



Encuesta de la Formación permanente Argentina Marzo 2026

En el marco de nuestro compromiso con el fortalecimiento de la educación no formal y su articulación con el desarrollo productivo y social de nuestro país, desde el Observatorio de Educación y Trabajo de la Cámara Argentina para la Formación Profesional y Capacitación Laboral hemos impulsado la presente encuesta nacional con el objetivo de conocer el estado actual, las barreras, las oportunidades y las proyecciones de los institutos que integran este ecosistema.

A lo largo de este informe se analizan respuestas de más de seiscientas instituciones educativas no formales, abarcando aspectos clave como la internacionalización de la oferta, las dificultades operativas, el impacto de la situación económica, el grado de innovación tecnológica, el vínculo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y las expectativas respecto al rol del Estado.

Los resultados revelan un sector dinámico, con fuertes convicciones respecto al valor social de la educación no formal, pero que también enfrenta importantes desafíos en términos de profesionalización, planificación estratégica, uso de tecnologías emergentes y vinculación con políticas públicas. En particular, se identifican amplias zonas de oportunidad para avanzar en la integración internacional, la adopción de inteligencia artificial, la mejora en medios de pago globales y la articulación efectiva con el sistema educativo y productivo.

Desde el Observatorio, entendemos que este diagnóstico colectivo debe ser el punto de partida para trazar nuevas líneas de acción que consoliden a la educación no formal como una herramienta central de inclusión, empleabilidad y transformación social. Este informe, entonces, no solo refleja una realidad: también invita a construir, de forma colaborativa, las soluciones que el país necesita.



Objetivos específicos:

- Diagnosticar el grado de inserción internacional de los institutos de educación no formal, identificando regiones alcanzadas, obstáculos enfrentados y oportunidades de expansión.
- Releva las principales barreras y dificultades para ofrecer cursos en el exterior, incluyendo aspectos operativos, promocionales, legales, culturales y financieros.
- Analizar las estrategias institucionales implementadas frente a la situación económica nacional, evaluando capacidad de innovación, adaptación y sostenibilidad.
- Conocer el nivel de familiaridad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el vínculo entre las propuestas educativas y los desafíos sociales, ambientales y económicos del país.
- Explorar la incorporación de tecnologías emergentes, en particular la Inteligencia Artificial, tanto en procesos pedagógicos como de gestión administrativa.
- Identificar la percepción del rol del Estado en el fortalecimiento de la educación no formal y las expectativas del sector respecto a políticas públicas, financiamiento y reconocimiento institucional.
- Fortalecer la construcción de evidencia que permita orientar acciones del Observatorio, sustentar recomendaciones estratégicas y diseñar programas de formación, asistencia técnica y articulación público-privada.





🎯 Ficha Técnica:



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



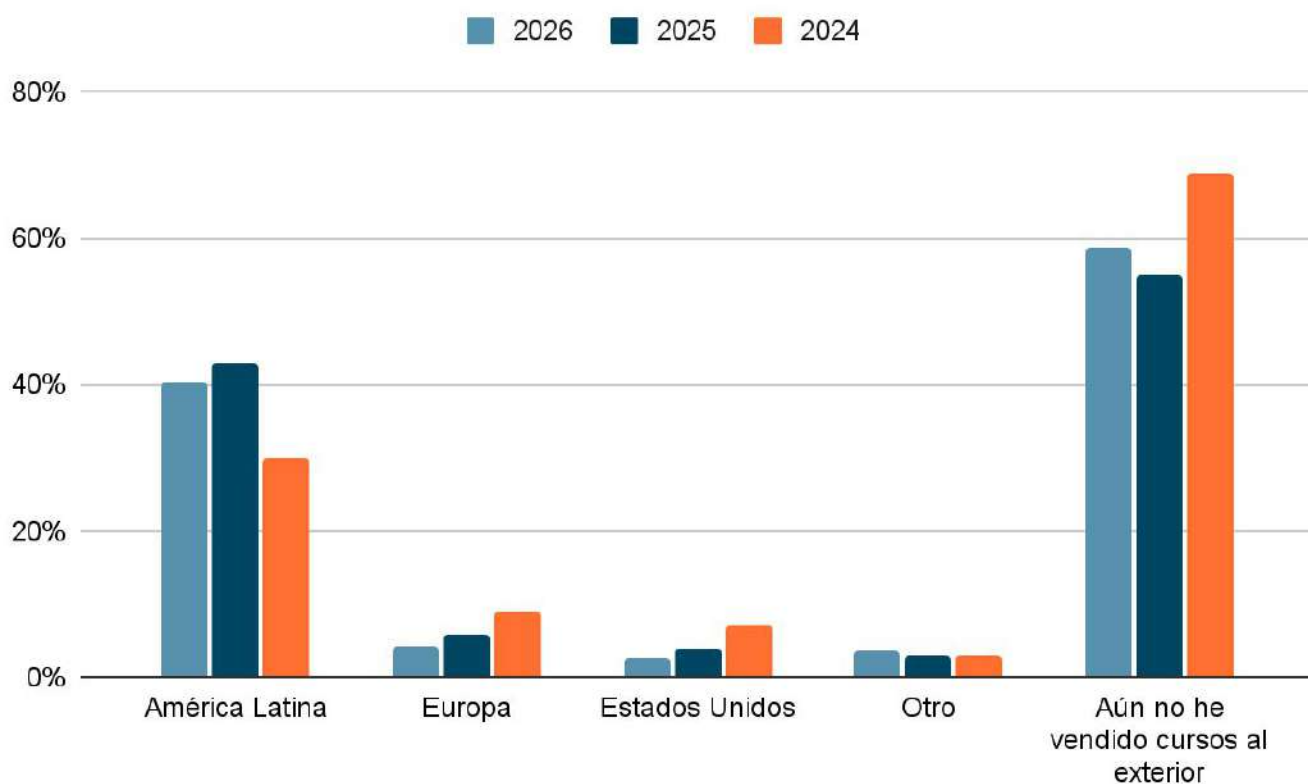
Procedimiento de muestreo: Muestreo No probabilístico.
Tamaño de la muestra: 600 casos
Trabajo de campo: Del 1 de Febrero a 27 de Febrero de 2026.



