

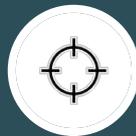


Encuesta de la Formación permanente Argentina Diciembre 2024

En el cambiante panorama de la educación y la formación profesional, es esencial mantener un enfoque dinámico y actualizado sobre las prácticas, desafíos y oportunidades del sector. La Cámara Argentina para la Formación Profesional y la Capacitación Laboral, a través de su Observatorio, presenta los resultados de la Encuesta de Educación Permanente 2024. Este informe no solo busca iluminar el estado actual de la educación no formal en Argentina, sino que también tiene como objetivo impulsar un diálogo enriquecedor y constructivo acerca de cómo podemos colectivamente fortalecer y evolucionar en este campo vital.

El principal propósito de este estudio es brindar un análisis exhaustivo y actualizado del panorama de la educación permanente en Argentina, centrándonos en aspectos clave como la generación de leads o consultas, la conversión de estas consultas en inscripciones, la utilización de tecnologías CRM, estrategias de marketing digital, tasas de empleabilidad de los egresados, la inclusión en el ámbito educativo y, como novedad, la incorporación de herramientas de inteligencia artificial. Este último punto adquiere especial relevancia al explorar cómo la IA está transformando el sector, tanto en la automatización de procesos como en la personalización de experiencias educativas.

Al final de este informe, presentaremos una serie de propuestas e ideas con el fin de fortalecer la educación permanente en Argentina. Estas sugerencias estarán basadas en los datos recopilados y en las tendencias observadas, y buscarán abordar los desafíos identificados a lo largo del estudio. Nuestro objetivo es ofrecer un camino claro para la mejora continua, promoviendo la adaptación y la innovación en un entorno educativo cada vez más complejo y competitivo.



Objetivos específicos:

- Identificar el volumen promedio de consultas recibidas por los institutos en diferentes rangos.
- Determinar las tasas promedio de conversión en el sector.
- Analizar el uso de herramientas CRM para la gestión de consultas y ventas.
- Evaluar el nivel de implementación de inteligencia artificial en áreas clave como ventas, marketing y análisis de datos.
- Evaluar el nivel de implementación de inteligencia artificial en áreas clave como ventas, marketing y análisis de datos.
- Identificar los recursos humanos y tecnológicos destinados al marketing digital.
- Evaluar las estrategias utilizadas para apoyar la empleabilidad, como talleres de búsqueda de empleo y networking.
- Determinar el porcentaje de egresados que encuentran empleo luego de realizar los cursos.
- Identificar los trimestres y semanas del mes con mayor volumen de inscriptos.
- Identificar oportunidades futuras para integrar IA en tareas como análisis de datos, personalización de experiencias educativas y automatización administrativa.
- Proponer acciones concretas basadas en los datos recolectados para optimizar la gestión, incrementar las tasas de conversión y fortalecer la inclusión.





📍 Ficha Técnica:



Población objeto de estudio: Socios de la Cámara Argentina para la Formación Profesional y la Capacitación Laboral.



Procedimiento de muestreo: Muestreo No probabilístico.
Tamaño de la muestra: 571 casos
Trabajo de campo: Del 10 de Noviembre a 15 de Diciembre.

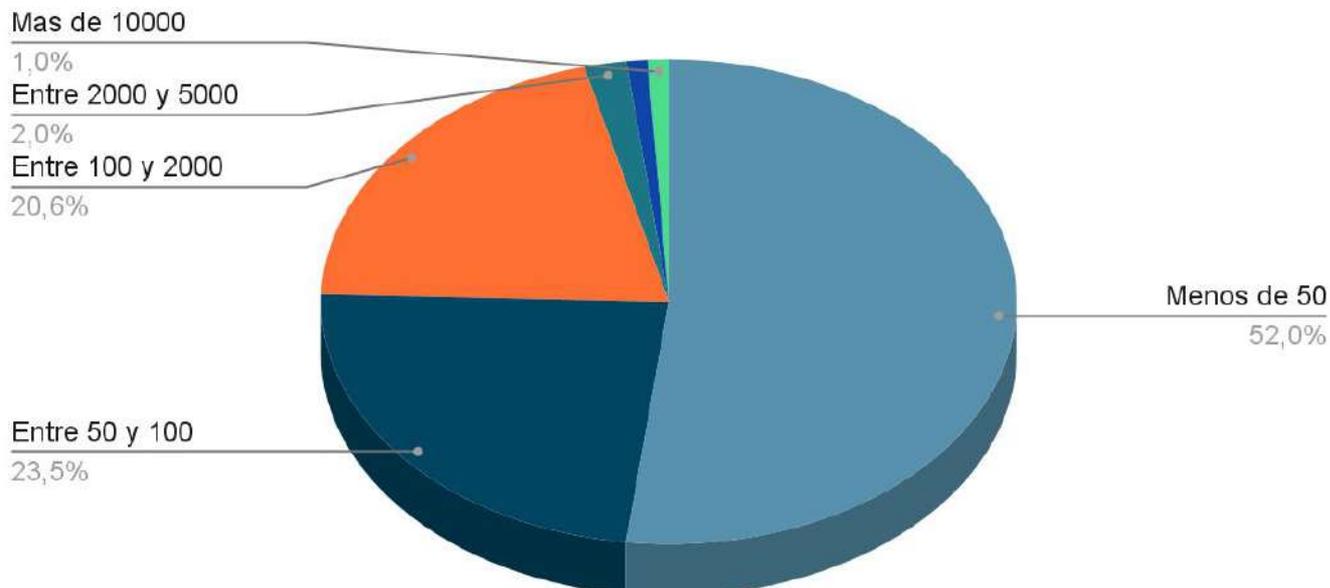


Técnica de recolección de información:
Cuestionario Online.
Nivel de confianza: 95%
Error de muestreo: +/-3%



¿Cuántas consultas (leads) recibe su instituto en promedio por mes?

