

# LOS CONGLOMERADOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA EN MÉXICO: EXPANSIÓN, DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL Y PREDOMINIO OLIGOPÓLICO

**GERMÁN ÁLVAREZ MENDIOLA**

*INVESTIGADOR DEL DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIONES EDUCATIVAS,  
CINVESTAV*

**FANNY LUCÍA URREGO CEDILLO**

*ESTUDIANTE DEL DOCTORADO DEL DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIONES  
EDUCATIVAS, CINVESTAV*

**Temática general:** Política y gestión de la educación y su evaluación, la ciencia y la tecnología.

## RESUMEN

El predominio de los conglomerados de la educación superior privada en México es un fenómeno relativamente reciente. En este trabajo se ofrece un análisis de su evolución, en particular de la concentración de la matrícula y de la presencia territorial de un número pequeño de organizaciones. Se ha quedado atrás una fase donde la mayor parte de la matrícula se encontraba dispersa en centenas de pequeñas organizaciones. Los conglomerados tienen diferentes características de acuerdo con su consolidación académica, su afiliación a redes religiosas, su pertenencia a capitales transnacionales y su orientación hacia el lucro. En unos casos son conglomerados de organizaciones únicas o en proceso de convergencia; en otros de organizaciones unidas por débiles lazos académicos pero pertenecientes a grupos empresariales únicos. El tamaño de los conglomerados es diverso, pero destacan unos cuantos por su tamaño y proporción de matrícula que concentran. Pese a que en su conjunto se muestran dinámicos, los conglomerados presentan comportamientos muy diversos en cuanto a su crecimiento y desarrollo.

**Palabras clave:** Educación superior, universidades privadas, conglomerados institucionales

## INTRODUCCIÓN

En la década noventa del siglo pasado el sector privado irrumpió con enorme fuerza y dinamismo en la educación superior mexicana. Fue la expresión nacional de un fenómeno mundial que obedeció al repliegue de los estados en la financiación de este nivel educativo, en un entorno dominado por la ideología del Consenso de Washington. En muy pocos años, el sector privado en México pasó de concentrar el 18% de la matrícula de licenciatura en 1990 al 28.8% en 2000 y al 33% en 2010.

Como resultado de los ajustes económicos, el sector público de educación superior (ES) creció lentamente y el sector privado se convirtió en una enorme industria que llegó a ocupar el lugar 26° en la generación del Producto Interno Bruto. Los amplios márgenes de ganancia, alrededor del 30%, aunados a su bajísima regulación, convirtieron al sector privado de la ES en una codiciada actividad económica no sólo de empresas nacionales sino también transnacionales.

Esta situación cambió a mediados de la primera década del presente siglo: el Estado recuperó la inversión educativa y desarrolló políticas para expandir el sector público y contener al privado. Esto condujo, en un primer momento, a la estabilización de las proporciones de la matrícula en los sectores público y privado y, en un segundo, a la disminución relativa del sector privado en la matrícula total. El Estado no logró avanzar mucho en la reordenación regulatoria pero los controles mejoraron un poco y quedó instalada la lógica de las acreditaciones de programas como una vía de legitimación académica y de mercado.

En el proceso de expansión del sector privado algunas empresas formaron conglomerados en los ámbitos estatal, regional o nacional para ganar mercado. Los conglomerados generaron una forma de oligopolización del mercado que desplazó a las pequeñas instituciones. Por un lado se generó una intensa concentración y, por otro, de manera opuesta, una dispersión de instituciones aisladas.

