



OTROS
DOCUMENTOS

2020



La educación *online* en Estados Unidos ante la COVID-19

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Miami

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



OTROS
DOCUMENTOS

4 de septiembre de 2020
Miami

Este estudio ha sido realizado por
Isabel Martín García

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Miami

<http://estadosunidos.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-20-021-0



Índice

1. Introducción	4
2. Impacto de la COVID-19 en la movilidad internacional en Estados Unidos	5
3. Características del mercado	9
3.1. El sector de la educación <i>online</i>	9
3.2. Tamaño del mercado	11
3.3. Principales actores	13
3.3.1. Oferta y competidores	13
3.3.2. Intermediarios y fuentes de información	17
3.3.3. Otros agentes: instituciones acreditadoras	20
3.4. Características de la demanda	21
3.5. Tendencias	24
4. La oferta española en Estados Unidos	26
5. Oportunidades del mercado	28
6. Claves de acceso al mercado	29
6.1. Distribución	29
6.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias	30
6.3. Ayudas	31
6.4. Ferias y asociaciones	32
7. Información adicional	34
7.1. Informes sobre educación <i>online</i> en Estados Unidos	34
7.2. Informes sobre <i>study abroad</i> durante la COVID-19	34



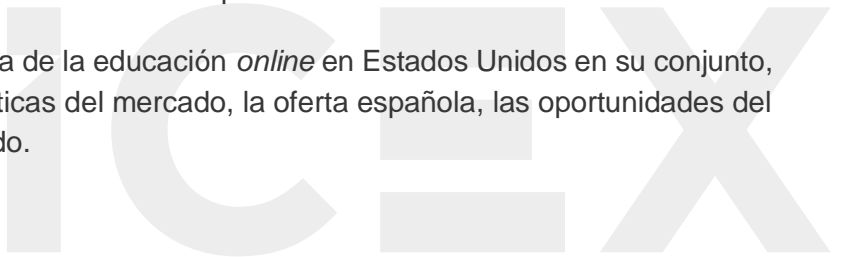
1. Introducción

Este estudio se ha elaborado con motivo del impacto de la COVID-19 en el mercado del *study abroad*, debido a la limitación en la movilidad internacional de personas. El impacto ha sido tal, que el sector educativo en su conjunto, y de forma global, se ha visto obligado a llevar a cabo un experimento masivo de educación en línea.

Así, se presenta el sector de la educación *online* como solución temporal a esta crisis y como mercado con potencial para el futuro, bien como sustitutivo en algunos casos, bien como producto complementario a la educación presencial.

En primer lugar, se explica el impacto de la COVID-19 en el mercado del *study abroad* y la forma en que la educación *online* puede servir de herramienta para la movilidad internacional.

En segundo lugar, se analiza la industria de la educación *online* en Estados Unidos en su conjunto, mencionando las principales características del mercado, la oferta española, las oportunidades del sector y las claves de acceso al mercado.



2. Impacto de la COVID-19 en la movilidad internacional en Estados Unidos

Para hacerse una idea de la magnitud del mercado emisor de *study abroad* en Estados Unidos, según el último informe de Open Doors sobre movilidad internacional, en el curso 2017/2018 hubo 341.751 estudiantes estadounidenses en el extranjero, lo que supone un crecimiento del 2,7 % respecto al curso anterior. Por los efectos de la pandemia de COVID-19, esta tendencia positiva se verá afectada en el curso 2020/2021 por las restricciones a la movilidad internacional de estudiantes resultado de esta crisis sanitaria, económica y social. Así, numerosas universidades de Estados Unidos están cancelando sus programas de intercambio de estudiantes para el semestre de otoño, por lo que sus estudiantes no podrán participar en programas de *study abroad* en universidades extranjeras¹.

No obstante, se observa que el interés de los estudiantes estadounidenses por estudiar en el extranjero sigue siendo elevado, ya que el 84,7 % de los participantes en la encuesta 2020 Snapshot Survey de Divesity Abroad siguen interesados en viajar al extranjero para sus estudios en el futuro. Por otro lado, en esta misma encuesta el 72 % de los estudiantes aseguran no tener miedos e inseguridades sobre viajar al extranjero en el futuro.

Por otro lado, desde el punto de vista de la recepción de estudiantes internacionales, el 88 % de las instituciones educativas de Estados Unidos participantes en la encuesta elaborada por la IIE (Institute of International Education), prevén que la matriculación se vea reducida para el curso 2020/2021. Es más, se proyecta que caiga en un 25 %² sin tener en cuenta que este número ya venía reduciéndose desde 2016, con una caída del 10,8 %³. A nivel global, algunos expertos opinan

¹ The Philadelphia Inquirer (2020). Colleges are cancelling study abroad for the fall. What does this mean for students? Disponible en: <https://www.inquirer.com/education/study-abroad-villanova-dickinson-penn-coronavirus-cancel-20200609.html>

² Forbes (2020). Foreign Student Enrollment at U.S. Universities May Plummet this Fall. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/prestoncooper2/2020/06/01/foreign-student-enrollment-at-us-universities-may-plummet-this-fall/#7ae27f93aa76>

³ NAFSA (2020). Losing Talent 2020 An Economic and Foreign Policy Risk America Can't Ignore. Disponible en: <https://www.nafsa.org/sites/default/files/media/document/nafsa-losing-talent.pdf>



que la tendencia positiva en el número de estudiantes internacionales tardará al menos 3 años en recuperarse⁴.

Una de las principales razones de esta reducción en el número de estudiantes internacionales en Estados Unidos son las restricciones de visados y vuelos procedentes de países afectados por el COVID-19, impuestas por la administración estadounidense. Precisamente, en julio de 2020, el presidente Donald Trump anunció que aquellos estudiantes internacionales cuyas clases para el otoño fueran íntegramente *online* debían abandonar el país. Esta medida afectaba a más de un millón de estudiantes extranjeros en Estados Unidos. No hay que olvidar que estos contribuyen a generar alrededor de 45.000 millones de dólares anualmente (2018) y suponen el quinto mayor servicio en volumen exportado en Estados Unidos⁵. Además, es notable que de media un estudiante internacional paga tres veces más en honorarios a las universidades que un estudiante nacional. Finalmente, esta medida se modificó para que no afectara a aquellos estudiantes que ya habían comenzado sus estudios en Estados Unidos.

Ante esta situación, las instituciones han optado por sustituir las clases presenciales por clases *online*, o cancelar o posponer directamente los programas de intercambio de estudiantes. Además, se prevé que esta situación se alargue hasta finales de año. Sin embargo, esta crisis también ha llevado a algunos expertos a replantear el modelo de movilidad internacional, sugiriendo que viajar no es imprescindible para experimentar un intercambio cultural y educativo de calidad⁶. Teniendo esto en cuenta, tres de las soluciones a la paralización de los programas de *study abroad* durante la COVID-19 se enumeran a continuación (nótese que estos modelos educativos ya existían antes, sin embargo, han cobrado mayor importancia ante esta situación de crisis):

- Tal y como se ha mencionado, la solución inmediata a esta crisis en el sector *study abroad* ha sido implementar un **modelo de educación 100 % online** para los programas que ya habían comenzado cuando se produjo la crisis. Por ejemplo, el 99,5 % de las instituciones educativas estadounidenses que participaron en la encuesta elaborada por la IIE en mayo de 2020 afirmaron haber pasado sus clases a un entorno *online/virtual*⁷. Sin embargo, parece que este modelo educativo puede extenderse hasta finales de año ante la incertidumbre generada por las restricciones de viaje.
- Por otro lado y en línea con el replanteamiento del modelo de movilidad internacional, desde hace unos años instituciones de todo el mundo han tratado de implementar lo que se conoce como “**internacionalización en casa**”. Esto consiste en integrar una dimensión

⁴ Association of International Education Administrators (2020). Is our field in jeopardy? Adapting and Re-inventing Internationalization of Higher Education to the After-COVID19 New “Normal”. Disponible en: <https://www.aieaworld.org/aiea-town-halls>.

⁵ Educationdata.org (2020). *Online Education Statistics*. Disponible en: <https://educationdata.org/online-education-statistics/>.

⁶ AACSB International (2020). International Student Mobility and the Impact of the Pandemic. BizEd. Disponible en: <https://bized.aacsb.edu/articles/2020/june/covid-19-and-the-future-of-international-student-mobility>

⁷ IIE (2020). COVID-19 Effects on U.S. Higher Education Campuses – From Emergency Response to Planning for Future Student Mobility (May 2020).

internacional e intercultural en el currículum de los programas domésticos, ya sea a través de la propia materia de los cursos o realizando esfuerzos por atraer estudiantes internacionales al campus. La ventaja de este método es que acerca a la internacionalización a estudiantes que no tienen posibilidad de participar en un programa de movilidad internacional.

