



Educación en Arequipa: ¿tierra fértil para la disrupción?

Renato Concha-Urday Zaa

Ronal Arela Bobadilla

Centro de Estudios en Economía y Empresa, UCSP.

Noviembre de 2021



Contenidos

Resumen

1. Introducción
2. ¿Qué es la disrupción?
3. Aumento de precios del sector educativo en Arequipa
4. Interés en educación online en Arequipa
5. Conclusiones



Dedicatoria

Quiero dedicar este reporte a mi padre, Antonio Concha Urday, gran apasionado de los datos, la ciencia y la educación. "No hay mejor inversión que la educación" decía, yo creo que no hay mayor suerte que haber tenido un padre como él.

Renato Concha-Urday Zaa

Resumen

¿Qué es disrupción? Según Clayton Christensen ¹, una disrupción ocurre cuando un producto o servicio, que es una opción más barata y más accesible, termina desplazando a los competidores establecidos y ocasionando la disrupción del mercado. Scott Galloway ² indica que el sector educativo de Estados Unidos ha experimentado incrementos dramáticos en sus precios, pero que también es un sector donde se ha venido ofreciendo básicamente la misma propuesta de valor sin mayores innovaciones. Estas condiciones pueden incrementar las probabilidades de que en esta industria ingresen competidores innovadores que desestabilicen a la industria.

En Arequipa, los precios del sector educativo –de todo nivel– han crecido sostenidamente en los últimos 10 años. Desde 2011, los precios al consumidor de los servicios de enseñanza en Arequipa han despegado en mayor magnitud que en la gran mayoría de departamentos, incluso en comparación con Lima. Entre 2011 y 2021, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) se ha elevado en 73.9% (173.86 en 2021 vs 100 a inicios de 2011).

Por otro lado, hubo un incremento en las búsquedas de empresas vinculadas a servicios educativos online en Arequipa. Plataformas como edX, UDEMY, Coursera, OBS han incrementado su popularidad de búsqueda desde 2020; sin embargo, volvieron a sus niveles de popularidad anteriores en 2021. Otras empresas como Crehana y UNIR, incrementaron su popularidad en 2020 y la han mantenido en 2021.

Conclusión: aunque hay un incremento de precios sostenido en el sector educativo de todo nivel, y cierto incremento en la popularidad de los ofertantes de educación online, no parece que la ‘disrupción’ haya empezado en toda su magnitud. Una de las posibles razones es que el mercado educativo es altamente regulado. En el caso de los certificados de cursos y programas profesionales y técnicos cortos o de mediano plazo, que son ofertados por universidades arequipeñas y ofertantes online, su validez es más flexible, por lo que a través de este pequeño nicho es por donde la disrupción ingresaría al mercado (le llaman '*beachhead market*'). La pandemia ha permitido un incremento en el interés de estas plataformas online. En un escenario futuro de incremento sostenido de precios e innovaciones pequeñas o nulas en los cursos de especialización técnica-profesional e incluso de programas universitarios, es probable que ingresen al mercado nuevos ofertantes online y de bajo precio, que puedan hacerle frente a las universidades en Arequipa.

¹Clayton Christensen fue un consultor académico y empresarial estadounidense que desarrolló la teoría de la innovación disruptiva. Se desempeñó como Profesor Kim B. Clark de Administración de Empresas en la Escuela de Negocios de Harvard (HBS).

²Profesor de Marketing de la NYU Stern School of Business, considerado como uno de los 50 mejores profesores de escuelas de negocios (2012) y autor del Digital IQ Index, un ranking global de competencia digital de marcas famosas.

1. Introducción

En noviembre de 2020, Scott Galloway publicó el libro "*Post Corona: From Crisis to Opportunity*" en el que expone que la educación de Estados Unidos es un sector que ha experimentado incrementos dramáticos en sus precios, pero donde se ha venido ofreciendo básicamente la misma propuesta de valor. Galloway sostiene que en este sector se ha innovado poco o nada en las últimas décadas.

Galloway indica además que en algunos sectores como el de educación y las comunicaciones, las empresas incumbentes –empresas que poseen gran participación de mercado en su industria– no han agregado mayor innovación a sus productos o servicios y se han dedicado básicamente a construir marcas poderosas. Estas condiciones pueden incrementar las probabilidades de que en estas industrias ingresen competidores innovadores que permitan la disrupción en la industria.

Inspirados en ese libro, y sobre la base de la teoría de innovación disruptiva de Clayton Christensen, los autores nos preguntamos si un fenómeno similar ocurre para el sector educación de Arequipa. Puntualmente, nos preguntamos: ¿será cierto también para el mercado arequipeño que los precios del sector educación han aumentado sustancialmente? Y, en consecuencia a este aumento de precios del sector, nos cuestionamos también: ¿hay indicios de una *disrupción* gestándose en el mercado de educación de Arequipa?

2. ¿Qué es la disrupción?