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



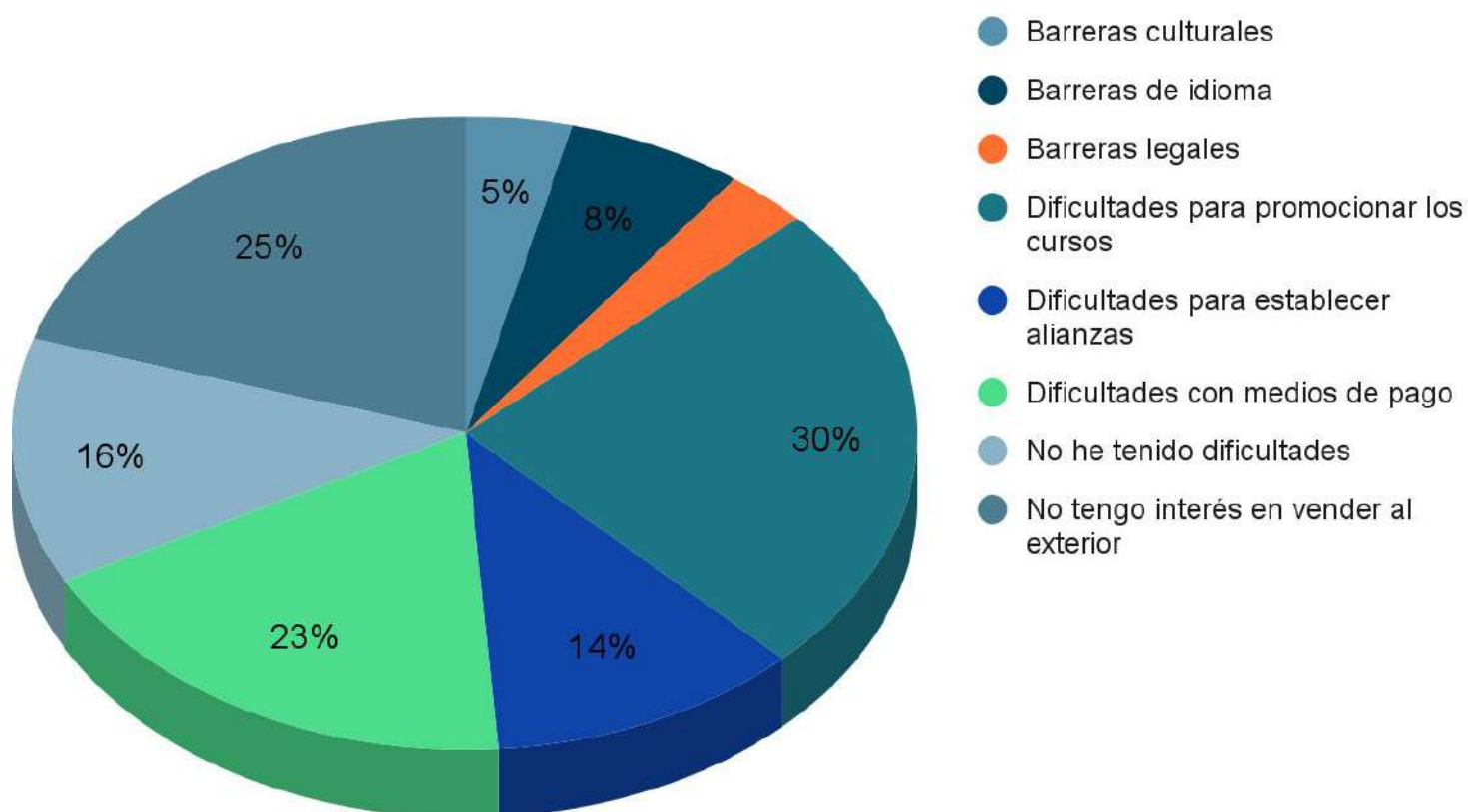
¿A qué regiones o países ha vendido su instituto cursos durante el último año?