Consultas Mensuales

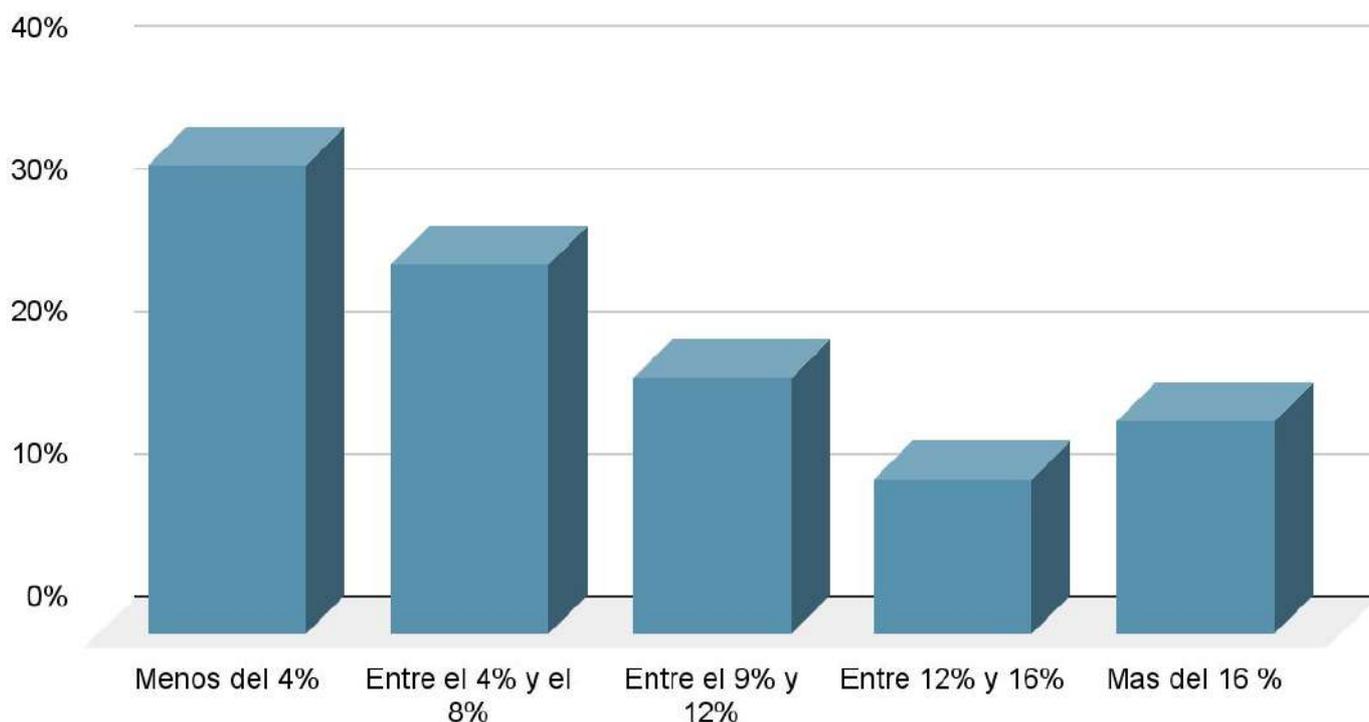


Se proyectan más de 6 millones de consultas anuales a Institutos de la Educación no formal, socios de la Cámara Argentina para la formación profesional y Capacitación laboral.

El valor total de los leads para todos los institutos de la Cámara en un año se estima entre aproximadamente 5500 y 6000 millones de pesos anuales.

¿Cuál es la tasa de conversión de las consultas en inscriptos en su instituto?

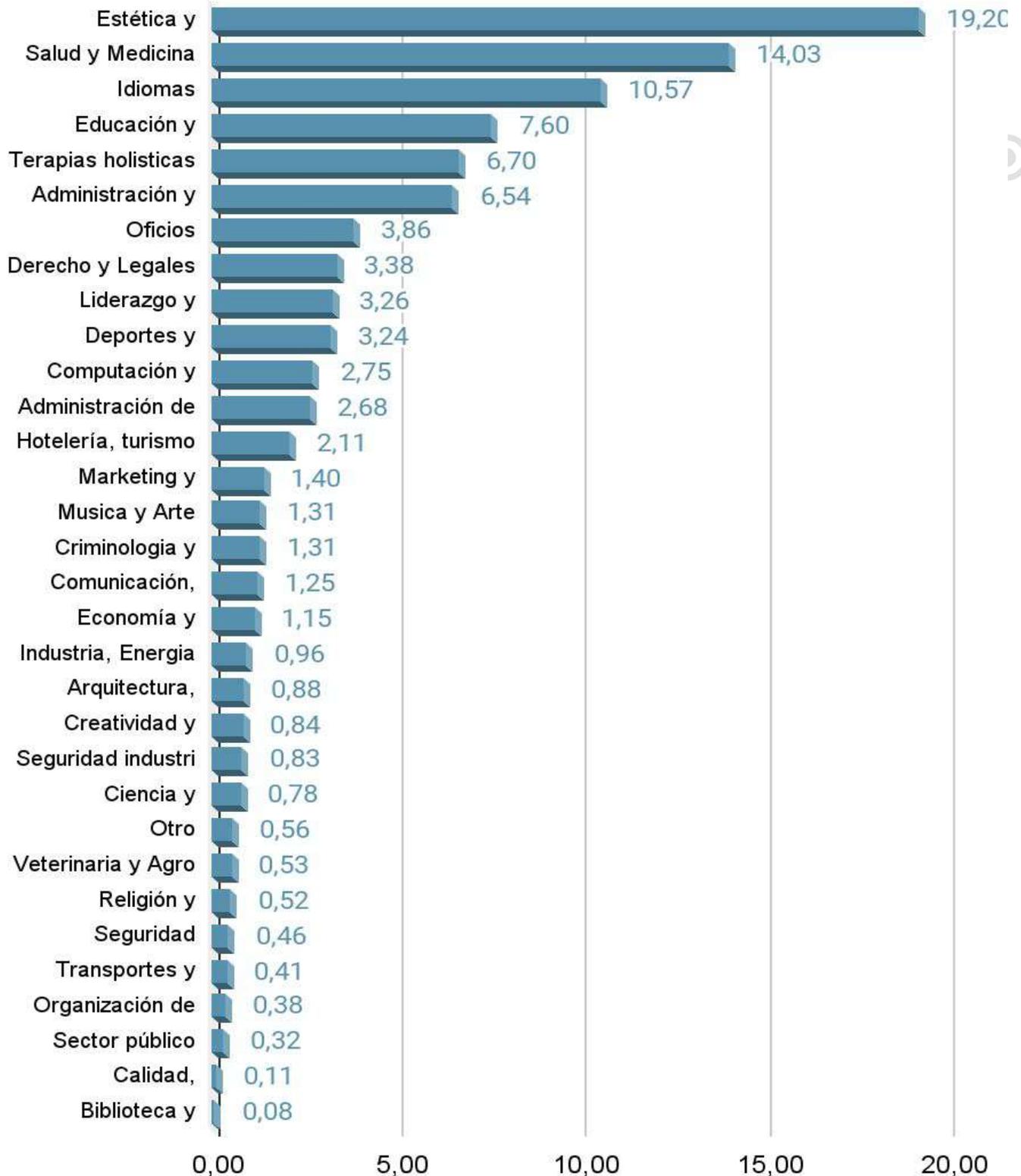
% de cierre



Se estima que los institutos inscriben a cerca de 500,000 estudiantes cada año. Esta cifra refleja no solo la capacidad de los institutos para atraer potenciales estudiantes, sino también su eficacia en convertir el interés inicial en compromisos educativos concretos.

