

## Financiamiento

# SUBSIDIOS A LA DEMANDA DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y PRECIOS DE MATRÍCULA, UN EXPERIMENTO NATURAL EN COLOMBIA

### Carlos Hoyos-Pontón

Economista de la Universidad del Norte con maestría en economía por la misma universidad. Su trabajo se concentra en economía de la educación, productividad y eficiencia, la evaluación de políticas y programas sociales y la formulación de modelos e indicadores estadísticos. Gerente de programas de Children International Colombia.

[choyos@children.org.co](mailto:choyos@children.org.co)

### Alexander Villarraga-Orjuela

Profesor asistente en el departamento de Economía de la Universidad del Norte, Colombia. Doctor en Políticas Públicas por la Universidad de Arkansas. Su investigación se enfoca en el área de la economía de la educación y el diseño, implementación y evaluación de políticas educativas, principalmente en educación superior.

[avillarraga@uninorte.edu.co](mailto:avillarraga@uninorte.edu.co)

El uso de esquemas de financiamiento a la demanda en educación superior en América Latina se ha extendido en las últimas décadas. En Colombia, se han propuesto programas como Ser Pilo Paga (SPP), Generación E y algunas líneas de crédito como ACCES, ofrecidas por el Instituto Colombiano de Crédito Educativo –Icetex–, con el propósito de brindar apoyo financiero a estudiantes con resultados académicos sobresalientes y en situación de pobreza. Sin embargo,

es escasa la reflexión en torno a la respuesta de este mercado frente a la implementación de políticas de fomento a la demanda. En particular, es reducido el número de estudios de los efectos de este tipo de estrategias sobre las tarifas de ingreso a la educación superior.

En este documento comentamos algunos hallazgos de un estudio reciente en el que analizamos información de SPP. Invitamos al público a ampliar la lectura y los detalles técnicos de nuestro trabajo, consultando el [artículo publicado](#).

### **El Programa ‘Ser Pilo Paga’**

El programa SPP fue una iniciativa del Ministerio de Educación Nacional de Colombia, implementada entre 2015 y 2018, que buscaba fomentar la excelencia y la calidad de la educación superior, con enfoque en estudiantes socioeconómicamente vulnerables y con rendimiento escolar destacado. El programa estuvo orientado al incremento de cobertura a través de un sistema de créditos educativos condonables que cubrían la totalidad de la matrícula sin límite de monto, y además brindaba apoyos de sostenimiento.

SPP utilizaba la acreditación de programas otorgada por el [Consejo Nacional de Acreditación](#) –CNA–, como criterio de selección de programas a los que los aspirantes a los créditos podían aplicar, para lo cual definió dos categorías excluyentes: universidad certificada en alta calidad y universidad no certificada. Esto facilitó la separación del mercado en un régimen de IES receptoras de beneficiarios y suscritas a la política, y un régimen de no receptoras y no participantes de la política. La disposición de los beneficiarios a través de las IES agrupadas como acreditadas y aquellas no acreditadas propició un escenario sensible para conformar contrastes, al estilo de un [experimento natural](#).

### **Efectos de SPP en la fijación de tarifas de matrícula universitaria en Colombia**

Según la ley colombiana, las IES pueden incrementar sus costos de matrícula, siempre y cuando lo hagan dentro de los márgenes de la variación del Índice de Precios al Consumidor de cada año. Si el incremento es mayor, debe ser autorizado por el Ministerio de Educación Nacional. Sin embargo, según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE–, en el periodo 2009-2018, los precios

de matrícula de las universidades en Colombia crecieron por encima del nivel de inflación. Este periodo de repunte de tarifas coincidió con la puesta en marcha de SPP. Entre 2010 y 2014, el costo de matrícula promedio de una IES acreditada era 2,01 veces el de una no acreditada. Para 2015-2018 (es decir, durante la implementación del programa) esta relación se incrementó, pasando a ser de 2,08 veces y en 2018 llegó a 2,11 veces.