- Otro modelo de movilidad es el **intercambio virtual**, que aunque lleva más de 30 años desarrollándose, ha ganado protagonismo en los últimos meses como posible sustitutivo o complemento al modelo *study abroad* tradicional. Consiste en programas educativos *online* formales e informales apoyados en la tecnología en los que estudiantes y docentes de distintos países participan e interactúan entre ellos. Este modelo puede estar presente en todos los niveles educativos y hace posible que todos los estudiantes tengan acceso a una educación internacional e intercultural de calidad. Para que esto sea posible es fundamental desarrollar acuerdos entre instituciones educativas de distintos países que deseen colaborar entre ellas.

Una de las asociaciones que lidera el desarrollo del intercambio virtual a nivel global es el SUNY Collaborative *Online* International Learning Center que se encarga de apoyar y facilitar el desarrollo de programas de colaboración entre instituciones estadounidenses e instituciones de otros países. Otra institución importante en este ámbito es la Virtual Exchange Coalition, que agrupa una red internacional de facultativos, profesores, investigadores, e inversores que buscan avanzar en el desarrollo del intercambio virtual.

La conclusión que sacan las instituciones de la gestión de esta crisis sanitaria en lo que se refiere al *study abroad*, es que no estaban suficientemente preparados para la transformación al modelo *online*, ni en cuanto a los profesores ni en cuanto a los recursos tecnológicos, ni siquiera muchas de las instituciones de Estados Unidos⁸. Por tanto, las dificultades en la adaptación de la educación han sido comunes a todos los países incluso a los tecnológicamente más innovadores.

Por otro lado, los propios estudiantes internacionales no parecen entusiasmados con la idea de estudiar *online*, ya que casi el 50 % de los estudiantes estadounidenses participantes en la encuesta elaborada por QS sobre el impacto del COVID-19 para los estudiantes internacionales, aseguran que tienen poco interés en estudiar *online*. Otra tendencia que se observa entre los estudiantes internacionales de Estados Unidos es que siguen queriendo estudiar en el extranjero y que prefieren retrasar el comienzo de sus estudios al año próximo (51 % de los encuestados). Por tanto, y teniendo esto en cuenta, habrá que ver como responden los estudiantes internacionales a la nueva normalidad y a la incertidumbre creada por esta crisis sanitaria.

Lo más previsible en la nueva normalidad es que la movilidad internacional *online* y presencial se complementen, siempre que sea factible, para ofrecer a los estudiantes la experiencia más completa posible y acercar las oportunidades de internacionalización a todos los estudiantes. También serán fundamentales los acuerdos internacionales entre instituciones, en especial para el desarrollo de

⁸ AIEA Town Hall.



programas *online*, que requieren mayor esfuerzo de coordinación y colaboración por ambas partes para ofrecer una educación de calidad.

Queda claro, por tanto, que la educación en el extranjero puede dejar de definirse por el hecho de que los estudiantes crucen fronteras físicamente, y empezar a plantearse como un modelo educativo que promueve la movilidad de la mente del estudiante, que se puede practicar de diferentes formas con el apoyo de la tecnología⁹.

icex

⁹ Inside Higher Ed (2020). How COVID-19 Will Change Education Abroad American Students Opinion. Disponible en: <https://www.insidehighered.com/views/2020/04/14/how-covid-19-will-change-education-abroad-american-students-opinion>

3. Características del mercado

3.1. El sector de la educación *online*

La educación *online* forma parte de la industria educativa y es una de las modalidades de educación a distancia. Se basa en cursos que se ofrecen a través de Internet, que a su vez pueden realizarse de forma simultánea o al ritmo del propio alumno. Este informe se centra en analizar cursos completos que se realizan exclusivamente a través de Internet, que incluyen un registro previo, clases, material, evaluaciones durante un periodo de tiempo y tienen un seguimiento más o menos personalizado. En la educación *online* se distinguen tres modalidades diferentes:

- **e-learning:** se utilizan diferentes plataformas que dan flexibilidad para que el alumno pueda realizar el curso desde cualquier lugar y dispositivo, el único denominador común es la necesidad de tener conexión a Internet. Sin embargo, este análisis no se centrará en analizar dichas plataformas tecnológicas auxiliares, sino que se centra en la educación.
- **m-learning (mobile learning):** consiste en el aprendizaje *online* utilizando dispositivos móviles o tabletas, sin incluir PC o *lap tops*, con lo que se diseña para los sistemas operativos correspondientes, y supone la modalidad más accesible, ya que permite seguir el curso desde cualquier lugar. Por lo general, el *m-learning* incluye unidades lectivas más cortas y permite acceso a información o supone un apoyo a otros procesos de aprendizaje (incluido el *e-learning*), en movilidad.
- **b-learning (blended learning):** se trata de una combinación entre la modalidad presencial tradicional y la educación *online*.

Por nivel educativo, pueden distinguirse varios segmentos de educación, también disponibles en la modalidad *online*:

FIGURA 1. NIVELES EDUCATIVOS EN ESTADOS UNIDOS



Fuente: Elaboración propia.

- La **educación preescolar** se dirige a alumnos de entre 2 y 5 años, y se basa fundamentalmente en la combinación de aprendizajes básicos y juegos. En su modalidad *online* algunos ejemplos son ABC Mouse, Time4Learning, o Miss Humblebees Academy, que ofrecen programas completos de educación preescolar completamente *online* en Estados Unidos.
- La **educación K-12** comprende todos los niveles educativos desde los 5 años hasta los 18 años, es decir, desde primaria hasta la finalización del *high school* o educación secundaria. En Estados Unidos, se define como la educación que comprende *kindergarten* y los grados 1-12. Algunos ejemplos de escuelas *online* para estos niveles educativos son K12 International Academy o Miami-Dade *Online Academy*, entre otros.
- La **educación superior** comprende los estudios universitarios de grado, posgrado (máster) y doctorado (*undergraduate, graduate y Doctor of Philosophy*) y van desde los 18 años de edad en adelante. Algunas universidades estadounidenses que ofrecen programas 100 % *online* son Phoenix University, Florida University, o Northeastern University, entre muchas otras.
- Los **estudios vocacionales** se refieren a formación profesional y cursos más especializados en una profesión concreta. Suelen ser cursos más prácticos y enfocados hacia el mundo laboral, y muchas veces sirven para complementar otros estudios superiores. Muchos de estos estudios vocacionales *online* son impartidos por las propias universidades que ofrecen programas más específicos.
- La **educación corporativa** consiste en estudios o cursos impartidos a profesionales para desarrollar capacidades específicas que sean útiles para la propia empresa en la que trabajan. De esta forma, la formación puede ser impartida y diseñada por la propia empresa o ser ofrecida por proveedores externos.
- Los **estudios de idiomas** son cursos que se centran exclusivamente en la enseñanza de idiomas a sus alumnos y están abiertos a todos los rangos de edad. Algunos ejemplos de escuelas *online* de idiomas son la American Language Academy o Berlitz, entre otras.

La educación *online* abarca un amplio abanico de edades y niveles educativos, y por consiguiente también multitud de disciplinas, desde cursos escolares tradicionales a idiomas, pasando por cursos de formación profesional de cualquier índole y muchas otras temáticas. Asimismo, la duración de los programas puede variar desde un número determinado de horas hasta años.

En relación con la situación actual, en la que la opción de estudiar en el extranjero se ha visto muy limitada, la educación *online* puede considerarse un sustitutivo, ya que supone una solución temporal a la limitación en la movilidad de personas entre países.

3.2. Tamaño del mercado

Estados Unidos es el mercado más grande y maduro del mundo en educación *online*. El tamaño del mercado de educación *online* en Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) representa aproximadamente el 40 % del mercado mundial y se estima que alcance 120.000 millones de dólares en volumen de ingresos en 2025. Asimismo, se ha estimado una tasa de crecimiento anual compuesta del 8 % entre 2018 y 2025 para el mercado global, lo que pone en evidencia la tendencia positiva de este sector¹⁰.

En cuanto al **número de estudiantes totales** (*online* y presenciales) en Estados Unidos, en 2018 había 76 millones entre los niveles de *kindergarten* y la universidad. En educación K-12 se estima que el número de estudiantes *online* en 2020 es de 4,5 millones, lo cual es una evolución muy positiva, teniendo en cuenta que en el año 2000 tan sólo había 50.000¹¹. Además, se observa que la educación *online* es más habitual en los niveles más avanzados de educación K-12, representando un 46 % del total de estudiantes *online* a tiempo completo según los últimos datos disponibles.