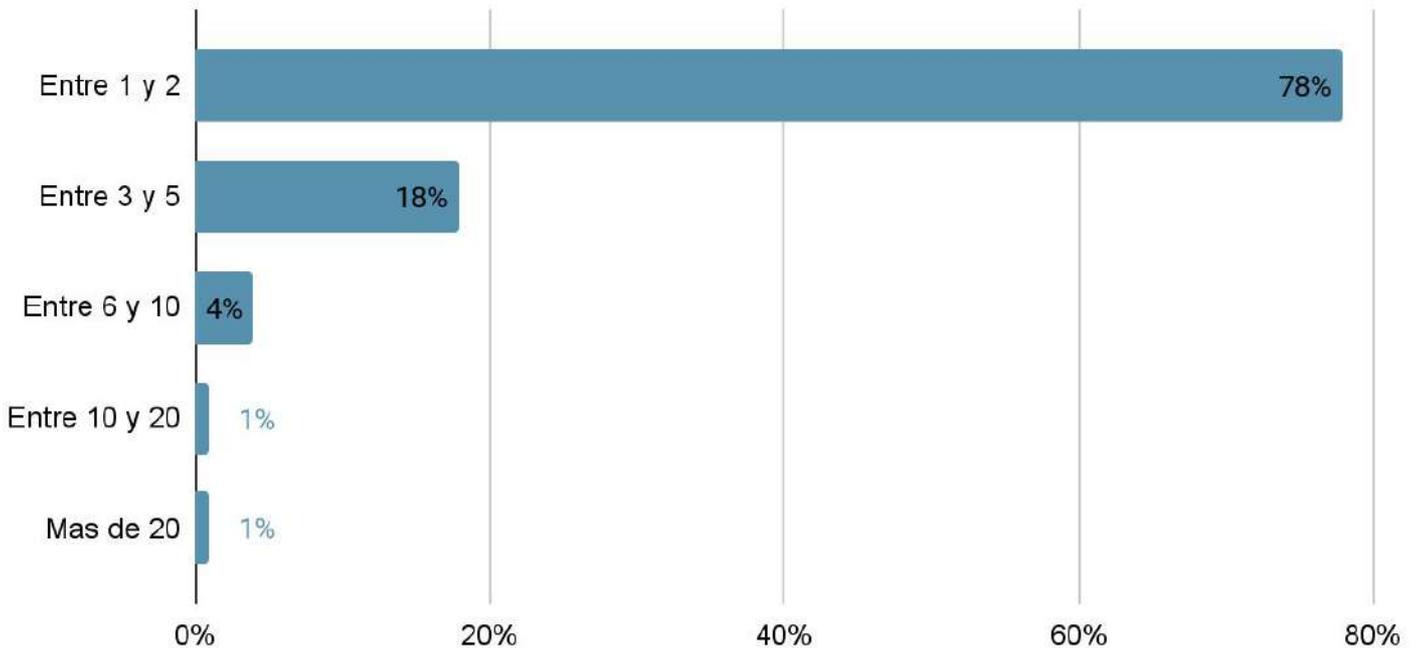
🎯 Cursos por categoría aprobados por la Cámara Argentina.

Categorías



¿Cuántos miembros conforman el equipo comercial?

Equipo comercial

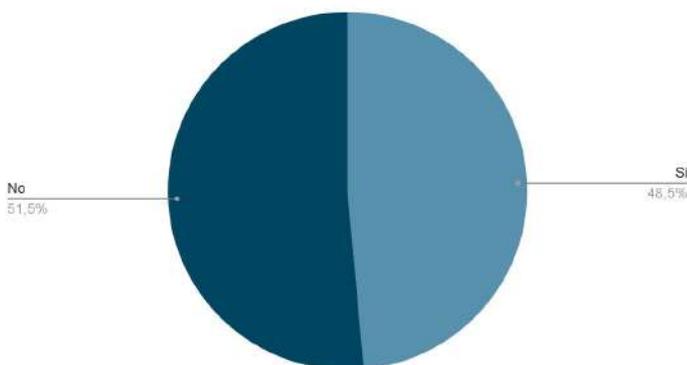


Se estima más de 1400 integrantes de equipos comerciales.

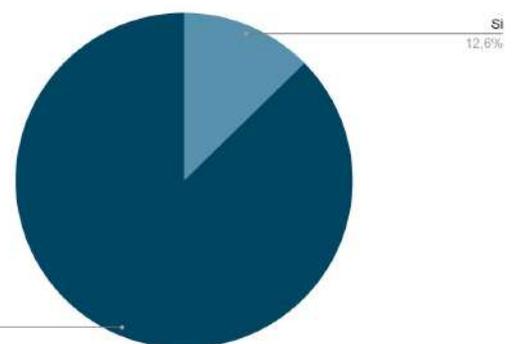
¿Utiliza su instituto algún tipo de software CRM (Customer Relationship Management) para gestionar las consultas recibidas?