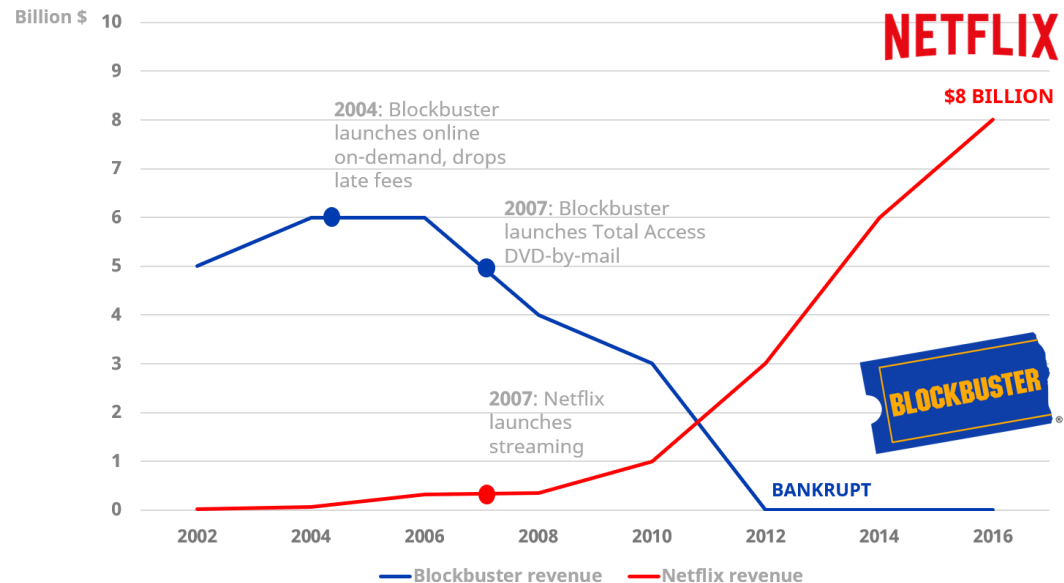
Según Clayton Christensen una disrupción ocurre cuando un producto o servicio, que es una opción más barata y más accesible, termina desplazando a los competidores establecidos y desestabiliza a la industria.

Un buen ejemplo de disrupción es el que ocurrió en el mercado de alquiler de videos. Cuando Netflix salió al mercado en 1997, la empresa era la opción barata y de nicho. Netflix además atendía a clientes muy diferentes del incumbente del momento, Blockbuster. Los clientes de Blockbuster alquilaban series y películas impulsivamente. Por otro lado, aquellos clientes de Netflix eran cinéfilos, adeptos al *online shopping* y adoptantes iniciales de *DVD players* que no tenían problemas con esperar un par de días en recibir las películas a cambio de los beneficios que ofrecía Netflix: menor precio y menores penalidades por retorno tardío de la película.

Debido a que Netflix era la opción más barata y con poca cuota de mercado, Blockbuster lo ignoró como competidor directo. Sin embargo, Netflix cambió de modelo de negocio y pasó a convertirse en la primera plataforma de *streaming* de video en 2007. Como consecuencia, Netflix dejó de atender a un segmento de clientes distinto al de Blockbuster y se hizo popular en todo el mercado. El resto es historia: Netflix realizó una disrupción el mercado y Blockbuster se declaró en quiebra en 2010.

Volvamos a Arequipa y el mercado educativo. ¿Existen en el mercado de educación de Arequipa incumbentes enfocados sobre todo a mejorar su oferta y unos potenciales disruptores con precios más bajos o mayor valor agregado? Veamos.

