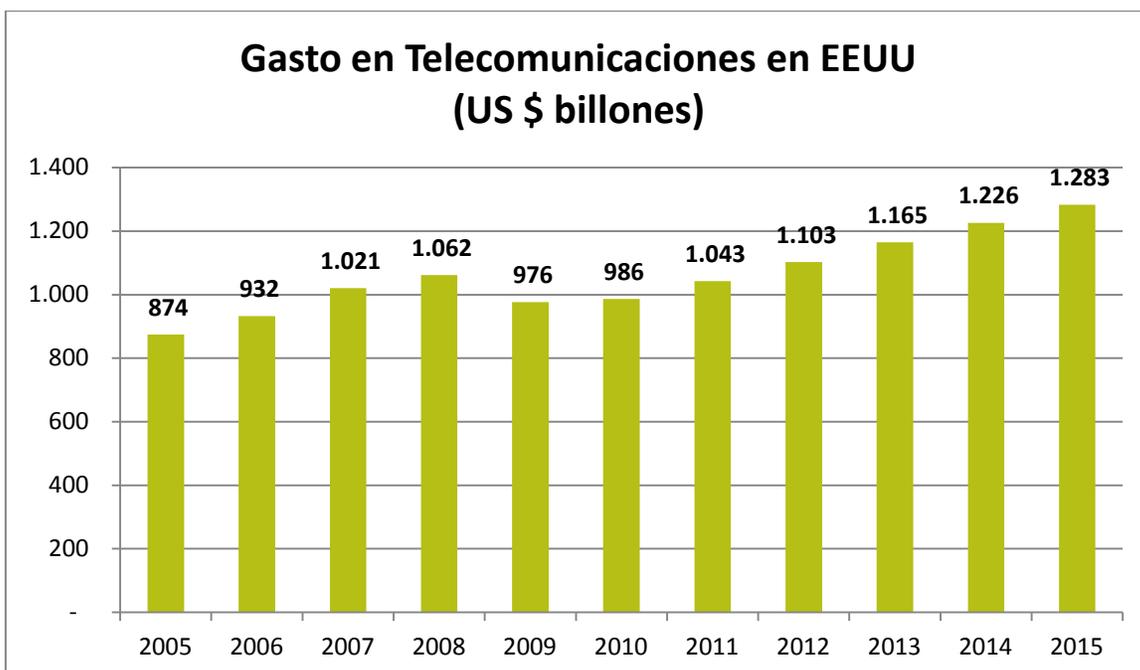
En general, la demanda del Gobierno Federal en Estados Unidos genera un mercado que alcanza varios billones de dólares, pero por disposición legislativa (Buy American Act de 1933) las agencias públicas sólo pueden adquirir bienes de productores nacionales. Quedan exceptuados de esta norma los países que han firmado un acuerdo bilateral con Estados Unidos o los países miembros del ACP de la OMC. En el caso de Chile, el TLC entre Estados Unidos y nuestro país contempla un capítulo de Compras Públicas que permite a las empresas chilenas competir en los contratos a nivel central y sub central.

Las entidades del gobierno central y sub-central tanto de Estados Unidos como de Chile se encuentran listadas en el Anexo 9.1 del acuerdo. La sección C del anexo 9.1 incluye los umbrales y el listado de otras entidades cubiertas.

9. INFRAESTRUCTURA Y TELECOMUNICACIONES DISPONIBLES

La industria de las telecomunicaciones es un mercado muy desarrollado, de alto crecimiento y altamente competitivo a nivel global. En el año 2011 registró el más rápido crecimiento tanto en número suscriptores de servicios inalámbricos, así como en el gasto en servicios de datos.