CRM

Points scored

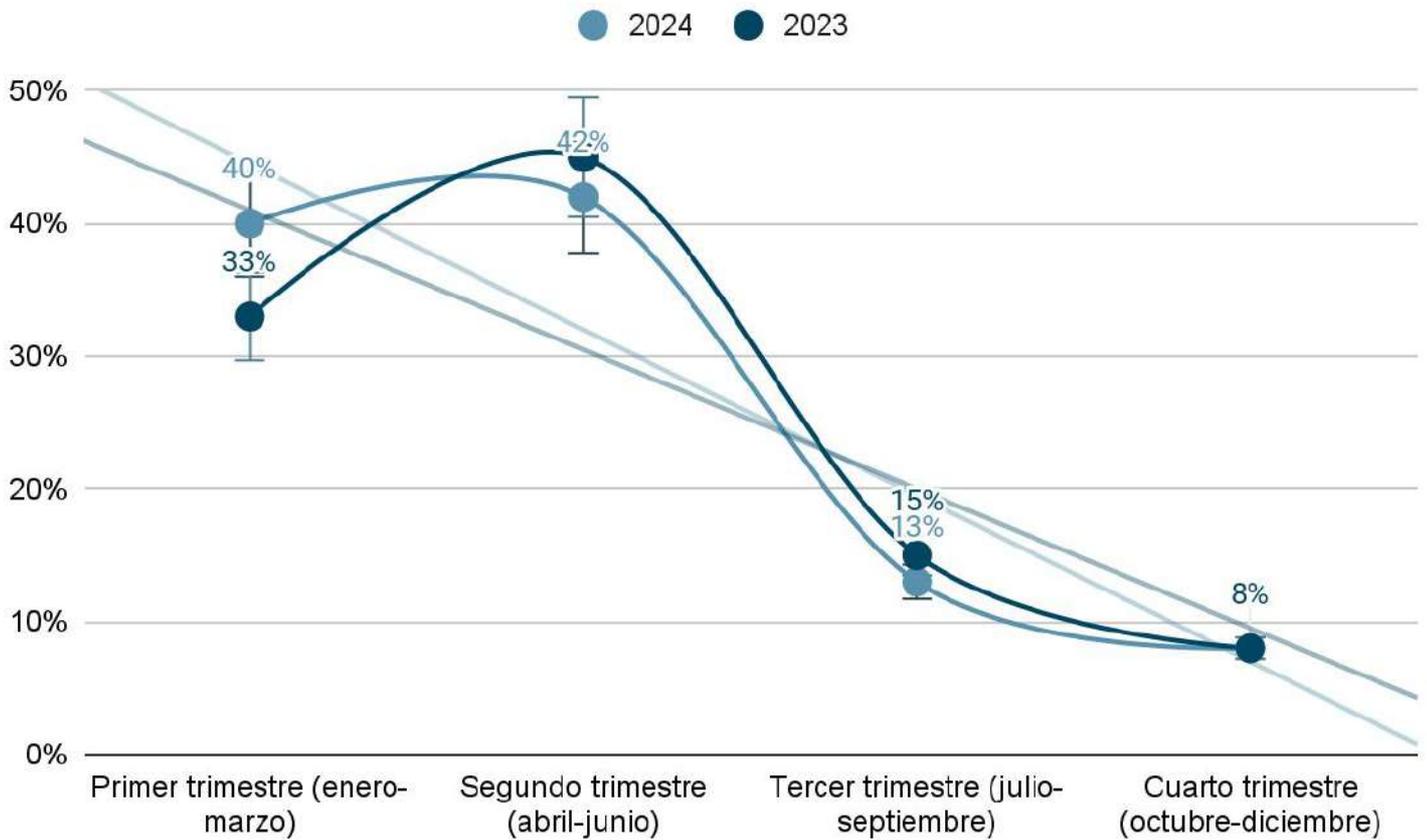


No
87,4%

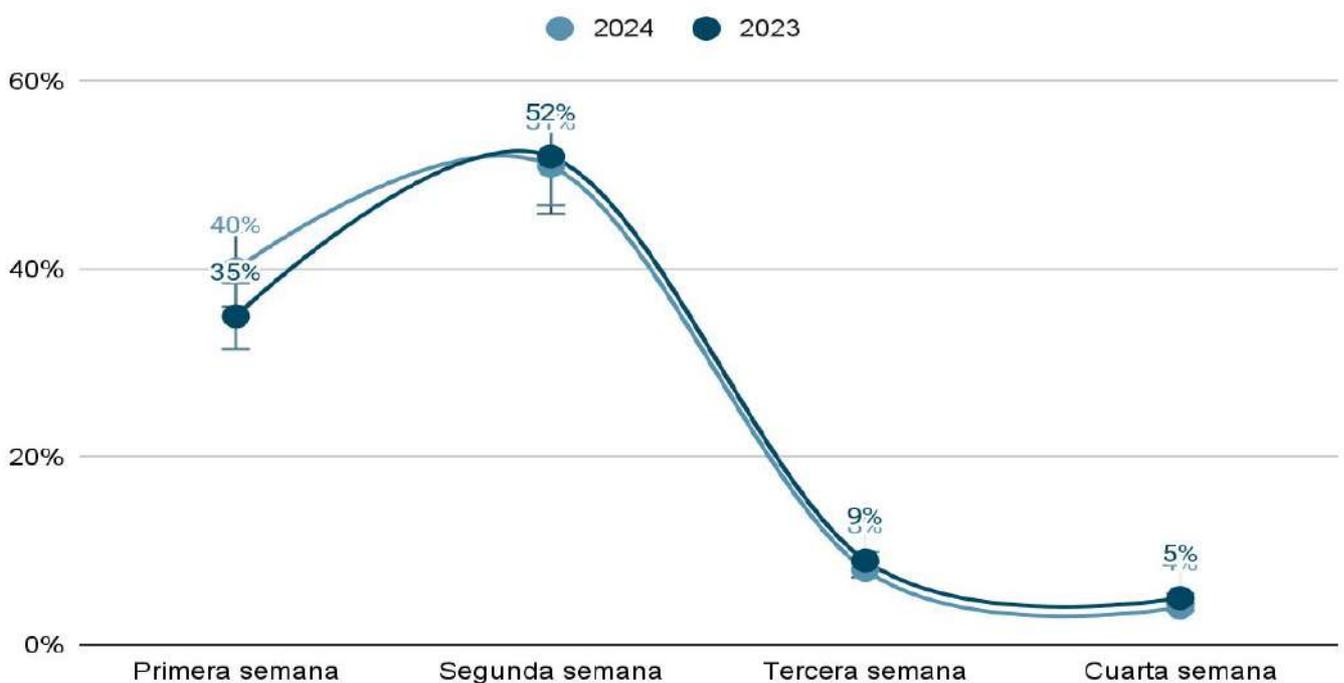


¿Tiene su instituto un equipo dedicado a la gestión de consultas y ventas?

