

Proceso de internacionalización de la Institución Universitaria CEIPA

Resumen

La Institución Universitaria Ceipa, consciente de la trascendencia que tiene en la actualidad la enseñanza a través de la modalidad a distancia, decidió hacer una investigación acerca de la viabilidad de incursionar en el mercado peruano bajo un proceso de internacionalización de su modelo pedagógico. Para tal efecto, se hizo una investigación de tipo documental con fuentes secundarias, tomando como principal fuente la información que se encuentra en la web, la cual se confrontó con cifras oficiales de los organismos peruanos. El estudio arrojó como resultado que el proceso de internacionalización es viable y que el mercado peruano cumple con las expectativas de internacionalización para el CEIPA, en la modalidad de posgrado.

Palabras clave

Proceso de internacionalización, formación virtual, educación a distancia

Abstrac

The CEIPA University, knowing the importance that virtual education has today, decided to do documentary research on the viability of entering the Peruvian market, through the process of the internationalization of its

education model. To that end, documentary research was carried out with secondary sources, taking as the main source, information found on the web, which was confronted with official figures from Peruvian agencies. The study concluded that the internationalization process is viable and that the Peruvian market meets the expectations for CEIPA's internationalization, in the modality of graduate.

Keywords:

Internationalization process, virtual education, online learning

Introducción

La Institución Universitaria CEIPA, fundada en 1972 por el Dr. Antonio Mazo Mejía, define en su principio rector su enfoque hacia la gestión del conocimiento gerencial de personas y organizaciones con un espíritu empresarial e integral (Ceipa, 2012). La Institución ha transformado su enfoque desde la enseñanza tecnológica, en sus inicios, hasta la formación en posgrados (en la actualidad), innovando en aspectos como la formación a través de núcleos temáticos y problémicos, y la enseñanza 100% virtual, como una de las modalidades de educación a distancia ⁽¹⁾. Luego de haber transformado su proceso educativo, y de convertirse en un referente a nivel nacional en Colombia, el CEIPA ha decidido incursionar en el proceso de internacionalización de su modelo educativo, comenzando inicialmente por analizar la situación actual de la

región en países como Perú, Ecuador y Brasil, siendo el de mayor interés Perú.

Se pretende en este trabajo hacer una investigación sobre las posibilidades y complejidades que se encuentren en la incursión del CEIPA en el Perú, considerando que las directivas de la Institución ven un mercado prometedor, dado el crecimiento de la economía de ese país y la similitud en muchos aspectos socioculturales que pueden influenciar positivamente en el proceso de internacionalización.

Fundamentos teóricos (revisión de literatura)

Análisis del entorno

Perú se caracteriza por ser una economía abierta y pequeña, con políticas que han permitido mantener estables las principales variables de la macroeconomía. En los últimos años se destaca el interés generado por la inversión extranjera, como fruto de la liberalización del comercio exterior, el trato nacional a la inversión extranjera y el impulso a los proyectos de asociación público privados en el mercado (Cámara Española de Comercio de Perú, 2010). El Fondo Monetario Internacional ha pronosticado un crecimiento económico del Perú en un 5,5% para el año 2012, pronosticando el promedio para América Latina y el Caribe en un 3,7%, situando al Perú como la tasa más alta de la región (DePeru.Com, 2012).

A pesar de la crisis de la eurozona, la economía peruana creció en 6,9% en el año 2011. Las expectativas para el año 2012, según el Banco de la Reserva de Perú (BCRP), son de un crecimiento de 5,7% de su PIB y de 6,3% para el año 2013 (Banco Central de la Reserva del Perú, 2012, pág. 40). En el caso de los sectores no primarios, el crecimiento de ellos en el año 2011 llegó a 7,4%.