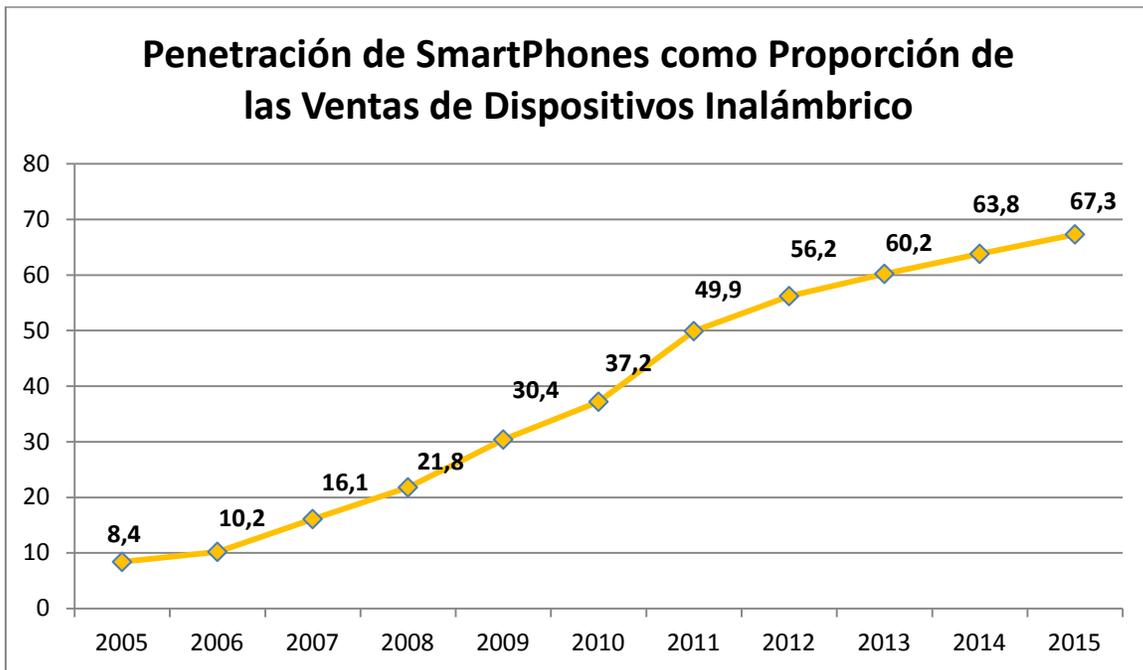
El analizar las cifras del mercado de telecomunicaciones en EEUU en términos del gasto, se observa una estabilización en el año 2010 y un crecimiento contante hasta el año 2015



Fuente: TIA's 2012 ICT Market Review and Forecast

El mercado de teléfonos móviles se vio impulsado por el crecimiento de los teléfonos inteligentes, mientras que el mercado de los equipos fue impulsado por mejoras de la red inalámbrica y el gasto en equipos LTE (Long Term Evolution). El gasto en equipos inalámbricos aumentó un 23,9 % en el 2011, y el gasto en dispositivos inalámbricos creció 15,4 %, mientras que los servicios de transporte crecieron 10,0 por ciento.

Se proyecta que el tráfico del internet local crezca durante los próximos cinco años y una de las principales razones es la creciente penetración de los Smartphone en el mercado de equipos inalámbricos ya que los usuarios de Smartphone descargan de 10 a 50 veces más datos que los usuarios de teléfonos celulares. Las proyecciones indican que para el 2015 dos tercios de los teléfonos serán del tipo Smartphone, lo cual podría crear problemas de capacidad para las redes inalámbricas.

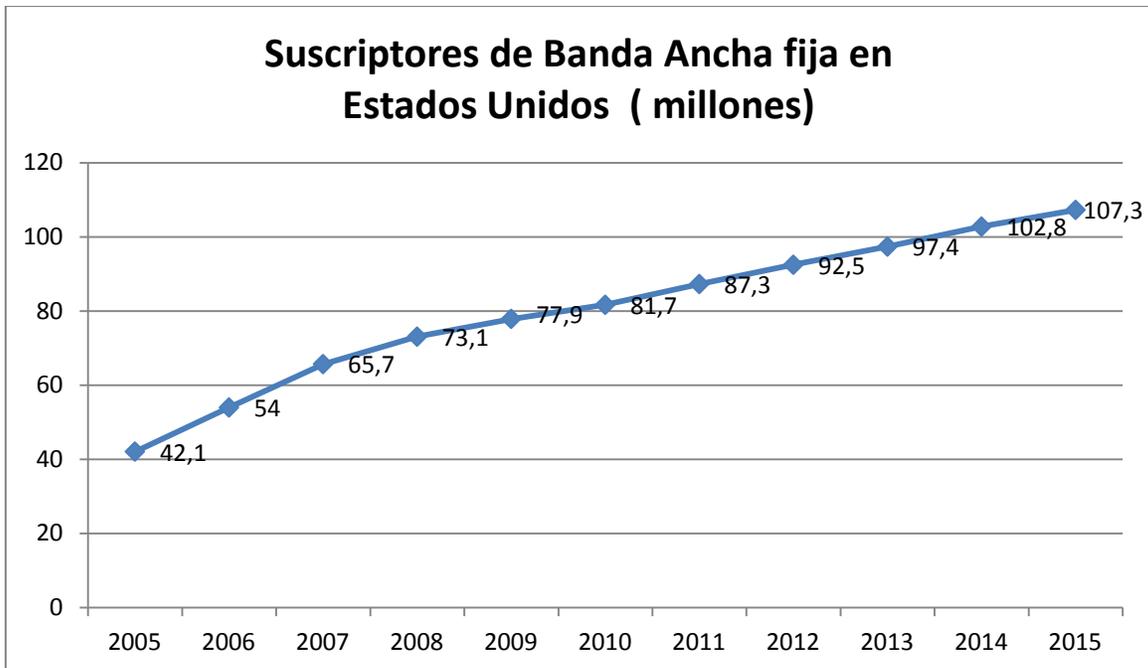


Fuente: TIA's 2012 ICT Market Review and Forecast

Otras de las tendencias en el mercado de telecomunicaciones es el repunte en 2011 en el servicio de datos. Tanto el crecimiento en los mercados de servicios, equipos y terminales está siendo impulsado por la demanda de datos. Se espera que el mercado de voz experimente una disminución, pasando de US \$ 102,3 mil millones en 2011 a US \$ 76,1 mil millones en el 2015. Esta disminución equivale a un descenso del 7,1 por ciento compuesta anual. En contraste, el mercado de datos ha crecido a tasas de dos dígitos, y seguirá haciéndolo, pasando de US \$ 73,6 mil millones en 2011 a US \$ 144,2 mil millones en 2015