Ingresos de Netflix y Blockbuster entre 2002 y 2016



Fuente: <https://www.viima.com/blog/disruptive-innovation>

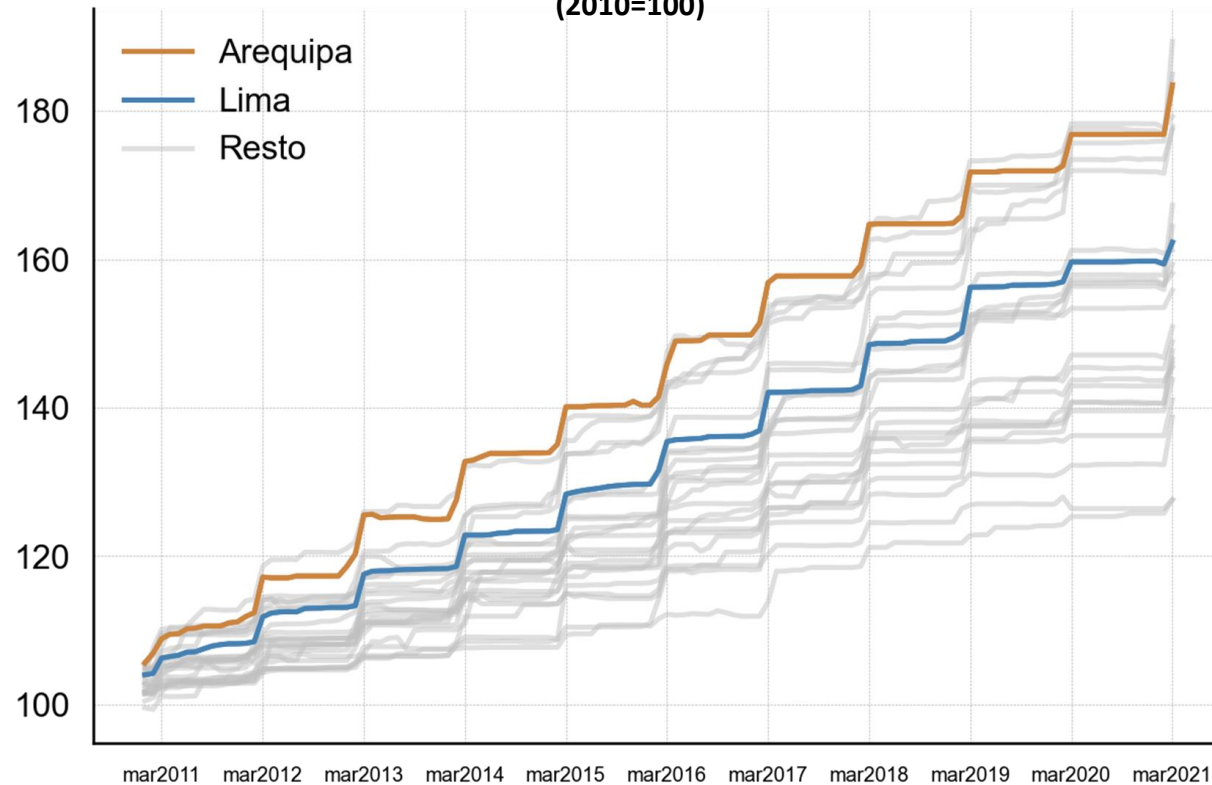


Foto: larepublica.pe

3. Aumento de precios del sector educativo en Arequipa

Los precios del sector educativo en Arequipa han crecido sostenidamente en los últimos 10 años.

Perú: Índice de precios al consumidor de los servicios de enseñanza, marzo de 2011
- marzo de 2021, según departamento
(2010=100)



Desde 2011, los precios al consumidor de los servicios de enseñanza en Arequipa han despegado en mayor magnitud que en la gran mayoría de departamentos, incluso en comparación con Lima. Entre 2011 y 2021, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) se ha elevado en 83.5% (183.52 en 2021 vs 100 en el año base 2010).

Notas: Los servicios de enseñanza corresponden al consumo de pensiones y matriculas de instituciones de educación **básica y superior, pública y privada**. Este indicador se calcula en base al consumo habitual de un grupo representativo de familias de diversos estratos socioeconómicos.

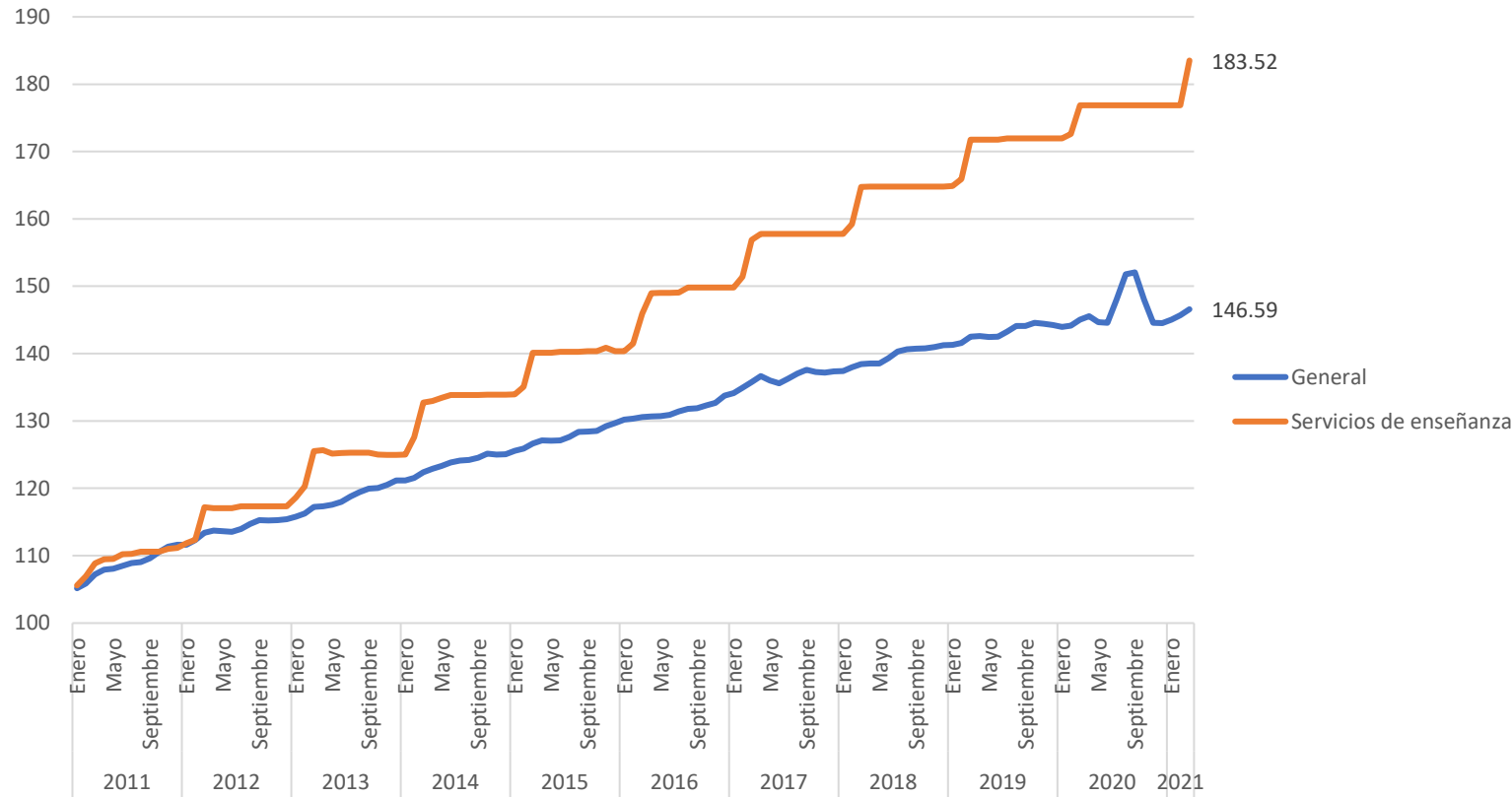
Desde 2011, el índice de precios ha subido en mayor magnitud en Arequipa en comparación con el resto de departamentos. **Esto no implica que los precios sean más altos en Arequipa en comparación con el resto del país, sino que a partir de 2011, la suba de precios en Arequipa fue una de las mayores a nivel nacional.**

Usualmente, los cambios en los precios de los servicios de enseñanza se dan alrededor de marzo de cada año.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).
Elaboración: Centro de Estudios en Economía y Empresa, UCSP.