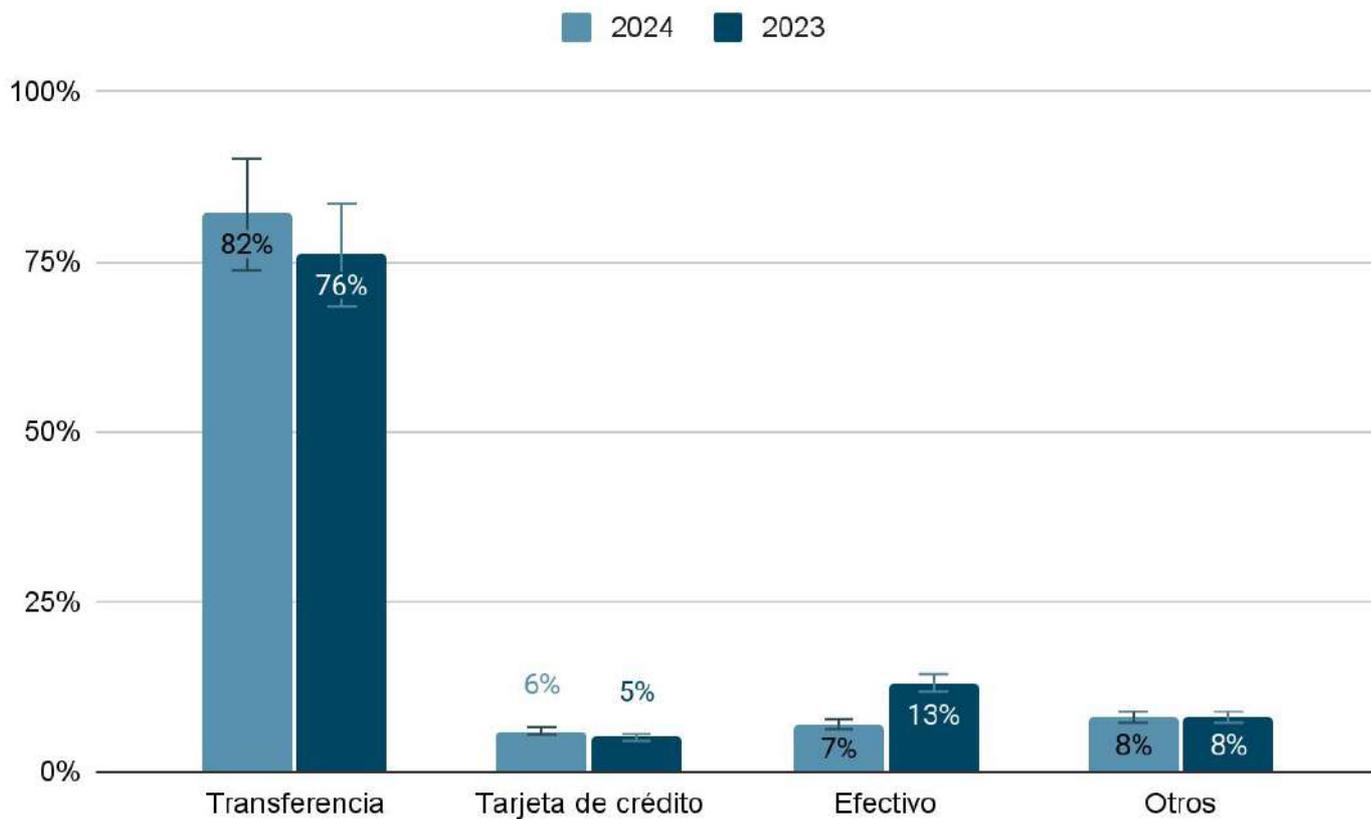
¿En qué momento del año su instituto vende más cursos o capacitaciones?



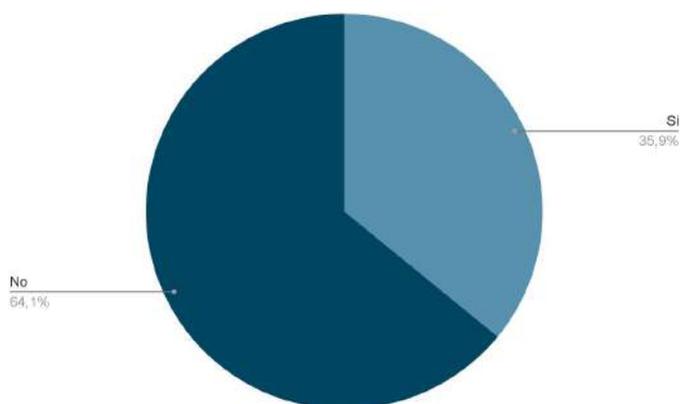
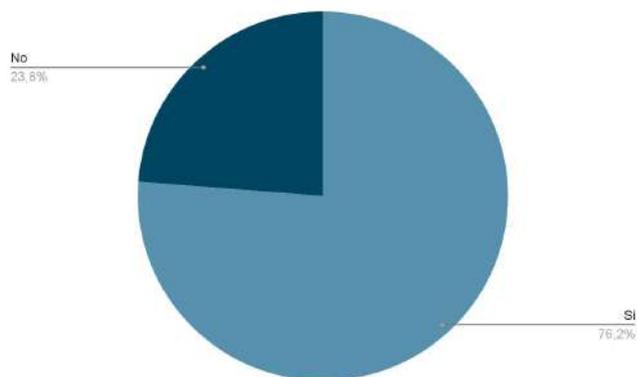
¿En qué momento del mes su instituto inscribe a más personas?



¿Cuál es el Método de pago más utilizado por sus alumnos para adquirir sus capacitaciones?