En cuanto a penetración de la banda ancha, en el año 2009, el 63,5% de los hogares de Estados Unidos contaban con acceso a banda ancha, ubicándolo en el lugar número 12 dentro de los países de la OCDE.

El siguiente gráfico muestra la evolución en el número de suscriptores de banda ancha en el período 2005-2015.



Fuente: TIA's 2012 ICT Market Review and Forecast

10. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS DE SERVICIOS

El sector privado en Estados Unidos tiene una importante participación en las principales industrias de servicios. Actualmente, emplea 80% de la fuerza laboral y genera $\frac{3}{4}$ del producto de la economía estadounidense. Adicionalmente, las principales empresas internacionales del sector bancario, seguros, telecomunicaciones, tecnologías de la información, entregas express, servicios de energía y audiovisual participan del comercio de servicio.



OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS

Complete la tabla que aparece más abajo con la información que tenga del mercado. (borrar este comentario)

| Obstáculos | Si | No | Observaciones |
|--|----|----|---|
| Presencia de monopolios | | X | |
| Acceso a trabajos gubernamentales | | X | A nivel federal hay que ser ciudadano. Cada estado tienen sus propias reglas (ciudadanía, residencia, etc.) |
| Fijación de tarifas para los servicios | | X | |
| Regulaciones restrictivas sobre protección al consumidor, seguridad y salud. | X | | |
| Restricciones cuantitativas a la provisión de servicios | | X | |
| Restricciones al movimiento de profesionales, técnicos y administrativos | X | | Sin perjuicio de la acreditación de profesionales |
| Prohibición a los extranjeros de publicitarse | | X | |
| Restricciones sobre el tipo de entidad legal | | X | |
| Requisitos de presencia comercial | | | No es aplicable |
| Limitaciones sobre el tipo de servicios permitidos a extranjeros | | | No es aplicable |
| Restricciones a la participación de capital | | | No es aplicable |
| Requisitos de autorización por autoridades locales | X | | |
| Prueba de necesidad económica | | X | |
| Prohibición de establecimiento permanente | | X | |
| Políticas de convalidación de títulos | X | | |
| Requisitos de reconocimiento de títulos profesionales | X | | |
| Requisitos de licencia | X | | |
| Requisitos de experiencia previa | | X | |
| Requisitos de supervisión por parte de profesionales locales | | | No es aplicable |
| Requisitos de residencia o nacionalidad | | X | Salvo para el gobierno federal |
| No cobertura de los seguros públicos de salud | | X | |
| Requisitos de inscripción en asociaciones domésticas | | X | |
| Restricciones cambiarias | | X | |
| Impedimentos para transferir tecnología e informaciones | | X | |
| Requisitos de transferencia tecnológica | | X | |
| Política de compra nacional | | X | |
| Compartimentalización del ámbito de actividades | | X | |

| Obstáculos | Si | No | Observaciones |
|---|----|----|---|
| Aprobación por parte de asociación profesional doméstica | | X | |
| Obligación o prohibición de asociarse con profesionales locales | | X | |
| Restricciones al uso de nombres o marcas extranjeras | | X | |
| Requisitos de nacionalidad | | X | |
| Exigencia de residencia previa, incluida residencia permanente | | X | |
| Pruebas de aptitud | | X | |
| Períodos de espera y práctica obligatorias para extranjeros | | X | |
| Restricciones al número de extranjeros en el directorio | | X | |
| Requisitos de ingreso | x | | |
| Requisitos de desempeño: contenido local, exigencias de capacitación | | x | |
| Requisitos de licencias, estándares y calificaciones | x | | |
| Exigencia de obtener un domicilio legal | | X | |
| Requisitos de graduación local | | x | |
| Requisitos de idioma | X | | Algunos programas de intercambio exigen al estudiante un nivel básico de español para poder cursar cursos en países latinoamericanos |
| Adopción de estándares éticos | | x | |
| Requisitos de autorización | | | No es aplicable |
| Restricciones al envío de remesas al exterior | | | No es aplicable |
| Restricciones a la publicidad sobre servicios ofrecidos por extranjeros | | X | |
| Prueba de necesidad económica | | X | |
| Subsidios a firmas locales | X | | |
| Doble tributación | | X | Chile y Estados Unidos concluyeron y firmaron un acuerdo para evitar la doble tributación, el cual aún no ha sido ratificado por los congresos de ambos países. |
| Impuestos discriminatorios | | X | |
| Exigencias de reciprocidad | | X | |
| Acuerdos de reconocimiento mutuo de títulos y certificados | | X | |
| Acuerdos de reciprocidad que permiten ejercer a profesionales extranjeros | | X | |