El incremento de precios de los servicios de enseñanza fue mayor al incremento de precios en general.

Arequipa: Índice de precios al consumidor general y de los servicios de enseñanza, marzo de 2011 - marzo de 2021 (2010=100)

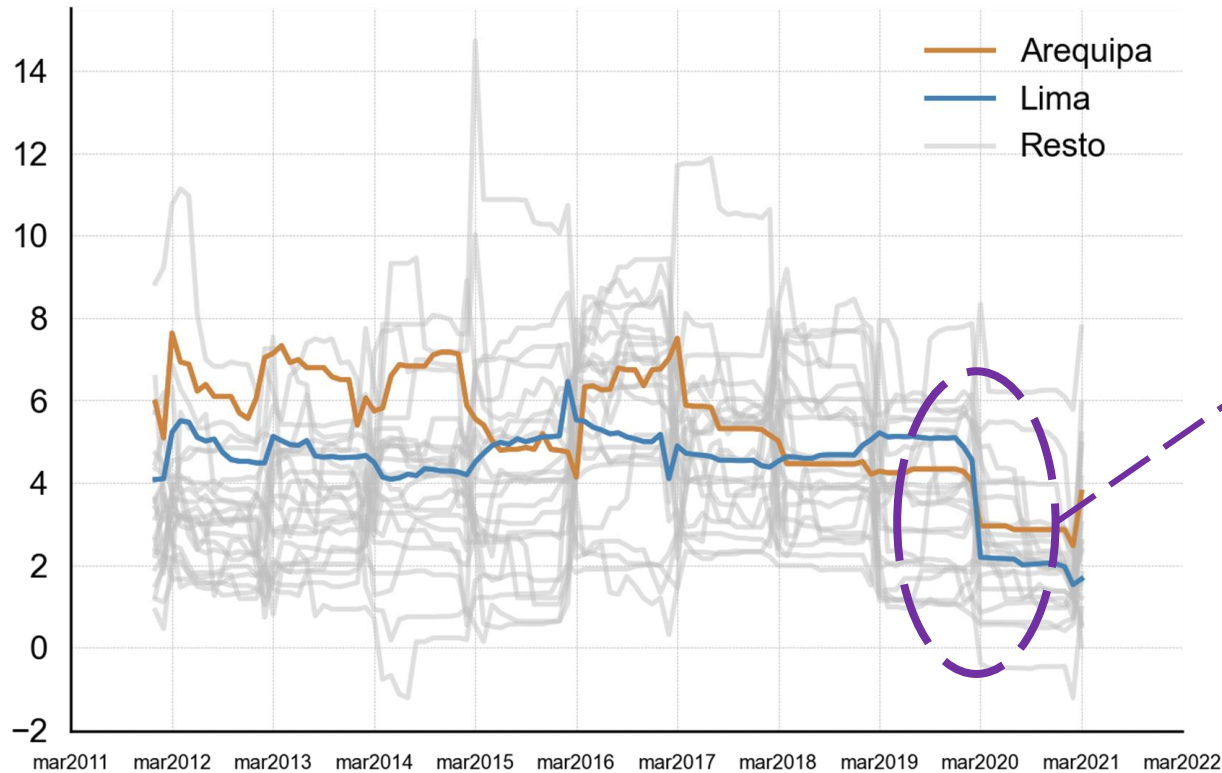


Este incremento ha sido mayor al incremento de los servicios a nivel general en Arequipa. Mientras que el IPC general se ubicó en 146.59 en marzo de 2021, el IPC de los servicios de enseñanza se ubicó en 183.52 (2010=100).

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).
Elaboración: Centro de Estudios en Economía y Empresa, UCSP.

La inflación ha sido menor en 2020, debido a la pandemia.

Perú: Inflación interanual de servicios de educación, marzo de 2011 - marzo de 2021, según departamento (Porcentaje)



