



ESTUDIO
DE MERCADO

2021



El mercado del *e-learning* en Argentina

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Buenos Aires

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



ESTUDIO
DE MERCADO

24 de noviembre de 2021
Buenos Aires

Este estudio ha sido realizado por
Alejandro Cobelo Pardo de Donlebun

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Buenos Aires

<http://argentina.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-21-009-9



Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Definición del sector	8
2.1. Definición de <i>e-learning</i>	8
2.1.1. Características del <i>e-learning</i>	8
2.2. Situación del sector derivada de la COVID-19	9
2.2.1. Las dificultades del sector en Latinoamérica	9
2.2.1. Las dificultades del sector en Argentina	11
3. Oferta – Análisis de competidores	15
3.1. Tamaño del mercado mundial	15
3.2. Tamaño del mercado latinoamericano	16
3.3. El mercado argentino	16
3.3.1. Situación actual del sector	16
3.4. Competidores	17
3.4.1. Universidades públicas y privadas	18
3.4.2. Empresas	20
4. Demanda	23
4.1. Educación superior en Argentina	23
4.1.1. Educación superior <i>online</i> en Argentina	25
4.2. Capacitación profesional	28
4.2.1. Empresas	28
4.2.2. Particulares	28
4.2.3. Iniciativas públicas	29
5. Precios	30
5.1. Instituciones universitarias	30
5.2. Empresas	31
5.3. Público general	31
6. Percepción del producto español	32
7. Canales de distribución	34
7.1. Licitaciones públicas	34
8. Acceso al mercado – Barreras	36
8.1. Marco legislativo	36
8.1.1. Normativa	36
8.1.2. Organismos responsables	36
8.2. Tratamiento fiscal	37



9. Perspectivas y oportunidades del sector	39
9.1. Acuerdos de colaboración	39
9.1.1. Cooperación Educativa entre España y Argentina	39
9.2. Incentivos a la implantación	40
9.2.1. Régimen de Crédito Fiscal de la Ley 22.317	40
10. Información práctica	41
10.1. Ferias	41
10.2. Asociaciones y cámaras profesionales	41
10.3. Otras direcciones de interés	42
11. Bibliografía	45

icex

1. Resumen ejecutivo

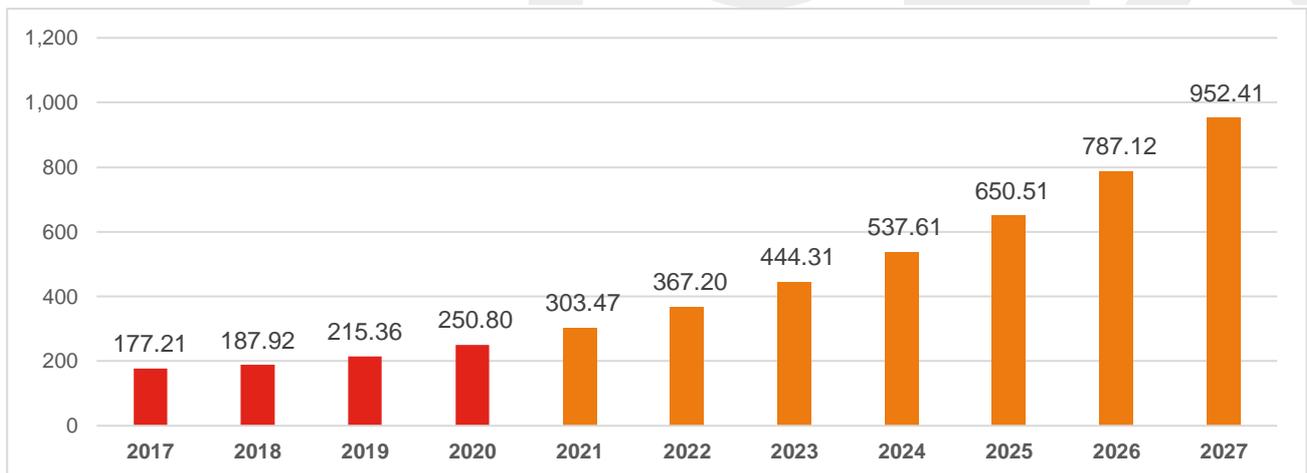
El principal objetivo de este estudio es analizar el sector del *e-learning* desde dos enfoques: la enseñanza superior y la capacitación profesional. Para ello, a partir de los datos recogidos en diversas fuentes, se ofrece información sobre la evaluación de su oferta y su demanda, las barreras de entrada al mercado y las posibilidades de generar negocio en el mismo.

En los últimos años, la transformación digital de los procesos analógicos continúa generando cambios y avances en gran parte de los sectores económicos, incluso en los más tradicionales, como es el caso de la enseñanza.

A raíz de la pandemia de COVID-19, este tipo de servicio se convirtió en la única solución a la vista para no interrumpir el aprendizaje durante el 2020. Por ello, resulta innegable su importancia, así como que 2021 será el año de su despegue y consolidación, tal y como muestran las siguientes proyecciones:

EL MERCADO MUNDIAL DEL *E-LEARNING*

(Tamaño del mercado y previsiones, en miles de millones de USD)



Fuente: elaboración propia a partir de Global Market Insights.

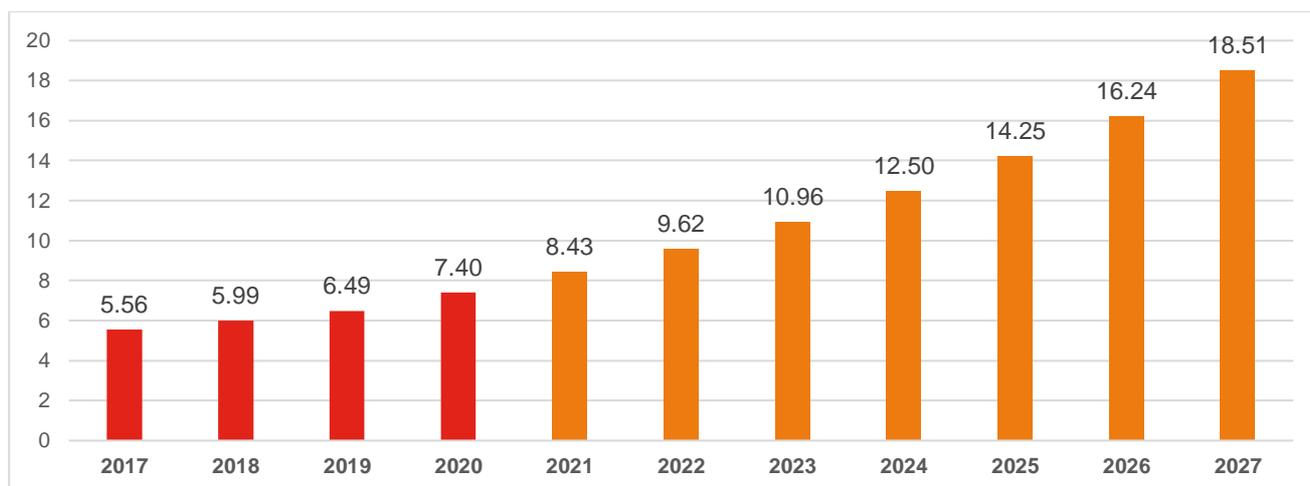
No obstante, este crecimiento no estuvo únicamente ligado a la clausura de las instituciones educativas en todo el mundo –en Argentina la presencialidad en las aulas se detuvo durante 72 semanas–, pues desde Global Market Insights también destacan la significativa inversión que, desde hace un tiempo, está realizando el sector corporativo en este tipo de servicios, y apuntan que este año el *e-learning* corporativo ha aumentado un 24 %.



A medida que la comunidad educativa global adopta la educación *online*, también ocurre lo mismo en América Latina; en los próximos años se espera que el mercado crezca un 14 % anual.

EL MERCADO LATINOAMERICANO DEL *E-LEARNING*

(Tamaño del mercado y previsiones en miles de millones de USD)



Fuente: elaboración propia a partir de Global Market Insights.

De acuerdo con la misma fuente mencionada previamente, uno de los principales motivos por los que se proyecta un crecimiento agigantado del sector en esta parte del mundo, se debe a que resulta mucho más económico –además de la sencillez logística– invertir en el desarrollo de este tipo de servicios.

En cuanto a la industria en Argentina, en los últimos años se han dado numerosos progresos en materia de conectividad, equipamiento y producción de recursos digitales –logrando así reducir la brecha digital existente–, lo que ha dado lugar al desarrollo de diversos proyectos en pro de una enseñanza digital y en línea.

Consecuentemente, se ha producido un gran caudal de oportunidades en un mercado en el que 46 instituciones educativas –el 52,17 % públicas– abarcan la totalidad de la oferta *online* de educación superior; y 8 empresas locales –algunas con presencia internacional– compiten con el resto por capacitar profesionalmente tanto al capital humano del sector corporativo como a particulares interesados por continuar formándose en nuevos campos de actividad.

La alternativa de acceso al mercado más común es dirigirse directamente al cliente final, en algunos casos a través de una institución educativa o empresa privada local mediante acuerdos de colaboración o, incluso –aunque más arriesgado–, mediante la implantación directa en el propio territorio; también existe la posibilidad de prestar servicios de *e-learning* a las diferentes administraciones públicas argentinas a través de procesos de licitación.



En suma, se trata de un rubro prometedor en un mercado particular como es el argentino: de gran tamaño y relevancia en Latinoamérica, pero complejo por la dificultad para desarrollar proyectos a medio y largo plazo debido a los ciclos cambiantes de su economía y política.

icex

2. Definición del sector

2.1. Definición de *e-learning*

En los últimos años, la transformación digital de los procesos analógicos continúa generando cambios y avances en gran parte de los sectores económicos, incluso en los más tradicionales, como es el caso de la educación.

La cada vez mayor facilidad para encontrar cualquier información en línea ha provocado que tanto la enseñanza formal como la no formal, hayan buscado alternativas en las distintas herramientas en línea para aumentar su desarrollo.

Si bien el *e-learning* no es un concepto novedoso, todavía suele ser confundido con otros términos afines que se emplean de forma errónea; principalmente con la «educación a distancia». Por ello, conviene matizar las pequeñas diferencias entre ambos antes de comenzar el presente estudio.

En este sentido, se debe aclarar que todo proceso educativo que se imparte de manera *online* no es presencial; sin embargo, no toda enseñanza no presencial tiene por qué desarrollarse en línea. De este modo, la formación *online* suele definirse como el proceso de aprendizaje que se lleva a cabo a través de Internet, caracterizado por una separación física entre profesor y estudiante, pero con el predominio de una comunicación tanto síncrona como asíncrona, la cual permite una interacción didáctica continuada.