IV. DESCRIPCIÓN SECTORIAL DEL MERCADO

IMPORTADOR

1. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL MERCADO

Las estrategias de internacionalización de los servicios educacionales de nivel superior también incluyen la promoción del envío de estudiantes americanos a estudiar a otros países, especialmente cuando los gobiernos reconocen el valor y el potencial de contar con una fuerza laboral educada en un ambiente internacional. En Estados Unidos existen programas que promueven el estudio en el exterior a través de programas de corto plazo autofinanciados. Algunas iniciativas patrocinadas por el gobierno, como por ejemplo **Benjamin A. Gilman International Scholarship Program**, apoyan la participación de estudiantes de pregrado para que estudien en el extranjero.

Sin embargo, la movilidad de estudiantes americanos está lejos de las cifras que se manejan en otras regiones. Por lo tanto, el desequilibrio entre exportaciones e importaciones se refleja tanto en monto como en número de estudiantes; este desequilibrio también se traslada al tiempo en que estudian en el extranjero. La mayoría de los estudiantes estadounidense pasa sólo un verano u ocho semanas o menos en el exterior (57%), mientras que la mayoría de los estudiantes internacionales (81%) que estudian en las universidades estadounidenses cursan un programa de grado completo con una duración de dos a cuatro años.

2. PROPORCIÓN DE SERVICIOS IMPORTADOS

En términos de números de estudiantes, los países de habla hispana que captan mayor número de alumnos estadounidenses son: España que ocupa tercer lugar con una participación de 9,4% del total, seguido de México que ocupa la octava posición con una participación de 2,8%, Costa Rica en el décimo lugar con un 2,4% y Argentina en el decimosegundo lugar con 1,8%. Chile ocupa el lugar número 18 de este ranking con 3.115 estudiantes, cifra que representa un 11% menos que el año académico anterior.

Respecto del crecimiento en el número de estudiantes. España tuvo un incremento del 5,1% y México un retroceso del 2,2%. Costa Rica, también registró un leve retroceso de 1,6% y Argentina un aumento del 2,8%.

Otros competidores directo de Chile en la región son Brasil, Ecuador y Perú, que aunque captaron un número inferior de estudiantes, muestran una tasa de crecimiento más alto. Que en el caso de Brasil asciende a 11,6% y en el caso de Perú a 7,1%.

**PRINCIPALES DESTINACIONES
DE LOS ESTUDIANTES ESTADOUNIDENSE QUE ESTUDIAN EN EL EXTRANJERO, 2008/09 - 2009/10**

| Ranking | Destinación | 2008/09 | 2009/10 | Participación (%) | Porcentaje de Cambio |
|---------|----------------------|----------------|----------------|-------------------|----------------------|
| | Total Mundial | 260.327 | 270.604 | 100,0 | 3,9% |
| 1 | Reino Unido | 31.342 | 32.683 | 12,1 | 4,3% |
| 2 | Italia | 27.362 | 27.940 | 10,3 | 2,1% |
| 3 | España | 24.169 | 25.411 | 9,4 | 5,1% |
| 4 | Francia | 16.910 | 17.161 | 6,3 | 1,5% |
| 5 | China | 13.674 | 13.910 | 5,1 | 1,7% |
| 6 | Australia | 11.140 | 9.962 | 3,7 | -10,6% |
| 7 | Alemania | 8.330 | 8.551 | 3,2 | 2,7% |
| 8 | México | 7.320 | 7.157 | 2,6 | -2,2% |
| 9 | Irlanda | 6.858 | 6.798 | 2,5 | -0,9% |
| 10 | Costa Rica | 6.363 | 6.262 | 2,3 | -1,6% |
| 11 | Japón | 5.784 | 6.166 | 2,3 | 6,6% |
| 12 | Argentina | 4.705 | 4.835 | 1,8 | 2,8% |
| 13 | Sud África | 4.160 | 4.313 | 1,6 | 3,7% |
| 14 | India | 2.690 | 3.884 | 1,4 | 44,4% |
| 15 | Grecia | 3.616 | 3.700 | 1,4 | 2,3% |
| 16 | Republic Checa | 3.664 | 3.409 | 1,3 | -7,0% |
| 17 | Israel | 1.958 | 3.146 | 1,2 | 60,7% |
| 18 | Chile | 3.503 | 3.115 | 1,2 | -11,1% |
| 19 | Nueva Zelandia | 2.769 | 3.113 | 1,2 | 12,4% |
| 20 | Brasil | 2.777 | 3.099 | 1,1 | 11,6% |
| 21 | Ecuador | 2.859 | 2.960 | 1,1 | 3,5% |
| 22 | Austria | 2.836 | 2.701 | 1,0 | -4,8% |
| 23 | Países Bajos | 2.318 | 2.369 | 0,9 | 2,2% |
| 24 | Perú | 2.163 | 2.316 | 0,9 | 7,1% |
| 25 | Dinamarca | 2.244 | 2.228 | 0,8 | -0,7% |