Por otro lado, es notable que el 22 % de los estudiantes de máster y doctorado estudian *online*, frente a tan sólo un 11 % de estudiantes de grado¹². En términos del número de estudiantes, en 2017 había 2,2 millones de estudiantes de grado y 868.708 estudiantes de máster y doctorado matriculados en programas exclusivamente *online*. De ellos, 142.840 eran estudiantes extranjeros¹³.

De otra parte, en 2016, el **gasto medio por estudiante** (incluyendo presencial y a distancia) en educación primaria en Estados Unidos fue de 11.127 dólares, mientras que fue de 13.084 dólares en educación secundaria, y de 30.003 dólares en educación superior¹⁴. Por lo general, el coste de la educación *online* es inferior al de la educación presencial, ya que no se debe incurrir en ciertos gastos operativos y es escalable.

Por otro lado, aunque no existen cifras exactas del número de alumnos, la **educación *online* corporativa** creció un 900 % entre 2001 y 2017, lo que pone en evidencia el potencial de este segmento del mercado¹⁵. En la siguiente figura se puede observar el gasto medio en formación

¹⁰ Global Market Insights (2019). *E-learning Market Size Industry Analysis Report 2020-2026*. Disponible en: <https://www.gminsights.com/industry-analysis/elearning-market-size>

¹¹ Onlineschools.org (2020). *Guide to Online High School*. Disponible en: <https://www.onlineschools.org/high-school/>.

¹² University of Texas at el Paso (2018). *The Who, What, When and Why Behind Online Education*. Disponible en: <https://www.utep.edu/extendeduniversity/utepconnect/blog/january-2018/the-who-what-when-and-why-behind-online-education.html>

¹³ Educationdata.org (2020). *Online Education Statistics*. Disponible en: <https://educationdata.org/online-education-statistics/>.

¹⁴ OCDE (2016). *Education Spending*. Disponible en: <https://data.oecd.org/eduresource/education-spending.htm>.

¹⁵ Elearning Industry (2019). *Top 20 eLearning Statistics for 2019 You Need to Know*. Disponible en: <https://elearningindustry.com/top-elearning-statistics-2019>



(presencial y *online*) por empleado en el que incurrieron las empresas en Estados Unidos en el año 2018.

FIGURA 2. GASTO MEDIO EN FORMACIÓN POR EMPLEADO
(En USD)

Tipo de empresa	Gasto medio por empleado
Sector público/militar	1.433
Grandes	1.360
Medianas	858
Pequeñas	1.096
Media	986

Fuente: Training Mag 2018.

La media de gasto fue de 986 dólares por empleado en 2018, lo que supone una cifra menor que los 1.075 dólares que gastaban las empresas de media en 2017. Uno de los factores que explica esto puede ser la mayor tendencia de las empresas a formar a sus empleados a través de Internet, lo que supone un método más económico.

Por ejemplo, cuando la empresa IBM decidió cambiar sus programas de formación corporativa a modalidades exclusivamente *online*, ahorró más de 200 millones de dólares. Esto se explica por el ahorro en viajes, hoteles, costes de contratación de instructores y equipos. Además, es importante tener en cuenta que la formación *online* se vuelve más atractiva para las empresas cuando tienen equipos repartidos por diferentes localizaciones y reunirlos a todos en un mismo lugar supone un coste extremadamente alto¹⁶.

Por último, en la **educación de idiomas** tampoco existen cifras exactas del número de alumnos ni el gasto medio, ni para los programas presenciales ni *online*. Sin embargo, es relevante mencionar que en Estados Unidos sólo un 20 % de los estudiantes de primaria y secundaria estudiaban un idioma extranjero en 2017, mientras que en Europa la media se situaba en un 92 % (en España el 96 %)¹⁷.

¹⁶ Tech Jury (2020). "27 Astonishing E-learning Statistics for 2020". Disponible en: <https://techjury.net/blog/elearning-statistics/#gref>

¹⁷ Pew Research Center (2018). "Most European Students are Learning a Foreign Language in School While Americans Lag". Disponible en: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/08/06/most-european-students-are-learning-a-foreign-language-in-school-while-americans-lag/>

3.3. Principales actores

Entre los principales actores del sector de la educación *online* podemos encontrar instituciones y empresas que ofrecen programas de *e-learning*, es decir, los competidores. Por otro lado, se encuentran los intermediarios que facilitan el acceso al consumidor final.

3.3.1. Oferta y competidores

Escuelas y universidades en Estados Unidos

Unos de las principales proveedores de educación *online* en Estados Unidos son las universidades y escuelas o academias de escuela primaria y secundaria. Su oferta suele basarse en cursos escolares, y grados y posgrados universitarios.

Las escuelas o universidades que ofrecen educación *online* pueden ser instituciones tradicionales que amplían su oferta con programas *online* o instituciones 100 % *online*. Por ejemplo, algunos colegios o universidades 100 % *online* en Estados Unidos son: American Public University, American Intercontinental University, K12 International Academy o Miami-Dade Online Academy, entre otros.

En primer lugar, para la educación primaria, secundaria y terciaria lo más importante es que los programas estén acreditados por una agencia regional o nacional reconocida por el US Department of Education.

En la educación primaria y secundaria, es relevante mencionar que a través de la plataforma K12¹⁸ se ofrecen tanto programas gratuitos de educación K-12 como programas de colegios privados. En las siguientes figuras se muestran algunos ejemplos de colegios K-12 acreditados y un *ranking* que ordena los mejores programas de *high school online* en Estados Unidos.

FIGURA 3. EJEMPLOS DE COLEGIOS K-12 *ONLINE* ACREDITADOS EN EE. UU.

Connections Academy	Arizona Virtual Academy	Illinois Virtual School
PA Virtual Charter School	Arkansas Virtual Academy	Indiana Virtual Charter School
Laurel Springs School	California Virtual Academies	Kentucky Virtual Campus for K12
Virtual Schoolhouse	Pacific View Charter School	Maine Virtual Academy
AO Academy	ColoradoEd	Michigan Virtual School

¹⁸ Disponible en: <https://www.k12.com/virtual-school-offerings.html>



North Star Academy	Connections School	Public	Charter	IQ Academy Minnesota
Ideal New Mexico	Halau Ku Mana School	Public	Charter	Online Learning New Hampshire
Agory Cyber Charter School	Idaho Academy	Distance Education		

Fuente: Community for Accredited *Online* Schools 2020.

FIGURA 4. RANKING DE LOS MEJORES PROGRAMAS *HIGH SCHOOL ONLINE* EN EE. UU.

Ranking	Colegio
1.º	Stanford University Online High School
2.º	George Washington Online High School
3.º	University of Missouri High School: Mizzou K-12
4.º	Mother of Divine Grace
5.º	University of Texas High School
6.º	Oak Meadow School
7.º	International Virtual Learning Academy
8.º	Laurel Springs School
9.º	Christa McAuliffe School of Arts & Sciences
10.º	International Connections Academy

Fuente: The Best Schools 2019.

Por otro lado, en las figuras que siguen a continuación se presentan los *rankings* de las mejores universidades de grados y másteres *online* en Estados Unidos en el año 2020.

FIGURA 5. RANKING 2020 DE UNIVERSIDADES CON LOS MEJORES GRADOS *ONLINE* EN EE. UU.

Ranking	Universidad	Localización	Pública/Privada
1.º	University of Florida	Gainesville, FL	Pública
2.º	University of Central Florida	Orlando, FL	Pública
3.º	Florida International University	Miami, FL	Pública
4.º	Trine University	Fort Wayne, IN	Privada



5.º	Colorado State University	Greenwood Village, CO	Pública
6.º	Arizona State University	Scottsdale, AZ	Pública
7.º	University of Illinois	Springfield, IL	Pública
8.º	Northeastern University	Boston, MA	Privada
9.º	Texas Tech University	Lubbock, TX	Pública
10.º	Pennsylvania State University	University Park, PA	Pública

Fuente: Best Colleges 2020.

En el caso de los estudios universitarios, los estudiantes reciben un título equivalente al de cualquier grado presencial. El funcionamiento de un grado o máster *online* es sencillo e incluye clases en directo o grabadas, ejercicios que se suben a la plataforma de gestión del curso, exámenes *online*, *podcasts*, tableros de discusión o chats.