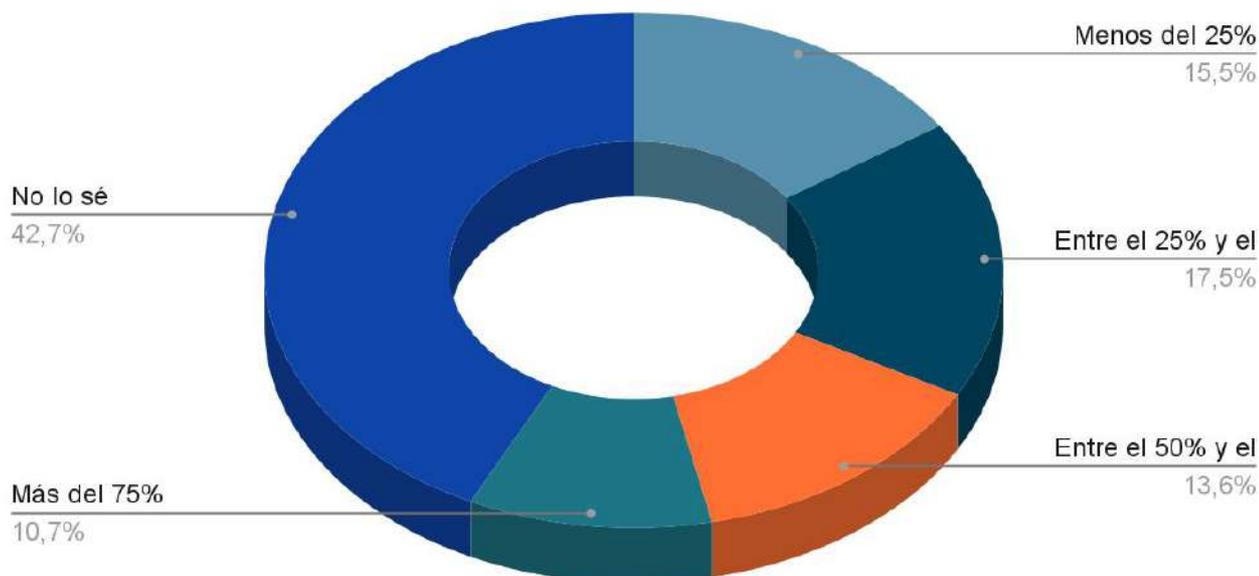


¿Posee equipo para el Marketing Digital de sus Cursos?



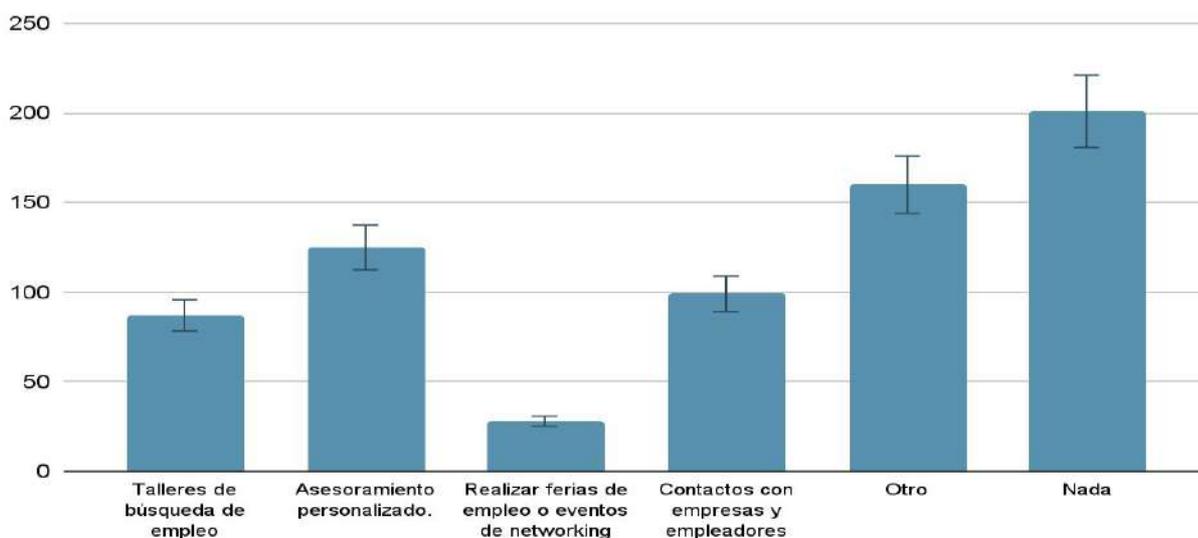
¿Necesita capacitación para mejorar la venta de sus Cursos?

¿Qué porcentaje de sus egresados consiguen trabajo luego de realizar sus cursos?

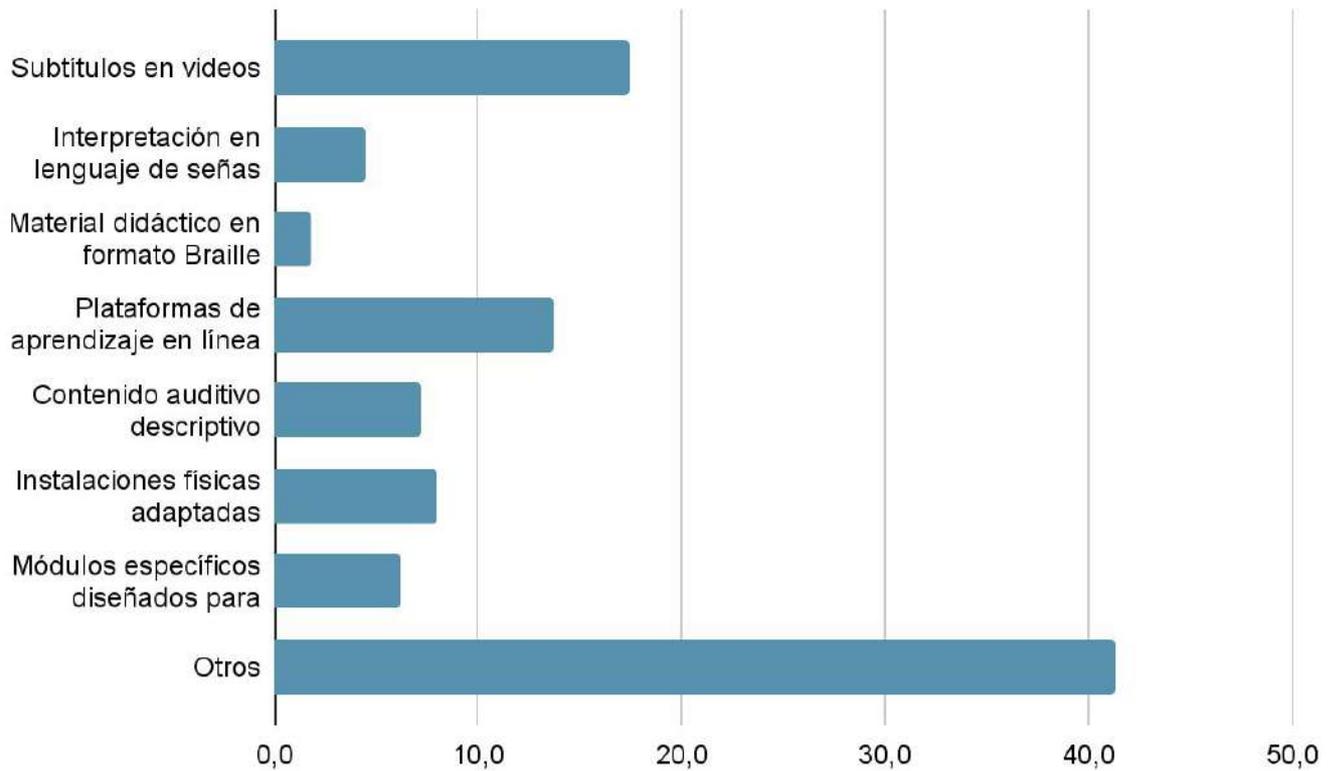


Se estima que más de 120 mil personas mejoraron sus condiciones de empleo a partir de las capacitaciones que realizaron en el ámbito de la educación no formal o permanente.