Fuente: Institute of International Education. (2011). "Top 25 Destinations of U.S. Study Abroad Students. 2008/09 - 2009/10." Open Doors Report on International Educational Exchange. Retrieved from <http://www.iie.org/opendoors>. September 6, 2012

Principales Universidades Americanas que se Adjudicaron Créditos para Estudios en el Extranjero, Ordenadas según total de Estudiantes, 2009/10

| Rank | Institution | City | Estado | Total |
|------|---|-----------------|---------------|-------|
| 1 | New York University | New York | New York | 4.156 |
| 2 | Michigan State University | East Lansing | Michigan | 2.589 |
| 3 | University of Southern California | Los Angeles | California | 2.500 |
| 4 | University of California - Los Angeles | Los Angeles | California | 2.363 |
| 5 | University of Texas - Austin | Austin | Texas | 2.284 |
| 6 | University of Washington | Seattle | Washington | 2.226 |
| 7 | Penn State University - University Park | University Park | Pennsylvania | 2.212 |
| 8 | Indiana University - Bloomington | Bloomington | Indian | 2.190 |
| 9 | University of Minnesota - Twin Cities | Minneapolis | Minnesota | 2.181 |
| 10 | University of Wisconsin - Madison | Madison | Wisconsin | 2.169 |
| 11 | University of Arizona | Tucson | Arizona | 2.064 |
| 12 | University of Pennsylvania | Philadelphia | Pennsylvania | 2.060 |
| 13 | University of Florida | Gainesville | Florida | 2.025 |
| 14 | Brigham Young University | Provo | Utah | 2.020 |
| 15 | University of Georgia | Athens | Georgia | 1.994 |
| 16 | University of Michigan - Ann Arbor | Ann Arbor | Michigan | 1.975 |
| 17 | University of Maryland - College Park | College Park | Maryland | 1.958 |
| 18 | Ohio State University - Main Campus | Columbus | Ohio | 1.945 |
| 19 | University of Illinois - Urbana-Champaign | Champaign | Illinois | 1.939 |
| 20 | Boston University | Boston | Massachusetts | 1.924 |

Fuente: Institute of International Education. (2011). "Leading Institutions by Study Abroad Total, 2009/10." Open Doors Report on International Educational Exchange. Retrieved from <http://www.iie.org/opendoors>, September 6, 2012

3. SEGMENTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR

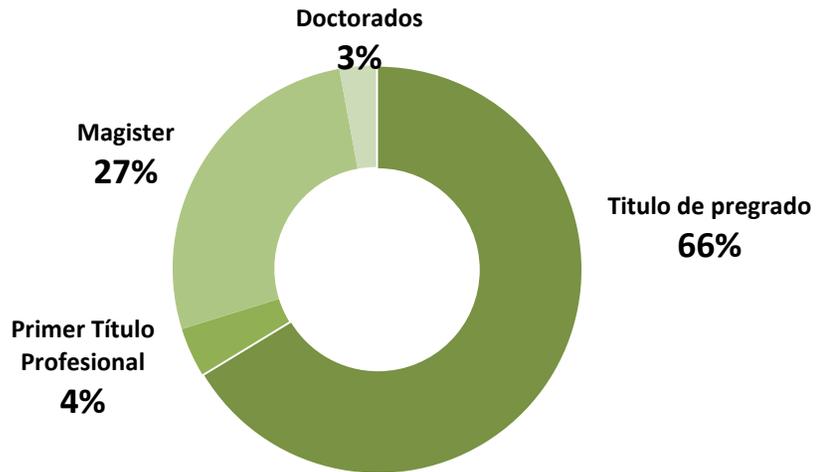
Los principales productos que ofrece la industria de servicios de educación superior en Estados Unidos son: títulos de pregrado, primer grado profesional, grados de magister y grados doctorales.

Los títulos de pregrado es el principal producto ofrecido por las instituciones de educación superior de Estados Unidos y abarcan una amplia variedad de disciplinas, incluyendo negocios, ciencias y humanidades.

En cuanto a la segmentación por edad de los estudiantes, los estudiantes entre 18 y 21 años representan la mayor proporción dentro de la industria conformada por los Colleges y Universidades. El número de graduados de enseñanza media (high school) ha crecido en forma constante en los últimos cinco años. Sin embargo, se espera una disminución en este grupo demográfico al expresarlo como proporción del total de estudiantes que asisten al College.