2.1.1. Características del *e-learning*

Las actividades englobadas en este sector se caracterizan por los siguientes rasgos, que complementan la definición dada:

- Desaparecen las barreras espacio-tiempo. Es un sistema flexible que se adapta a las características y necesidades de los estudiantes, permitiéndoles realizar los cursos desde cualquier lugar y a cualquier hora.
- El distanciamiento físico no impide la constante comunicación ni la retroalimentación gracias, en parte, a las herramientas que incorporan las plataformas *e-learning*.
- Promueven el aprendizaje independiente. El estudiante se convierte en el centro del proceso, mientras que el docente se encarga de orientarle y guiarle durante el mismo.
- Tienen un alcance masivo y favorecen la inclusión social, especialmente a quienes tienen dificultades para desplazarse a los centros educativos.

- Incluyen contenidos actualizados. La modalidad permite incorporar de manera rápida las novedades relacionadas con el tema de estudio.
- Implican el empleo de medios digitales. Los pocos requisitos se reducen a la conectividad a Internet y la posesión de un dispositivo tecnológico.

2.2. Situación del sector derivada de la COVID-19

2.2.1. Las dificultades del sector en Latinoamérica

Las restricciones sanitarias derivadas de la COVID-19 han supuesto un enorme reto para todos los sectores económicos. En este sentido, a nivel global, se decidió seguir las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) e implantar una modalidad de enseñanza virtual, lo que supuso el cierre de muchos centros formativos¹.

GRÁFICO 1. CIERRE DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN EL MUNDO DURANTE LA PANDEMIA

Número de alumnos afectados expresado en millones



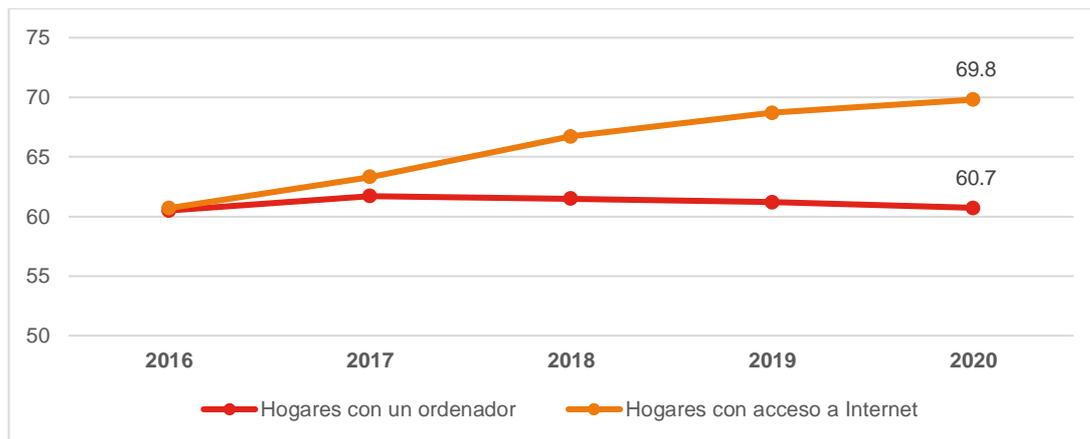
Fuente: elaboración propia a partir de UNESCO.

Este cambio supuso una difícil adaptación para los sistemas de educación en todo el mundo, aunque especialmente en América Latina, pues la gran mayoría de los países no estaban preparados para este nuevo e inesperado escenario. De acuerdo con la base de datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), antes del comienzo de la pandemia a principios de

¹ Se incluyen los alumnos de educación primaria, secundaria y universitaria, y los de formación profesional.

2020, solamente el 69,8 % de la población de la región tenía acceso a Internet y el 60,7 % de los hogares contaban con al menos un ordenador².

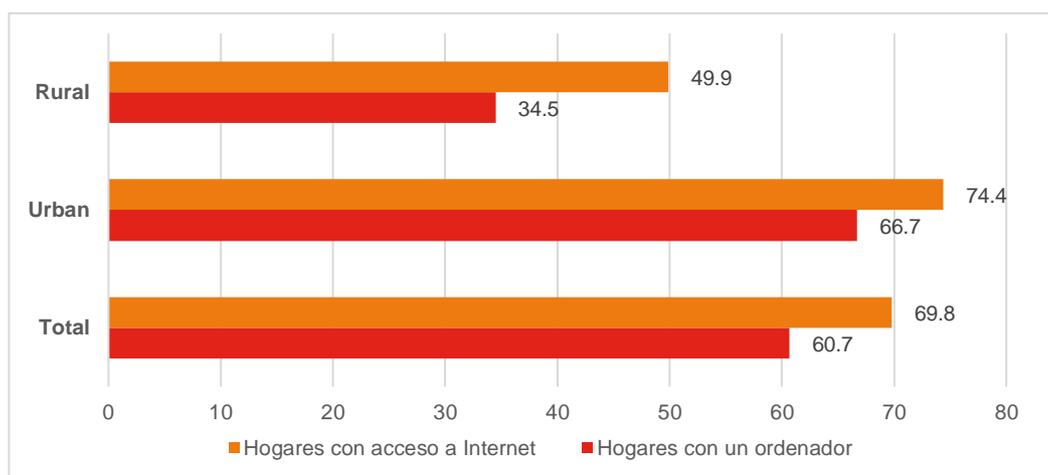
GRÁFICO 2. HOGARES DE LATINOAMÉRICA CON UN ORDENADOR Y ACCESO A INTERNET
Expresado en %



Fuente: elaboración propia a partir de UIT.

Igualmente, se debe tener en cuenta la brecha digital entre las zonas urbanas y las rurales, pues las cifras anteriores son significativamente diferentes.

GRÁFICO 3. BRECHA DIGITAL EN LATINOAMÉRICA EN 2020
Expresado en %



Fuente: elaboración propia a partir de UIT.

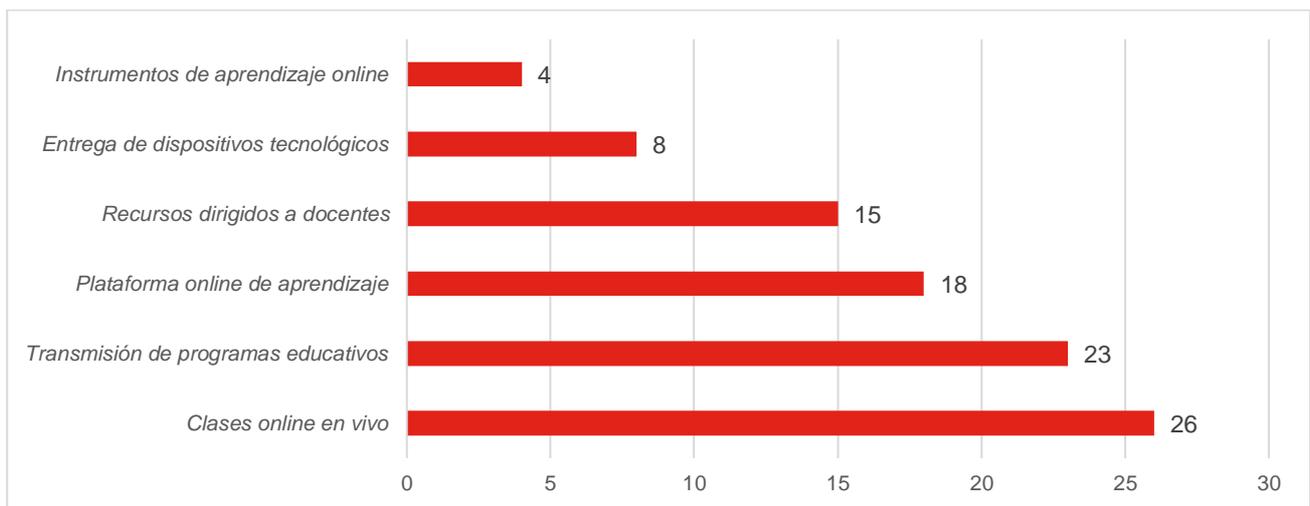
² Esto incluye los ordenadores de escritorio, los portátiles y las *tablets*.

Además de evidenciar las desigualdades socioeconómicas, el Gráfico 3 también refleja la complejidad de llevar a cabo este proceso en ciertos territorios, especialmente en aquellos con un alto porcentaje de población rural.

En este contexto, se desarrollaron diferentes estrategias para sostener actividades educativas en línea con el objetivo de garantizar una enseñanza inclusiva y equitativa. Según desvela el informe *Universalizar el acceso a las tecnologías digitales para enfrentar los efectos del COVID-19* elaborado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en aquellos países de la región que ya contaban con plataformas virtuales educativas, la planificación fue menos transversal y el foco se puso en adecuar y actualizar estas.

GRÁFICO 4. ESTRATEGIAS PARA CONTINUAR CON LA EDUCACIÓN EN LÍNEA

Número de países de Latinoamérica en los que se han aplicado



Fuente: elaboración propia a partir de CEPAL.

Por su parte, el resto tuvo que hacer frente a un abordaje integral de la emergencia, mediante el diseño de un plan exhaustivo articulado en diversas iniciativas; en algunos casos, en cooperación con organismos multilaterales y empresas privadas como Microsoft, Cisco o Google.

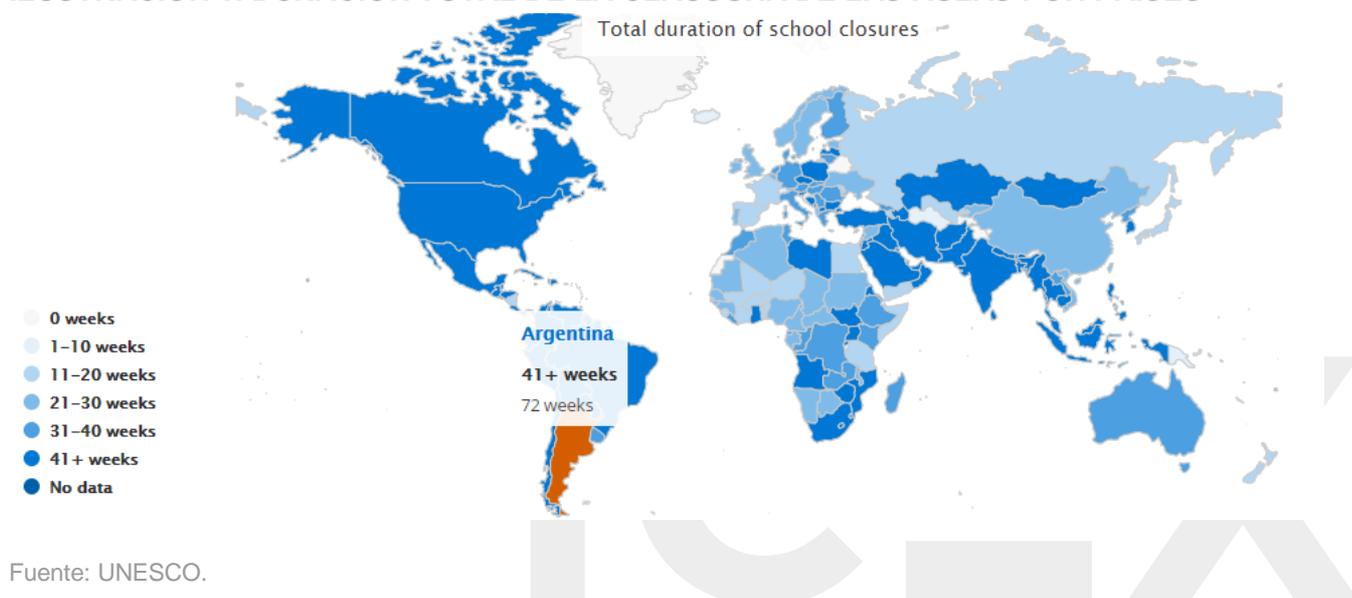
2.2.1. Las dificultades del sector en Argentina

A comienzos del pasado mes de octubre, el ministro de Educación de la Nación anunciaba la derogación del protocolo vigente para las aulas de nivel universitario en el país, lo cual implicaba la vuelta a la presencialidad plena tras la decisión del cierre de estas en marzo de 2020.