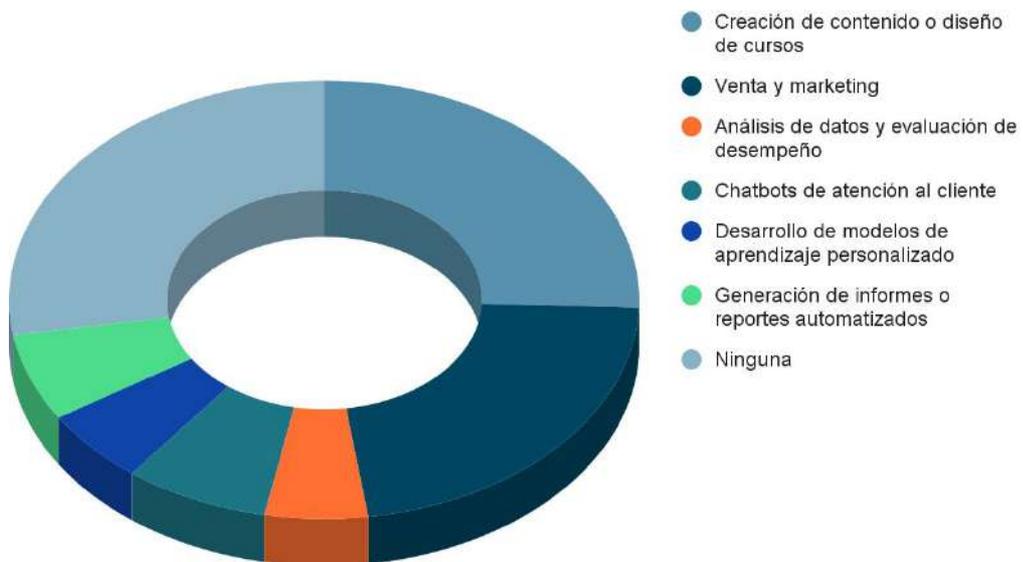
¿Qué estrategias utiliza su instituto para ayudar a sus egresados a conseguir empleo?



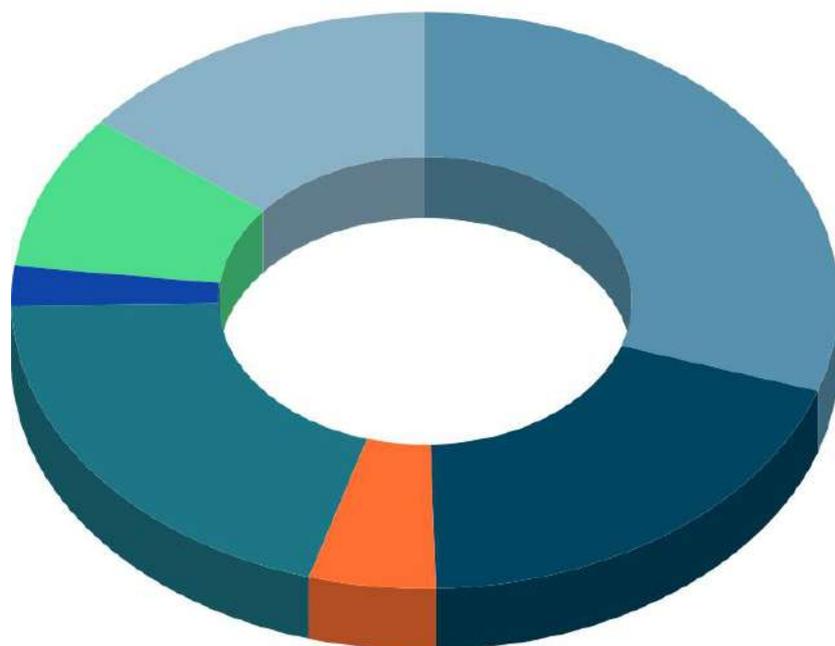
¿Qué medidas ha implementado su instituto para garantizar que sus cursos sean inclusivos para personas con discapacidad?



¿En qué áreas de su organización han implementado herramientas de inteligencia artificial?



¿Qué áreas de su organización le gustaría explorar para implementar inteligencia artificial en el futuro?



- Desarrollo de nuevos cursos y materiales educativos
- Automatización de tareas administrativas
- Análisis avanzado de datos de alumnos y mercado
- Estrategias de marketing y segmentación de público
- Gestión de recursos humanos
- Mejora en la experiencia del cliente o alumno
- Otro



El análisis revela que el uso de herramientas de inteligencia artificial en los institutos de educación no formal aún está en etapas iniciales. Solo el 38% de los encuestados ha implementado la IA en áreas como la creación de contenido o diseño de cursos, mientras que un 41% no utiliza ninguna aplicación de IA en sus operaciones. Sin embargo, existe un interés significativo en explorar su potencial: el 31% de los institutos planea integrar la IA en el desarrollo de nuevos cursos, y un 21% en estrategias de marketing.

Conclusiones y Propuestas

El análisis de los datos de la Tercera Encuesta de Educación Permanente revela un panorama significativo en términos de consultas y participación en la educación no formal en Argentina. Durante el último año, se estima que los institutos asociados a la Cámara Argentina para la Formación Profesional y la Capacitación Laboral recibieron más de 6 millones de consultas de potenciales alumnos, lo que resalta la relevancia del sector. Además, esta actividad resultó en la formación de cerca de 500,000 alumnos, demostrando el impacto que estas instituciones tienen en el desarrollo de habilidades y capacidades a nivel nacional.

A pesar de este volumen considerable, la tasa de conversión de consultas en inscripciones sigue siendo un desafío para muchos institutos. Un tercio de ellos reportó tasas inferiores al 4%, lo que indica la necesidad de optimizar las estrategias de captación y seguimiento de leads. Esta situación subraya la importancia de implementar herramientas tecnológicas como CRMs y de capacitar a los equipos en técnicas efectivas de gestión y conversión. Aprovechar este caudal de consultas de manera eficiente no sólo fortalecería la sostenibilidad económica de los institutos, sino que también ampliaría su alcance educativo y social.