FIGURA 6. RANKING 2020 DE UNIVERSIDADES CON LOS MEJORES MÁSTERES *ONLINE* EN EE. UU.

Ranking	Universidad	Localización	Pública/Privada
1.º	Indiana University	Bloomington, IN	Pública
2.º	University of North Carolina	Chapel Hill, NC	Pública
3.º	Carnegie Mellon University	Pittsburgh, PA	Privada
4.º	University of Florida	Gainesville, FL	Pública
5.º	University of Southern California	Los Ángeles, CA	Privada
6.º	Pennsylvania State University	University Park, PA	Pública
7.º	University of Mississippi	University, MS	Pública
8.º	University of Texas	Richardson, TX	Pública
9.º	Villanova University	Villanova, PA	Privada
10.º	Arizona State University	Tempe, AZ	Pública

Fuente: US News 2020.

Academias o escuelas especializadas

Por otro lado, existen oferentes de educación *online* más específicos que se organizan en torno a sectores concretos, como los idiomas, la informática o la fotografía, por ejemplo. Así encontramos escuelas como el New York Institute of Photography, o el New Horizons Computer Learning Center.

Concretamente, si se considera el segmento de la formación *online* en idiomas, se pueden distinguir dos tipos de proveedores: páginas web o aplicaciones que ofrecen cursos de idiomas *online*, y escuelas de idiomas tradicionales que ofrecen cursos en la modalidad *online* además de cursos presenciales tradicionales. Sin embargo, los primeros suelen ofrecer suscripciones en las que el usuario navega por el contenido libremente sin tener un currículo ni tiempos específicos, por lo que no se consideran cursos completos estructurados. Algunos ejemplos de este tipo de plataformas son: Duolingo, Babbel, Rosetta Stone, Memrise o Busuu. Por otro lado, los ejemplos de escuelas de idiomas *online* son numerosos: Online Language Academy, American Language Academy, Open Hearts Language Academy, entre muchas otras.

Grandes empresas

Asimismo, grandes empresas como IBM, Amazon, Google, LinkedIn, Accenture, o Cisco, entre muchas otras, ofrecen programas de educación *online* sobre temáticas específicas, normalmente centradas en las nuevas tecnologías y dirigidas a profesionales. Estos cursos suelen tener una estructura, duración, material y clases determinadas.

Los programas de formación creados por las empresas para sus empleados no se consideran competencia, puesto que no son accesibles para el consumidor final. Sin embargo, estos programas también pueden ser ofrecidos por cualquiera de los competidores mencionados en este apartado, y en ese caso, sí serían competencia. Por tanto, estas grandes empresas privadas son posibles clientes y colaboradores para los competidores aquí mencionados.

Aplicaciones educativas

Tal y como se ha mencionado anteriormente en la formación de idiomas *online*, existen aplicaciones y páginas web diseñadas para aprender sobre temáticas específicas. Sin embargo, estas aplicaciones no ofrecen cursos completos estructurados, y suelen consistir en suscripciones de una duración determinada durante las cuales el usuario navega por el contenido libremente sin ninguna guía, por lo que no se consideran competidores como tal. Algunas de las aplicaciones más conocidas son: Duolingo y Babbel para idiomas, Kids Academy o Reading Eggs para niños, o Khan Academy o Brightstorm para practicar diferentes asignaturas, entre otras.

Clases particulares online

Por último, la forma más sencilla de ofrecer educación *online* son las clases particulares *online* que usan plataformas digitales para organizar videoconferencias como Skype o Zoom. Esta modalidad no se considera competencia directa del tipo de educación *online* que se trata en este estudio, ya que no consisten en programas estructurados y la oferta es muy heterogénea. En este caso, las clases las imparten profesores particulares que pueden pertenecer a alguna academia de tutorías (Varsity Tutors, K12 *Online* Tutoring, etc.), o ser profesores/tutores privados. No es necesario

obtener una certificación oficial de la National Tutoring Association o la American Tutoring Association, entre otros organismos, pero muchas academias sí lo exigen a sus profesores¹⁹.

3.3.2. Intermediarios y fuentes de información

Marketplaces o plataformas de e-learning

Las plataformas *e-learning* consisten en páginas web en las que se ofrecen cursos (generalmente MOOC –*massive open online courses*, o cursos *online* masivos y abiertos, en castellano) y programas educativos (másteres, certificados profesionales y *micromasters*) diseñados por universidades, instituciones públicas, organizaciones sin ánimo de lucro y empresas. Es decir, son las encargadas de dar visibilidad y un soporte digital a los cursos de estas instituciones y agruparlos en un único lugar, más accesible para el estudiante. En la siguiente figura se presenta un resumen del número de estudiantes, cursos, programas micro (másteres y grados) y grados *online* que ofrecen las plataformas más populares.

FIGURA 7. COMPARATIVA DE PLATAFORMAS PROVEEDORAS DE MOOC 2019

Plataforma	Estudiantes	Cursos	Programas micro	Grados
Coursera	45 millones	3.800	420	16
edX	24 millones	2.640	292	10
Udacity	11,5 millones	200	40	1
Future Learn	10 millones	880	49	23

Fuente: Class Central 2019.

Las dos principales plataformas de este tipo son **edX** y **Coursera**, que coinciden en que la única forma de ofrecer cursos en ellas es mediante un acuerdo entre ambas partes, la plataforma y la universidad, por ejemplo. De esta forma, se aseguran un control de calidad riguroso en los cursos, firmando acuerdos con centros educativos e instituciones de reconocido prestigio.

La principal diferencia entre ambas es que edX es una organización sin ánimo de lucro que pide una aportación monetaria a sus socios, pero sin solicitar un pago por suscripción al estudiante. Por otro lado, Coursera tiene ánimo de lucro y solicita pago por suscripción a los usuarios, además de un pago por solicitar el certificado correspondiente si el alumno lo desea.

¹⁹ Learn How To Become (2020). Disponible en: <https://www.learnhowtobecome.org/tutor/>

Por su parte, edX ofrece cursos gratuitos y programas de pago. En los cursos gratuitos, el estudiante tiene acceso al curso durante un determinado periodo de tiempo de forma gratuita, sin embargo, si desea tener acceso ilimitado u obtener un certificado, el alumno debe pagar.

EdX ofrece dos modelos de negocio distintos para sus *partners*: el modelo de autoservicio; en el que el socio puede usar la plataforma LMS (*learning-management system*)²⁰ de forma gratuita para crear y ofrecer sus cursos a través de edX, pero sin asistencia por parte de la plataforma (posteriormente, deben pasar un control de calidad); y el modelo con apoyo de edX; en el que la plataforma ofrece servicios de diseño para crear los cursos. El reparto de ingresos para el primer modelo supone que edX se quede los primeros 50.000 dólares generados por el curso y 10.000 dólares por cada vez que se repita. A partir de ahí, los ingresos restantes se reparten al 50 % entre ambas partes. En el modelo de apoyo por parte de edX, la plataforma cobra 250.000 dólares como tarifa base para cada curso nuevo, y 50.000 dólares cada vez que se repita el mismo. Tras esto, el proveedor educativo se queda con el 70 % de los ingresos posteriores. El modelo elegido funciona curso a curso y puede cambiarse cada 12 meses.

Por otro lado, Coursera reparte del 6 % al 15 % de los ingresos generados por cada curso, además de un 20 % adicional por los ingresos globales de todos los cursos que tenga cada organización.

En el capítulo 4 se pueden encontrar algunos ejemplos de cursos y programas españoles presentes en estas plataformas.

Otros ejemplos son **Future Learn**, que funciona de la misma forma que edX y Coursera, y **Udacity**, que produce cursos propios con colaboración de grandes empresas.

Por último, existe otro tipo de plataformas *e-learning* abiertas a cualquier profesor que desee diseñar su propio curso *online*, sin necesidad de establecer acuerdos institucionales. Algunos ejemplos son: Open edX, WizIQ, Teachable, Skillshare, Udemy, o Lynda.

Páginas web de recomendaciones y rankings

También es relevante mencionar las páginas web que se especializan en elaborar *rankings* y recomendaciones de colegios y universidades, ya que tienen mucha influencia en las decisiones de los estudiantes, tal y como demuestra el informe Online Trends in Education 2020 de Best Colleges. Así, encontramos páginas como: US News and World Report's Best Colleges, Forbes America's Top Colleges, Best Colleges, The Best Schools, o Niche, entre otras. Hay que mencionar que estas páginas son para educación en general, pero algunas de ellas cuentan con *rankings* específicos de educación *online*.