El segundo grupo demográfico con mayor participación son los estudiantes ente 22 y 29 años debido a que muchos que antes se encontraban empleados han decidió volver a estudiar para incrementar sus posibilidades de empleo. La demanda por carreras de pre grado y de magister en el área de leyes, y se ha incrementado en los últimos años debido a la rentabilidad que ofrecen.

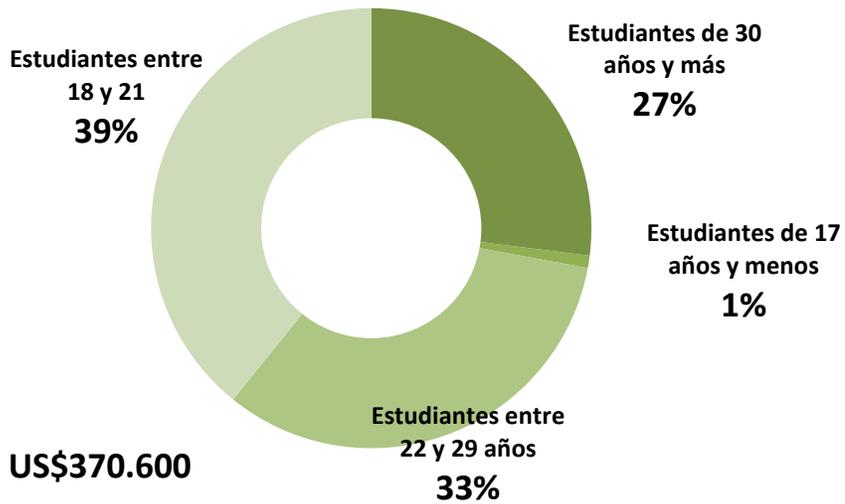
Segmentación de Productos y Servicio (2012)



TOTAL: MM US\$370.600

Fuente: IBISWORLD.COM

Segmentación de Mercado por Edad (2012)



TOTAL: MM US\$370.600

Fuente: IBISWORLD.COM

Según el informe Open Doors 2011, los estudiantes estadounidense que cursan estudios en el extranjero también se segmentan según la duración de los programas que cursan en el extranjero y las áreas en las cuales desarrollan esos estudios.

Del total de estudiantes de EE.UU. que cursaron programas en el extranjero, el 55,6% optó por programas cortos durante el verano, el mes de enero o bien, en otras fechas, con programas de hasta ocho semanas. El 35,8% de los estudiantes que participaron en programas en el extranjero optó por un programa de un semestre, mientras que el 3,8% prefirió la opción de un año académico

No obstante, la preferencias se mantienen relativamente estables en los últimos 6 años académicos, con una tendencia positiva más marcada para los programas de 8 semanas o menos que han pasado de 8% en el 2005 a 11,9% en el 2010.

**PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES ESTADOUNIDENSE EN EL EXTRANJERO
SEGÚN DURACION DEL PROGRAMA ELEGIDO**

| Duración de los estudios | 2004/05 | 2005/06 | 2006/07 | 2007/08 | 2008/09 | 2009/2010 |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Verano | 37,2 | 37,2 | 38,7 | 38,1 | 35,8 | 37,8 |
| Un Semestre | 37,5 | 36,9 | 36,3 | 35,5 | 37,3 | 35,8 |
| 8 semanas o menos | 8,0 | 9,5 | 9,8 | 11,0 | 11,7 | 11,9 |
| Enero | 6,0 | 5,4 | 6,8 | 7,2 | 7,0 | 6,9 |
| Año académico | 6,0 | 5,3 | 4,3 | 4,1 | 4,1 | 3,8 |
| Un trimestre | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,4 | 3,3 | 3,1 |
| Dos trimestres | 1,3 | 0,9 | 0,5 | 0,6 | 0,5 | 0,4 |
| Un año calendario | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Otro | 0,5 | 1,3 | 0,1 | 0,0 | 0,2 | 0,1 |
| TOTAL | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: Institute of International Education. (2011)

En cuanto a la segmentación por área de estudio, los programas más populares son: Ciencias sociales y Administración o Negocios, con una participación de 22,3% y 20,8% respectivamente.

PRINCIPALES AREAS DE ESTUDIO QUE ELIGEN LOS ESTUDIANTES ESTADOUNIDENSE EN EL EXTRANJERO

| Area de Estudio | 2008/09 | | 2009/10 | | Porcentaje de Cambio |
|--------------------------------|---------|---------------|---------|---------------|----------------------|
| | TOTAL | PARTICIPACION | TOTAL | PARTICIPACION | |
| Ciencias Sociales | 53.888 | 20,7 | 60.345 | 22,3 | 12,0 |
| Negocios/administración | 50.764 | 19,5 | 56.286 | 20,8 | 10,9 |
| Humanidades | 32.020 | 12,3 | 32.743 | 12,1 | 2,3 |
| Bellas Artes o Artes Aplicadas | 19.004 | 7,3 | 22.460 | 8,3 | 18,2 |
| Ciencias de la Vida | 19.004 | 7,3 | 20.295 | 7,5 | 6,8 |
| Idiomas Extranjeros | 15.880 | 6,1 | 15.695 | 5,8 | -1,2 |