Las conclusiones aquí presentadas buscan no solo resumir estos puntos de vista sino también proporcionar una base para recomendaciones dirigidas a los responsables de la formulación de políticas, los líderes educativos y otros actores. El objetivo es fomentar un enfoque estratégico que potencie la eficacia y el impacto de la educación no formal como herramienta clave para el desarrollo socioeconómico y la innovación en Argentina.



Conclusiones y Propuestas

Empleabilidad y Seguimiento de Egresados

El seguimiento de los egresados es una herramienta clave para medir el impacto de la educación no formal en la inserción laboral. Según los datos de la encuesta, solo el 42% de los institutos realiza un seguimiento formal de sus egresados, mientras que un preocupante 58% no cuenta con esta práctica. Entre los institutos que sí realizan un seguimiento, el 44% desconoce cuántos de sus egresados logran emplearse, lo que refleja una brecha significativa en la recopilación y análisis de datos sobre empleabilidad.

A pesar de estas limitaciones, se estima que más de 120,000 personas mejoraron sus condiciones de empleo a partir de las capacitaciones realizadas en el ámbito de la educación no formal o permanente. Este dato resalta la importancia del sector como un motor de desarrollo personal y profesional, así como su capacidad de generar impacto directo en el mercado laboral.

De los institutos que reportaron tasas de empleabilidad, un 33% indicó que menos del 50% de sus egresados consigue empleo tras completar los cursos, mientras que solo un 11% supera el umbral del 75%.

Estos datos evidencian la necesidad de estandarizar sistemas de seguimiento de egresados y fortalecer las alianzas con empresas para mejorar las oportunidades laborales. Propuestas como la creación de portales de empleo, la generación de bases de datos actualizadas y el diseño de programas de capacitación en habilidades blandas y específicas pueden ser pasos fundamentales para aumentar la empleabilidad de los egresados y consolidar el valor de la educación no formal como herramienta de transformación social.



Conclusiones y Propuestas

Temporalidad y Métodos de Pago

La temporalidad juega un rol crucial en las estrategias de comercialización de los institutos de educación no formal. Según los datos de la encuesta, el segundo trimestre del año (abril-junio) concentra el mayor volumen de ventas, con un 42% de las inscripciones realizadas en este período, seguido de cerca por el primer trimestre (enero-marzo) con un 40%. A nivel mensual, la segunda semana de cada mes es la que registra el mayor pico de ventas, concentrando el 51% de las transacciones. Estos patrones temporales ofrecen una valiosa guía para planificar campañas de marketing y estrategias de captación de alumnos.

En cuanto a los métodos de pago, el panorama refleja una fuerte preferencia por las transferencias bancarias, utilizadas por el 82% de los alumnos. En contraste, solo un 6% opta por tarjetas de crédito, y un 7% utiliza efectivo. Esto puede estar relacionado con las características demográficas y socioeconómicas de los estudiantes de educación no formal, así como con las facilidades ofrecidas por los institutos.

La concentración de las ventas en períodos específicos y el predominio de transferencias bancarias como método de pago destacan la necesidad de diversificar estrategias comerciales y flexibilizar los medios de pago. Incorporar opciones como billeteras digitales, planes de financiación y pagos en cuotas podría no solo incrementar la accesibilidad, sino también facilitar la captación de nuevos estudiantes. Además, aprovechar la estacionalidad detectada para diseñar promociones específicas y campañas dirigidas puede maximizar el impacto comercial en los períodos de mayor actividad.



Conclusiones y Propuestas

Inteligencia Artificial

La inteligencia artificial (IA) se presenta como una herramienta transformadora para el sector de la educación no formal, aunque su implementación aún se encuentra en una etapa inicial. Según los resultados de la encuesta, el 38% de los institutos utiliza IA principalmente en la creación de contenido y diseño de cursos, mientras que un 41% no la ha implementado en ninguna de sus operaciones. Áreas como ventas y marketing (33%) y la generación de informes automatizados (10%) son algunas de las aplicaciones actuales, aunque todavía de manera limitada.

El interés futuro en la IA es significativo. Un 31% de los institutos expresó su deseo de incorporar esta tecnología en el desarrollo de nuevos cursos y materiales educativos, mientras que el 21% busca explorar su uso en estrategias de marketing y segmentación de públicos. Esto evidencia un reconocimiento del potencial de la IA para mejorar procesos internos, personalizar la experiencia de los alumnos y optimizar la toma de decisiones basadas en datos.

Se estima que la adopción de herramientas de inteligencia artificial puede revolucionar aspectos clave de la operación de los institutos, como la automatización de tareas administrativas, el análisis avanzado de datos de alumnos y mercado, y el diseño de modelos de aprendizaje personalizados. Sin embargo, para lograrlo, será esencial superar barreras como la falta de conocimiento técnico y la percepción de altos costos asociados.



Conclusiones y Propuestas

Inteligencia Artificial

La educación no formal desempeña un rol fundamental en Argentina, no solo como un motor de desarrollo personal y profesional, sino también como un sector estratégico con un impacto significativo en la economía y la sociedad. Durante el último año, este ámbito educativo atrajo más de 7,3 millones de consultas (leads) y permitió que cerca de 500,000 personas accedieran a capacitaciones que mejoraron sus habilidades y perspectivas laborales.

La magnitud del sector se refleja también en la inversión destinada a captar este interés. Con un costo promedio de 900 pesos por lead, se estima que los institutos invierten más de 6,573 millones de pesos anuales en estrategias de marketing y captación. Esta cifra no solo destaca la relevancia económica del sector, sino también la importancia de optimizar los recursos invertidos mediante herramientas tecnológicas y estrategias de conversión más efectivas.

El impacto de la educación no formal trasciende lo económico. Se estima que más de 120,000 personas mejoraron sus condiciones laborales gracias a estas capacitaciones, fortaleciendo el tejido social y productivo del país. Sin embargo, aún quedan desafíos por superar: la baja adopción de tecnología, las limitadas acciones inclusivas y la falta de seguimiento de egresados evidencian áreas de mejora clave.

La educación no formal es un pilar esencial para el desarrollo de Argentina. Su capacidad de adaptarse a las demandas del mercado laboral y de ofrecer oportunidades de crecimiento a miles de personas posiciona a este sector como una herramienta poderosa para la transformación social. Fortalecer sus prácticas, modernizar sus herramientas y optimizar su impacto no solo beneficiará a los institutos, sino también al desarrollo integral del país.