²⁰ O Sistemas de Manejo de Aprendizaje, son *softwares* basados en web, desarrollados para la administración y documentación de procesos de aprendizaje. Algunos ejemplos son: Blackboard, Canvas, o Moodle.

FIGURA 8. PÁGINAS WEB DE RECOMENDACIONES Y *RANKINGS* DE COLEGIOS Y UNIVERSIDADES

Nombre	Enlace	Descripción
US News and World Report	https://www.usnews.com/rankings#education-section	Metodología propia de los <i>rankings</i> evaluando varios factores en función de la categoría y otorgando una puntuación final (basado en encuestas).
Forbes America's Top Colleges	https://www.forbes.com/top-colleges/#608758f21987	Metodología propia de los <i>rankings</i> evaluando 6 factores y otorgando una puntuación final (basado en datos de Forbes y otras fuentes como Niche o datos federales).
Best Colleges	https://www.bestcolleges.com/	Metodología propia a partir de datos estadísticos del National Center for Education Statistics y teniendo en cuenta una serie de factores. Especializado en educación <i>online</i> .
The Best Schools	https://thebestschools.org/	Metodología propia a partir de un algoritmo que analiza varios indicadores clave basados en datos federales.
Niche	https://www.niche.com/	Metodología propia a partir de datos del US Department of Education y de encuestas y opiniones de alumnos y profesores.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos web.

Por otra parte, también hay páginas que recomiendan cursos *online* y elaboran *rankings* como, por ejemplo, Classcentral.com, Languagecourse.net, Languageinternational.com, y Onlinecourserereport.com.

FIGURA 9. PÁGINAS WEB DE RECOMENDACIONES Y *RANKINGS* DE CURSOS *ONLINE*

Nombre	Enlace	Descripción
Class Central	https://www.classcentral.com/	Motor de búsqueda que ofrece <i>rankings</i> basados en las opiniones de los usuarios.
Language Course	https://www.languagecourse.net/	Motor de búsqueda y reservas que puntúa a las escuelas y destinos en función de las opiniones de los estudiantes.
Language International	https://www.languageinternational.com	Motor de búsqueda y reservas que puntúa a las escuelas y destinos en función de las opiniones de los estudiantes.
Online Course Report	https://www.onlinecourserereport.com/	Metodología propia de los <i>rankings</i> analizando tres factores: calidad, flexibilidad y precio en función de la categoría analizada.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos web.

3.3.3. Otros agentes: instituciones acreditadoras

Existen organismos públicos en Estados Unidos encargados de certificar y acreditar a las instituciones educativas y sus programas con su correspondiente sello de calidad. Estas pueden ser de ámbito nacional o regional. Algunas de ellas se incluyen en la siguiente figura:

FIGURA 10. INSTITUCIONES ACREDITADORAS EN ESTADOS UNIDOS

Institución	Nivel educativo	Ámbito
Distance Education Accrediting Commission (DEAC)	Educación secundaria y terciaria	Nacional
Distance Education & Training Council (DETC)	Educación terciaria	Nacional
Accrediting Council for Independent Colleges & Schools (ACICS)	Educación terciaria	Nacional
Accrediting Commission of Career Schools and Colleges (ACCSC)	Educación terciaria	Nacional
Middle States Association of Colleges & Schools (MSA)	Educación primaria, secundaria y terciaria	Regional
Northwest Commission on Colleges & Universities (NASC)	Educación terciaria	Regional
New England Association of Schools & Colleges (NEASC)	Educación primaria y secundaria	Regional
Southern Association of Colleges & Schools (SACS)	Educación primaria, secundaria y terciaria	Regional
Western Association of Schools & Colleges (WASC)	Educación primaria y secundaria	Regional
AdvancED	Educación primaria y secundaria	Nacional

Fuente: CHEA 2020.

No es obligatorio que las instituciones educativas y sus programas estén acreditados, sin embargo, facilita el reconocimiento de los estudios, y el acceso a ayudas financieras, por lo que es una característica que el alumno debe comprobar a la hora de elegir unos estudios u otros. A su vez, también es importante comprobar que el organismo acreditador esté reconocido por el US Department of Education y/o el Council for Higher Education Accreditation.

El proceso de acreditación requiere que las instituciones aporten pruebas que demuestren la calidad de sus programas, visitas a la institución, acceso al curso *online*, y reuniones con alumnos. Además, se hace un control de calidad que se mantiene en el tiempo y se precisa una renovación de la acreditación cada varios años, dependiendo del organismo acreditador elegido.

Por otro lado, las academias de idiomas también deben acreditarse a sí mismas y a sus programas en Estados Unidos para poder ejercer su actividad²¹. Sin embargo, los programas educativos informales como cursos o MOOC no tienen que estar acreditados, aunque las instituciones que los impartan sí lo estén.

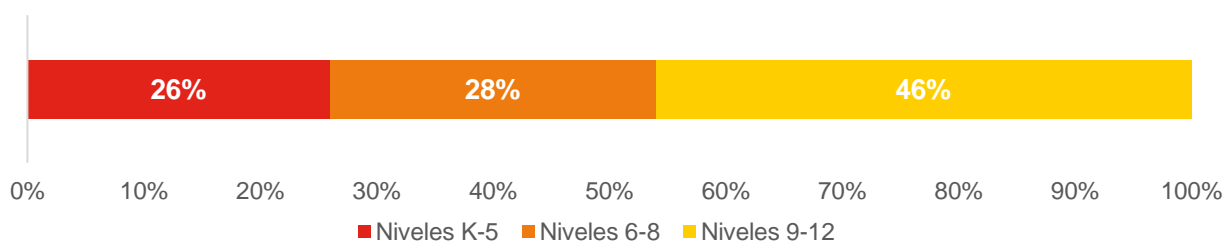
3.4. Características de la demanda

En términos generales, la demanda de educación *online* ha crecido en los últimos años según la encuesta *Online Trends in Education Report* realizada por Best Colleges en 2020. Así, el 83 % de los administradores de instituciones educativas afirman que la demanda de programas *online* ha crecido en 2019 o se ha mantenido igual que el año anterior (16 %).

Un factor que llama la atención respecto al perfil del estudiante *online* es que, según la mencionada encuesta, se está expandiendo el rango de edad. Es decir, la formación *online* está llegando cada vez más a los estudiantes más jóvenes y a los estudiantes de edades más avanzadas.

Así, en Estados Unidos, si se segmenta el total de estudiantes *online* por niveles educativos, existe un mayor porcentaje de estudiantes universitarios que estudian *online* a tiempo completo con respecto a los niveles de secundaria y primaria, en los que el porcentaje es mucho menor.

FIGURA 11. REPARTO DE ESTUDIANTES DE JARDÍN DE INFANCIA, PRIMARIA Y SECUNDARIA SOBRE TOTAL DE ESTUDIANTES CON ESCUELA *ONLINE* A TIEMPO COMPLETO



Fuente: Aurora Institute 2015.

Las principales razones por lo que los estudiantes de *kindergarten*, *primaria* y *secundaria* hasta *high school* (niveles K a 8) reciben educación *online* son causas temporales como enfermedades, accidentes, problemas de comportamiento, y otras causas como cambios frecuentes de domicilio o por tener profesiones que exigen mucha dedicación (atletas, actores, etc.). Sin embargo, en *high*

²¹ Commission on English Language Program Accreditation (2020). Disponible en: [https://cea-accredit.org/accreditation/faqs#:~:text=The %20U.S. %20Accreditation %20Act %2C %20which,Visitors %20Program %20\(SEVP\) %20to %20admit](https://cea-accredit.org/accreditation/faqs#:~:text=The%20U.S.%20Accreditation%20Act%2C%20which,Visitors%20Program%20(SEVP)%20to%20admit)

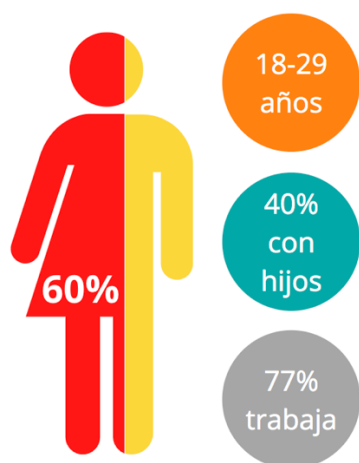
school (niveles 9 a 12), la principal razón es el retraso con respecto al resto de compañeros y el riesgo de dejar el colegio²².