La población actual de Perú ronda los 29 millones de habitantes, de los cuales el 19,1% están entre los 15 y 24 años, y el 42,3% están entre los 25 y 59 años (Aysenurum.com, 2010). El rango de edad que interesa es el primero, en el cual podemos ubicar la mayor parte de la población que conforma los estudiantes potenciales de este país. Por otro lado es relevante tener en cuenta que el 20,7% del gasto público se invierte en educación (Aysenurum.com, 2010).

Aspecto importante a considerar es que el marco legal concerniente a la inversión extranjera, ofrece garantías para que cualquier empresa ejerza su derecho a organizar y desarrollar actividades, sin obligatoriedad de uso de insumos, procesos tecnológicos o establecimiento de índices, exceptuando lo que haga referencia a la higiene, la salud, la seguridad industrial y el medio ambiente (Cámara Española de Comercio de Perú, 2010, pág. 17). Cualquier inversión directa o asociativa en Perú, debe ser registrada en Proinversión, con lo cual se garantiza a los inversionistas la transferencia libre de divisas y la conversión de la moneda al tipo de cambio más favorable según el Sistema Financiero Nacional. A parte de esto, las empresas que invierten en Perú no requieren ninguna otra

autorización (Cámara Española de Comercio de Perú, 2010, pág. 19). Este trámite tarda en promedio 30 días, sujeto a silencio administrativo positivo.

La legislación vigente tiene estipulado el principio de igualdad, en virtud del cual un extranjero recibe el mismo tratamiento que un ciudadano peruano, lo que constituye un factor a considerarse en el momento de incursionar en ese mercado. No obstante, dado que hay ciertos factores socioculturales muy propios del país, es recomendable para la inversión en ciertos sectores tener en cuenta la opción de asociación con nacionales peruanos, que permita acceder con mayor facilidad al manejo del sector seleccionado, considerando el conocimiento que posea dicho socio (Cámara Española de Comercio de Perú, 2010, pág. 24).

Para el inversor extranjero la legislación laboral detalla que sólo puede contratarse personal extranjero hasta un máximo de 20% de la plantilla, sin que la remuneración de dicho personal exceda el 30% del total de la nómina. Es posible solicitar la exoneración de los porcentajes limitativos siempre que se demuestre que se trata de personal profesional o técnico especializado, o personal directivo de una nueva actividad empresarial (Cámara Española de Comercio de Perú, 2010, pág. 28).

En cuanto a la legislación aplicable en términos de educación, la ley 23733 de 1983, o Ley Universitaria, que aún rige, estipula que una universidad privada se equipara a personas jurídicas sin ánimo de lucro (Congreso de la República del Perú, 2012). Por otra parte, la misma ley estipula que las universidades no pueden hacer distribución de

excedentes entre sus miembros (Congreso de la República del Perú, 2012).

Los aspectos mencionados, tanto los legales como los económicos, en cuanto a requisitos, implican su obligatorio cumplimiento para poder acceder al mercado peruano de la educación, como lo confirma el Dr. Orlando Velásquez, Presidente de la Asamblea Nacional de Rectores ANR, en entrevista realizada in situ.

Moneda y política monetaria

La moneda del Perú se denomina “nuevo sol” y se simboliza como S/ (o en el mercado de divisas como PEN). El cambio frente al dólar y otras divisas las determina cada día el Banco Central de la Reserva del Perú. En general, la moneda fluctúa libremente, pero hay intervenciones para evitar altibajos bruscos en la determinación del cambio oficial. Si se analizan las cifras del cambio USD / PEN desde comienzos del año 2002, vemos que hay una constante pero continua revaluación. A la fecha de consulta (Junio de 2012), la equivalencia es de 2,65121 nuevos soles por dólar americano (Exchanges-Rates.org, 2012), cuando en septiembre del 2002 con 3,64 PEN (nuevos soles) se compraba un dólar americano (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2012)

En cuanto a la inflación, el Banco Central de la Reserva del Perú aplica su política monetaria siguiendo un esquema de Metas Explícitas de Inflación, la cual tiene como meta en este momento un rango entre un límite inferior de 1,0% y un techo de 3,0%, con la finalidad de mantener

un nivel similar de inflación al de las economías desarrolladas, con un compromiso hacia la estabilidad de la moneda (Banco Central de la Reserva del Perú, 2012, pág. 5). La inflación al cierre del año 2011 se colocó en 4,74%, explicándose en los cambios climatológicos que impactaron la oferta de productos perecederos y al alza en alguno commodities como los combustibles. Excluyendo la alimentación y los combustibles, la inflación al cierre de 2012 se ubicó en 2,4%, con un descenso al 2,2% en Febrero de 2012 (Banco Central de la Reserva del Perú, 2012, pág. 7).