En este sentido, cabe recordar que Argentina fue el cuarto país del mundo que más tiempo mantuvo sus instituciones educativas totalmente cerradas, solamente superado por India, Nepal y Panamá.

De acuerdo con el mapa interactivo *Global Monitoring of School Closures* elaborado por la UNESCO, el cual se puede ver a continuación, la presencialidad en las aulas se detuvo durante 72 semanas.

ILUSTRACIÓN 1. DURACION TOTAL DE LA CLAUSURA DE LAS AULAS POR PAÍSES

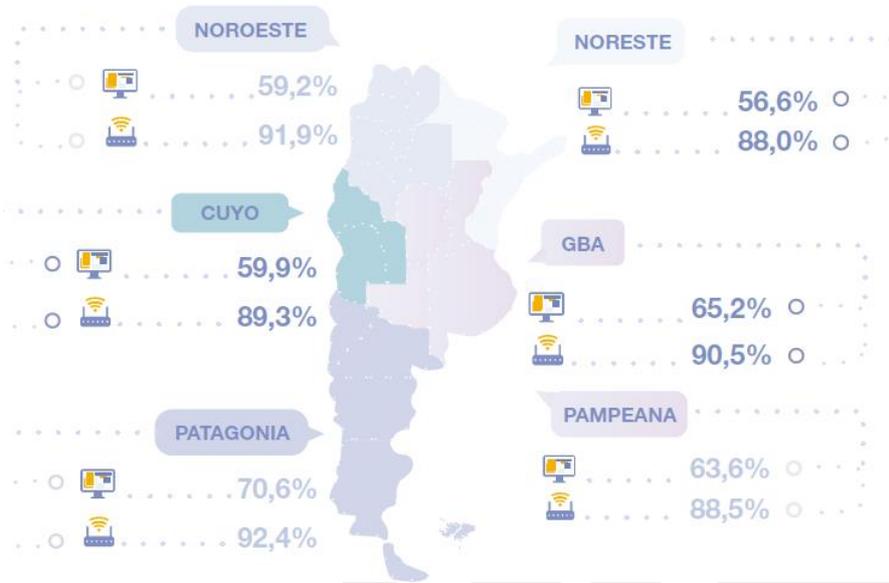


Esta decisión afectó a más de 11 millones de alumnos de todos los niveles educativos –incluyendo a estudiantes universitarios y de formación profesional– que tuvieron que continuar el curso mediante la enseñanza *online*.

Si bien la situación con respecto al acceso y el uso de las nuevas tecnologías en Argentina es ligeramente mejor que la de gran parte de los países de la región latinoamericana, dicha adaptación también supuso un desafío por los datos que se comparten a continuación.

De acuerdo con el informe *Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación* publicado en mayo de este año por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), a finales de 2020 un 90 % de los hogares urbanos tenía acceso a Internet, mientras que el 63,8 % poseía al menos un ordenador.

ILUSTRACIÓN 2. HOGARES URBANOS DE ARGENTINA CON ORDENADOR Y ACCESO A INTERNET

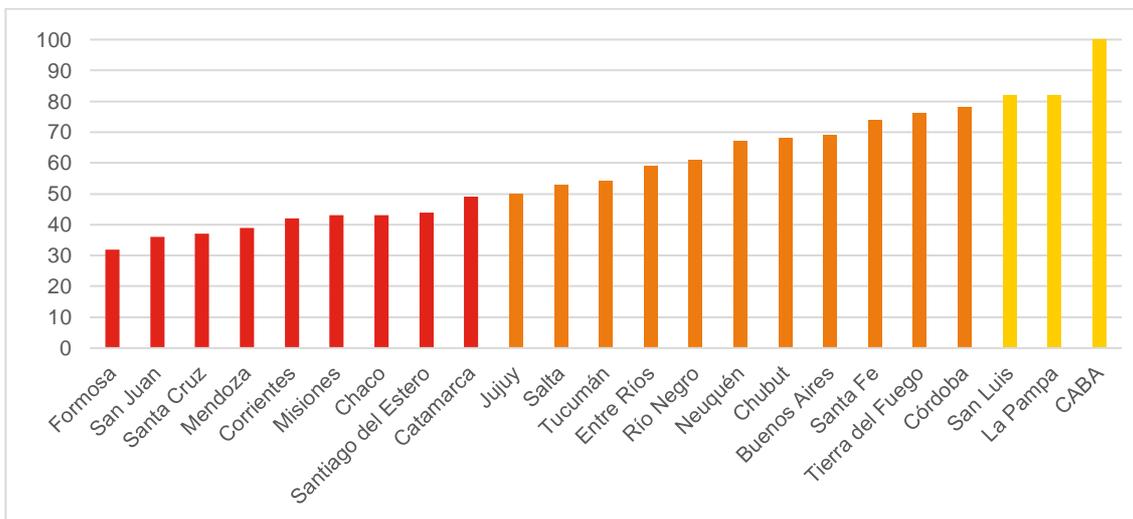


Fuente: INDEC.

No obstante, la brecha digital también es una realidad latente en el territorio argentino, pues si se tiene en cuenta la población rural, en 9 de las 24 jurisdicciones –indicadas en rojo en el Gráfico 5– en las que está dividido el país, menos de la mitad cuenta con conectividad a Internet.

GRÁFICO 5. PENETRACIÓN DE INTERNET EN LOS HOGARES ARGENTINOS

Expresado en %



Fuente: elaboración propia a partir de CABASE.



Por consiguiente, y tal y como se mencionaba antes, en Argentina también surgieron iniciativas para asegurar la continuidad pedagógica, tanto por parte de las propias instituciones educativas, como desde la propia Administración pública con proyectos como, entre otros, la plataforma “[Seguimos Educando](#)”; se trata de un portal web que pone a disposición de los alumnos afectados por la situación epidemiológica una amplia colección de materiales y recursos didácticos digitales, organizados según nivel educativo y área temática.

icex

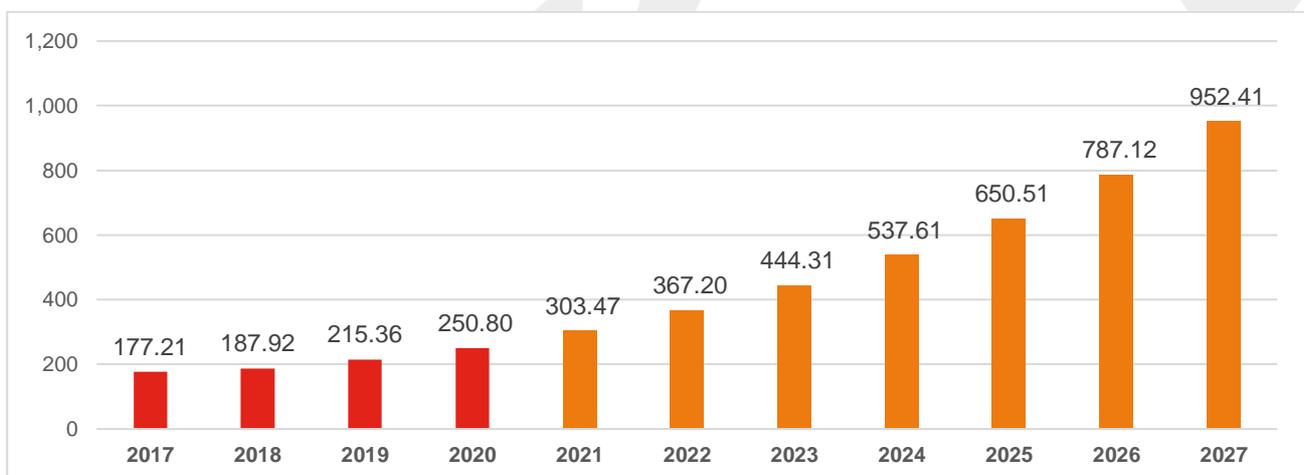
3. Oferta – Análisis de competidores

3.1. Tamaño del mercado mundial

Con anterioridad a la pandemia, la enseñanza en línea ya era estrategia educativa, pero con la toma de decisión por parte de los gobiernos mencionada en el capítulo anterior, se convirtió en la única solución en el horizonte para no interrumpir el aprendizaje durante 2020.

Por ello, resulta innegable su importancia, así como que este 2021 será el año de su despegue y consolidación, tal y como muestran las proyecciones que recoge el informe recientemente publicado *E-Learning Market Report 2021-2027*.

GRÁFICO 6. EL MERCADO MUNDIAL DEL *E-LEARNING*
(Tamaño del mercado y proyecciones en miles de millones de USD)



Fuente: elaboración propia a partir de Global Market Insights.

Desde Global Market Insights, estiman que en 2027 el tamaño de mercado del sector superará los 950.000 millones de dólares, y el rubro aumentará a un ritmo interanual compuesto del 21 %.

No obstante, este crecimiento no está únicamente ligado a la clausura de las instituciones educativas en todo el mundo, pues este mismo estudio también destaca la significativa inversión que, desde hace un tiempo, está realizando el sector corporativo en este tipo de servicios, y apunta que este año el *e-learning* corporativo ha crecido en un 24 %.

Las empresas están transformando las técnicas tradicionales de capacitación de sus empleados por la adopción de cursos, talleres y conferencias en línea.