Suele existir confusión entre los estudios en casa (*homeschooling*) y los estudios *online*, sin embargo, en el momento que un estudiante se apunta a un programa de estudios *online*, ya sea público o privado, deja de estar considerado como “estudiante en casa”. La confusión viene causada porque al menos el 20 % de los estudiantes de colegios *online* a tiempo completo comienzan siendo “estudiantes en casa”. En 2015, había 1,8 millones de estudiantes en casa o *homeschooled*, como se denominan en Estados Unidos.

En cuanto a los estudiantes de **educación terciaria**, las principales razones para elegir la educación *online* son impedimentos laborales o personales, incentivos o acuerdos de su empleador con proveedores de educación *online*, y la falta de disponibilidad de formación presencial en el campo de interés.

Los campos más demandados en educación *online* y en los que se espera mayor crecimiento son: administración de empresas, ciencias de la salud, informática, estudios religiosos, y servicios sociales.

FIGURA 12. PERFIL DEL ESTUDIANTE *ONLINE* DE EDUCACIÓN TERCIARIA EN EE. UU.



Fuente: Learning House 2019.

Por otro lado, según el estudio *Online College Students 2019* de Learning House, el 60 % de los estudiantes *online* universitarios son mujeres. Sin embargo, este porcentaje ha descendido con respecto a los últimos años, lo que indica que la educación *online* comienza a tener una demografía más parecida a la educación tradicional.

²² Aurora Institute (2015). *Keeping Pace with K-12 Digital Learning – An Annual Review of Policy and Practice*.

En cuanto a la edad, es notable que los estudiantes *online* cada vez son más jóvenes, ya que, en 2019 la media de edad descendió casi dos años respecto a datos de 2015, situándose en 31,8 años. En la misma línea, la mitad de los estudiantes universitarios *online* se concentran en el grupo de edad entre los 18 y los 29 años.

Otro dato relevante para definir el perfil de los estudiantes universitarios *online* en Estados Unidos es que el 40 % de estos tienen hijos, y el 77 % tiene trabajo bien a tiempo parcial (18 %) o a tiempo completo (59 %).

De otra parte, se aprecia una alta utilización de dispositivos móviles (teléfonos/tabletas) entre los estudiantes menores de 45 años, ya que el 60 % afirma utilizarlos para completar actividades del programa *online* en el que están inscritos. En cambio, para los mayores de 45 años no es tan habitual utilizar estos dispositivos, dado que tan sólo el 27 % los usa.

Las principales **características** que los estudiantes tienen en cuenta **para elegir** un curso *online* u otro, en orden, son:

- el precio,
- el prestigio del programa, y
- la rapidez/facilidad para obtener un grado.

Asimismo, los **factores que más influencia tienen en la elección** del estudiante son:

- las recomendaciones *online*,
- las páginas web de *rankings* o recomendaciones (Niche, Forbes, US News and World Report, etc.),
- las recomendaciones de amigos y familia,
- o eventos y ferias educativas.

Por último, en cuanto a la educación corporativa *online*, las principales razones para elegir un curso *online* son la mayor flexibilidad horaria y la accesibilidad. Aunque en este segmento son las empresas las que toman la decisión de formar a sus empleados a través de programas digitales. Así, una de las grandes ventajas que observan las empresas es la escalabilidad de este tipo de formación a todas sus localizaciones, además de la posibilidad de mejorar la gestión de equipos remotamente a través del uso de herramientas web colaborativas²³.

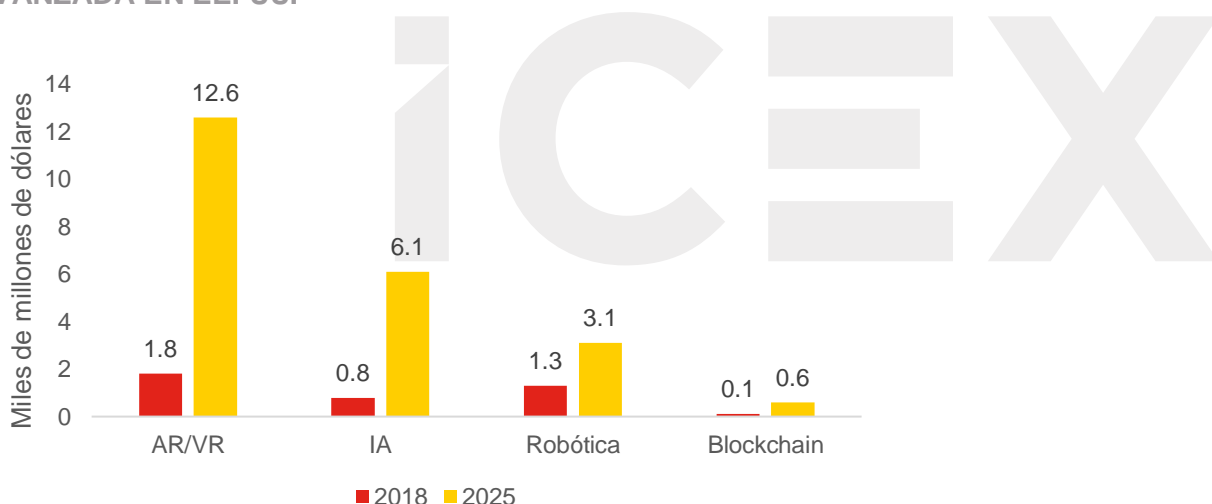
²³ The Economist, Executive Education Navigator (2020). "Choosing your Executive-education course: Online vs. Classroom". Disponible en: <https://execed.economist.com/blog/choosing-your-programme/choosing-your-executive-education-course-online-vs-classroom>

3.5. Tendencias

Dentro de la educación *online* se observan diversas tendencias en cuanto a la oferta y las necesidades de los consumidores:

- **La aplicación de innovaciones tecnológicas:** tanto las aplicaciones de realidad virtual como la robótica, el *blockchain* o la inteligencia artificial están a la orden del día en la industria educativa. Algunas aplicaciones de estas tecnologías incluyen la verificación de titulaciones y créditos a través de *blockchain*, el uso de la robótica para adquirir habilidades de *coding* y STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), la aplicación de la inteligencia artificial para averiguar en qué necesitan más ayuda los estudiantes, y la creación de experiencias educativas inmersivas e interactivas con la ayuda de la realidad virtual o realidad aumentada²⁴. En la siguiente figura se puede observar el crecimiento exponencial que se espera en estos campos aplicados a la educación (no sólo *online*):

FIGURA 13. PROYECCIÓN DE GASTO EN TECNOLOGÍA PARA EDUCACIÓN AVANZADA EN EE. UU.



Fuente: Toptal 2020.

- **El éxito de los MOOC:** el crecimiento de los cursos *online* masivos y abiertos en los últimos años ha sido exponencial, llegando hasta una oferta de 11.400 cursos en 2018 tras experimentar un incremento de 2.000 cursos desde el año anterior. Se observan varias tendencias relacionadas con este tipo de cursos, entre las que se incluyen: una mayor base

²⁴ Toptal (2020). *EdTech Industry Analysis and Trends 2020*. Disponible en: <https://www.toptal.com/finance/market-research-analysts/edtech-trends-2020>.

de usuarios que pagan suscripción, el lanzamiento de grados *online* como novedad, y un mayor enfoque hacia la formación corporativa²⁵.

- **Project-based learning (PBL):** o aprendizaje basado en proyectos, es un modelo educativo en auge que consiste en cursos que giran en torno a un proyecto fundamentalmente práctico (diseñar una página web, construir un modelo en 3D, etc.) en lugar del método tradicional de leer, estudiar, y hacer exámenes. Muchos de estos cursos se basan en proyectos colectivos que favorecen la colaboración entre estudiantes²⁶.
- **Modelos educativos híbridos (*hybrid o blended learning*):** consisten en combinar clases y recursos *online* y presenciales, de modo que los estudiantes saquen el máximo partido de ambos modelos. Así, gozan de mayor flexibilidad y accesibilidad para asistir a clase, pueden aprovechar los recursos del campus y a la vez tener mayor estímulo social.
- **Microlearning:** consiste en programas educativos de duración reducida y contenido específico que se adaptan perfectamente a las necesidades del estudiante, ya que poseen más facilidad para ofrecer aprendizaje a través de dispositivos móviles y atender cualquier necesidad de información *just-in-time*.
- **Mobile Learning:** con un creciente número de usuarios que acceden a Internet solamente a través de sus dispositivos móviles (un estudio de CNBC estima que el 72,6 % de los usuarios de Internet accederán a la web solamente a través de sus móviles en el año 2025), se hace cada vez más necesario que la educación *online* esté perfectamente adaptada a todos los dispositivos²⁷.
- **La importancia de las habilidades blandas o *soft skills*:** dado que las empresas cada vez demandan más este tipo de habilidades a sus empleados (liderazgo, comunicación, trabajo en equipo, emprendimiento, etc.), la oferta educativa debe adaptarse para ofrecer cursos que preparen a los estudiantes para el mundo laboral sin importar la disciplina en la que estén especializados, es decir, ofrecer cursos sobre temas y habilidades universales.
- **Ludificación (*gamification*):** consiste en incorporar juegos al programa educativo para conseguir mayor motivación y participación por parte de los estudiantes.