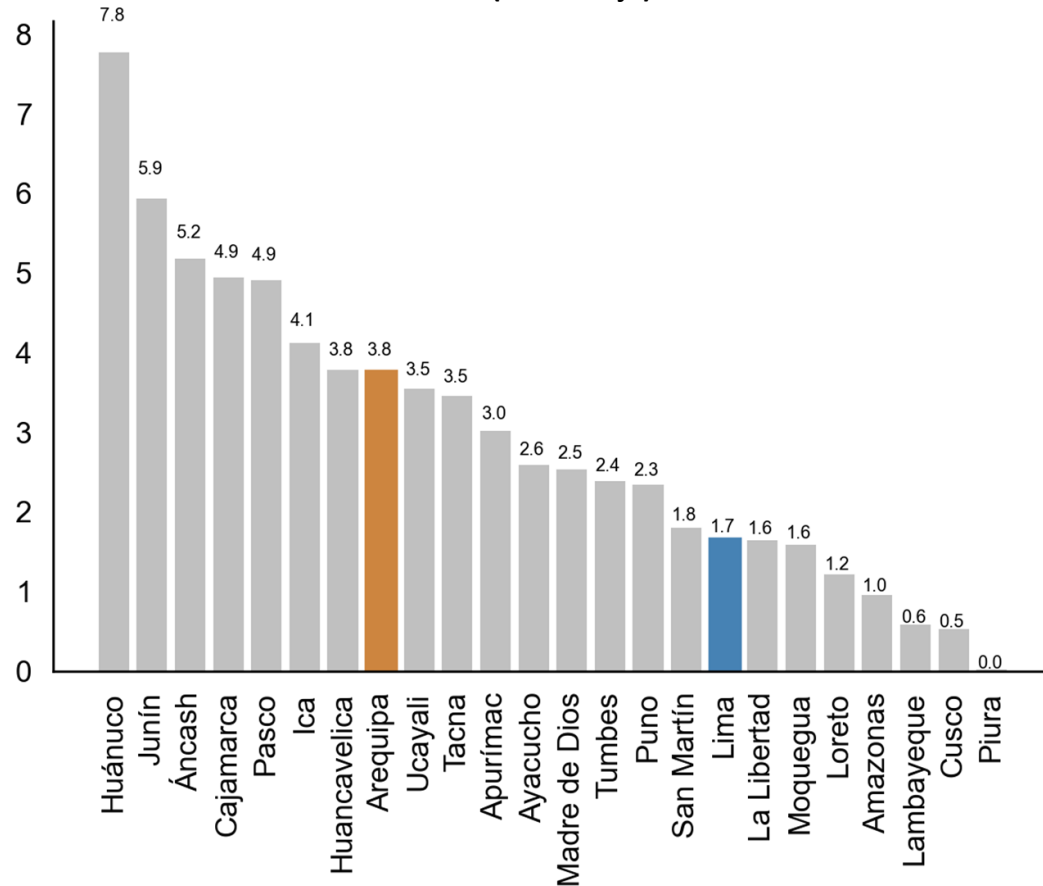
En Arequipa, la inflación en los servicios de enseñanza –medida como la variación porcentual anual de los precios– se ha incrementado en torno a 5.69% en promedio cada año desde 2011 hasta 2021; sin embargo, desde marzo de 2017 se observa una reducción gradual.

En marzo de 2020, producto de la pandemia por el Covid-19 y la paralización de las actividades económicas, la inflación en Arequipa, como en el resto de departamentos, fue menor (Arequipa: 2.95%).

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).
Elaboración: Centro de Estudios en Economía y Empresa, UCSP.

En 2021, la inflación subió nuevamente, ubicándose en 3.8% para Arequipa.

Perú: Inflación interanual de servicios de educación, marzo de 2021, según departamento (Porcentaje)



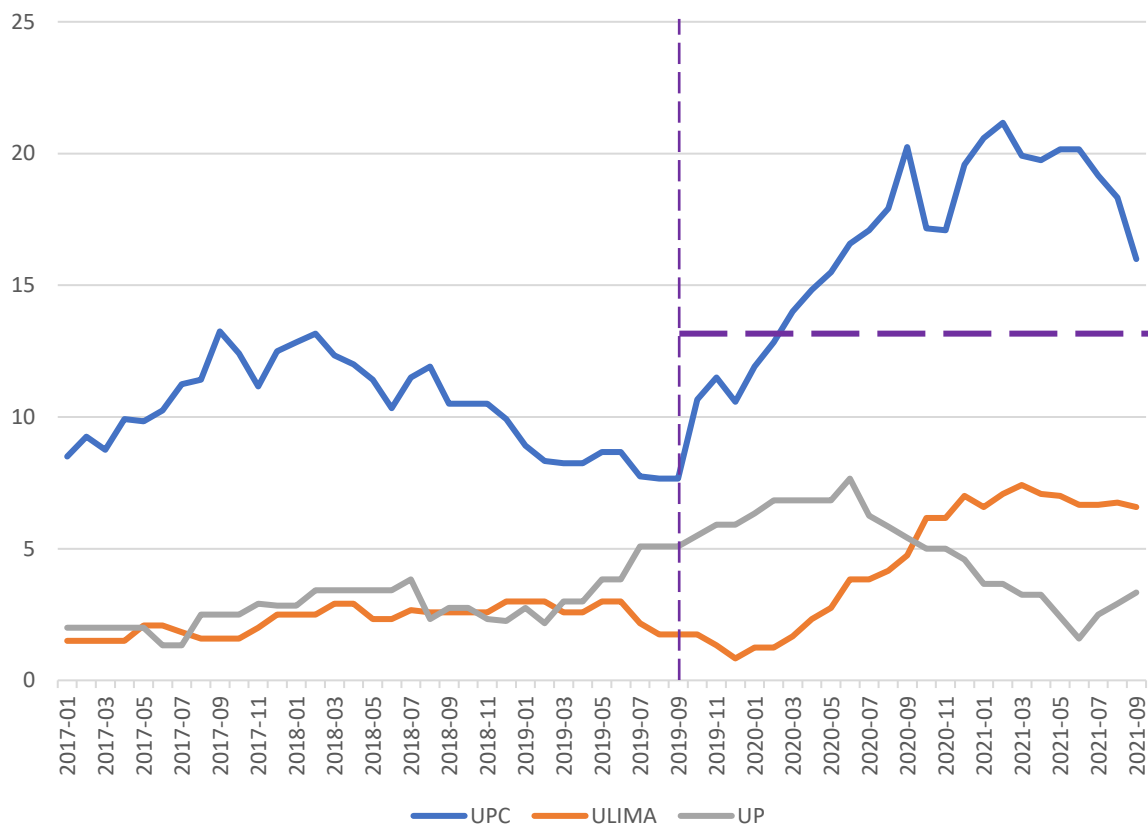
A pesar de esta menor inflación en 2020, en 2021 (marzo) la inflación de 3.77% en Arequipa fue una de las 8 más altas entre los departamentos.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).
Elaboración: Centro de Estudios en Economía y Empresa, UCSP.