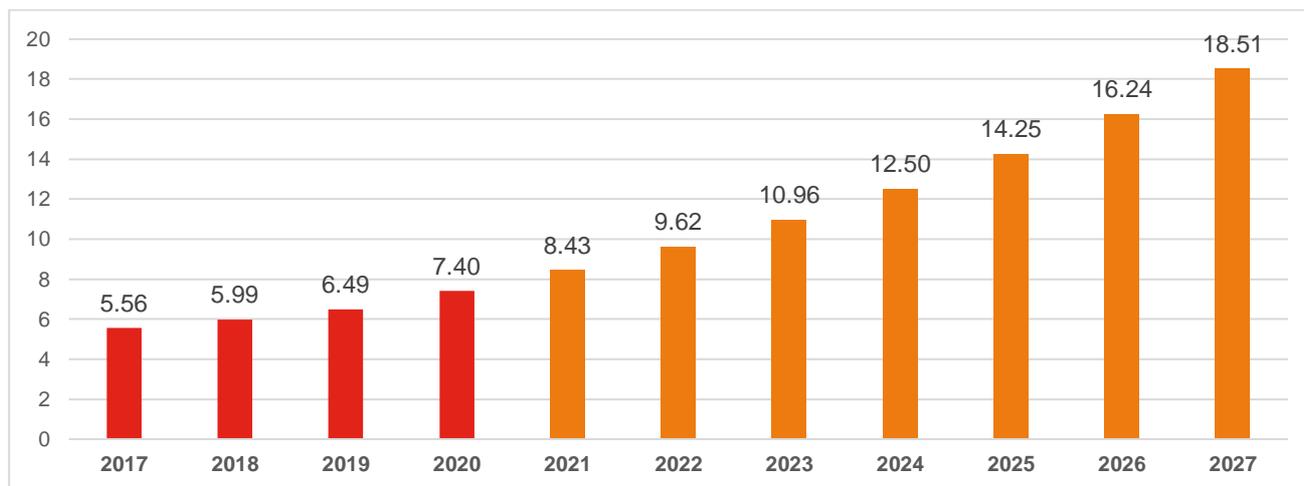
3.2. Tamaño del mercado latinoamericano

A medida que la comunidad educativa global adopta la enseñanza *online*, también ocurre lo mismo en América Latina, a pesar de las dificultades expuestas previamente en el [apartado 2.2.1.](#)

De acuerdo, nuevamente, con la investigación realizada por Global Market Insights, se espera que en los próximos años el mercado de aprendizaje en línea en la región crezca anualmente un 14 %; incluso, que supere los 18.000 millones de dólares en 2027.

GRÁFICO 7: EL MERCADO LATINOAMERICANO DEL *E-LEARNING*

(Tamaño del mercado y previsiones en miles de millones de USD)



Fuente: elaboración propia a partir de Global Market Insights.

El informe recoge que uno de los principales motivos por los que se proyecta un crecimiento agigantado del sector en esta parte del mundo, es porque resulta mucho más económico –además de la sencillez logística– invertir en el desarrollo de este tipo de servicios.

3.3. El mercado argentino

3.3.1. Situación actual del sector

En los últimos años, los desafíos en materia educativa –a todos los niveles– en Argentina han encontrado un gran caudal de oportunidades en las vías digitales. Por ello, desde la Administración

pública se han promovido diversos proyectos en pro de una enseñanza digital y en línea, que han registrado números progresos en materia de conectividad, equipamiento y producción de recursos digitales.

En este aspecto, la principal medida se produjo en 2010 con el “Programa Conectar Igualdad”, a través del cual se entregaron más de 5 millones de ordenadores portátiles a en todo el Estado. A su vez, se distribuyeron servidores y *routers* a un gran parte de las instituciones educativas del país.

A nivel provincial también se llevaron a cabo campañas similares, aunque estuvieron principalmente destinadas a alumnos y docentes de educación primaria y secundaria. Entre los más exitosos, el “Plan Joaquín V. González” y el “Plan Sarmiento BA”, desarrollados en La Rioja y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, respectivamente.

En 2016, se produce otro de los avances más importantes para el rubro con la aprobación del “Plan Nacional de Conectividad” por parte del Consejo Federal de Educación, que supuso conectar de forma masiva todas las instituciones educativas públicas del país, a través de la instalación y provisión del servicio de Internet.

La tarea anterior se encomendó a Educ.ar, responsable del portal educativo oficial del Ministerio de Educación, el cual provee de recursos para enseñanza *online* y a distancia a todos los niveles del sistema educativo. Entre estos: videos, textos, archivos multimedia e, incluso, *softwares* educativos; tanto para usar en línea como para descargarse.

Un año más tarde, se produjo la introducción de vías digitales en la formación docente, con la creación de la Red Nacional Virtual de Institutos Superiores de Formación Docente (Red INFoD); es la más grande de Latinoamérica y que conecta a más de 560.000 personas en cerca de 60.000 aulas virtuales.

Por último, cabe mencionar el último convenio firmado el pasado mes de octubre entre el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) y el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), que tiene como objetivo garantizar la conectividad en las universidades de todo el país a través de la mejora de las condiciones de acceso a redes de banda ancha.

3.4. Competidores

A continuación, se incluyen los principales competidores que actúan en el mercado argentino, diferenciando entre las universidades que ofrecen la posibilidad de cursar un grado y/o posgrado en línea, y las empresas que ofrecen servicios de *e-learning* para la capacitación tanto del capital humano del sector corporativo, como de personas interesadas en seguir formándose en otros sectores de actividad.

3.4.1. Universidades públicas y privadas

Dentro de este primer grupo, las instituciones públicas en las que se puede obtener una titulación oficial de manera *online* son las siguientes:

TABLA 1. UNIVERSIDADES PÚBLICAS CON CARRERAS ONLINE EN ARGENTINA

Nombre	Web
Instituto Universitario de la Policía Federal Argentina (IUPFA)	https://www.iupfa.edu.ar/
Universidad de la Defensa Nacional (UNDEF)	https://www.undef.edu.ar/
Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV)	https://www.undav.edu.ar/
Universidad Nacional de Córdoba (UNC)	https://www.unc.edu.ar/
Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER)	https://www.uner.edu.ar/
Universidad Nacional de Hurlingham (UNAHUR)	http://www.unahur.edu.ar/
Universidad Nacional de La Pampa (UNLPAM)	https://www.unlpam.edu.ar/
Universidad Nacional de Lanús (UNLA)	http://www.unla.edu.ar/
Universidad Nacional de la Patagonia Austral (UNPA)	https://www.unpa.edu.ar/
Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (UNP)	http://www.unp.edu.ar/
Universidad Nacional de La Rioja (UNLAR)	https://www.unlar.edu.ar/
Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP)	https://www.mdp.edu.ar/
Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)	http://www.unq.edu.ar/
Universidad Nacional de Río Cuatro (UNRC)	https://www.unrc.edu.ar/
Universidad Nacional de Río Negro (UNRM)	https://www.unrn.edu.ar/
Universidad Nacional de Rosario (UNR)	https://unr.edu.ar/
Universidad Nacional de San Martín (UNSAM)	https://www.unsam.edu.ar/
Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE)	https://www.unse.edu.ar/
Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF)	https://www.untref.edu.ar/
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN)	https://www.unicen.edu.ar/
Universidad Nacional del Chaco Austral (UNCAUS)	https://uncaus.edu.ar/
Universidad Nacional del Litoral (UNL)	https://www.unl.edu.ar/
Universidad Nacional del Nordeste (UNNE)	https://www.unne.edu.ar/
Universidad Tecnológica Nacional (UTN)	https://utn.edu.ar/

Fuente: elaboración propia a partir del Departamento de Información Universitaria.

En lo tocante a las instituciones privadas, cabe mencionar que, de acuerdo con la consultora Claves, 8 –destacadas en negrita en la Tabla 2– de las 22 concentran, aproximadamente, el 40 % de la cuota de mercado del sector privado en el rubro.

TABLA 2. UNIVERSIDADES PRIVADAS CON CARRERAS ONLINE EN ARGENTINA

Nombre	Web
Instituto Universitario de Ciencias de la Salud de la Fundación Barceló	https://www.barcelo.edu.ar/
Universidad Abierta Interamericana (UAI)	https://uai.edu.ar/
Universidad Austral	https://www.austral.edu.ar/
Universidad Blas Pascal (UBP)	https://www.ubp.edu.ar/
Universidad CAECE	http://www.caece.edu.ar/
Universidad Católica Argentina (UCA)	http://uca.edu.ar/
Universidad Católica de Cuyo (UCCUYO)	https://www.uccuyo.edu.ar/
Universidad Católica de La Plata (UCALP)	https://www.ucalp.edu.ar/
Universidad Católica de Salta (UCASAL)	https://www.ucasal.edu.ar/
Universidad Católica de Santa Fe (UCSF)	https://www.ucsf.edu.ar/
Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE)	http://www.ucse.edu.ar/
Universidad de Belgrano (UB)	http://www.ub.edu.ar/
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)	https://www.uces.edu.ar/
Universidad de Flores (UFLO)	https://www.uflo.edu.ar/
Universidad de Palermo (UP)	https://www.palermo.edu/
Universidad del Aconcagua (UDA)	https://www.uda.edu.ar/
Universidad del Este (UDE)	https://www.ude.edu.ar/
Universidad de la Cuenca del Plata (UCP)	https://www.ucp.edu.ar/
Universidad de la Fraternidad de Agrupaciones Santo Tomás de Aquino (UFASTA)	https://www.ufasta.edu.ar/
Universidad Kennedy (UK)	https://www.kennedy.edu.ar/
Universidad Maimónides (UMAI)	https://www.maimonides.edu/
Universidad Siglo 21	https://21.edu.ar/

Fuente: elaboración propia a partir del Departamento de Información Universitaria.

3.4.2. Empresas

En cuanto al sector corporativo, al igual que ocurre en el mundo, la competencia es cada vez mayor, con empresas nacionales disputándose cuota de mercado con firmas extranjeras, en un mercado fragmentado, caracterizado por la oferta de un servicio en línea.

Igualmente, se han podido identificar las principales compañías argentinas de *e-learning*:

Actívica



Sus servicios están principalmente orientados a empresas que buscan un enfoque innovador para mejorar las prácticas de su industria a través de soluciones atractivas. Operan en el sector desde 2004 y cuentan con una sede en Estados Unidos.

Entre sus clientes, se encuentran multinacionales como Apple, instituciones multilaterales como el Banco Interamericano de Desarrollo, y empresas argentinas de renombre como Tenaris.

BBNForum



Son un grupo multidisciplinario con más de 10 años de experiencia en la integración de las tecnologías informáticas en el sector educativo universitario presencial, en algunas instituciones públicas –por ejemplo, el Concejo Municipal de Rosario– y en empresas privadas de reconocida

trayectoria nacional e internacional –Kantar o San Cristóbal Seguros; entre otras– interesadas en adoptar servicios de *e-learning*.

Educativa



Se trata de una empresa de tecnología informática especializada en la implementación de proyectos y soluciones para la gestión de la formación. Cuentan con una experiencia de más de 20 años en el mercado del *e-learning* y más de 7.000 instalaciones en prestigiosas instituciones y

empresas de Iberoamérica.

Cuentan con una sede en Alcalá de Henares. Además, en España, su cartera de clientes incluye instituciones como la Consejería de Educación de la Región de Murcia y la Junta de Andalucía, así como empresas de la talla de Endesa y Bankinter, entre otras.



e-ABC Learning



Son una compañía con 17 años de experiencia en el sector, cuya misión es proveer soluciones integrales de *e-learning* y *blended learning* a instituciones educativas, empresas y organizaciones para mejorar sus procesos de formación y así optimizar sus resultados.

Entre sus clientes se encuentran, entre otros, el Hospital Italiano de Buenos Aires, la Escuela Superior de Comercio Carlos Pellegrini y Direct TV.

Net-Learning



Fundada en 2002, se han convertido en una empresa global con una amplia trayectoria internacional en la enseñanza digital. Brindan todo tipo de servicios de *e-learning* a particulares, empresas privadas, instituciones educativas y gobiernos que quieran implementar estos en sus proyectos.