²⁵ EdSurge (2019). "Year of MOOC-based Degrees: A Review of MOOC Stats and Trends in 2018". Disponible en: <https://www.edsurge.com/news/2019-01-02-year-of-mooc-based-degrees-a-review-of-mooc-stats-and-trends-in-2018>

²⁶ The Best Schools (2020). "Current Trends in Online Education". Disponible en: <https://thebestschools.org/magazine/current-trends-online-education/>.

²⁷ Knowbly (2020). "10 Most Important eLearning Trends to Watch for in 2020". Disponible en: <https://www.knowbly.com/post/10-most-important-elearning-trends-to-watch-for-in-2020>

4. La oferta española en Estados Unidos

Para hacerse una idea de la importancia de los servicios educativos en España con respecto al volumen de estudiantes estadounidenses que atraen anualmente, el estudio Open Doors 2019, sitúa a España como tercer destino que más estudiantes acoge cada año. Esta cifra llegó a 32.411 estudiantes en el curso 2017-2018, con escasa diferencia respecto a los dos países que más estudiantes acogen: Reino Unido con 39.403 e Italia con 36.945 estudiantes estadounidenses.

Por otro lado, en la modalidad de educación a distancia y según los datos disponibles, la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) contaba con 774 alumnos de nacionalidad estadounidense para el curso 2019-2020²⁸.

La **oferta española de educación *online*** en Estados Unidos consiste en cualquier institución educativa que ofrezca programas virtuales. Así, en la oferta española encontramos colegios, escuelas, academias, universidades y escuelas de negocios. Por ejemplo, numerosas universidades españolas ofrecen programas *online*, e incluso existen universidades que imparten clases únicamente en la modalidad virtual.

La **percepción** de la educación española en Estados Unidos es buena, especialmente para los estudiantes de origen latinoamericano por la cercanía cultural. Se identifica con una oferta más accesible en cuanto a precio y de una calidad considerable. Sin embargo, tradicionalmente ha estado más orientada a captar estudiantes presenciales y no tanto en la modalidad *online*.

Por otro lado, también es relevante mencionar las escuelas de negocios que ofrecen programas de grado, máster y cursos especializados *online*. Algunas de ellas son: IE Business School, Instituto de Estudios Bursátiles, IESE Business School, ESADE Business School, ESIC Business & Marketing School, y EU Business School, entre muchas otras.

El prestigio de sus programas hace que sean opciones populares para estudiantes internacionales. Por ejemplo, el Global online MBA de IE Business School ha sido elegido el mejor MBA *online* del mundo por la prestigiosa organización QS, especializada en *rankings* de universidades²⁹. En este *ranking* también aparece el EU Business School en el decimoprimer puesto. Este hecho demuestra

²⁸ Hay que tener en cuenta que no existen datos públicos para otras instituciones que ofrecen educación a distancia *online* y que este dato sirve a modo de ejemplo.

²⁹ QS Top MBA (2020). QS Online MBA Rankings 2020. Disponible en: <https://www.topmba.com/mba-rankings/online-mba-rankings/2020>.



el prestigio y la calidad de enseñanza de las escuelas de negocios en España, permitiendo que compitan con escuelas de negocios de Estados Unidos o Reino Unido.

Con respecto a las plataformas de *e-learning* como edX o Coursera, se encuentran diversidad de cursos y programas de varias instituciones españolas, que son *partners* oficiales de estos *marketplaces*. Algunas de ellas son: la Universidad Autónoma de Madrid, la Universitat Politècnica de València, la Universidad Carlos III de Madrid, la Universitat de Barcelona, la Universitat Autònoma de Barcelona, IESE Business School, IE Business School, y ESADE Business School.

En cuanto a las páginas web de recomendaciones o *rankings* en Estados Unidos, hay que mencionar que aquellas especializadas en recomendaciones de educación superior se centran en instituciones estadounidenses. Sin embargo, en US News & World Report existen *rankings* por continentes, y en el europeo aparecen universidades españolas, como la Universitat de Barcelona, que se sitúa entre las 100 mejores (puesto 98.º). Por otro lado, en Classcentral, una de las páginas de recomendaciones de cursos que se ha mencionado antes, aparecen programas de la Universitat Politècnica de València y de IE Business School dentro de su *ranking* de los 100 mejores cursos de todos los tiempos.

Por último, mencionar la importancia de las escuelas profesionales/especializadas y las escuelas de idiomas, que suelen ofrecer cursos intentando atraer más al estudiante latinoamericano que al estadounidense. Si bien, hay que tener en cuenta que a pesar de que la calidad de la enseñanza en español pueda ser mayor, competir *online* frente a las escuelas locales se hace más complicado, ya que la inmersión es difícil de replicar a través de Internet.

5. Oportunidades del mercado

- **La crisis de la COVID-19** ha forzado un experimento global de educación *online* en todos los niveles y en un tiempo récord. Este hecho ha supuesto que se reconsideren las bases de la educación tradicional, y en especial la universitaria. Así, se están cuestionando los elevados precios, el difícil acceso a la universidad por parte de alumnos con escasos recursos, y si realmente es necesario acudir al campus para clases menos prácticas que no requieren personalización ni interacción³⁰. Se está planteando la educación *online* como un sustitutivo real de la educación presencial, cobrando cada vez más importancia, o en su caso, como un producto complementario.
- **Estados Unidos es un mercado grande y dado al uso de nuevas tecnologías.** Más concretamente, el 87 % de la población tiene acceso a Internet (enero de 2020) y el 74 % de los estadounidenses tiene acceso a un ordenador (febrero de 2019)³¹. Esto hace que la educación *online* sea de fácil acceso para la gran mayoría de los estadounidenses, sin tener en cuenta el coste.
- **Disponibilidad de nuevas tecnologías,** como las mencionadas en el anterior apartado (IA, AR/VR, *blockchain*, robótica, entre otras) que facilitan el diseño y el desempeño de la educación *online*, y además, generan oportunidades para empresas tecnológicas en el sector de la educación (EdTech).
- **Demanda de perfiles profesionales cada vez más especializados.** La educación *online*, al ser más flexible y amplia, permite acceder a todo tipo de cursos en un mismo lugar, lo que facilita enormemente la especialización de los estudiantes. Además, supone una herramienta fundamental para completar el perfil de profesionales que quieren mejorar en ciertos campos que no suele cubrir la educación tradicional o que están disponibles más fácilmente a través del método *online*.
- **El intercambio virtual.** Esta modalidad de movilidad internacional basada en la cooperación entre profesores e instituciones educativas de diferentes países de forma *online* está cobrando fuerza en la actualidad, especialmente con la crisis de la COVID-19. Supone una solución temporal a las restricciones de viaje internacionales, pero a la vez es una oportunidad de crear nuevos modelos de negocio y nuevas experiencias enriquecedoras para los estudiantes sin tener que desplazarse, ni incurrir en el gasto que supone la movilidad tradicional.

³⁰ Govindarajan, V., et al. (2020). "What the Shift to Virtual Learning Could Mean for the Future of Higher Ed". *Harvard Business Review*. Disponible en: <https://hbr.org/2020/03/what-the-shift-to-virtual-learning-could-mean-for-the-future-of-higher-ed>.

³¹ Statista 2019 y 2020.

6. Claves de acceso al mercado

6.1. Distribución

A diferencia de la educación tradicional presencial, la educación *online* se basa en el canal de distribución digital a través de Internet. A continuación, en la figura se muestra la cadena de valor del sector educativo *online*:

FIGURA 14. CADENA DE VALOR DE LA EDUCACIÓN *ONLINE*



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, es una cadena de valor simplificada, puesto que existe multitud de combinaciones entre los distintos actores. Así, los proveedores pueden ser escuelas o universidades, academias especializadas o grandes empresas. Estos son los encargados de diseñar, ofertar e impartir los programas educativos. En el siguiente eslabón de la cadena se encuentran los intermediarios y prescriptores donde se incluyen escuelas o universidades locales, *marketplaces e-learning*, proveedores de soporte y plataformas TI, y fuentes de información, que actúan como punto de contacto entre el último eslabón de la cadena, los alumnos, y los proveedores.