4. Interés en educación online en Arequipa

Hay un creciente interés en alternativas de educación online profesional/ técnica

Arequipa: Popularidad de búsquedas en internet de universidades de Lima sin sede física en Arequipa (Índice)



El gráfico muestra la popularidad de determinados términos de búsqueda en *Google Trends*, un servicio de *Google* que mide la popularidad de búsquedas en determinado rango de tiempo y en determinada región.

El ingreso de nuevas instituciones educativas que ofrezcan sus servicios online en Arequipa parece una situación difícil debido a las regulaciones del Estado.

En cambio, la disrupción es más probable en el mercado de educación superior y formación continua. Se han analizado a universidades de Lima que no cuentan con una sede propia en Arequipa y tienen programas de posgrado que han podido ser llevados de forma virtual durante 2020.

A partir de septiembre de 2019, la popularidad –vinculada al número de búsquedas en *Google Search*– del término que hace referencia a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (“UPC”) crece y se mantiene alto durante 2020. Otros términos que hacen referencia a la Universidad de Lima (“ULIMA”) y Universidad del Pacífico (“UP”) incrementan su popularidad a partir de 2019 y 2020.

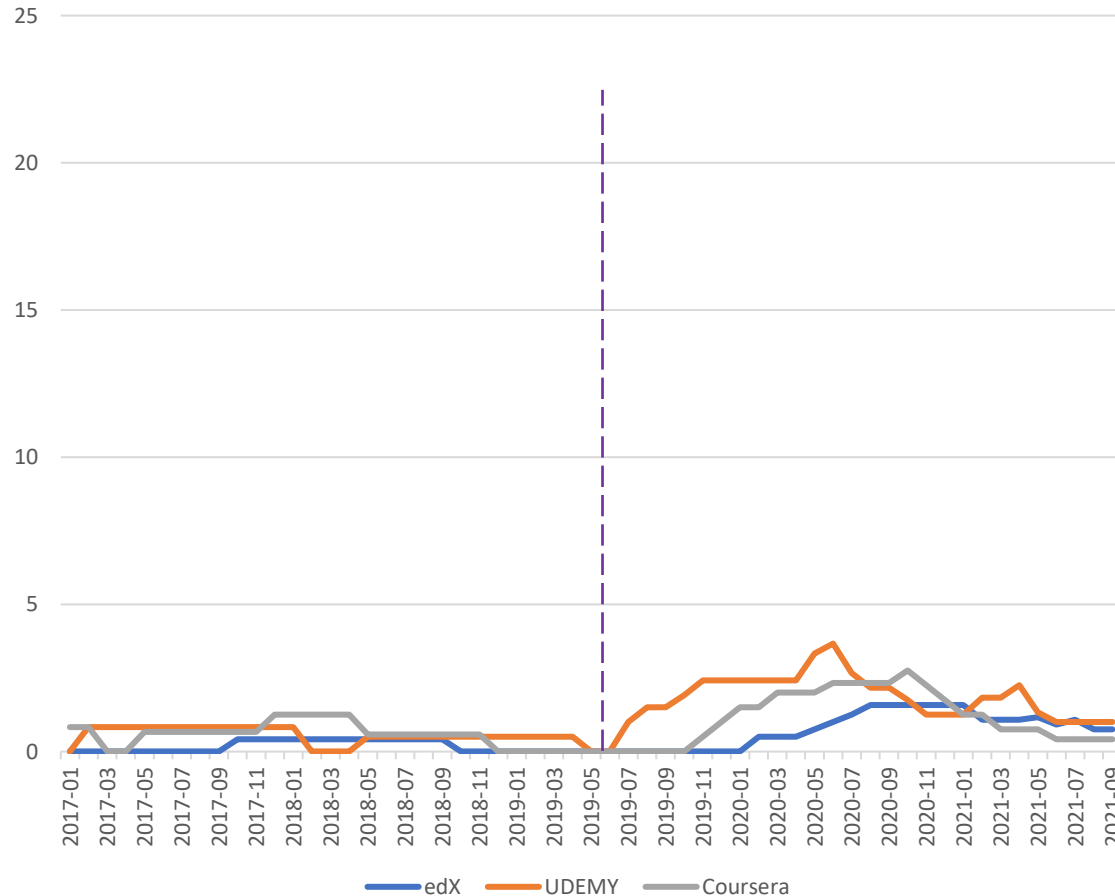
Nota: mientras más elevado sea el índice, el término es más popular en las búsquedas en Arequipa. 100 es el valor de referencia correspondiente a la popularidad máxima de una de las universidades privadas con menor número de búsquedas en Arequipa. El valor corresponde a la media móvil de los últimos 12 meses en cada periodo. La información corresponde a las búsquedas en *Google Search*. El índice de popularidad elimina el efecto del incremento en el número de búsquedas globales; es decir, el incremento en la popularidad a lo largo de los años no se debe al incremento de personas buscando en *Google Search* cada año.

Fuente: *Google Trends*.

Elaboración: Centro de Estudios en Economía y Empresa, UCSP.

Udemy, Coursera y edX han experimentado mayor popularidad en las búsquedas en internet a partir de mayo de 2019 (Udemy) y finales de 2019 (edX y Coursera).