Aspectos legales:

El marco legal de la educación en Perú tiene varias leyes y decretos ley que la sustentan. El sistema educativo peruano se basa en la ley 23733 de 1983, la cual regula todos los aspectos relacionados con el quehacer universitario y que ha pasado por varias modificaciones; la ley 26439 de 1995 donde se crea el Conafu; el decreto ley 882 de 1996 donde se regula la inversión en educación; la ley 28740 de 2006 con la que se crea el Sistema Nacional de Evaluación; otras leyes y decretos ley.

En un ejercicio democrático, dada la proliferación de universidades de baja calidad, como lo menciona en su motivación el Tribunal Constitucional de Perú, la ley 28564 fue declarada por este ente jurisdiccional como inconstitucional (Tribunal Constitucional de Perú, 2010). En la sustentación de los hechos ofrecidos por el Tribunal, puede observarse que la educación pública y privada en el Perú pasa por una seria crisis de calidad, expresada en la creación, sin marco legal, de

universidades y filiales universitarias, con incumplimiento de requisitos. La Sentencia revela cifras y hechos que demuestran la baja calidad, soportado, entre otros, por la ubicación de la universidad peruana en los últimos peldaños del ranking mundial de universidades. Otro aspecto relevante es que deja claro que la aparición formal y legal de universidades privadas ha permitido la graduación de profesionales en porcentajes elevados, pero que después no encuentran trabajo dado su poco nivel académico. La Sentencia critica al sistema educativo por pensar más en los aspectos económicos que en los aspectos formativos (Tribunal Constitucional de Perú, 2010).

Dos organismos autónomos de carácter independiente, creados por ley, son los encargados de regular la creación y permanencia de las universidades. Son ellos la Asamblea Nacional de Rectores (ANR) y el Consejo Nacional para la Autorización de Funcionamiento de Universidades (CONAFU). La Sentencia mencionada critica la gestión de estos dos organismos y deja claro que CONAFU es inconstitucional, pero dada la prescripción de seis años para decretar dicha inconstitucionalidad, no es posible eliminar vía sentencia dicho organismo, según el ordenamiento jurídico del Perú.

Por otro lado, y en consonancia con lo anterior, la Contraloría General, citado por Peru21, expuso un estudio en el que se muestra que la oferta universitaria no está acorde con las expectativas del país. En dicho estudio se revela que hay una expansión de la oferta universitaria en carreras que no concuerdan con las necesidades del país y sus regiones.

Y por otro lado, este mismo estudio indica que entre el 2003 y el 2010, la población universitaria tuvo un incremento del 71,49%, haciendo una fuerte crítica a las funciones asignadas al Consejo de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad de la Educación Universitario, pues este organismo, según el informe, se convirtió en un tramitador de expedientes (Perú21.PE, 2012).

Objetivos de Investigación

Objetivo General:

Analizar la viabilidad de la incursión del CEIPA en el mercado peruano, a través de un proceso de internacionalización.

Objetivos específicos:

- Hacer un reconocimiento de la situación de Perú en cuanto a su sistema educativo a nivel de pregrado.
- Indagar el estado de la formación virtual en el mercado peruano en la formación de pregrado.

Metodología

Para el desarrollo del estudio del proceso de internacionalización de la Institución Universitaria Ceipa se partió de una situación real y no de un problema abstracto, con lo que se configura una investigación documental de tipo descriptivo, con base en fuentes secundarias, con la

finalidad de determinar la viabilidad o no de la incursión en el mercado peruano en el campo de la educación virtual. La información y los datos recopilados fueron obtenidos de Registros internos de la Institución Universitaria CEIPA; información tipo inteligencia de negocios, con sondeo del macroentorno del sector; y del análisis del entorno tipo financiero verificando la viabilidad de la incursión de la Institución Universitaria CEIPA en el mercado peruano.

Análisis de datos

Según las cifras oficiales, en Perú hay 137 universidades, 50 de las cuales son estatales, 86 privadas y una municipal. Aunque esta cifra es oficial (Dirección de Estadística ANR, 2012), al hacer un seguimiento en la web se pueden encontrar muchas más universidades, que obviamente no cumplen con las condiciones de CONAFU. De todas las universidades peruanas, hay 35 privadas y 28 públicas que ofrecen el programa de Administración de Empresas, siendo ésta la carrera profesional que ocupa el segundo lugar entre las de más acogida, después de Contabilidad (Oficina Universitaria de Relaciones Públicas UNSA, 2011). La dimensión estadística de la educación en Perú con base en los últimos datos censales, según la Dirección de Estadística de la Asamblea Nacional de Rectores, tiene publicado el Censo Nacional Universitario, llamado CENAUN, en el cual se destaca la siguiente información (Dirección de Estadística, 2010):

Comparativo	1996	2010	Variación
Población universitaria en pregrado	335.714	782.970	133,2%
Población universitaria en posgrado	10.818	56.358	421,0%
Docentes universitarios	25.795	59.085	129,1%
Estudiantes por docente	13,4	14,2	5,7%
Personal administrativo y de servicios	16.989	39.017	129,7%

Tabla 1. Comparativo población estudiantil. Elaboración propia con base en CENAUN

Como puede observarse en las cifras anteriores, el gran crecimiento en los estudiantes que ingresan a la formación universitaria tiene un gran volumen poblacional ascendente, ubicándose en casi 783.000 estudiantes de pregrado, que representan alrededor del 83% de la población universitaria.

En el caso de los estudiantes de posgrado, la ANR publica que “Según el II Censo Universitario 2010, la población de alumnos de Post-Grado es de 56.358 de los cuales 24.591 son de universidades públicas y 31.767 de universidades privadas. Según el programa que siguen los alumnos de Post-Grado se puede observar que la Maestría es la que alberga la mayor cantidad de alumnos seguido por la II Especialización y por último el Doctorado...” (Dirección de Estadística ANR, 2012). Más adelante, la ANR dice que “Según el tipo de universidad se puede notar que la mayor población, en Maestrías y Segundas especializaciones, están en las universidades privadas, mientras que en las públicas se concentran la

mayor cantidad de personas que siguen el Doctorado” (Dirección de Estadística ANR, 2012).

		Prestigio	Carrera única	Cercanía	Expectativas económicas	Otras
Total	782.970	423.065	113.035	82.357	132.197	32.316
Públicas	309.175	168.085	44.279	40.767	46.289	9.755
Privadas	473.795	254.980	68.756	41.590	85.908	22.561
		54.03%	14.44%	10.52%	16.89%	4.12%

Tabla 2. Factores de influencia en la selección de carrera. Elaboración propia con base en CENAUN

Otras cifras adicionales que encontramos en las Estadísticas del Alumno de Pregrado de la Asamblea Nacional de Rectores ANR, son: La edad promedio para ingresar a la universidad es de 19.1 años para los hombres y de 18.7 años para las mujeres. La espera promedio para ingresar a la universidad es de 2.72 años en las universidades públicas y de 3.12 en las universidades privadas. El 86.64% de los estudiantes que ingresaron a la universidad tiene algún conocimiento de informática básica y el 82.89% utiliza internet (Dirección de Estadística, 2010).

Referente a la incursión de la educación virtual, siguiendo al profesor Bedriñana, “En el Perú existen algunas experiencias de educación virtual, la aplicación del e-learning en la modalidad de b-learning y como apoyo y plataforma tecnológica de los cursos presenciales se vienen dando en la mayoría de las Universidades” (Bedriñana Ascarza, 2007). En sentido

similar se expresó en entrevista realizada al Dr. Gustavo Guerrero, Vicepresidente de Planeación y Desarrollo de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, quien menciona que en este momento la educación virtual en Perú está en la misma dimensión que como estaba en Colombia hace diez años. Adicionalmente, el Dr. Guerrero resalta que las incursiones que se han hecho en virtualidad están enfocadas a adultos mayores, muy poco a los jóvenes, pero ve en este punto la necesidad de prestarle atención dada la expansión tanto de la oferta como de la demanda. Esto reafirma lo expresado por el Dr. Bedriñana, cuando dice que “Las perspectivas son prometedoras tomando en cuenta que se está dando mayor difusión a esta metodología de formación y se está disminuyendo la brecha digital de la población peruana” (Bedriñana Ascarza, 2007). Más adelante, complementa esta afirmación al referirse a las entidades que están involucradas en el proceso de e-learning (Bedriñana Ascarza, 2007):

La situación actual del e-learning en el Perú, está en pleno proceso de evolución, sin embargo se ha implementado en gran medida en diversas Empresas Privadas, entre las que destacan las Universidades Privadas, en los cuales generalmente los costos de los programas de capacitación, no están al alcance de un trabajador público, ya que los niveles salariales que reciben son exiguos respecto a los costos que demandan, sin embargo diversas instituciones públicas ya están ingresando en este mundo.

De otro lado, en cuanto a la calidad se refiere, en la visita realizada in situ a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas UPC, los doctores Yack Zilberman (Decano de la Facultad de Negocios) y Gustavo Guerrero (Vicepresidente de Planeamiento y Desarrollo) expresaron que la calidad de la educación en Perú se ve afectada por la obsolescencia de la ley que la regula, pero sobre todo por la falta de experiencia de las universidades en este aspecto.

Resultados

Crecimiento y desarrollo

La estrategia recomendable para el CEIPA es la de desarrollo, considerando que en el mercado local colombiano ya es reconocida y tiene suficientes recursos y capacidades. La dirección de desarrollo a seguir es la de expansión, comercializando sus productos en mercados diferentes, conocida como estrategia de dirección de desarrollo de mercados. Consideramos que es la estrategia valida si partimos del hecho de que en Perú la virtualidad en la enseñanza a nivel profesional de posgrado está muy poco desarrollada. Como características complementarias tenemos que se cuenta con una ventaja cimentada en un producto (servicio) ganador e innovador, con experiencia en la prestación de este servicio y en la venta del mismo, respaldado en una base de clientes, los cuales pueden dar recomendación de los resultados obtenidos y con un sistema de calidad que lo respalda, así como el

otorgamiento de la acreditación por parte del Ministerio de Educación Nacional.

El método de desarrollo a emplear recomendable sería el de la cooperación empresarial o alianzas entre empresas. A través de este método se garantiza, vía acuerdos con universidades de Perú, acceder a nuevos clientes para el Ceipa, compartiendo con su aliado empresarial recursos, capacidades y costos. El acuerdo en mención debe ser de largo alcance y de largo plazo, basado en la confianza mutua y con el objetivo claro de ganar-ganar, alcanzando la estabilidad de dicho acuerdo con objetivos comunes de beneficios bilaterales respaldados en acuerdos contractuales equitativos.