Utilizando datos de los precios de las matrículas para cada programa académico de pregrado de las universidades acreditadas y no acreditadas en el periodo 2010-2018, se realizó una estimación estadística utilizando un modelo de diferencias en diferencias que permite aislar el efecto causal de SPP en los precios de matrículas de las universidades acreditadas de otros factores que podrían haber también incidido en ese aumento. De este análisis se concluyó que, durante el periodo de estudio, SPP aumentó los precios de carreras de universidades acreditadas con respecto a las no acreditadas en un promedio de 4,5%. Esto supone un crecimiento adicional promedio en el precio de la matrícula de COP 360 000 (90 USD).

A raíz de SPP, entre 2015 y 2018, algunas IES certificadas experimentaron un aumento súbito y sostenido en el ingreso de estudiantes de primer año de hasta 8,7%. Según datos del DANE, entre 2015 y 2016 se observó un sobresalto de crecimiento en los índices de costo de las universidades privadas.

Igualmente, motivado por el incremento abultado de la matrícula de estudiantes y la participación en una política de acceso de carácter nacional, se da el mejoramiento de la reputación de las IES. En la medida en que el reconocimiento y la exclusividad crecen en las universidades, su poder de mercado se fortalece, habilitándolas para elevar sus precios, así como para condicionar el ingreso de aspirantes por medio de otros criterios. Este comprende uno de los efectos indirectos en equidad que tiene el alza en precios de matrícula a través de SPP.

## Reflexiones e implicaciones

Las interacciones entre las [políticas de subsidio](#) a la educación superior (como el programa SPP) y las [estrategias de fijación de precios](#) de las IES pueden llegar a generar una importante red de criterios para la formulación efectiva de política pública de acceso. Nuestro estudio presenta indicios del vínculo entre SPP y el aumento de los precios de matrícula de programas académicos de pregrado, con presiones finan-

cieras en las instituciones a raíz del ingreso masivo de beneficiarios, y el poder de mercado otorgado por su participación en el programa como universidades acreditadas en alta calidad.

Estos resultados tienen implicaciones relevantes con respecto a la posibilidad de avanzar en el cumplimiento de metas de calidad y equidad en la educación superior. Piénsese por ejemplo en una familia promedio en el país, la cual busca optimizar la decisión de inversión en educación superior para alguno de sus miembros. En principio, la teoría indicaría que el precio de una matrícula universitaria les aporta una idea a los individuos del gasto promedio asignado por la IES a cada estudiante, así como información sobre el nivel del profesorado, la calidad de las instalaciones y los materiales de estudio, y el potencial de colocación laboral al graduarse, entre otros. Así, el precio de matrícula se convierte en un indicador subjetivo de la calidad (por lo menos en el contexto de las universidades privadas) y, a través de ello, de la demanda real que existe en la sociedad por nuevas matrículas universitarias. Sin embargo, al momento que dicho precio no esté determinado por esos factores (de calidad), sino por el poder de mercado de IES acreditadas, se pierde información valiosa para guiar decisiones óptimas entre consumidores y oferentes. Esta asimetría de información influye en las estrategias de mercadeo y los planes de inversiones y costos de las IES, puesto que a partir de sus restricciones de presupuesto deciden a qué rubros dedicar gastos e inversiones que les permitan visibilizar calidad, obtener reconocimiento y atraer segmentos específicos de la demanda de nuevos estudiantes.

Por otro lado, se encuentra que la rigidez de los costos de operación de las IES condiciona las estrategias de operación y optimización de recursos en el marco de intereses de las instituciones, que no siempre se alinean a lo dispuesto por la política pública, promoviendo asignaciones de cupos y presupuestos socialmente ineficientes. Al final, los aumentos en tarifas de matrículas componen una manifestación de respuestas no anticipadas sobre el comportamiento optimizador de las universidades como empresas privadas.

---

También le puede interesar:

#### ACCESO Y PERMANENCIA

[Ser Pilo Paga: Innovación en las estrategias de financiamiento a la demanda de Educación Superior en Colombia](#)