Sus cursos están certificados por ellos mismos, así como por varias de las universidades incluidas en el apartado anterior. En este contexto, también cabe señalar que se trata de la primera empresa argentina que lanzó un sello de calidad en educación virtual.

Por último, en su cartera de clientes destacan multinacionales como McDonald's, Accenture o Sony; así como alguna de las principales compañías argentinas –Banco Nación e YPF, entre otras–, además de instituciones gubernamentales como la AFIP, y educativas como la UNT.

Tecnonexo



Expertos en el sector, con 20 años de experiencia y más de 500 implementaciones, son una de las empresas con mayor conocimiento en el mundo de habla hispana en materia de diseño de soluciones integrales aplicando *e-learning*.

Su cartera de clientes abarca varios sectores e incluye filiales de empresas españolas presentes en Argentina –Prosegur, Telefónica, BBVA o Mapfre–, así como instituciones educativas como la UCA, y organismos multilaterales como las Naciones Unidas.

Tercer Término



Desde hace 20 años se dedican a desarrollar cursos a medida de las necesidades específicas de sus clientes, teniendo en cuenta la cultura de cada empresa, el contexto de formación, los destinatarios y el material de base.



Cuentan con varias sedes en todo el mundo –Alemania, Brasil, España y Estados Unidos–; por ello, en su cartera de clientes se encuentran varias firmas multinacionales como LinkedIn, Tripadvisor o Spotify.

Wormhole

 Desarrollan soluciones tecnológicas que potencian el desarrollo humano dentro de empresas y organizaciones. Asimismo, complementan sus productos con servicios de consultoría y soluciones *ad hoc* que mejoran el proceso de formación y desarrollo del capital humano, sin perder de vista los objetivos de negocio de sus clientes.

También tienen sedes en Brasil y Estados Unidos.

icex

4. Demanda

A continuación, se analiza la demanda existente en Argentina separando las dos categorías objeto de estudio: la educación superior y la capacitación profesional.

4.1. Educación superior en Argentina

De acuerdo con el Departamento de Información Universitaria del Ministerio de Educación, el sistema universitario argentino cuenta con 130 instituciones, de las cuales el 51,1 % son estatales, como puede apreciarse en la Tabla 3.

TABLA 3. UNIVERSIDADES E INSTITUTOS UNIVERSITARIOS EN ARGENTINA EN 2020

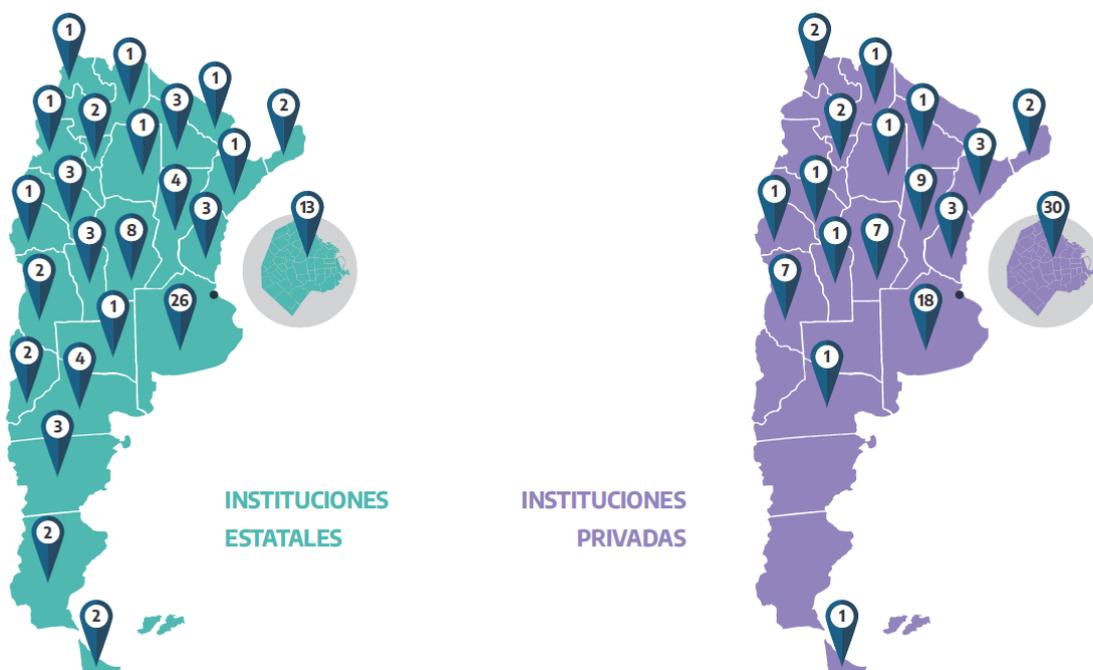
Sector de gestión			Total
	Universidades	Institutos universitarios	
Estatad nacional	57	4	61
Estatad provincial	5	1	6
Privado	50	13	63

Fuente: elaboración propia a partir del Departamento de Información Universitaria.

Por lo que se refiere a la cobertura territorial (Ilustración 3 en la página siguiente), a diferencia del ámbito privado³, todas las provincias del país cuentan con al menos una universidad y/o instituto universitario público. Asimismo, cabe mencionar que la provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires concentran la mayoría de las instituciones del país: 43 y 44, respectivamente.

³ Las provincias de Catamarca, Chubut, La Pampa, Neuquén y Santa Cruz no cuentan con instituciones privadas.

ILUSTRACIÓN 3. COBERTURA TERRITORIAL DE LAS INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS EN ARGENTINA EN 2020



Fuente: Departamento de Información Universitaria.

En cuanto al número de estudiantes, la cifra registrada en 2020 fue en 2,3 millones de alumnos, lo que supuso un aumento del 5,2 % con respecto al año anterior. En este aspecto, se ha de mencionar que el 93,3 % de los matriculados eran estudiantes de algún curso de pregrado o grado.

Por otro lado, igual que ocurre en gran parte de los países, las universidades públicas en Argentina agrupan a la mayoría de los estudiantes. Igualmente, cabe destacar que, con relación a la tasa de nuevas inscripciones, la diferencia entre la alternativa pública y privada se reduce –del 79,1 % al 64,3 %– a la hora de estudiar un posgrado.

TABLA 4. ESTUDIANTES, NUEVAS INSCRIPCIONES Y EGRESADOS/AS EN 2020

Total general		
	2019	2020
Estudiantes	2.227.746	2.343.587
Nuevas inscripciones	589.749	640.401
Egresados/as	150.454	152.419

Pregrado y grado		2019	2020
Estudiantes	Públicas	1.640.405	1.751.607
	Privadas	430.865	435.685
	Total	2.071.270	2.187.292
Nuevas inscripciones	Públicas	424.959	471.827
	Privadas	122.702	124.619
	Total	547.661	596.446
Egresados/as	Públicas	86.958	88.080
	Privadas	45.786	47.828
	Total	132.744	135.908

Posgrado		2019	2020
Estudiantes	Públicas	117.002	113.840
	Privadas	39.474	42.455
	Total	156.476	156.295
Nuevas inscripciones	Públicas	27.363	28.278
	Privadas	14.725	15.667
	Total	42.088	43.945
Egresados/as	Públicas	10.281	9.509
	Privadas	7.429	7.002
	Total	17.710	16.511

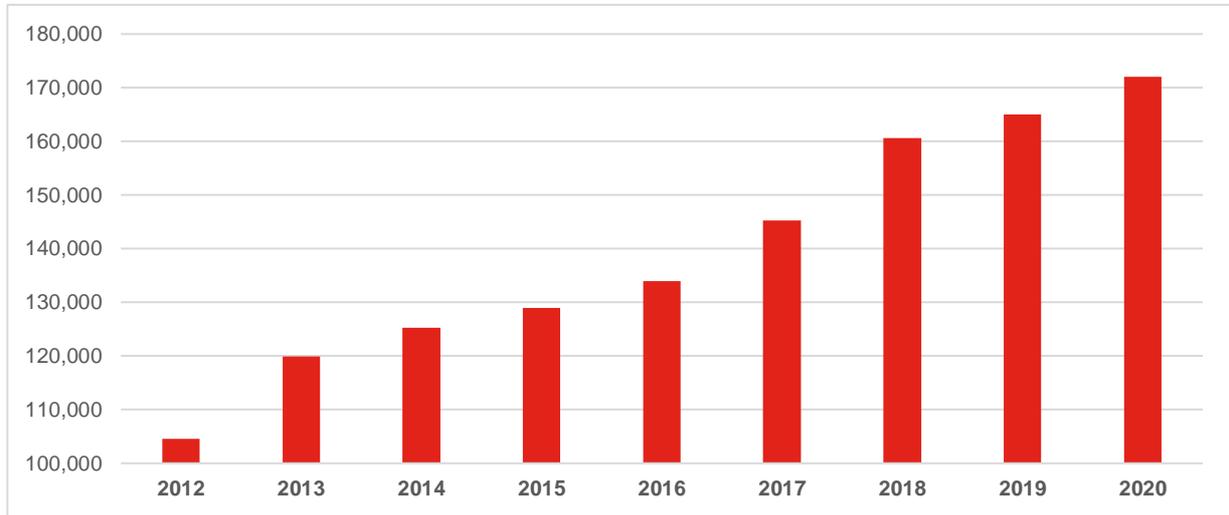
Fuente: elaboración propia a partir del Departamento de Información Universitaria.

4.1.1. Educación superior *online* en Argentina

Una vez proyectada una imagen genérica de la educación superior en Argentina, pasamos a analizar la demanda académica *online*.

De acuerdo con la fuente mencionaba previamente, durante el año pasado, 172.078 estudiantes cursaron sus estudios en esta modalidad, lo que supuso un incremento interanual del 4,28 %, en línea con la tendencia alcista que se viene observando en los últimos años.

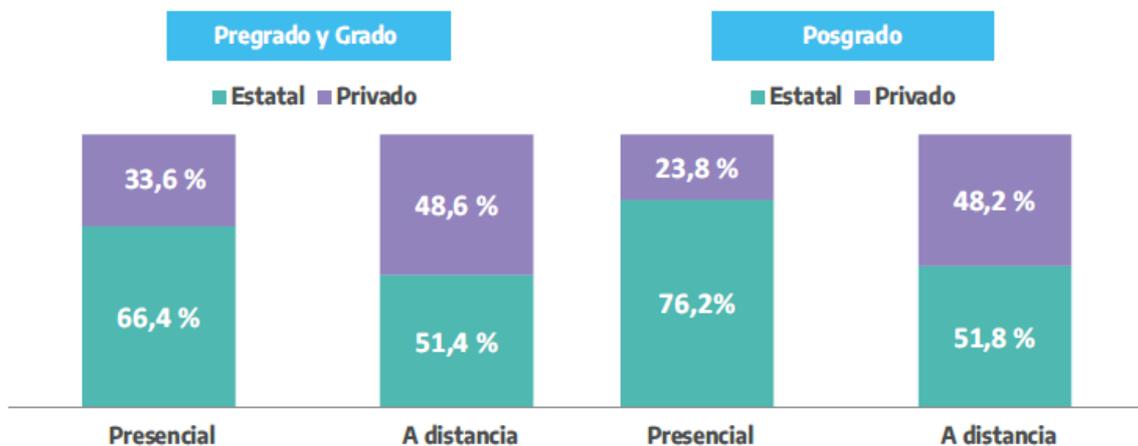
GRÁFICO 8. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN LÍNEA EN ARGENTINA



Fuente: elaboración propia a partir del Departamento de Información Universitaria.