Estrategia de internacionalización

Siguiendo la metodología propuesta por Jarillo (CEF, 2010), encontramos que la estrategia de internacionalización que debe seguir el CEIPA es la de globalización, dado que en el aspecto de la coordinación es importante ya que se requiere una amplia interacción entre las actividades, en tanto que en el aspecto de la localización, requiere solo un sitio de ubicación, para desarrollar la estrategia competitiva adecuada. Complementado con el modelo de Navas y Guerras (CEF, 2010), la accesibilidad al mercado como tal se considera fácil, pues no hay barreras de entrada significativas para la enseñanza en posgrado y la demanda es similar en Perú que en Colombia, según la entrevista realizada al Dr. Orlando Velásquez, Presidente de la ANR. Del lado de la oferta, si bien es cierto que hay gran participación de empresas locales,

ya se está dando un ingreso significativo de empresas del orden global que desean acamparse en este país, vía acuerdos, lo que hace que esta industria se considere una industria con tendencia a lo global.

La estrategia de globalización del CEIPA ayuda en la reducción de costos actuales según que se tengan economías de escala significativas en cuanto a la prestación del servicio a un gran número de estudiantes por encima del punto de equilibrio económico. Otros aspectos que contribuirían con la reducción de costos se hallarían en la posible contratación de docentes colombianos pagados en moneda colombiana, a costos locales, pues la intermediación se da a través de la virtualidad y no en la presencialidad, lo que se complementa con las economías de escala.

Un aspecto que debe tenerse en especial cuidado es la necesidad de estandarización. En nuestro caso el diseño de material específico aplicado a la cultura y condiciones peruanas requiere de investigaciones adecuadas, las cuales podrían perfectamente delegarse en el socio peruano. Por otra parte, considerando los procesos estratégicos que conforman la cadena de valor que operaría en Perú, los macroprocesos de Registro y Control Académico, así como el de Comercialización y Gestión del Estudiante estarían centralizados en Perú. El macroproceso de Formación lo conforman los procesos de Diseño, Desarrollo Académico, Investigación y Empresarismo; estos se llevarían a cabo en trabajo sinérgico tanto en Colombia como en Perú, exceptuando algunos elementos del proceso de Empresarismo.

La forma propuesta de acceder a esta estrategia de internacionalización de carácter global sería a través de un sistema contractual, no por vía de licenciamiento o franquicia, sino a través de acuerdos de cooperación de largo plazo, con alguna universidad de características y objetivos similares al CEIPA. La puesta en marcha de esta estrategia tiene sus aspectos difíciles y sus puntos fuertes; entre los aspectos negativos podemos relacionar la búsqueda y negociación con el posible socio estratégico, dado que en el mercado peruano hay diversidad de universidades con intereses particulares propios y no necesariamente interesados en establecer alianzas o relaciones contractuales en las condiciones que requiere el CEIPA, especialmente si se tiene en cuenta la necesidad de establecer acuerdos en cuanto a la estructura organizativa, operativa y financiera. Si bien es cierto que la vecindad entre los países es un factor que no afecta demasiado dado que comparten orígenes comunes, un aspecto esencialmente positivo es la firma recientemente de la denominada Alianza del Pacífico, que pretende integrar en un sentido amplio las economías de Chile, México, Perú y Colombia, formando un mercado lo suficientemente amplio como para pensar en negocios comunes.

Conclusiones

El mercado peruano, como mercado objetivo para iniciar el proceso de internacionalización del CEIPA, es adecuado como punto de arranque, dado que hay suficiente demanda, es un mercado incipiente y poco

desarrollado, según los doctores Gustavo Guerrero de UPC, Orlando Velásquez del ANR y Aquiles Bedriñana de CONCYTEC.

El modelo de la Institución Universitaria CEIPA es lo suficientemente innovador y concreto como para ser utilizado en el mercado peruano, país que está dando los primeros pasos en la enseñanza bajo la modalidad virtual. La legislación educativa en Perú está obsoleta, pero los problemas de calidad no se dan por este factor, sino por la inexperiencia de las universidades, según el Dr. Milber Ureña del CONEAU y el Dr. Yack Zilberman, Decano de la Facultad de Negocios de la UPC