La distribución de cursos *online* suele hacerse a través de las páginas web propias de las instituciones educativas con la ayuda de un *Learning Management System* propio o de un proveedor. También existe la posibilidad de distribuir los cursos a través de plataformas *e-learning* como las mencionadas en el apartado 3.3.2. Intermediarios y fuentes de información. En este aspecto, es relevante mencionar la importancia que tiene el **posicionamiento** de los cursos en los buscadores web, por lo que es necesario llevar a cabo acciones SEO (*Search Engine Optimization*) para lograr la mayor visibilidad posible.

Dentro de las plataformas *e-learning* como edX o Coursera, las recomendaciones de cursos son personalizadas en función del usuario y de sus objetivos de aprendizaje, sin embargo, no es público el método concreto que siguen para recomendar unos cursos por delante de otros.

Por otro lado, los principales métodos que utilizan los alumnos para buscar un curso son clave para saber qué estrategia de comunicación y captación seguir por parte de las instituciones educativas. Así, de acuerdo con el estudio *Online Trends in Education 2020* de Best Colleges, las formas más habituales de encontrar un curso son:

- consultar webs especializadas en *rankings* educativos,
- contactar a las instituciones directamente,
- consultar las páginas web de las instituciones,
- o leer opiniones *online* de otros estudiantes.

Algunas de las páginas web de recomendaciones y rankings se pueden encontrar en el apartado 3.3.2.

Por último, las asociaciones como UPCEA (University of Professional and Continuing Education Association), o OLC (Online Learning Consortium) pueden ser un excelente punto de partida para entrar en el mercado de la educación *online*, ya que ofrecen numerosas opciones de formación para profesionales de la educación y variedad de oportunidades de *networking* para sus miembros.

6.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

En educación *online* no existen prácticamente barreras de acceso al mercado, puesto que cualquier empresa o persona puede diseñar un curso y posicionarlo en Internet, tal y como se demuestra con la gran variedad de oferentes en el mercado: desde colegios y escuelas, hasta grandes empresas o profesores particulares³². Esta característica hace que proliferen los acuerdos y colaboraciones entre distintas organizaciones, como por ejemplo universidades y plataformas de *e-learning*, o entre universidades y empresas privadas.

Sin embargo, es cierto que, si se quiere ofrecer educación *online* primaria, secundaria o terciaria oficial, las instituciones deben ser debidamente **reconocidas por los órganos competentes** en cada país donde se expide el título correspondiente. En Estados Unidos, lo habitual es que las instituciones estén acreditadas por las *Regional Accreditation Boards* o las *National Accreditation Boards*, que a su vez deben estar reconocidas por el US Department of Education. No obstante, no es necesario obtener un permiso o acreditación para ofrecer servicios de educación *online* desde el

³² Garret G. (2016). "The Most Important Trends in Online Education". *Wharton Magazine*. Disponible en: <https://magazine.wharton.upenn.edu/digital/the-most-important-trends-in-online-education/>.

país de origen de la empresa, ya que en ese caso se aplicarían las acreditaciones locales y no las estadounidenses.

La única barrera considerablemente importante es el **posicionamiento y la visibilidad** en los buscadores, por lo que se hace necesaria una campaña de *marketing* con acciones SEO para lograr colocar los cursos en los primeros resultados de los navegadores. Además, en este mercado es especialmente importante el boca a boca entre los propios estudiantes, que recomiendan cursos y programas a sus compañeros, por lo que es conveniente ofrecer la mejor experiencia educativa posible y tener visibilidad en los medios más populares según los estudiantes objetivo (por ejemplo, redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn; prensa; radio; televisión; etc.).

De otra parte, la **convalidación y reconocimiento de títulos** entre países puede suponer una dificultad añadida, sin embargo, en la actualidad en Estados Unidos existen diferentes agencias de acreditación académica extranjera que se encargan de traducir y expedir *credential reports* (informes de resolución), que son reconocidos por instituciones educativas, empresas, colegios profesionales y agencias de empleo. Algunas de las principales agencias son: World Education Services, Education Credential Evaluators, Foundation for International Services, e International Education Research Foundation.

Por último, otras barreras de menor importancia son la **diferencia horaria** entre un país y otro, que puede dificultar el seguimiento de clases *online* en tiempo real y puede ser la razón de no matricularse en un programa, y la disponibilidad de los programas en diferentes **idiomas**.

6.3. Ayudas

En Estados Unidos, la Oficina Económica y Comercial de España en Miami es la responsable del sector educativo y todos los servicios de ICEX, España Exportación e Inversiones están disponibles en esta oficina. Además, ICEX y toda su red de Oficinas Económicas y Comerciales están al servicio de las empresas españolas de la industria por medio de consultas y Servicios Personalizados.

Para ayudar a aprovechar las oportunidades que presenta la industria educativa en Estados Unidos se puede contar con el apoyo de la plataforma **Study in Spain**, cuyo objetivo es promocionar la educación internacional española en Estados Unidos, los cursos de idiomas, los programas *study abroad* en España y otras oportunidades educativas en España para estudiantes internacionales.

En Estados Unidos también tiene presencia la red de Oficinas de Educación de la Embajada de España, y SEPIE (Servicio Español para la Internacionalización de la Educación) tiene una participación activa.

La labor de Study in Spain consiste en apoyar la internacionalización de la industria educativa española a través de la participación en ferias del sector, la organización de misiones comerciales,

el desarrollo de programas de promoción de España como destino educativo, y la promoción de las empresas.

Una de estas iniciativas es el *Pack* de Promoción de Ferias en EE. UU., que es una actividad desarrollada y coordinada por la Oficina Económica y Comercial de España en Miami e ICEX España, Exportación e Inversiones, y que se convoca anualmente. El objetivo de esta acción es dar continuidad a la presencia y oferta del sector educativo en las principales ferias estadounidenses de educación internacional y enseñanza de lenguas. Las ferias incluidas en este paquete para el año 2020 son: NECTFL, AIEA, NABE, CSCTFL, FORUM EA, AATSP, NACAC, NAFSA Regional, TFLA, y CIEE.

Por otro lado, ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Miami organizan la participación española en otras ferias educativas en Estados Unidos como NAFSA o ACTFL, entre otras, con un Pabellón Oficial bajo la marca Study in Spain. También organizan otras actividades relacionadas con el sector, como el programa de Estudiantes Embajadores Study in Spain .

6.4. Ferias y asociaciones

A continuación, se ofrece un listado de asociaciones estadounidenses e internacionales relacionadas con la educación *online*:

- American Distance Education Consortium (ADEC)
- Association for Professional, Continuing and Online Education (UPCEA)
- Association for the Advancement of Computing in Education (AACE)
- Association for Educational Communications and Technology (AECT)
- Competency-Based Education Network (C-BEN)
- Consortium of College University Media Centers (CCUMC)
- Educause
- Instructional Technology Council (ITC)
- International Association for K-12 Online Learning (iNACOL)
- International Council for Open and Distance Education (ICDE)
- National Council of State Authorization Reciprocity Agreements (NC-SARA)
- Online Learning Consortium (OLC)
- SUNY Center for Collaborative Online International Learning (COIL)
- The Presidents Forum
- United States Distance Learning Association (USDLA)
- WICHE Cooperative for Educational Technologies (WCET)

Por otro lado, en Estados Unidos tienen lugar ferias como la ATD International Conference and



Expo, DevLearn, o South by Southwest Edu (SXSW) que cuentan con contenido orientado al *e-learning* y a la relación entre la educación y las nuevas tecnologías³³.



³³ En el año 2020, estas ferias han sido canceladas por la crisis de la COVID-19.

7. Información adicional

7.1. Informes sobre educación *online* en Estados Unidos

- *Online Education Trends Report 2020* de Best Colleges.
- *Online College Students 2019* de Learning House.
- *Grade Increase: Tracking Distance Education in the United States 2018* de Babson Survey Research Group.

7.2. Informes sobre *study abroad* durante la COVID-19

- *2020 Snapshot Survey: Student Study Abroad Experiences During COVID-19* de Diversity Abroad.
- *Open Doors 2019 Report on International Educational Exchange* de Institute of International Education (IIE).
- *COVID-19 Snapshot Survey Series. COVID-19 Effects on U.S. Higher Education Campuses: From Emergency Response to Planning for Future Student Mobility* de IIE.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones