

PREPARA TODOS



AMERICAN™

School Way

TU RESUMEN DEL
2022

PREPARA TODOS

Portafolio

Negocios

Escuelas de inglés apuestan a expansión con presencialidad

Los centros de aprendizaje de idiomas, golpeados en pandemia, esperan afianzar la virtualidad, proyectarse internacionalmente y recuperar negocios parados desde 2019.

Constanza Gómez Guasca

SUMAR MÁS estudiantes, un mayor uso de la tecnología, nuevos productos para la formación y hasta la internacionalización están en los planes de negocios de los centros de enseñanza de idiomas, ahora que toman un nuevo aire con el regreso a la presencialidad de los estudiantes.

Los sitios especializados Smart, American School Way, EF, Centro Colombo Americano y Open English han sido impactados por las restricciones por la pandemia, pero confían en que el 2022 será un año positivo.

Sandra Castellanos, directora académica de la Academia de Idiomas Smart, explica que las expectativas son amplias para este año porque la meta es crecer en estudiantes y cobertura.

"En el 2021 terminamos con 57.000 estudiantes y la meta es que ingresen 60.000 más este año. La presencialidad y la virtualidad ayudarán a eso, antes de pandemia, nosotros solo prestábamos servicios presenciales, pero ya con la pandemia nuestro portafolio de programas educativos se amplió por lo que ofreceremos productos en línea, en distintas ciudades de Colombia y también en otros países", dice la ejecutiva y agrega que el crecimiento esperado en ingresos este año supera el 70% en ingresos frente al 2021.

Hoy cuenta con 57.000 estudiantes y de ese total, 4.500 estudiantes se preparan en línea. Cuenta con 31 sedes distribuidas entre Cundinamarca, Antioquia y dos nuevas sedes que inauguró el año pasado en Santander. Para este año queremos ir a Cali y Barranquilla y abrir sedes en donde ya opera y así completar entre 45 y 50 sedes en el país.

Con los programas virtuales aspira llegar a Perú,

“La meta de EF para este año es lograr la reactivación de viajes en el exterior y tener los volúmenes de intercambios del año 2019”.

México, Panamá y Chile, en Latinoamérica. La idea es empezar por Perú y Panamá, nos estamos preparando con la normatividad en esos países y esperamos que a mediados de año ya tengamos presencia y nos empiecen a conocer.

RECUPERACIÓN

Juan Carlos Cárdenas, gerente general de American School Way explica que la escuela tiene 25 sedes y "si bien en nuestras metas es ampliarnos a más ciudades puntualmente este año solo queremos consolidar más que todo nuestro servicio a los estudiantes". Cuenta con 90.000 estudiantes y el objetivo es llegar a los 100.000 al cierre del 2022.

En todo caso, no deja de analizar la incursión en Bucaramanga y Neiva y tener mayor presencia en Medellín, Cali y Bogotá.

Por la crisis cerró su sede de Cartagena, pero esto abrió las puertas para seguir su programa de manera virtual y llegar a más ciudades. "Nuestros estudiantes han vuelto de manera paulatina con servicio híbrido, sin embargo, esperamos este año retomar todo el servicio de manera presencial", dijo Cárdenas.

Sobre a la internacionalización, explicó que en Ecuador



El componente virtual le abre las puertas al portafolio de estas escuelas de idiomas. Cortesía

Por y Perú la institución ha hecho estudios de mercado que le afianza la idea de crecer fuera de Colombia.

"Por pandemia tuvimos que detener este proyecto sin dejarlo a un lado. Esperamos poder retomarlo en el 2023 con mayor fuerza. Ahora bien, tenemos también la meta de incursionar en Ciudad de México, contamos allí con un aliado en educación muy fundamental y vemos un potencial enorme de bilingüismo", afirmó.

“Creo que durante la pandemia la gente se dio cuenta de la necesidad de tener otro idioma, sobre todo el inglés”.

VIAJES Y NEGOCIOS

EF Education First que centra su oferta en la enseñanza del inglés con el servicio de los intercambios, explica que con más aperturas a los viajes espera que su actividad repunte.

Catalina Arteaga, country manager de EF Education First Colombia indicó que "la meta para el 2022 es lograr nuevamente la reactivación de viajes en el exterior y tener los volúmenes de inmersiones en inglés del año 2019. Después de 2

años de tener el mundo y los viajes en pausa, nuestro objetivo es que la ilusión de viajar y aprender un idioma vuelva a estar latente en nuestro clientes". Comentó que con su servicio virtual EnglishLive, espera aumentar los estudiantes porque la demanda de esta modalidad ha crecido y ganar terreno es el segmento corporativo, ya que las compañías están interesadas en invertir para que sus trabajadores mejoren sus competencias en idiomas.

Andrés Moreno, presidente y CEO de Open English, explica que en el primer semestre alcanzó un millón de estudiantes desde su creación. En 2021 lanzó su servicio en España y Portugal, sobrepasando 1.000 nuevos estudiantes en el primer semestre del mismo año. Igualmente, lanzó Open English Junior en Brasil, para aprendizaje de inglés de niños.

Con la presencialidad, Moreno no precisó si retornarán las sedes físicas. "Seguimos monitoreando la situación referente a las medidas de sanidad", comentó.

Sobre el mercado colombiano dijo que desde hace ya algunos años, el país ha venido ocupando de forma consistente uno de los tres primeros lugares en sus estros mercados más importantes de Latinoamérica tanto en nuevos estudiantes como en existentes y espera que la tendencia se mantenga este año. Hoy 20% de sus estudiantes están en Colombia.

Por su parte, Janet Van Deren, gerente general del Centro Colombo Americano Bogotá, dijo a Portafolio que la institución aceleró los cambios con la generación de nuevos productos mediados por tecnología.

"Creo que en la pandemia la gente se dio cuenta de la necesidad de tener otro idioma sobre todo el inglés, entonces en ese sentido nos ayudó mucho a poner la creatividad y la experiencia que siempre nos ha caracterizado al buen uso y a crear nuevos programas", dijo, al tiempo que informó que la presencialidad se retoma en forma.

Gracias a su condición de centro binacional avalado por la Embajada de Estados Unidos en Colombia, fortalecerá actividades derivadas de esa relación como el trabajo con comunidades indígenas y afro. ©

PR PARA TODOS

Portafolio

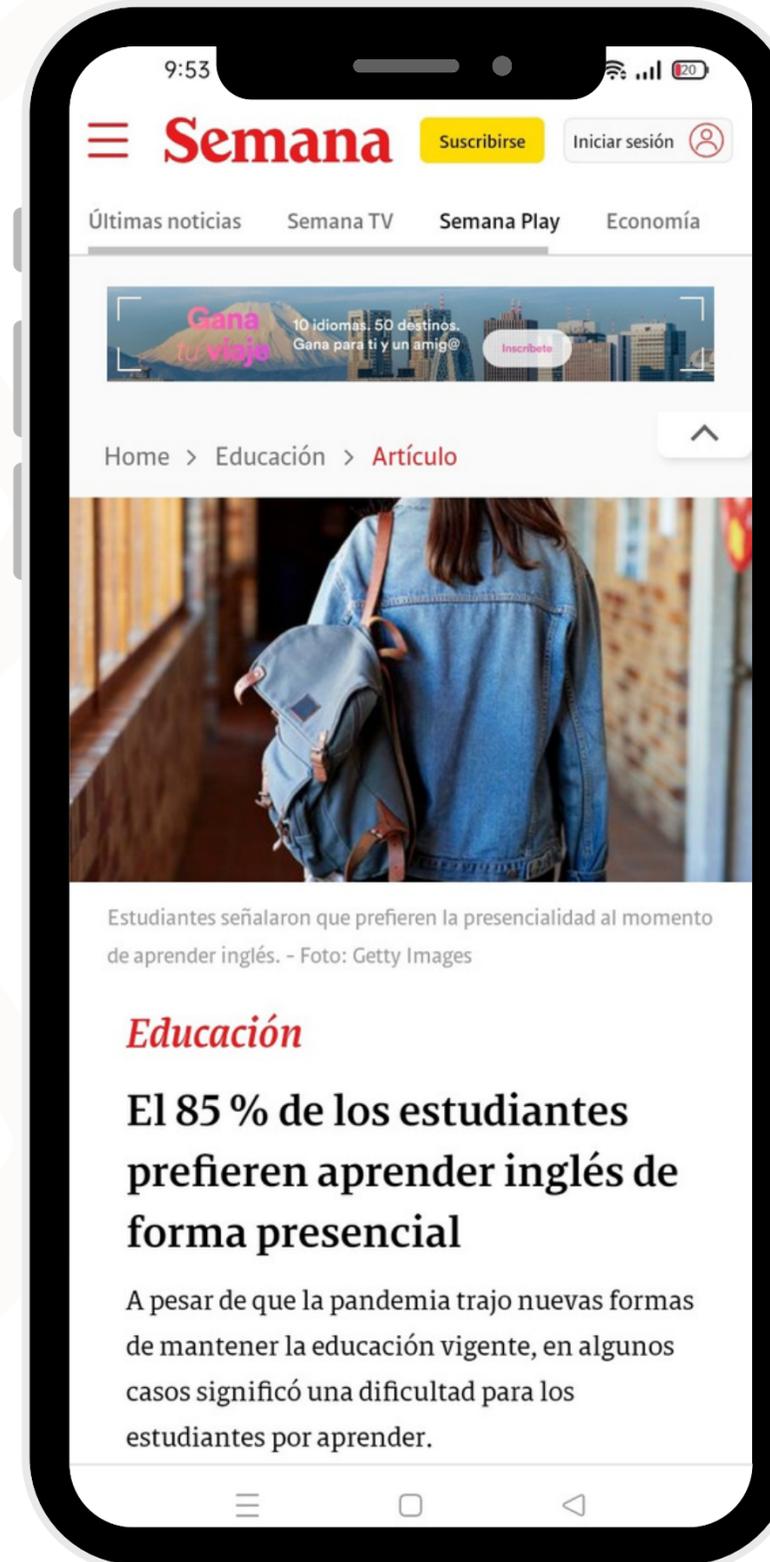


PREPARA TODOS



PR PARA TODOS

Semana



PREPARA TODOS



PREPARA TODOS



PREPARA TODOS

LA FM



PREPARA TODOS



PR PARA TODOS

Portafolio

Negocios

Inflación impulsa las tarifas en aplicaciones de transporte

Plataformas como Uber señalan que han incrementado tarifas en un 6% para ayudar a socios conductores con sus ingresos, mientras que Beat ha tenido un alza de 4,5%.

Johana Lordley

CON EL regreso a las oficinas, a las universidades, inclusive al disfrute de actividades de esparcimiento y entretenimiento, la movilidad dentro de las ciudades se ha vuelto a reactivar.

Lo anterior, lo destacan plataformas como DIDI, Cabify, Beat y Uber que han visto incrementos en el uso de estas alternativas por parte de usuarios y de socios conductores, que ven en estas herramientas una forma de recibir ingresos.

Sin embargo, una de las grandes preocupaciones de los usuarios, por cuenta del panorama económico en el que se destaca una alta inflación y elevados precios de productos, es que las tarifas de los viajes puedan presentar también alzas en sus costos.

De acuerdo con Iván Koch, gerente senior de operaciones de Beat Colombia, con el fin de tener un balance positivo entre el gasto de los usuarios y los ingresos de los socios conductor, la plataforma en los últimos meses ha tenido que realizar un ajuste en su tarifa.

"Efectivamente la inflación nacional está al alza y con el objetivo de proteger las ganancias de los usuarios conductores, hemos incrementado nuestra tarifa en 4,5% entre enero y abril, mientras que la inflación nacional acumuló 5%. Cabe destacar que lo que buscamos siempre es un balance para que tanto usuarios pasajeros accedan al servicio con precios justos y los usuarios conductores generen ganancias", comentó Iván Koch, gerente Senior de Operaciones para Beat Colombia.

Asimismo, Koch señaló que los viajes por la plataforma han aumentado en más del 35% desde principio de año, mientras que el servicio de envío de paquetes



Las aplicaciones destacan el trabajo que vienen desarrollando para ofrecerle un buen servicio a usuarios y a conductores.

(Beat Envío) muestra un alza del 21% "comparando los tres primeros meses del año pasado".

Bajo esta línea, la plataforma Uber también manifestó que con el fin de ofrecerle a los arrendadores "la oportunidad de generar más ganancias y beneficiar su economía y la de sus fami-

lias", a comienzos de este año, el precio de la tarifa para usuarios tuvo un incremento del 6%. "Esto ajustado con el alza del costo de vida en el país", señaló David Minguez, gerente de comunicación de Uber Colombia y región Andina.

Según la plataforma, hoy en día, hay más de 50.000

arrendadores en el país conectados a la aplicación y más de 2 millones de personas usando la app.

Por su parte, Daniel Schlesinger, Head Growth de Cabify Colombia, afirmó que, en la categoría de carros particulares, los precios de las tarifas pueden verse afectados por todos

los factores que influyen en el comportamiento de la demanda y la oferta de los servicios de transporte.

"De manera que factores de tipo climático, social, económico y de otra índole, pueden llegar a afectar la dinámica del servicio y por ende sus precios. Es así, como el algoritmo de alguna manera absorbe de forma paulatina estos efectos inflacionarios que influyen tanto en la oferta como en la demanda del servicio", explicó Schlesinger, quien también destacó que la plataforma cuenta con 120.000 conductores registrados y suma casi tres millones de usuarios registrados en la app.

Igualmente, el ejecutivo señaló que durante el primer trimestre de este año, Cabify ha tenido tasas de crecimiento del 70%, comparado con el 2021. ☺

DIDI DESTACA SU COMPROMISO CON LOS USUARIOS

Por el lado de la plataforma DIDI, que cuenta con 3,5 millones de usuarios en el país, las variaciones que se pueden presentar en los montos de las solicitudes "son producto del comportamiento del mercado". "Es decir, de la cantidad de

socios conductores que deciden libremente ofrecer su servicio y las personas que demandan los arrendamientos en momentos puntuales del día. La tecnología que soporta a la aplicación calcula las tarifas de los servicios intermediados solamente a

partir de aspectos como la distancia y el tiempo estimado del recorrido", expuso la empresa. Del mismo modo, la compañía afirmó que continuará enfocada en brindar oportunidades tanto para los usuarios como a los socios conductores.

Empresas frente a la pandemia

Samsung emplea materiales reciclados

Samsung destacó que para la serie Galaxy S22, Galaxy Tab S8 y Galaxy Book2 Pro, lanzadas este año, ha reutilizado materiales provenientes de redes de pesca desechadas.

Crecen los ingresos de Procafecol

Procafecol, con su marca Juan Valdez, registró un crecimiento en ingresos por actividades ordinarias de más del 67% durante el primer trimestre de 2022 frente a igual periodo del 2021.

Muni alcanza US\$27 millones de inversión

La plataforma en línea Muni ha alcanzado cerca de US\$27 millones en inversión total, al contar con rondas de financiación lideradas por varios ángeles y firmas inversionistas.

Fontanar, preparado para las elecciones

El Centro Comercial Fontanar se prepara para recibir alrededor de 5.500 personas en su punto de votación, este domingo en la primera vuelta presidencial.

Preferencias para estudiar inglés

Una encuesta realizada por el Instituto American School Way reveló que "el 85% de los estudiantes consultados prefieren aprender inglés de forma presencial".

La jornada electoral en Salitre Plaza

Salitre Plaza Centro Comercial también se unirá a la jornada electoral con 23 puestos de votación que estarán ubicados en el sótano uno, costado oriental de la copropiedad.

PREPARA TODOS

EL ESPECTADOR

Avanza en Colombia el Concurso Nacional de Escritura

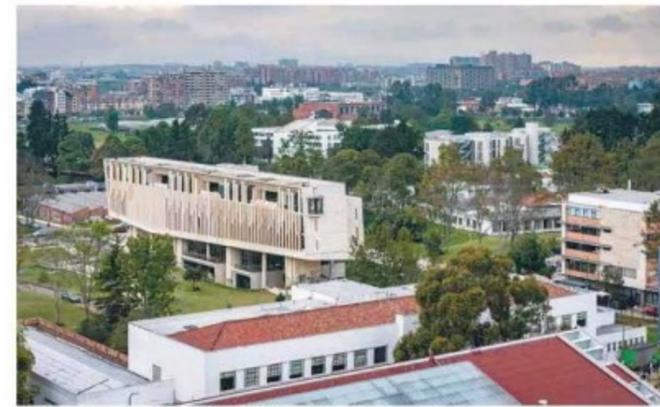
Con el registro de 13.730 textos, entre cuentos y ensayos, concluyó la fase de inscripciones del Concurso Nacional de Escritura "Colombia, territorio de historias", convocado por el Ministerio de Educación a través del Plan Nacional de Lectura, Escritura y Oralidad "Leer es mi cuento". El concurso, mediante el cual se busca

promover la creación literaria y argumentativa entre estudiantes, padres de familia, docentes e instituciones de educación superior de todo el país, inicia la etapa de evaluación que concluirá el próximo 8 de julio. "Agradecemos a todos los niños y jóvenes que se motivaron a escribir, soñar, crear e

imaginar. Recibimos 12.172 cuentos y 1.558 ensayos. Desde el Gobierno, nos hemos comprometido para fortalecer la lectura y los procesos cognitivos con la escritura para beneficio de la comunidad educativa", dijo la ministra de Educación, María Victoria Angulo. La selección de los textos se hará en cuatro fases, a cargo de jurados idóneos.

» En la primera fase, 160 docentes universitarios leerán y evaluarán los 13.730 textos recibidos, para un total de 3.000.

Educación



La Universidad Nacional lidera el último escalafón publicado por Sapiens Research. /Colombia

Destacan las públicas

Las mejores universidades en investigación

El Ranking U-Sapiens es la clasificación de las mejores IES colombianas, según indicadores de investigación, el cual se publica cada semestre desde 2011.

Una de las condiciones para que las instituciones universitarias progresen y mejoren es la medición. Que cada una sea evaluada frente a diferentes aspectos hace que cada un trabajo para mejorar.

Entre los principales movimientos están en tres de las cuatro primeras posiciones del cuartil Q1 que siguen las mismas universidades de la versión anterior: UNAL-Bogotá (#1), UDEA (#2) y Univalle (#3). A la posición #4 ingresa los Andes. En Q2, donde clasificaron ocho IES, dos bajaron de posición: Javeriana Bogotá (al #5) y Universidad del Norte (#10). Otras dos subieron de puesto: UTP (a la #9) y Unicauca (al #12).

En Q3, que lo integran 15 IES, solo una permaneció en la misma posición (EAFIT #17); el resto bajaron (tres IES) y subieron (once).

Mientras que en la clasificación Q4 ingresaron de nuevo tres IES: la Tadeo (a la posición #28), el

Tecnológico de Antioquia (#55); y la Central (#62), y clasificó por primera vez la Universitaria CEIPA de Sabaneta, a la #71.

Dentro de la clasificación fueron analizadas 361 instituciones de educación superior, de las cuales clasificaron 71, una menos que en el mismo período del año pasado.

De esas 71, 44 pertenecen al sector privado, mientras que 27 son del sector público. Hablando de puntajes acumulados, en esta oportunidad, Sapiens Research destaca que el puntaje acumulado de todas las IES en 2022-1 fue de 1.577 y en 2021-2 fue de 1.560.

Las IES que más escalaron posiciones fueron La Salle de Bogotá (tres puestos hasta la #31), y siete más lograron subir dos posiciones: Distrital (a la #16), Santo Tomás Bogotá (#23), Uniantioqueño (#24), San Buenaventura Cali (#38), Unilibre Cúcuta (#68),

Iberoamericana Bogotá (#69) y la Escuela Militar de Cadetes GJMC (#70).

Las que más bajaron fueron la Javeriana Cali (dos posiciones hasta la #32), también la de Pamplona (#34), Pedagógica (#40) y Colegio Mayor de Cundinamarca (#59). Para mencionar puntualmente algunos avances, la Universidad de los Andes de nuevo le arrebató la posición que ocupaba la Javeriana Bogotá desde 2020-1 por tan solo 0,1498 puntos.

Desde que se publicó U-Sapiens en 2011-1 (23 ediciones), los Andes ha ocupado la posición 3 y cuarta en nueve oportunidades, y la quinta en cinco ocasiones. La Javeriana-Bogotá, en cambio, ha ocupado la cuarta en seis oportunidades, y la quinta 17 veces.

La otra universidad que ha ocupado la tercera posición en 14 oportunidades, la cuarta en ocho y la quinta una vez ha sido la Universidad del Valle, que con los años ha pasado a ser una referencia en esta zona del país.

Vale aclarar que el Ranking U-Sapiens es la clasificación más importante que publica Sapiens Research. Y no debe confundirse con los demás ranquines que se dan a conocer anual o bimensualmente, cuyos enfoques son totalmente diferentes.

El Ranking U-Sapiens es la clasificación de las mejores universidades colombianas, según indicadores de investigación. Se publica cada semestre desde 2011-1 y las variables que se analizan son tres: revistas Indexadas (Rev), maestrías y doctorados (Pos) y grupos de investigación. ▶

Interacción, una de las claves

Los estudiantes prefieren aprender inglés de forma presencial

Una de las escuelas de idiomas que más estudiantes tiene en el país, American School Way, realizó una encuesta a 10 mil estudiantes, la cual reveló que el 85% de estos prefieren aprender inglés de forma presencial sobre la virtualidad y el modelo híbrido. Asimismo, la encuesta realizada a estudiantes en Bogotá, Soacha, Medellín, Cali, Villavicencio, Manizales, Armenia, Pereira y Mosquera demostró que el nivel de inglés en estas personas empeoró durante la pandemia en un 60%. Un porcentaje realmente crítico para el país y que debe poner a pensar a instituciones educativas en cómo mejorar estos índices.

"Cuando volvimos a las clases presenciales notamos que el nivel de inglés de nuestros estudiantes bajó de 387 a 232,2 puntos, a pesar de que durante este periodo muchos de estos continuaron aprendiendo de forma virtual", afirmó Claudia Martínez, directora de Calidad Estudiantil de American School Way.

Frente a esto, la presencialidad ha resultado clave al momento de mejorar el nivel, porque el nivel de dominio de inglés en Colombia es bajo, de acuerdo con el estudio más reciente de EF Education First, y una de las acciones claves para mejorarlo es que el aprendizaje del idioma sea de forma presencial.

"En la encuesta los estu-

diantes resaltaron dentro de las principales razones para preferir la presencialidad la interacción entre pares y con los docentes, la retroalimentación y procesos de enseñanza guiadas y personalizadas, así como la inmersión y relación con el idioma que se da en mayor grado en el estudio presencial respecto a la virtualidad", argumentó Martínez.

Adicionalmente, la presencialidad tiene diferentes ventajas en el aprendizaje del inglés sobre otras modalidades como: pronunciación. La pronunciación de las vocales y consonantes de una lengua, es decir, la fonética, se aprende más fácilmente, ya que la presencialidad permite identificar gestos que la acompañan para pronunciar de forma correcta. Participación e intercambio de experiencias. Esto se da de forma más ágil en persona, y con la guía del profesor se aumenta considerablemente la motivación de los alumnos. La tercera fue networking y cercanía física. El ser humano necesita socializar por naturaleza y la presencialidad permite que esto suceda con más facilidad, lo que también contribuye al networking o la creación de contactos profesionales. Y la cuarta y última, el compromiso. Para algunas personas es importante asistir presencialmente a las clases para generar un mayor grado de compromiso con su aprendizaje.



La encuesta se realizó a más de 10 mil estudiantes en el país. /Colombia

PREPARA TODOS

Portafolio