| Area de Estudio | 2008/09 | | 2009/10 | | Porcentaje de Cambio |
|---|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------------|
| Profesiones de la Salud | 11.715 | 4,5 | 12.718 | 4,7 | 8,6 |
| Educación | 10.413 | 4,0 | 11.095 | 4,1 | 6,5 |
| Ingeniería | 8.330 | 3,2 | 10.554 | 3,9 | 26,7 |
| Matemáticas/ Ciencias de la Computación | 4.165 | 1,6 | 4.059 | 1,5 | -2,5 |
| Agricultura | 2.864 | 1,1 | 3.518 | 1,3 | 22,8 |
| Otros Campos de Estudio | 23.169 | 8,9 | 12.177 | 4,5 | -47,4 |
| No Declarados | 9.111 | 3,5 | 8.659 | 3,2 | -5,0 |
| TOTAL | 260.327 | 100,0 | 270.604 | 100,0 | 3,9 |

Fuente: Institute of International Education. (2011)

4. PRINCIPALES PROVEEDORES EXTERNOS DEL SERVICIO

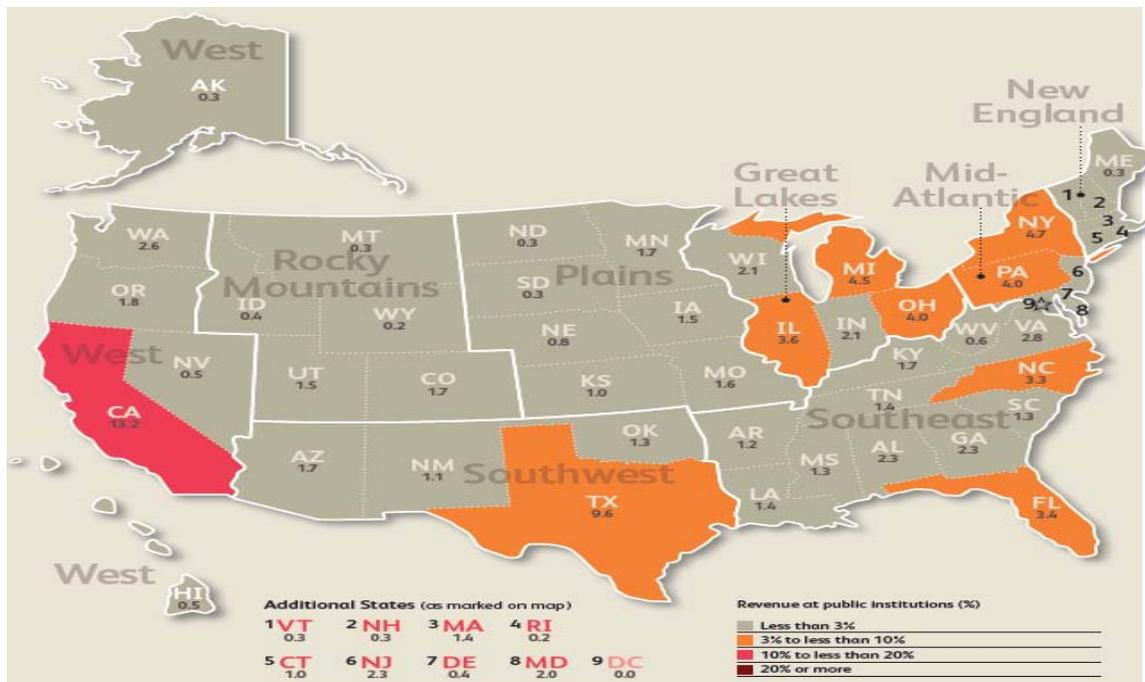
La mayoría de las universidades son propiedad de inversionistas estadounidense, por lo tanto la globalización de la industria es baja. Sin embargo, la tendencia del mercado de la educación superior a la internacionalización es cada vez mayor. Algunas instituciones estadounidenses están expandiéndose a otros mercados y para ello utilizan diferentes tipos de modelo. Por ejemplo, *Harvard Business School* tiene un centro de educación ejecutiva en Shanghai.

Los tres modelos principales de internacionalización utilizados por las universidades americanas están vinculados a algún tipo de asociatividad con instituciones extranjeras, el establecimiento de una rama de un campus en el extranjero y a modelos híbridos que combinan la educación a distancia y la enseñanza presencial

V. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.

El mayor número de establecimientos de educación superior se encuentran en los estados de mayor población. De acuerdo a las cifras de IbisWorld, la región del Sudeste de Estados Unidos concentra el 22,7% de los campus pertenecientes a college, lo cual corresponde a una participación de 25,4% de la población.

La región del Sudeste también tiene la más alta concentración de colleges públicos que cualquier otra región en los estados Unidos. Por otra parte, el Oeste tiene 12,1% de establecimientos a pesar de ser el hogar del 17% de la población.