Desde el punto de vista financiero, el proyecto de internacionalización en Perú es perfectamente viable, dado que hay una TIR del proyecto de 113,16%, que en comparación con la tasa mínima de retorno esperada del inversionista del 30%, es lo suficientemente atractiva y lo ubica como un excelente proyecto. Por otra parte, el VPN está en \$USD 426.132

La facilidad de acceso para el CEIPA al mercado peruano hace que el proyecto sea aún más interesante, dado que la inversión es poca, la rentabilidad interesante y los mercados tienen muchas similitudes, lo que hace aún más atractivo dicho mercado, teniendo en cuenta que la incursión debe hacerse en el campo de los posgrados y en asocio con otras universidades, como lo recomienda el Dr. Orlando Velásquez del ANR

Notas:

1. <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196492.html>

Referencias bibliográficas

Aysenurum.com. (2010). Recuperado el 03 de Mayo de 2012, de <http://www.aysenurum.com/es/state.php?iso=PER&k=demograph>

Wikipedia. (2011). Recuperado el 9 de Mayo de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Nuevo_sol

Congreso de la República del Perú. (2012). Recuperado el Mayo de 2012, de <http://www.congreso.gob.pe/>

DePeru.Com. (17 de Abril de 2012). Recuperado el 03 de Mayo de 2012, de <http://economia.deperu.com/2012/04/fmi-pronostica-crecimiento-economico.html>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2012). Recuperado el Mayo de 2012, de <http://www.sbs.gob.pe/app/stats/tc-cv.asp>

Banco Central de la Reserva del Perú. (Marzo de 2012). Banco Central de la Reserva del Perú. Recuperado el 9 de Mayo de 2012, de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2012/marzo/reporte-de-inflacion-marzo-2012.pdf>

Bedriñana Ascarza, A. (2007). Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. Recuperado el 2012, de http://www.concytec.gob.pe/portalsinacyt/images/stories/corcytecs/ayacucho/AYACUCHO_informe_investigacion.pdf

Cámara Española de Comercio de Perú. (2010). Cámara Española de Comercio de Perú. Recuperado el 03 de Mayo de 2012, de <http://www.cocep.org.pe/doc/HacerNegociosenPeru/Las%2050%20preguntas%20para%20entender%20el%20mercado%20peruano.pdf>

CEF. (2010). Máster en Dirección de Negocios Internacionales. Estrategia de Empresas y Economía Internacional. Madrid, España.

Ceipa. (2012). Ceipa. Recuperado el 03 de 05 de 2012, de http://www.ceipa.edu.co/v2_base/index.php?sub_cat=26121

Dirección de Estadística. (2010). Asamblea Nacional de Rectores. Recuperado el 19 de Mayo de 2012, de http://200.48.39.40/index.php?option=com_content&view=article&id=140&Itemid=659

Dirección de Estadística ANR. (2012). Estadísticas Universitarias. Lima, Perú: Secretaría Ejecutiva.

Exchanges-Rates.org. (2012). Exchanges-Rates.org. Recuperado el 9 de Mayo de 2012, de <http://es.exchangerates.org/currentRates/A/USD>

Oficina Universitaria de Relaciones Públicas UNSA. (Marzo de 2011). Universidad Nacional de San Agustín. Recuperado el Mayo de 19 de 2012, de <http://www.unsa.edu.pe/ofrpp/notas-de-prensa/radiografia-de-la-universidad-peruana/>

Perú21.PE. (10 de Febrero de 2012). Perú21.PE. Recuperado el 19 de Mayo de 2012, de <http://peru21.pe/2012/02/10/actualidad/oferta-universitaria-no-concuerta-necesidades-pais-2011326>

Tribunal Constitucional de Perú. (15 de Junio de 2010). Tribunal Constitucional de Perú. Recuperado el 19 de Mayo de 2012, de <http://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2010/00017-2008-AI.html>

Yamada, G. (2011). LogrosPerú.com. Recuperado el 19 de Mayo de 2012, de <http://www.logrosperu.com/noticias/actualidad/357-educacion-superior-en-el-peru.html>