En este trabajo, bajo un enfoque de sociología del mercado y con base en información estadística oficial, ofrecemos un panorama general de la evolución reciente de los conglomerados de ES privada, en términos de la expansión de las matrículas y sedes. Asimismo, en un segundo apartado, proponemos una clasificación de los conglomerados de acuerdo con su distribución territorial y ofrecemos una caracterización sobre la oligopolización de los mercados de educación superior privados en los estados. El tercer apartado está destinado al análisis de las empresas transnacionales en la configuración de conglomerados, mientras que el cuarto ofrece un análisis sobre la diferenciación de los conglomerados por el tipo de integración de marcas y de modelos académicos y administrativos, y por la pertenencia a redes religiosas. El quinto apartado presenta un análisis de la

oferta educativa, especialmente las nuevas modalidades de licenciatura y la expansión del posgrado. Por último, presentamos algunas conclusiones y necesidades de investigación futura.

## LA EXPANSIÓN DE LOS CONGLOMERADOS<sup>i</sup>

Con el fin de detectar a los conglomerados, decidimos establecer como criterios que éstos tuvieran al menos 1,500 estudiantes en alguno de los periodos estudiados (2010-2011 al 2015-2016) y tres o más sedes (campus o planteles) con oferta de licenciatura<sup>ii</sup>. Detectamos 43 conglomerados de ES privada, que integran a 72 instituciones con 645 sedes.

En total, estos conglomerados reunieron 523,777 estudiantes en 2015, es decir, el 57% de la matrícula privada total, lo cual confirma anteriores conjeturas de que más de la mitad de la matrícula privada se encuentra en conglomerados institucionales (Rodríguez, 2008).

En promedio los conglomerados tenían 12,181 estudiantes, lo que permite establecer una primera distinción entre las que tienen más y menos que ese promedio. De acuerdo con esto, sólo 11 conglomerados, que en adelante llamaremos la “liga de los 11”, tienen más que el promedio. Esta primera distinción permite apreciar que pocas empresas concentran a la mayoría de los estudiantes del sector privado; de hecho, esas 11 empresas matricularon 344,396 alumnos, esto es, el 37.1% de la matrícula privada total. En otras palabras, 11 empresas concentran más de la tercera parte de la matrícula en un universo de alrededor de 2,000 instituciones privadas.

En general, los conglomerados han sido más dinámicos que el sector privado en su conjunto. Entre 2010 y 2015, la matrícula privada total de licenciatura creció 16.4%, mientras que la matrícula de conglomerados lo hizo en un 20.6%. Pese a su dinamismo, los conglomerados no tuvieron el mismo crecimiento acumulado que el total nacional de matrícula ni que el total del sector público, que fueron del 23.8% y del 27.3% respectivamente. Eso indica que la tendencia inaugurada a mediados de la década pasada de disminución de la distribución porcentual de la matrícula en el sector privado continúa.

No obstante, al analizar con detenimiento esta tendencia observamos importantes diferencias en el crecimiento de la matrícula en cada conglomerado. La sostenida expansión del sector público genera condiciones de mayor competencia en el mercado de la demanda privada y eso reconfigura la posición relativa de cada empresa. Los conglomerados de instituciones más consolidadas y de mayor prestigio, que se cuentan entre los conjuntos de mayor tamaño, como el Sistema Tec de Monterrey, el Sistema Jesuita, la Red Anáhuac y la Red La Salle, han tenido crecimientos moderados, nulos e incluso negativos. Los crecimientos positivos, en estos casos, no llegan siquiera al crecimiento

acumulado promedio de las redes privadas (20.6%). La Red La Salle creció 19.5%, el Sistema Jesuita 7.2% y el Sistema Tec de Monterrey un modesto 0.7%. La Red Anáhuac tuvo un decrecimiento de 10.3%, que se explica por la polémica venta de la Universidad Interamericana para el Desarrollo (UNID) en marzo de 2013; aunque, tras esa venta y la consecuente pérdida de matrícula aun presenta un moderado pero sostenido crecimiento. La Red Laureate (UVM y UNITEC) no tiene aún el nivel de consolidación y prestigio de los anteriores conglomerados pero ya ofrece programas de medicina y su posición entre los primeros 10 lugares de universidades privadas en los rankings nacionales ha sido constante desde hace varios años (Guía Universitaria de Selecciones, El Universal, Reforma). Esta red ha tenido un crecimiento del 18.4%.