**Arequipa: Popularidad de empresas de educación online
(Índice)**



Aunque su popularidad aun es pequeña, las plataformas de educación online internacionales y que ofrecen programas de especialización gratuitos y no gratuitos en Arequipa han incrementado su popularidad desde mayo de 2019 aproximadamente. En 2020 tuvieron sus mayores niveles de popularidad mientras que en 2021 volvieron a niveles de popularidad anteriores a 2019. Resalta el hecho de que gran parte de los cursos de estas plataformas son dictados en inglés.

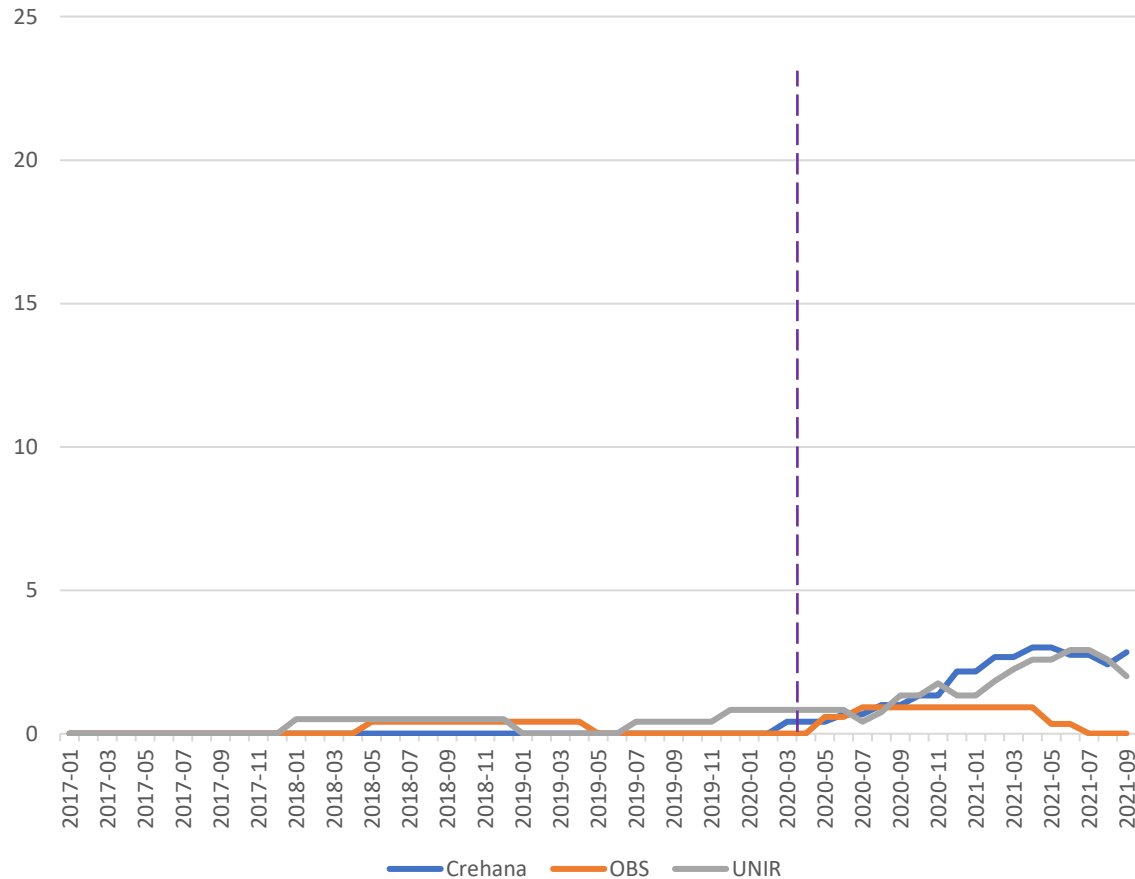
Nota: mientras más elevado sea el índice, el término es más popular en las búsqueda de Arequipa. 100 es el valor de referencia correspondiente a la popularidad máxima de una de las universidades privadas con menor número de búsquedas en Arequipa. El valor corresponde a la media móvil de los últimos 12 meses en cada periodo. La información corresponde a las búsquedas en Google Search.

Fuente: Google Trends.

Elaboración: Centro de Estudios en Economía y Empresa, UCSP.

Empresas como Crehana, OBS y UNIR, han incrementado su popularidad a partir de marzo de 2020.

Arequipa: Popularidad de empresas de educación online (índice)



Por otro lado, en Arequipa se encuentran presentes otras empresas que ofrecen educación online. Entre ellas, OBS, Crehana y UNIR han incrementado sus niveles de popularidad desde marzo de 2020 aproximadamente. En 2021 han logrado alcanzar mayor popularidad que en años anteriores.