Asimismo, también cabe destacar que, a diferencia de lo que ocurre con la educación presencial, en la modalidad *e-learning*, los estudiantes tienden a optar por matricularse en instituciones privadas en vez de estatales. Esto ocurre para todos los niveles, tal y como muestra la siguiente ilustración:

ILUSTRACIÓN 4. PARTICIPACIÓN PORCENTUAL SEGÚN NIVEL, SECTOR DE GESTIÓN Y MODALIDAD DE ESTUDIO EN ARGENTINA EN 2020



Fuente: Departamento de Información Universitaria.

Por otro lado, las diferentes universidades argentinas que ofrecen la posibilidad de estudiar una carrera 100 % en línea –señaladas en el [apartado 3.4.1.](#)– cuentan con una amplia variedad de pregrados, grados y posgrados, tanto a nivel estatal como privado, y prácticamente pareja en cuanto a cantidad.

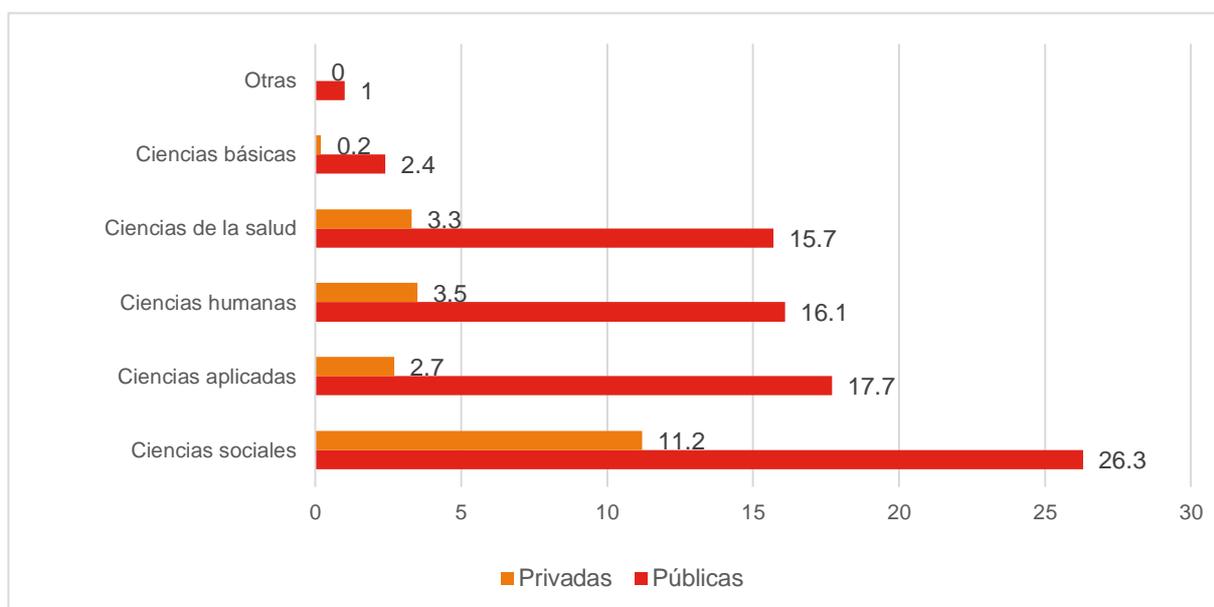
TABLA 5. OFERTA DE PREGRADOS, GRADOS Y POSGRADOS *ONLINE* SEGÚN SECTOR DE GESTIÓN

Sector de gestión		
	Pregrado y grado	Posgrado
Estatal	185	58
Privado	196	54

Fuente: elaboración propia a partir del Departamento de Información Universitaria.

Por último, con relación a la rama de estudio, los estudiantes en modalidad *online* tienen una clara preferencia por carreras englobados dentro de las ciencias sociales, independiente de si están matriculados en una institución pública o privada.

GRÁFICO 9. PORCENTAJE DE NUEVOS ESTUDIANTES DE GRADO SEGÚN RAMA DE ESTUDIO



Fuente: elaboración propia a partir del Departamento de Información Universitaria.

4.2. Capacitación profesional

4.2.1. Empresas

Durante la pandemia, las empresas también buscaron soluciones para continuar con la capacitación de sus empleados, encontrando en el canal *online* la solución para afrontar la situación del momento.

En este aspecto, de acuerdo con el informe *Readaptarse para crecer: Los secretos de las pymes argentinas a un año de la pandemia*, publicado en febrero de este año por Microsoft Argentina, el 42 % de las pequeñas y medianas empresas argentinas sostienen que se trata del segundo proceso interno que resulta necesario acelerar y el 76 % de las mismas lo considera la clave principal para la reactivación económica.

A lo largo del año pasado, se estima que el sector corporativo en Argentina invirtió entre 400 y 500 euros⁴ por empleado, siendo el campo de las Tecnologías de la Información el más demandado.

4.2.2. Particulares

Por su parte, de la misma manera que ocurrió a nivel global, la población argentina aprovechó el encierro para continuar formándose, bien con el objetivo de aprender un nuevo oficio que facilitase una rápida inserción en el mercado laboral, o bien por *hobby*.

En este sentido, los cursos más demandados en el país durante el 2020 se englobaron en las siguientes áreas:

TABLA 6. CURSOS ONLINE MÁS DEMANDADOS EN ARGENTINA EN 2020

- | | |
|--|-----------------------------------|
| 1. <i>Marketing</i> y publicidad digital | 6. Gestión de equipos y liderazgo |
| 2. Desarrollo web | 7. Ventas y atención al cliente |
| 3. <i>Data science</i> | 8. Idiomas |
| 4. Diseño gráfico | 9. Finanzas |
| 5. Criptomonedas y <i>blockchain</i> | 10. Gastronomía |

Fuente: elaboración propia a partir del Expertosenlinea.com

⁴ Se aplica el tipo de cambio a fecha de redacción: 4 de noviembre, 1 EUR = 115,44 ARS. Este se ha utilizado para el resto del estudio.



4.2.3. Iniciativas públicas

Asimismo, por parte de la Administración pública también surgieron diversas iniciativas dirigidas a formar a la población, especialmente en actividades económicas de las más demandadas en el mercado laboral actual.

La más destacada de todas fue [Argentina Programa](#), promovido por el Ministerio de Desarrollo Productivo; un plan nacional, gratuito y virtual, orientado a la formación en materia de programación en dos etapas:

1. #SéProgramar: curso de introductorio de 60 horas para aprender los fundamentos básicos de la programación.
2. #YoProgramo: curso de 7 meses dirigido a profundizar en las habilidades y herramientas necesarias para ser un programador web *full stack* junior.

Ambas cuentan con una certificación conjunta del propio Ministerio y la Cámara Empresarial de Software y Servicios Informáticos (CESSI).

Por su parte, los requisitos para la inscripción –se amplió el plazo hasta finales del pasado mes de octubre debido a la alta demanda– eran mínimos: ser residente en Argentina mayor de 17 años y tener acceso a Internet y a un ordenador o dispositivo móvil.

5. Precios

Para el estudio del precio de venta de este tipo de servicios nuevamente se requiere la distinción entre el coste que afronta un estudiante de una carrera o un máster universitario en línea, y los cursos formativos, tanto los dirigidos a cualquier público como aquellos *ad hoc* para una empresa.

5.1. Instituciones universitarias

En primer lugar, las universidades públicas argentinas son completamente gratuitas, tanto para el que es nacional o residente, como para el que procede del extranjero.

Por su parte, el precio de los grados y posgrados que se pueden cursar en las universidades privadas varía dependiendo de la rama de estudio. Con el objetivo de obtener una referencia lo más realista posible, se ha elaborado la siguiente tabla con los datos proporcionados por la Universidad del Salvador (USAL) de cara al próximo curso:

TABLA 7. MATRÍCULA ANUAL DE CARRERAS ONLINE EN LA USAL

Grado	Precio ⁵ (EUR)
Abogacía	620,80
Arquitectura	688,29
Comercio Internacional	712,22
Diseño Gráfico	628,76
Ingeniería Informática	691,41
Odontología	746,71
Periodismo	646,86
Psicología	535,16
Publicidad	646,86

Fuente: elaboración propia a partir de la USAL.

⁵ Incluye el coste de la matrícula del curso y tasa de derecho de inscripción.

5.2. Empresas

En cuanto a los cursos demandados por empresas para capacitar a sus empleados, resulta complicado realizar un análisis en detalle pues el coste del servicio depende de las necesidades del cliente en ese momento, teniendo en cuenta factores como el contenido del programa, la duración de este o el número de personas al que va dirigido, entre otros.

Igualmente, de cara a tener una referencia, es importante tener en cuenta la inversión en capacitación que realizaron las pymes argentinas por empleado mencionada en el [apartado 4.2](#).

5.3. Público general

Por último, con relación al precio de los múltiples cursos formativos en línea ofrecidos por las diversas empresas del sector, este también variará dependiendo, principalmente, de tres motivos: la actividad económica en la que se enmarque el curso, la duración del programa y la certificación que se obtenga.

En este sentido, si tenemos en cuenta los cursos más demandados por los argentinos mencionados previamente, la referencia respecto al coste de estos sería la siguiente:

TABLA 8. PRECIO DE LOS CURSOS ONLINE MÁS DEMANDADOS EN ARGENTINA EN 2020

Cursos	Área de actividad	Duración (semanas)	Precio (EUR)
Marketing digital	Marketing y publicidad digital	24	137,73
Programación web full stack	Desarrollo web	26	192,73
Data science	Data science	28	199,84
Diseño UX	Diseño gráfico	22	164,04
Introducción a bitcoin y la tecnología blockchain	Criptomonedas y blockchain	4	82,61
Liderazgo estratégico	Gestión de equipos y liderazgo	8	96,95
Gestión de la fuerza de ventas	Ventas y atención al cliente	4	116,63
Introducción al japonés técnico y manga	Idiomas	16	95,37
Análisis técnico financiero y bursátil	Finanzas	4	85,87
Elaboración de licores artesanales	Gastronomía	4	96,73

Fuente: elaboración propia a partir de UTN.BA y Digital House.

6. Percepción del producto español

Cada año, el Real Instituto Elcano analiza la reputación de España en el mundo a partir de una muestra de más de 30.000 entrevistas en 55 países, entre los que se incluye Argentina. Entre las diferentes categorías que conforman el estudio, se incluye la percepción del producto español en distintas actividades económicas.

En el *Country RepTrak* del 2020, la sección de «Educación» muestra cómo los servicios españoles englobados en este ámbito obtuvieron una destacada puntuación de 73,2 sobre 100.