Llama la atención el fuerte crecimiento de redes de instituciones poco consolidadas en términos académicos y que en 2010 tenían matrículas medias. El conglomerado de universidades Autónoma de Durango, Durango Santander y Durango del grupo Fomento Educativo y Cultural Francisco de Ibarra A.C. registró una expansión de 120.5% entre 2010 y 2015, al pasar de 5,882 a 12,971 alumnos. El Centro Universitario UTEG, básicamente asentado en Guadalajara, creció 60.4% en estos cinco años, de 7,638 a 12,250 estudiantes. Estos dos conglomerados desde 2105 se sumaron a la "liga de los 11" con mayor matrícula. Puede verse claramente que los conglomerados de menor consolidación académica y de más reciente creación han sido mucho más dinámicos que los consolidados o con mayor tiempo en el mercado. Otro ejemplo, es el de la UNID, que perteneció a la Red Universidades Anáhuac, la cual junto con la Universidad Regiomontana (U-erre), continuó un proceso importante de crecimiento propio, alcanzando 17,454 alumnos en 2015.

Un caso que puede considerarse como un éxito de negocios a juzgar por el dinámico comportamiento de su matrícula, es el del conglomerado Nacer-Global, que integra diversas instituciones como la Universidad del Desarrollo Profesional (UNIDEP), la Univer, el ICEL y otras más, creció 43%, al pasar de 28,457 a 40,496 estudiantes. En sentido opuesto, Aliat inició la década con una matrícula muy alta, 18,269 estudiantes, y disminuyó a 14,886 alumnos en 2015, un decrecimiento del 18.5%, a pesar de las grandes inversiones realizadas y las intensas compañías de marketing que ha tenido.

De la misma forma en que en el segmento de los grandes conglomerados se presentan diferencias, también en el segmento de matrículas medias y pequeñas existen importantes variaciones. Destacan algunos conglomerados con crecimientos mayores al 100%. Unos realmente sorprendentes, como el Sistema EDUCEM que incrementó de 1,085 alumnos en 2010 a 7,881 en 2015, una expansión de 626%. Hay otros crecimientos menos espectaculares pero también sorprendentes, como el de CCU que tenía 1,865 en 2010 y alcanzó 5,648 alumnos en 2015, un 202.8%.

## LA DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LOS CONGLOMERADOS Y LA OLIGOPOLIZACIÓN DEL MERCADO

No sólo la enorme cantidad de matrícula caracteriza a los conglomerados sino también su expansión territorial. Con excepción de Guerrero y Tlaxcala, los conglomerados se encuentran en todas las entidades federativas. El que mayor presencia tiene es el Sistema Tec de Monterrey en 25 estados; seguido de los grupos: Nacer-Global y UNID-U-erre, ambos con sedes en 23 estados. Otros conglomerados con gran presencia son la Red Laureate y el Sistema EDUCEM, ambos con planteles en 20 estados. Con planteles entre 11 y 14 estados se ubican la Universidad Vizcaya de las Américas (11), Red Anáhuac (11), Aliat (13), la Red La Salle (13) y el conglomerado de universidades Durango (13). Hay un grupo de conglomerados que tienen matrículas pequeñas pero presencia en 8 estados, como la Galileo Global Education IEU, el CLEU Universidad, la Escuela Bancaria Comercial y el Instituto de Ciencias y Estudios Superiores. El Sistema Jesuita, que tiene una matrícula grande, y la Red Marista con una matrícula ligeramente inferior al promedio de los conglomerados, están presentes en 7 estados. Los demás conglomerados están presentes en 6 o menos entidades federativas.

Dentro de la “liga de los 11” se presentan tres patrones de distribución: los conglomerados con presencia en más de 20 estados del país (Sistema Tec de Monterrey, grupo UNID-U-erre, Red Laureate, y Nacer-Global); los que están presentes en 11 y 14 estados (Red La Salle, Aliat, universidades Durango); los que están entre 3 y 7 estados (Sistema Jesuita y la Universidad Mexicana) y, finalmente, el que sólo tiene planteles en un estado (UTEG). En la “liga de los 11” los conglomerados con más matrícula tienen mayor presencia en los estados, pero no todos. Por ejemplo, el del Sistema Jesuita, sólo tiene presencia en 7 estados. Un caso opuesto, es el de las universidades Durango, que tiene una matrícula menor que las Jesuitas pero está presente en 14 estados. También es diferente el caso de la UTEG, que sólo se encuentra en Jalisco, primordialmente en Guadalajara, pero tiene una matrícula casi igual a las de las universidades Durango.

La presencia territorial de los conglomerados nos permite construir una tipología de los para analizar su emplazamiento geográfico. Tenemos conglomerados nacionales, con presencia en al menos 4 regiones de la ANUIES; multi regionales, con planteles en 2 o 3 regiones; regionales, con presencia en una sola región en dos o más estados; estatales multi ciudades, con planteles en un solo estado en 2 o más ciudades; y urbanos multi sede, con planteles en una sola ciudad. En la tabla 1 puede verse que 17 conglomerados nacionales tienen predominio en razón de la matrícula que conjuntan. Por su parte, los multi-regionales la tienen por su cantidad y, en menor medida, por su matrícula.

**Tabla 1. Presencia territorial de conglomerados según regiones ANUIES**

	Conglomerados	Matrícula 2015
Conglomerados nacionales (al menos presencia en cuatro regiones de ANUIES)	17	370,593
Conglomerados multi-regionales (presencia en dos o más regiones de ANUIES)	18	109,708
Conglomerados regionales (presencia en una sola región en dos o más estados)	6	25,578
Conglomerados estatales multi-ciudades (un solo estado varias ciudades)	2	17,898

Fuente: elaboración propia

La concentración de la matrícula en los conglomerados, particularmente en los de la “liga de los 11”, constituye una forma de oligopolización de la ES privada, esto es, del control de la mayor parte del mercado de ES privada por un reducido número de empresas. En 19 estados del país más del 50% de la matrícula privada se ubica en instituciones de conglomerados. Dentro de ese conjunto, en algunos estados más del 75% de los estudiantes del sector privado asisten a establecimientos que forman parte de conglomerados: Jalisco (76.2%), Colima (76.9%), Sonora (80.4%), Quintana Roo (81.95), Querétaro (85.1%) y Aguascalientes (89.3%). El predominio oligopólico en el plano estatal es abrumador en muchas entidades.

A diferencia de otras situaciones oligopólicas de mercado, en la ES privada se libra aún una fuerte competencia por la demanda porque ésta ha dejado de expandirse como antes. Así, el crecimiento de los conglomerados se hace por dos vías: atrayendo el margen de crecimiento que experimenta en general la demanda privada y desplazando a proveedores de pequeño tamaño, ya sea comprando sus establecimientos o forzando su cierre a través de precios y otros recursos competitivos. Estudios posteriores deberán revelar si esta situación oligopólica está llevando a una reducción de la competencia, a la fijación de precios o a la generación de cuotas de mercado por acuerdos implícitos o explícitos entre las empresas, situación que corresponde teóricamente con la interdependencia estratégica entre las empresas (Pearce, 1999).

## LA PRESENCIA DEL CAPITAL EXTRANJERO Y LOS CONGLOMERADOS

El crecimiento y la diversificación de la ES transnacional es una tendencia mundial. Aunque no existe una sola definición, hay consenso de que se trata de cualquier provisión de ES disponible en más de un país. Estos programas son principalmente provistos por instituciones de los países más desarrollados del mundo (Bennet et al., 2010). Sin embargo, en México pocas instituciones extranjeras tienen oferta educativa proveniente de los países de origen; en cambio se invierte en las instituciones de ES ya existentes.

En México durante la década de 2000 a 2010 hubo varias oleadas importantes de inversión extranjera directa en ES (IEDES). Laureate International, la empresa más poderosa, hizo varias compras, destacando la de la UVM y de la UNITEC. Asimismo, Carlyle compró una porción grande de las acciones de la Universidad Latinoamericana (ULA); poco después Apollo Global Education Network (propietaria de Phoenix University) adquirió la mayoría de las acciones. A fines de esa década, Galileo Global Education del grupo estadounidense Providence Equity Partners adquirió la red del Instituto de Estudios Universitarios (IEU Universidad) en el sureste del país. Tras esa década de notable expansión, el monto de la IEDES ha disminuido.

En cuanto al tamaño de las empresas, se pueden distinguir grandes entre las que se ubica el grupo Laureate International con más de un millón de estudiantes alrededor del mundo, en 80 instituciones distribuidas en 19 países; en México, Laureate agrupa más de 100 mil estudiantes en sus programas de licenciatura y posgrado.

También existen empresas de tamaño medio y pequeñas que pertenecen a grandes empresas multinacionales. La UTEL es una empresa de tamaño medio con oferta enteramente en línea, que pertenece a la empresa Scala Higher Education, S. C.. La UTEL se fusionó con el Pearson Group en 2012, el cual tiene cuatro universidades en tres países. La UTEL registra 7,803 estudiantes, y tiene 19 centros de atención personalizada en diferentes ciudades de México.

La ULA un conglomerado de tamaño pequeño, forma parte de Apollo Global subsidiaria junto con otras tres de la empresa estadounidense Apollo Education Group que reúne ocho instituciones de siete países. La ULA cuenta con 2,233 alumnos de licenciatura, cuatro campus y 21 “campus ejecutivos”, con presencia en 11 estados.

El IEU Universidad es otro caso de una pequeña red (1,796 estudiantes que, sumados a los 5,268 de opciones no escolarizados totalizan 7,064 estudiantes). Tiene 17 sucursales en 15 estados

del sur, sureste y centro del país. Fue integrado en 2014 a Galileo Global Education, que opera en siete países: Francia, Italia, Reino Unido, Alemania, México, China e India.

Existen desde luego otras modalidades de inversión transnacional en la ES mexicana, pero no constituyen propiamente conglomerados como los aquí estudiados, razón por la cual no las incluimos en el análisis.

## LA DIFERENCIACIÓN DE LOS CONGLOMERADOS

Aunque guardan semejanzas en las estructuras básicas, los modelos y la filosofía educativos, los conglomerados tienen importantes variaciones, incluso entre instituciones de orientación religiosa. Por ejemplo, la vocación humanista y de justicia social del Sistema Jesuita es distinto a la vocación empresarial y elitista de la Red Anáhuac. Las redes como Aliat y Nacer Global enfatizan la formación para el trabajo y la obtención de oportunidades laborales y están dirigidas a segmentos de estudiantes trabajadores y estudiantes adultos. Dentro de la “liga de los 11” los conglomerados atienden a diferentes segmentos socioeconómicos de la población.

Algunos conglomerados están integrados académica y administrativamente y siguen modelos homogéneos, pero otros no, pues se asemejan a una federación de integrantes variados. Por un lado, hay algunos que operan bajo esquemas de franquicia, como, de acuerdo con Rodríguez (2008), el Tec de Monterrey y la UVM que bajo un mismo nombre integran a instituciones iguales aunque los propietarios de los campus son diferentes. Las redes corporativas (un solo grupo empresarial como propietario) tienden a homogeneizar modelos, procedimientos, marcas e imagen. Por otro lado, las instituciones de orientación religiosa sólo están unidas por su afiliación a alguna orden católica y por cierto ideario filosófico y educativo común, pero cada establecimiento se gobierna a sí mismo.

La diferenciación también se expresa en la forma como los conglomerados usan sus marcas. Algunas ocupan el mismo nombre en todos los planteles, en tanto que otras tienen diferentes nombres en distintas sedes. De la “liga de los 11”, Nacer-Global y Aliat son los que tienen más nombres diversos de planteles, 7 y 6 respectivamente. Nacer-Global incluye: UNIDEP, Univer, ICEL, Lucerna, Lamar y Ecatepec; mientras que Aliat incluye: Centro de Estudios Superiores de Tapachula, Universidad de Estudios Avanzados, ETAC, La Concordia, Tangamanga y Valle del Grijalva.

La Universidad Mexicana y el Centro Universitario UTEG, de la misma “liga de los 11”, son conglomerados que utilizan el mismo nombre en todos sus planteles. Al respecto cabe señalar que solo el Sistema Tec de Monterrey tiene una proporción casi igual entre el número de planteles de sus dos marcas, es decir, el Tecnológico de Monterrey y el Tec Milenio. Esto no sucede así en el resto de

conglomerados en donde, aunque tienen varias marcas, hay una que sobresale por su presencia en los estados, número de planteles y número de matrícula; son los casos de la UVM, la Universidad La Salle, la Universidad Iberoamericana, la Universidad Anáhuac, la UNID y la Universidad Autónoma de Durango.

Fuera de la “liga de los 11”, los conglomerados casi en su totalidad utilizan solo un nombre para todos sus planteles.

## LA OFERTA EDUCATIVA

Los conglomerados guardan también semejanzas, no sólo por su tendencia a acaparar matrícula y extenderse territorialmente, sino por el tipo de oferta educativa. Por un lado, preservan las ofertas tradicionales de carreras profesionales bajo el viejo modelo de “túnel”: los estudiantes no tienen opciones laterales reales sino entran en una especialización profesional desde el inicio de sus estudios. Por otro lado, la mayoría concentra sus matrículas en áreas administrativas, derecho y educación, que, además de ser muy demandadas, son de bajo costo y alta rentabilidad. Al igual que el conjunto del sector privado, los conglomerados han abierto nuevas opciones, básicamente de corta duración (tres años) y de baja intensidad (fines de semana), llamadas licenciaturas “ejecutivas”, dirigidas a estudiantes adultos con limitaciones de tiempo por razones laborales y familiares. También las ofertas en línea y los posgrados están prosperando, un mercado que seguirá expandiéndose y ofreciendo oportunidades de negocios. Que estas ofertas estén bajamente reguladas añade condiciones favorables para la expansión del sector privado.

La oferta de modalidad no escolarizada en la ES privada ha crecido mucho, un 103.02% del 2010 al 2015. Los conglomerados crecieron en este aspecto un poco menos: 90.3%. A diferencia del gran predominio que tienen en la matrícula de licenciatura total, en el caso de la matrícula de opciones no escolarizadas los conglomerados no contienen a la mayoría del estudiantado del sector privado. Dentro de los conglomerados se observa un claro predominio del Sistema Tec de Monterrey, la Red Laureate y Aliat con más de 13,000 estudiantes en modalidades no escolarizadas cada una. El resto tiene mucho menos: entre 62 y 6,064.

Las ofertas “ejecutivas” y las “en línea” carecen de acreditaciones y, por tanto, no están sujetas a algún tipo de garantía de calidad. Por último, en lo que se refiere a la oferta, todos los conglomerados han incursionado con energía en el posgrado, especialmente en la maestría, atendiendo una demanda por títulos superiores. En el nivel nacional, la matrícula de posgrado creció 50.8% de 2010 a 2014. El

conjunto de conglomerados rebasó este crecimiento pues fue de 68.8% en el mismo periodo. Algunas instituciones de la “liga de los 11” presentaron crecimiento superiores al total de los conglomerados, destacando el Sistema Jesuita (148.5%), la Red Laureate (97.9%) y Galileo Global (90.6%). El Sistema Tec de Monterrey, por el contrario, tuvo un crecimiento inferior al promedio de los conglomerados (68.8%).