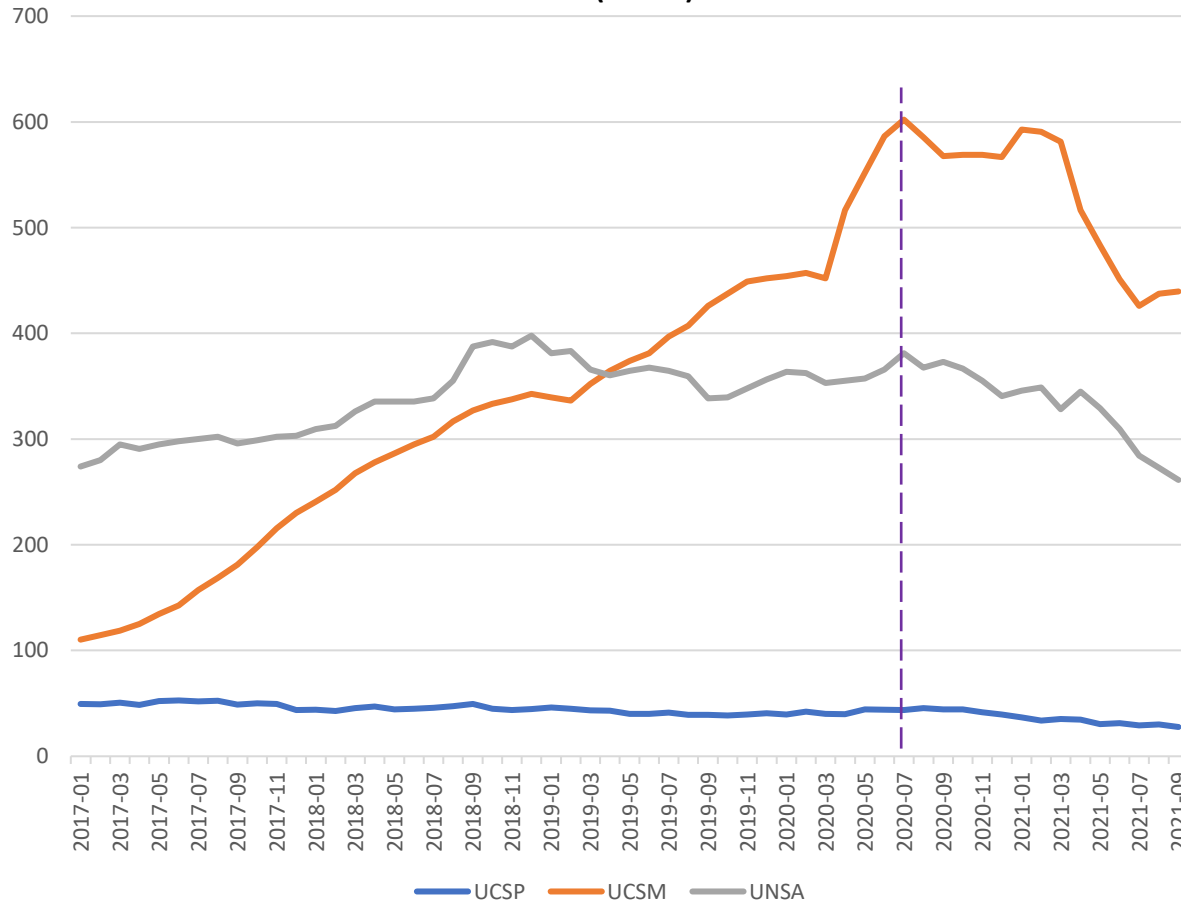
Nota: mientras más elevado sea el índice, el término es más popular en las búsquedas de Arequipa. 100 es el valor de referencia correspondiente a la popularidad máxima de una de las universidades privadas con menor número de búsquedas en Arequipa. El valor corresponde a la media móvil de los últimos 12 meses en cada periodo. La información corresponde a las búsquedas en Google Search.

Fuente: Google Trends.

Elaboración: Centro de Estudios en Economía y Empresa, UCSP.

Sin embargo, la popularidad de las empresas y universidades que ofrecen sus servicios online aun se encuentra muy por debajo de la popularidad de las universidades arequipeñas. La popularidad de estas últimas llega a tener valores por encima de 100, a diferencia de los servicios online que llegaron a valores máximos entre 20 y 25.

Arequipa: Popularidad de empresas de educación online (índice)



La popularidad de las universidades con programas presenciales e infraestructura física en Arequipa ha tenido sus valores más altos durante 2018, en el caso de la UNSA, 2017 en el caso de la UCSP y 2020 en el caso de la UCSM.

Debe indicarse que en 2020, el incremento de la popularidad de la UCSM coincidió con las noticias vinculadas a la situación de sus pensiones durante la cuarentena.

Nota: mientras más elevado sea el índice, el término es más popular en las búsquedas de Arequipa. 100 es el valor de referencia correspondiente a la popularidad máxima de una de las universidades privadas con menor número de búsquedas en Arequipa. El valor corresponde a la media móvil de los últimos 12 meses en cada periodo. La información corresponde a las búsquedas en *Google Search*.

Fuente: *Google Trends*.

Elaboración: Centro de Estudios en Economía y Empresa, UCSP.

5. Conclusiones

- Aunque hay un incremento de precios sostenido en el sector educativo de todo nivel, y cierto incremento en la popularidad de los ofertantes de educación online, no parece que la ‘disrupción’ haya empezado en toda su magnitud. Una de las posibles razones es que el mercado educativo es altamente regulado. En el caso de los certificados de cursos y programas profesionales y técnicos cortos o de mediano plazo, que son ofertados por universidades arequipeñas y ofertantes online, su validez es más flexible, por lo que a través de este pequeño nicho es por donde la disrupción ingresaría al mercado (le llaman '*beachhead market*').
- La pandemia ha permitido un incremento en el interés de estas plataformas online. En un escenario futuro de incremento sostenido de precios e innovaciones pequeñas o nulas en los cursos de especialización técnica-profesional e incluso de programas universitarios, es probable que ingresen al mercado nuevos ofertantes online y de bajo precio, que puedan hacerle frente a las universidades en Arequipa.



Educación en Arequipa: ¿tierra fértil para la disrupción?

Noviembre de 2021