TABLA 9. RANKING MUNDIAL DE LA PERCEPCIÓN DE “EDUCACIÓN”

Posición mundial	País	Puntuación
1	Japón	86,3
2	Suecia	84,5
3	Noruega	84,3
4	Suiza	84,1
5	Finlandia	83,9
6	Reino Unido	83,3
7	Dinamarca	82,9
8	Canadá	81,2
9	Países Bajos	80,4
10	Alemania	79,5
18	España	73,2
33	Argentina	60,6

Fuente: elaboración propia a partir del Real Instituto Elcano.

No obstante, esta puntuación mejora significativamente si solamente se tiene en cuenta la opinión los encuestados radicados en América Latina ya que, tal y como se aprecia en la siguiente tabla, sitúan a los servicios educativos españoles dentro del *top ten* mundial.

TABLA 10. RANKING DE LA PERCEPCIÓN DE “EDUCACIÓN” EN AMÉRICA LATINA

Posición	País	Puntuación
1	Canadá	83
2	Japón	81,8
3	Alemania	81,7
4	EE. UU.	81,1
5	Reino Unido	80,9
6	Francia	77,8
7	España	76
8	Italia	73,1
9	Rusia	70,1
	China	70,1
10	Portugal	67,4
12	Argentina	66,3

Fuente: elaboración propia a partir del Real Instituto Elcano.

Por último, cabe mencionar que, de acuerdo con el Center for World University Rankings (CWUR), España cuenta con 36 universidades entre las más valoradas a nivel mundial, y 6 entre las 10 mejores de habla hispana.

7. Canales de distribución

A diferencia de la enseñanza presencial, el canal de distribución del *e-learning* es totalmente digital. y las combinaciones posibles entre los distintos actores son diversas.

El primer eslabón de la cadena lo componen los proveedores del servicio, que pueden ser universidades, escuelas, institutos o empresas del propio sector. Este primer grupo se encarga de diseñar, ofertar e, incluso, impartir los programas educativos.

Por su parte, los intermediarios y prescriptores actúan como puente entre los anteriores y el cliente final. Estos pueden ser *marketplaces* específicos del rubro, proveedores de soporte o plataformas TI, así como también alguna escuela, instituto o universidad local.

La distribución de los cursos suele hacerse a través de los sitios web de las propias instituciones educativas –en el caso de estudios universitarios– o de las propias empresas del sector –en el caso de formación particular o empresarial– con la ayuda de un *Learning Management System*⁶ (LMS) propio o de un proveedor.

También existe la posibilidad de realizar esta mediante plataformas de *e-learning*, especialmente la de aquellos cursos formativos no ligados a instituciones educativas del país.

Por último, el elemento final de la cadena lo forman los alumnos que se han inscrito en alguno de los cursos ofrecidos, bien de manera individual, bien a través de sus empresas, en aquellos casos en los que el sector corporativo actúa como cliente para formar a su plantilla.

7.1. Licitaciones públicas

Si bien la alternativa de acceso al mercado más común es dirigirse directamente al cliente final, en algunos casos a través de una institución educativa o empresa privada local mediante acuerdos de colaboración o, incluso –aunque más arriesgado–, mediante la implantación directa en el propio territorio, existe asimismo la posibilidad de prestar servicios de *e-learning* a las diferentes administraciones públicas argentinas, pasando por una licitación.

Para obtener información sobre los concursos públicos –nacionales y provinciales– se puede recurrir a los siguientes canales:

⁶ Se trata de un *software* que se instala en el servidor web de una institución u organización, para administrar, distribuir y controlar las actividades educativas *online*.



TABLA 11. FUENTES DE INFORMACIÓN SOBRE LICITACIONES PÚBLICAS EN ARGENTINA

Fuente	Pública / Privada	Sitio web
COMPR.AR	Pública	https://comprar.gob.ar/
Licitaciones - Avisos (Ministerio de Educación)	Pública	https://www.argentina.gob.ar/educacion/licitaciones
Boletín Oficial (Sección Tercera)	Pública	https://www.boletinoficial.gob.ar/seccion/tercera
InfoSICOES	Privada	https://www.argentalicitaciones.com/
Diario de Licitaciones	Privada	http://www.diariodelicitaciones.com/

Fuente: elaboración propia a partir de varias páginas web.

Asimismo, para ampliar información al respecto, se puede acceder al informe *Sistema de licitaciones en Argentina* elaborado por esta Oficina Económica y Comercial, disponible en la sección Documentos y Estadísticas > Estudios e Informes de nuestra página web: www.argentina.oficinascomerciales.es.



8. Acceso al mercado – Barreras

Tal y como ocurre en gran parte de los sectores productivos en Argentina, la educación *online* también es vulnerable a la incertidumbre política del país –tras el cambio de gobierno en diciembre de 2019 y los últimos resultados en las elecciones legislativas del pasado 14 de noviembre–, así como a las crisis cíclicas de su economía. Por este motivo, llevar a cabo proyectos a medio y largo plazo supone un verdadero reto.

8.1. Marco legislativo

8.1.1. Normativa

De acuerdo con el Ministerio de Educación de la República Argentina, las dos principales normativas vinculada al sector son las siguientes:

- **Ley 26.206 de Educación Nacional**

Aprobada por el Congreso de la Nación en diciembre de 2006, establece la estructura del sistema educativo argentino, haciendo alusión a todos los niveles y modalidades del mismo. Se aplica en todo el país en su conjunto y plantea las responsabilidades y obligaciones del Estado y las provincias con relación a la educación.

- **Ley 26.058 de Educación Técnico Profesional**

Tiene por objeto regular y ordenar la educación técnico profesional en el nivel medio y superior no universitario del Sistema Educativo Nacional. De la misma manera que la normativa anterior, se aplica en toda la Nación, respetando los criterios federales y las diversidades regionales.

8.1.2. Organismos responsables

Principalmente, destacan los siguientes organismos responsables en materia de educación en línea en el país:

- **Consejo Nacional de Calidad de la Educación**

Se trata de un órgano de asesoramiento especializado, creado por la Ley de Educación Nacional e integrado por miembros de reconocida trayectoria dentro de la comunidad académica y científica, cuyas funciones, entre otras, son:

- Proponer criterios y modalidades en los procesos evaluativos.
- Participar en la difusión y el seguimiento de los dichos procesos.
- Diseñar propuestas educativas destinadas a mejorar la calidad de la educación a nivel nacional y la equidad en la asignación de recursos.

- **Dirección de Validez Nacional de Títulos y Estudios**

A través del Ministerio de Educación, tiene como objetivo realizar las tramitaciones correspondientes al otorgamiento de validez nacional para los títulos y/o certificados correspondientes a las ofertas educativas –de nivel inicial, primario, secundario y superior⁷–, registrando todos los cursos y estudios que otorgan certificados validados en todo el territorio argentino.

8.2. Tratamiento fiscal

Para determinar la carga impositiva de la importación de servicios de *e-learning*, se diferencian las dos operaciones más comunes; es decir, el pago *online* realizado directamente por un particular a través de una tarjeta de crédito, o la contratación de un servicio de capacitación profesional por parte de una empresa privada que paga mediante transferencia bancaria.

- **Tarjeta de crédito**

Si el cliente argentino realiza el abono del servicio *e-learning* ofrecido en línea por una empresa establecida en territorio español mediante una tarjeta de crédito administrada por alguna entidad financiera nacional, dicho pago está sujeto a un recargo del 35 %, en concepto de pago a cuenta del Impuesto a las Ganancias (IG) –equivalente al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) en España–, más un 30 % adicional del denominado Impuesto PAIS.

- **Transferencia bancaria**

En el segundo de los casos, se entiende que se produce la importación del servicio, la cual está gravada con un 21 % de IVA que el comprador argentino abona directamente a la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), equivalente a la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) en España.

A la hora del pago, como se efectúa a un beneficiario del exterior, la Ley argentina entiende que hay una ganancia y por ello se grava la operación con un 35 % en concepto de Impuesto a las Ganancias –equivalente al Impuesto de Sociedades (IS) en España–, que el comprador argentino –en realidad, el banco pagador– debe retener y deducir del importe a pagar.

⁷ El procedimiento para tramitar la solicitud de validez nacional de títulos y/o certificados de educación superior, aparece detallado en la [Resolución Ministerial 158/14](#).



Sin embargo, como existe un [Convenio para Evitar la Doble Imposición](#) vigente entre ambos países, ese tipo impositivo se ve reducido a un 15 %. Además, el importe retenido se lo puede deducir el exportador español en su siguiente declaración del Impuesto de Sociedades. Para ello, la empresa argentina debe acreditarle al banco pagador la condición de residente fiscal en España del exportador mediante el modelo que se recoge en el [Anexo I de la Resolución General 2228/2007](#) de la AFIP y, posteriormente, tramitar el certificado de retención ante este mismo organismo y remitir la copia correspondiente a la empresa española para poder justificar su deducción en España

Por último, cabe mencionar que toda documentación originaria de un Estado que vaya a ser presentada a las autoridades del otro deberá contar con la Apostilla de La Haya.

icex

9. Perspectivas y oportunidades del sector

Debido a la pandemia, las perspectivas de crecimiento de la gran mayoría de actividades económicas han sufrido un impacto negativo. Sin embargo, otros sectores como el de la educación *online*, se han visto beneficiados por los drásticos cambios que ha experimentado la sociedad a la hora de vivir, trabajar y aprender. Este hecho se proyecta en las cifras previamente incluidas en el [apartado 3.1](#) del informe.

Dentro de la comunidad educativa, el *e-learning* ha pasado de ser una opción a menudo ignorada e, incluso, poco apreciada, a convertirse en una alternativa cada vez más afianzada entre los demandantes de este tipo de servicio.

Es por ello por lo que también se espera que la industria se convierta en un generador importante de empleo, tanto directa como indirectamente.

Con todo, para que estas oportunidades puedan alcanzarse, es importante que el Gobierno argentino continúe apoyando y promoviendo iniciativas en este ámbito.

9.1. Acuerdos de colaboración

9.1.1. Cooperación Educativa entre España y Argentina

Desde 2017, está vigente un acuerdo de cooperación entre ambos países a través del cual se reconocen mutuamente los títulos y certificados de estudios en los diferentes niveles educativos.

Asimismo, este pacto incluye la promoción y colaboración en actividades de educación superior, tanto universitaria como de formación profesional.

Por último, también incluye el compromiso de intercambiar información sobre materiales e innovación en el mundo de la enseñanza formativos, además de la oferta de becas entre las diferentes instituciones educativas.



9.2. Incentivos a la implantación

9.2.1. Régimen de Crédito Fiscal de la Ley 22.317

Existe un crédito fiscal destinado a financiar proyectos que vinculen la educación con el empleo y el desarrollo tecnológico, con el objetivo de mejorar las condiciones de empleabilidad, no sólo de los estudiantes argentinos, sino de la sociedad en su conjunto.

Para las microempresas o pequeñas y medianas empresas, este no puede exceder del 8 % de la nómina anual; en el caso de las grandes firmas, esta cifra se limita al 0,8 %. Asimismo, su destino es el pago de impuestos federales.

El Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET) se encarga de su administración y en 2021 el presupuesto asignado fue de 4,3 millones de euros.



10. Información práctica

10.1. Ferias

Desde mediados de noviembre de 2021, el Gobierno argentino ha vuelto a autorizar el 100 % de aforo en eventos masivos, un hecho que afecta positivamente a la celebración de ferias y congresos en el país.

Debido a la pandemia, los organizadores se vieron forzados bien a seguir adelante en un formato virtual, bien a postergar las fechas. Sin embargo, todo parece indicar que, si la situación epidemiológica no empeora drásticamente, durante el 2022, nuevamente, podrán tener lugar los eventos profesionales presenciales.

Respecto al sector de la educación en línea, todavía no hay ningún evento con fecha confirmada. No obstante, anualmente, durante el mes de octubre, suelen tener lugar en la ciudad de Buenos Aires las siguientes dos ferias:

Expo Universidad 2022

Sitio web	https://www.expouniversidad.com.ar/
Email	info@expouniversidad.com.ar
Organización	Expo Universidad & Posgrados

Access MBA – Buenos Aires 2022

Sitio web	https://www.accessmba.com/
Email	coutat@advent-communication.net
Organización	Advent Group

10.2. Asociaciones y cámaras profesionales



Asociación Civil Argentina de Instituciones de Educación a Distancia (ACAIEDI)

Dirección postal Pres. José E. Uriburu 1010, Bajo B
C1114 AAF – Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Sitio web <http://www.acaiedi.com.ar/>

Email info@acaiedi.com.ar



ASOCIACIÓN DE DESARROLLO
Y CAPACITACIÓN ARGENTINA

Asociación de Desarrollo y Capacitación de la Argentina (ADCA)

Dirección postal	Moreno 939 C1091AASS – Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Sitio web	https://adca21.com/
Email	secretaria@adca.org.ar
Teléfono	+54 11 5218 2311



Asociación de Difusión de Educación a Distancia (ADED)

Dirección postal	Moreno 957, Piso 4, Oficina 3 C1091AAS – Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Sitio web	http://www.aded-ar.net/
Email	info@aded-ar.net



Cámara Argentina de Formación Profesional y Capacitación Laboral

Sitio web	https://camaraargentina.com.ar/
Email	institucionales@camaraargentina.com.ar
Teléfono	+54 11 4038 5234 / 351 339 7809

10.3. Otras direcciones de interés



Embajada de España en Buenos Aires

Dirección postal	Avda. Figueroa Alcorta 3102, Piso 1 C1425CKS – Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Sitio web	http://www.exteriores.gob.es/embajadas/buenosaires
Email	emb.buenosaires@maec.es
Teléfono	+54 11 4809 4900



ICEX
ARGENTINA

Oficina Económica y Comercial de España en Buenos Aires

Dirección postal	Avda. Figueroa Alcorta 3102, Piso 2 C1425CKS – Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Sitio web	http://argentina.oficinascomerciales.es/
Email	buenosaires@comercio.mineco.es
Teléfono	+54 11 4809 4960



Consulado General de España en Buenos Aires

Dirección postal	Guido 1760 C1016AAE – Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Sitio web	http://www.exteriores.gob.es/consulados/buenosaires
Email	cog.buenosaires@maec.es
Teléfono	+54 11 4814 9100



Consulado General de España en Bahía Blanca

Dirección postal	L.M. Drago 45, Piso 4, Oficina B – Edificio Torre Bicentenario B8000DCA – Bahía Blanca (Buenos Aires)
Sitio web	http://www.exteriores.gob.es/consulados/bahiablanca
Email	cog.bahiablanca@maec.es
Teléfono	+54 291 452 2549 / 3347



Consulado General de España en Córdoba

Dirección postal	Bulevar Chacabuco 875 X5000III – Córdoba
Sitio web	http://www.exteriores.gob.es/consulados/cordoba
Email	cog.cordoba@maec.es
Teléfono	+54 351 469 7490 / 8700



Consulado General de España en Mendoza

Dirección postal	Agustín Álvarez 455 M500BAZ – Mendoza
Sitio web	http://www.exteriores.gob.es/consulados/mendoza
Email	cog.mendoza@maec.es
Teléfono	+54 261 42 3947



Consulado General de España en Rosario

Dirección postal Santa Fe 768
S2000ATH – Rosario (Santa Fe)

Sitio web <http://www.exteriores.gob.es/consulados/rosario>

Email cog.rosario@maec.es

Teléfono +54 341 447 0100



Cámara Española de Comercio en la República Argentina (CECRA)

Dirección postal Belgrano 863, Piso 7
C1092AAI – Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Sitio web <http://www.cecra.com.ar>

Email recepcion.cecra@cecra.com.ar

Teléfono +54 11 4335 5000



Ministerio de Educación
Argentina

Ministerio de Educación

Dirección postal Pizzurno 935
C1020ACA – Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Sitio web <https://www.argentina.gob.ar/educacion>

Email educacion@educacion.gob.ar

Teléfono +54 11 4129 1000

11. Bibliografía

Albornoz, A. (2020). “E-learning en Latinoamérica, mercado en crecimiento”. Disponible en <https://cognosonline.com/co/blog/e-learning-en-latinoamerica-mercado-en-crecimiento>

Americalearningmedia.com (2021). “Fuerte presencia del e-learning en universidades argentinas”. Disponible en <http://www.americalearningmedia.com/edicion-003/46-indicadores/164-fuerte-presencia-del-e-learning-en-universidades-argentinas>

Argentina.gov.ar (2021). *Ley de Educación Nacional n.º 26.206*. Disponible en <https://www.argentina.gov.ar/educacion/validez-titulos/glosario/ley26206>

Argentina.gov.ar (2020). *Síntesis de información universitaria 2019-2020*. Disponible en <https://www.argentina.gov.ar/educacion/universidades/informacion/publicaciones/sintesis>

CALED (2021). *Universidades de educación superior a distancia – Argentina*. Disponible en <http://www.caled-ead.org/vinculacion/universidades-de-educacion-superior-distancia/argentina>

CEPAL (2020). *La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19*. Disponible en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45904/1/S2000510_es.pdf

CWUR (2021). Disponible en <https://cwur.org/>

e-ABC Learning (2017). “Empresas de e-learning de Argentina se nuclearán en una organización para definir e impulsar los temas de mayor interés para el sector”. Disponible en <https://www.e-abclearning.com/notas-de-actualidad/37-2017211-empresas-de-e-learning-de-argentina-se-nuclearan-en-una-organizacion-para-definir-e-impulsar-los-temas-de-mayor-interes-para-el-sector/>

Edreira, M. (2021). *¿En qué se capacitan los argentinos? Los 10 cursos online más buscados en Argentina*. Disponible en <https://expertosenlinea.com.ar/en-que-se-capacitan-los-argentinos-los-10-cursos-online-mas-buscados-en-argentina/>

Elearningactual.com (2021). *El auge del e-learning en 2021*. Disponible en <https://elearningactual.com/auge-elearning-2021/>

Eventseye.com (2021). *Ferías en Argentina 2021-2022*. Disponible en https://www.eventseye.com/ferias/c3_ferias_argentina.html

Gankar y Wadhvani (2020). *E-learning market report 2021-2027*. Disponible en <https://www.gminsights.com/industry-analysis/elearning-market-size>



GSMA (2020). *Mobile Connectivity Index Score – Argentina 2019*. Disponible en <https://www.mobileconnectivityindex.com/#year=2019&zonesoccode=ARG&analysisView=ARG>

Hernández, J. (2020). *Educación a distancia, virtual y en línea: ¿Cuál es la diferencia?* Disponible en <https://docentesaldia.com/2020/08/09/educacion-a-distancia-virtual-y-en-linea-cual-es-la-diferencia/>

IADB (2021). Disponible en <https://digilac.iadb.org/>

IADB (2020). *Informe anual del Índice de Desarrollo de la Banda Ancha 2020: Brecha digital en América Latina y el Caribe*. Disponible en <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Informe-anual-del-Indice-de-Desarrollo-de-la-Banda-Ancha-IDBA-2020-Brecha-digital-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf>

Inet (2021). *Ley de Educación Técnico Profesional*. Disponible en <http://www.inet.edu.ar/index.php/institucional/normativa/ley-de-educacion-tecnico-profesional/>

iProfesional (2021). *Carreras a distancia que se estudian en Argentina: esta es la lista completa de las universidades y sus ofertas*. Disponible en <https://www.iprofesional.com/management/341325-carreras-a-distancia-que-se-estudian-en-argentina-lista-completa>

ITU (2020). *Measuring digital development: facts and figures 2020*. Disponible en <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf>

La Capital (2021). “Conectarán con Internet de última generación a 58 universidades nacionales de la Argentina”. Disponible en <https://www.lacapital.com.ar/informacion-general/conectaran-internet-ultima-generacion-58-universidades-nacionales-la-argentina-n2695049.html>

Microsoft (2021). “Un año de pandemia: más de la mitad de las pymes argentinas cambió sus procesos y objetivos de negocio”. Disponible en <https://news.microsoft.com/es-xl/un-ano-de-pandemia-mas-de-la-mitad-de-las-pymes-argentinas-cambio-sus-procesos-y-objetivos-de-negocio/>

Oficina Económica y Comercial de España en Buenos Aires (2021). *Guía de incentivos a la implantación en Argentina*.

Oficina Económica y Comercial de España en Buenos Aires (2021). *Sistema de licitaciones en Argentina*.

Oficina Económica y Comercial de España en Buenos Aires (2021). *Costes de una importación en Argentina*.



Perfil (2021). “Argentina Programa”: ¿cómo acceder al plan del Gobierno de capacitación para jóvenes? Disponible en <https://www.perfil.com/noticias/economia/argentina-programa-como-acceder-al-plan-del-gobierno-de-capacitacion-para-jovenes.phtml>

Real Instituto Elcano (2020). *La reputación de España en el mundo. Country Reprtrak 2020.*

Sevilla, C., (2021). *e-Learning. Definición y características.* Disponible en <https://cfp.us.es/e-learning-definicion-y-caracteristicas>

Toro, L. (2020). *E-learning: consumo vinculado a la transformación digital personal, las nuevas tendencias, escuelas tradicionales vs. escuelas digitales.* Disponible en http://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe_e-Learning_%202020_OBS_%20Business_%20School.pdf

Universia (2020). *Rankings de las mejores universidades del mundo* <https://www.universia.net/ar/actualidad/orientacion-academica/rankings-de-las-mejores-universidades-del-mundo-1.html>

UNESCO (2021). *Interrupción y respuesta educativa.* Disponible en <https://es.unesco.org/covid19/educationresponse>

UNLA (2021). *El e-learning en tiempos de la COVID-19.* Disponible en <https://www.unla.mx/blogunla/el-e-learning-en-tiempos-de-la-covid-19>

USAL (2021). *Aranceles.* Disponible en <https://promocioneingreso.usal.edu.ar/aranceles>

Viñuela, S. (2020). “El mercado del e-learning crecerá un 7 % de 2019 a 2025”. Disponible en <https://go.inserver.es/blog/mercado-elearning-crecera-de-2019-a-2025>

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