## CONCLUSIONES

La configuración de conglomerados es, junto con la disminución del ritmo de crecimiento de la ES privada, el proceso más importante en el desarrollo reciente de este sector. Actualmente un número reducido de empresas concentra más del 50% de la matrícula. Dentro de éstas, la “liga de los 11” reúne al 37% de la matrícula del sector privado. Estos conglomerados ocupan prácticamente todo el territorio nacional, con excepción de dos estados. En general los conglomerados con mayor matrícula se encuentran en más estados del país, aunque algunos conglomerados medianos o grandes tiene menor presencia territorial. La mayor empresa, la de la Red Laureate, destaca por su enorme tamaño, más de 100 mil estudiantes, pero su ritmo de crecimiento no es tan alto como el del conjunto de conglomerados y es menor que algunos, como el de las universidades Durango, la UTEG, Nacer-Global y La Salle. Es probable que su ritmo de expansión continúe disminuyendo, lo cual podría agudizarse por las dificultades financieras internacionales que ha estado atravesando en los últimos años (Moody’s, 2015). En ese contexto, que conglomerados de instituciones poco consolidadas y de bajo prestigio estén en la “liga de los 11” y que su crecimiento sea más dinámico en general que las consolidadas genera presiones competitivas sobre el resto de los conglomerados y muy posiblemente incrementen la competencia local por las matrículas.

Estos conglomerados son muy diferentes, tanto en términos de su distribución territorial como de sus estructuras y procedimientos académicos y administrativos, de sus modelos educativos, de su integración de marcas y establecimientos, y de su orientación religiosa. El seguimiento de los acomodos en cuanto a compras hostiles, la configuración de mercados oligopólicos y la inversión extranjera son líneas de investigación abiertas.

## REFERENCIAS

Álvarez, G. y Ortega J. (2011). *Sistema de Consulta de la Base 911 de la SEP*. México, DIE-Cinvestav y Universidad Veracruzana. Disponible en: <https://consulta911.wikispaces.com/Descarga+del+sistema>.

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2011). *Anuario Estadístico 2010-2011*. Disponible en <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior/>

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2012). *Anuario Estadístico 2011-2012*. Disponible en <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior/>

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2013). *Anuario Estadístico 2012-2013*. Disponible en <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior/>

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2014). *Anuario Estadístico 2013-2014*. Disponible en <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior/>

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2015). *Anuario Estadístico 2014-2015*. Disponible en <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior/>

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2016). *Anuario Estadístico 2015-2016*. Disponible en <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior/>

Bennett, P. et al. (2010). *Quality Assurance in Transnational Higher Education*. Finland: EAQHE.

Moody's (2015). Rating Action: Moody's downgrades Laureate Education's CFR to B3 from B2.

*Moody's Investor Service*. Disponible en: [https://www.moodys.com/research/Moodys-downgrades-Laureate-Educations-CFR-to-B3-from-B2--PR\\_328558](https://www.moodys.com/research/Moodys-downgrades-Laureate-Educations-CFR-to-B3-from-B2--PR_328558)

Pearce, D. (1999). *Diccionario Akal de Economía Moderna*. España: AKAL

Rodríguez, R. (2008). Sistemas Universitarios del sector privado. *Campus Milenio*, (270) .

---

<sup>i</sup> Todos los datos numéricos provienen de la estadística 911 de la SEP, en unos casos procesados a través de Álvarez y Ortega (2011) y, en otros, de ANUIES (2011, 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016).

<sup>ii</sup> Se excluyeron instituciones que tenían más de tres planteles pero atendían educación primaria, secundaria, preparatoria y universidad en cada uno; o instituciones en las que cada plantel ofreciera un área disciplinar distinta.