Fuente:WWW.IBISWORLD.COM

Asimismo, existe una tendencia creciente en las instituciones de educación superior, ya sea en colleges o universidades, a proporcionar una perspectiva internacional así como habilidades interculturales a sus estudiantes.

La mayor parte de las universidades cuentan con Oficinas de Estudio en el extranjero (study Abroad Offices) encargadas de gestionar programas de corta duración para sus estudiantes, las que se han ido replicando también a nivel de colleges.

VI. CONTACTOS RELEVANTES

- **Institute of International Education**

IIE/Headquarters
809 United Nations Plaza
New York, NY 10017
USA
www.iie.or

- **NAFSA**

NAFSA: Association of International Educators
1307 New York Avenue, NW, 8th Floor, Washington, DC 20005-4701
T: 1.202.737.3699 - F: 1.202.737.3657

- **American University**

Cuenta con el programa "AU abroad" que ofrece una gran variedad de experiencias para estudiar en el extranjero a sus propios estudiantes.

AU Abroad-Abroad at AU Office
American University
4400 Massachusetts Ave., NW
Washington, DC 20016-8039

- **The George Washington University**

GW ofrece a sus estudiantes una amplia gama de programas a corto plazo en el.. Los cursos van desde una semana hasta dos meses, y la mayoría incluye algunas reuniones en el campus o en línea.

Office for Study Abroad
Marvin Center Suite 505
812 20th Street, NW
Washington, DC 20052 USA
Tel: 202.994.1649
Fax: 202.994.9133
studyabr@gwu.edu
Web: www.studyabroad.gwu.edu

- **The University of Maryland- Institute for International Programs**

1122 Holzapfel Hall
College Park, Maryland 20742-5610
Phone 301.405.4772

Fax 301.405.4773

Email: international-info@umd.edu

Websites

<http://www.international.umd.edu/>

<http://www.international.umd.edu/studyabroad/>

- **Johns Hopkins University**

Office of Study Abroad, Johns Hopkins University

Levering Hall, Suite 04B

Baltimore, MD 21218-2685

Ph: +1 410.516.7856

Fax: +1 410.516.7878

jhuabroad@jhu.edu

- **Georgetown University**

Georgetown University

Office of International Programs

Division of Overseas Studies

Car Barn Suite 210, 3520 Prospect Street, NW

Washington, DC 20057-1013

Tel: 202-687-5867

Fax: 202-687-5944

overseasstudies@georgetown.edu

- **George Mason University**

The Center for Global Education

235 Johnson Center, MSN 2B8 George Mason University

4400 University Drive

Fairfax, VA 22030-4444

Phone: 703-993-2154

Fax: 703-993-2153

cge@gmu.edu

<http://gloaled.gmu.edu/who.html>

- **University of Virginia**

University of Virginia Office of International Studies

Minor Hall, 2nd Floor

studyabroad@virginia.edu

<http://www.virginia.edu/uvaglobal/>

- **The Ohio State University**

La Oficina de Asuntos Internacionales proporciona apoyo a las iniciativas de internacionalización de los campus y al desarrollo de oportunidades de educación en el extranjero para los estudiantes y la facultad.

Office of International Affairs – Promoting Global Perspectives at Ohio State

300 Oxley Hall, 1712 Neil Avenue, Columbus, Ohio 43210

Phone: (614) 292-6101

abroad@oia.osu.edu

<http://oia.osu.edu/study-abroad.html>

- The University of Illinois
 Illinois Study Abroad Office
 124 International Studies Building, 910 S. Fifth St., MC 480, Champaign, IL 61820, U.S.
 Phone: 217-333-6322
 Fax: 217-244-0249,
sao@illinois.edu
<http://www.studyabroad.illinois.edu/>

VII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES EN INTERNET.

- International Trade Administration, Department of Commerce
<http://www.trade.gov>
- Institute of International Education
<http://www.IIE.org>
- US International Trade Commission
<http://www.usitc.gov/publications/332/pub4243.pdf>
- NAFSA
<http://www.nafsa.org>
- Committee
- Federal Student Aid
<http://www.ifap.ed.gov/ifap/>
- La Internacionalización y la Comercialización en la Educación Superior: Oportunidades y Desafíos (2004)
- Calidad y Reconocimiento en la Educación Superior: El Desafío Transnacional (2004)
- Global Student Mobility 2025, Forecast of the Global Demand for International Higher Education. Bohm , Davis, Meares y Pearce, September 2002
- Open Doors 2011 “Report on International Educational Exchange”, Institute of International Education, 2012.
- Recent Trends in U.S. Services Trade 2011 Annual Report, US International Trade Administration, July 2011

VIII. PRINCIPALES EVENTOS 2013

NAFSA

Conferencia y exposición que tendrá lugar en St. Lois, Missouri entre el 26 y 31 de mayo de 2013.