En 2026, el 59% de los institutos declara no haber vendido cursos al exterior, mientras que entre quienes sí exportaron, América Latina concentra la mayor parte de las ventas (40%), muy por encima de Europa (4%) y Estados Unidos (3%).

En la comparación interanual, crece levemente la inserción internacional (baja el "aún no" de 69% en 2024 a 59% en 2026), pero la expansión se apoya principalmente en América Latina, con una presencia todavía marginal en mercados extra-regionales.

¿Cuáles han sido las principales dificultades para vender cursos al exterior?

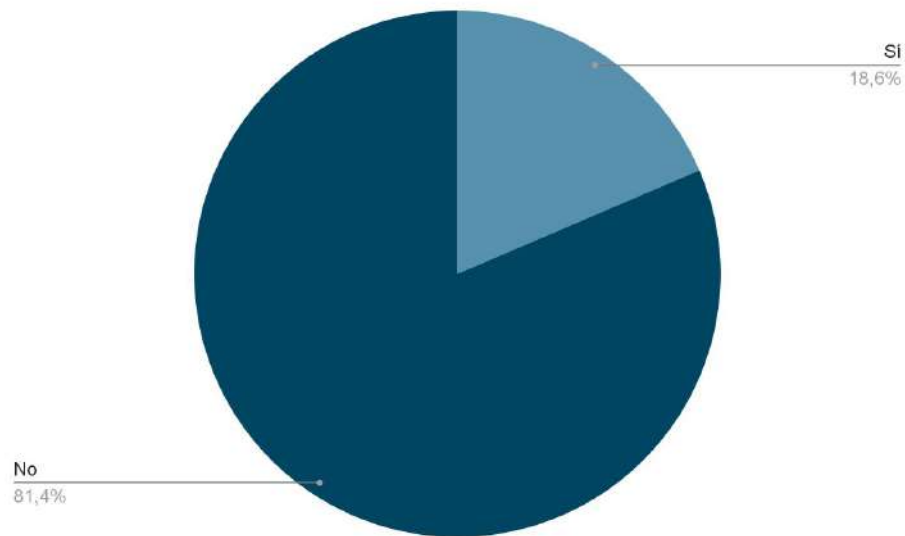


La principal dificultad para vender cursos al exterior es la promoción/comercialización (30%), seguida por los medios de pago (23%) y la falta de alianzas (14%), mientras que las barreras culturales, de idioma y legales aparecen con menor incidencia (4%–8%).

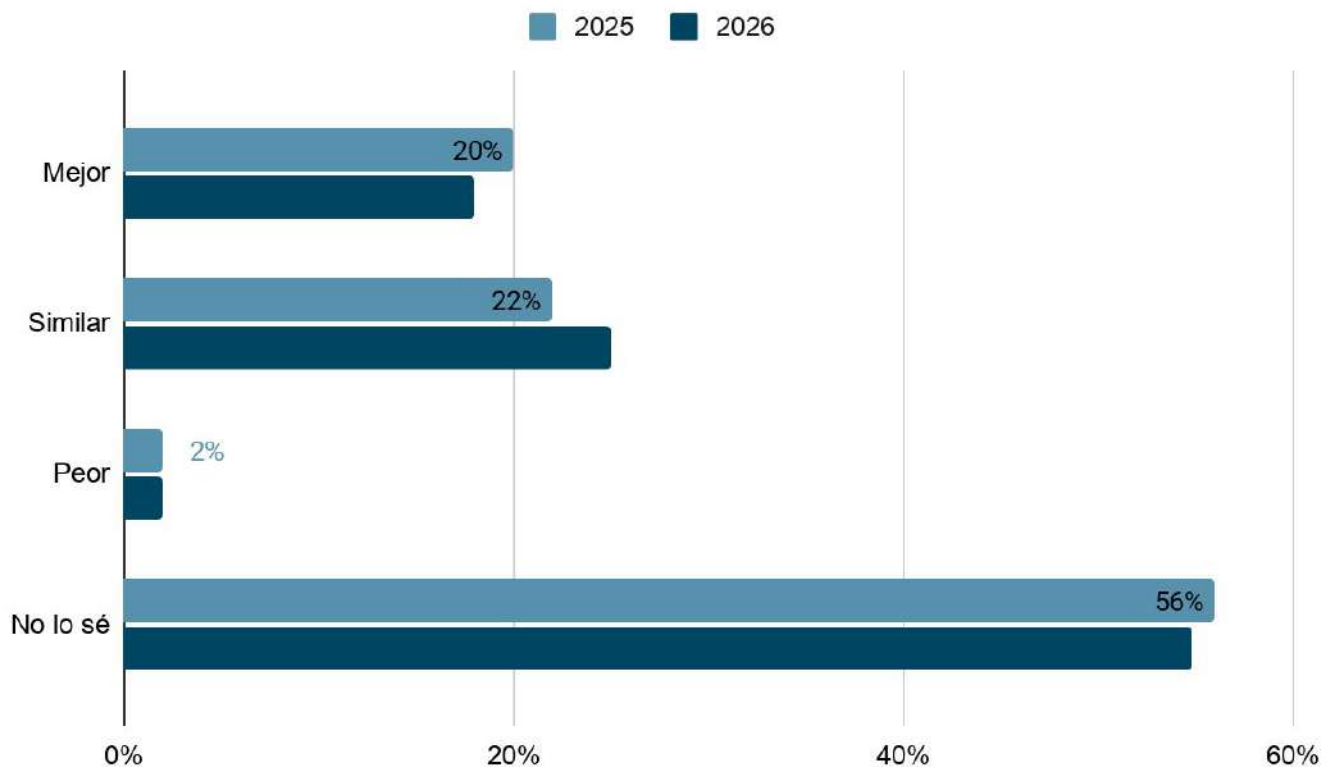
Al mismo tiempo, un 25% no tiene interés en vender al exterior y un 16% no reporta dificultades, lo que sugiere que el desafío es tanto operativo-comercial (visibilidad, cobro, socios) como estratégico (prioridad y decisión de internacionalizar).



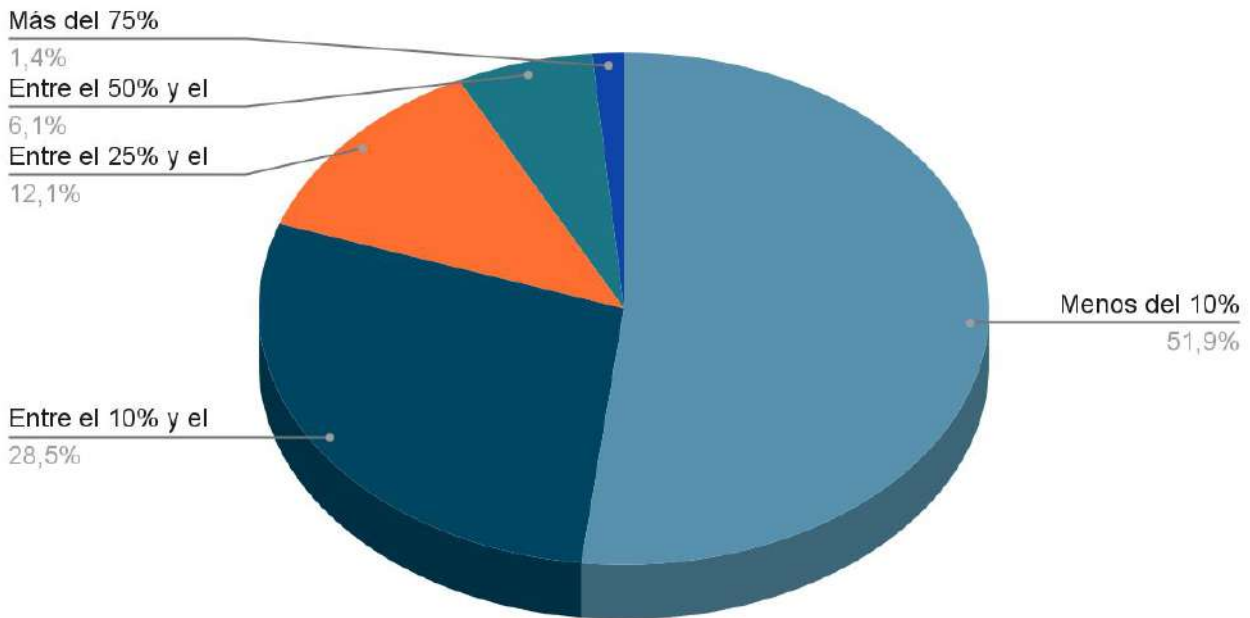
🎯 ¿Su instituto ha realizado investigaciones de mercado para conocer las necesidades de estudiantes extranjeros?



🎯 ¿Cómo considera que se posiciona su instituto en relación a la competencia internacional en términos de calidad y precios?

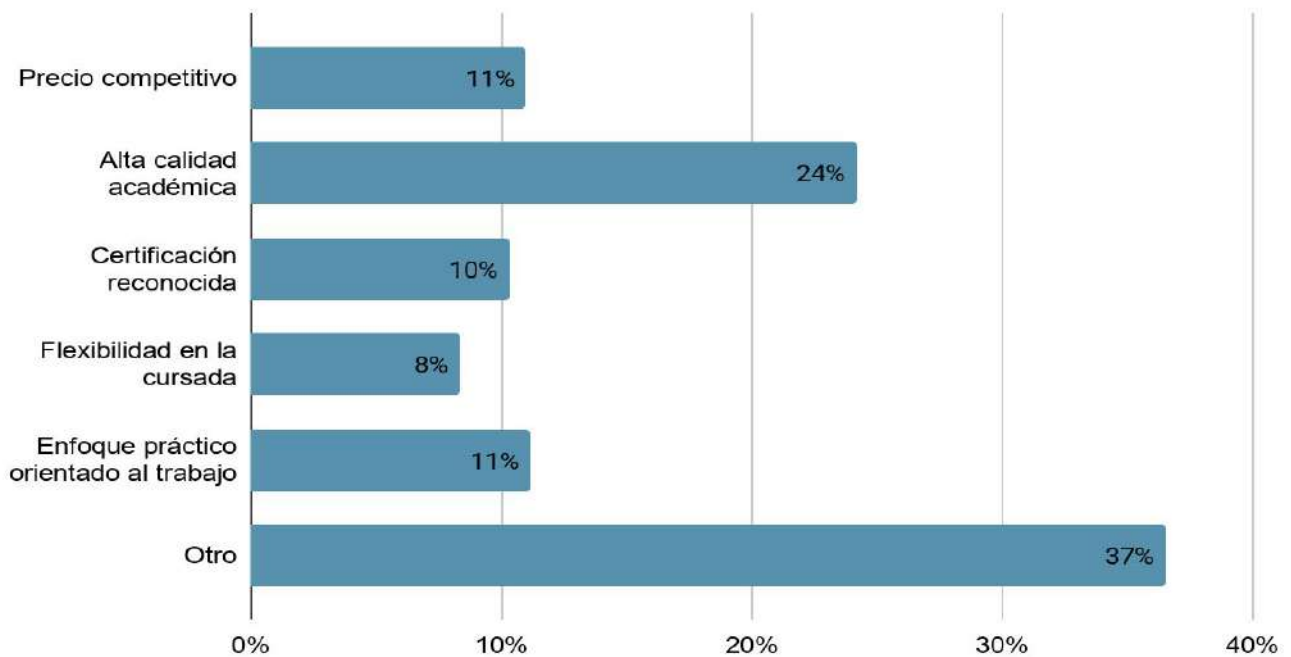


Si vende cursos al exterior: ¿qué porcentaje de sus ingresos proviene de esas ventas?

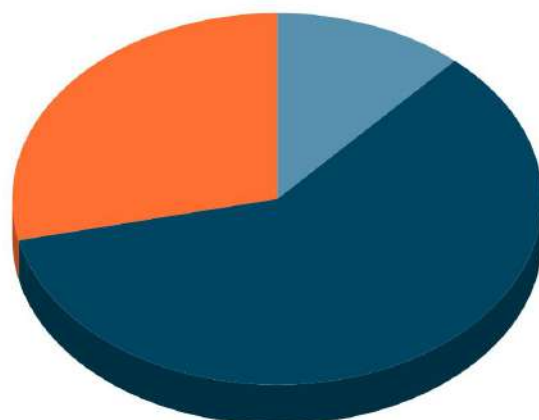


Entre quienes venden al exterior, predominan los ingresos internacionales marginales: la mayoría declara que representa menos del 10% de su facturación (111 respuestas), seguido por quienes se ubican entre 10% y 25% (61).

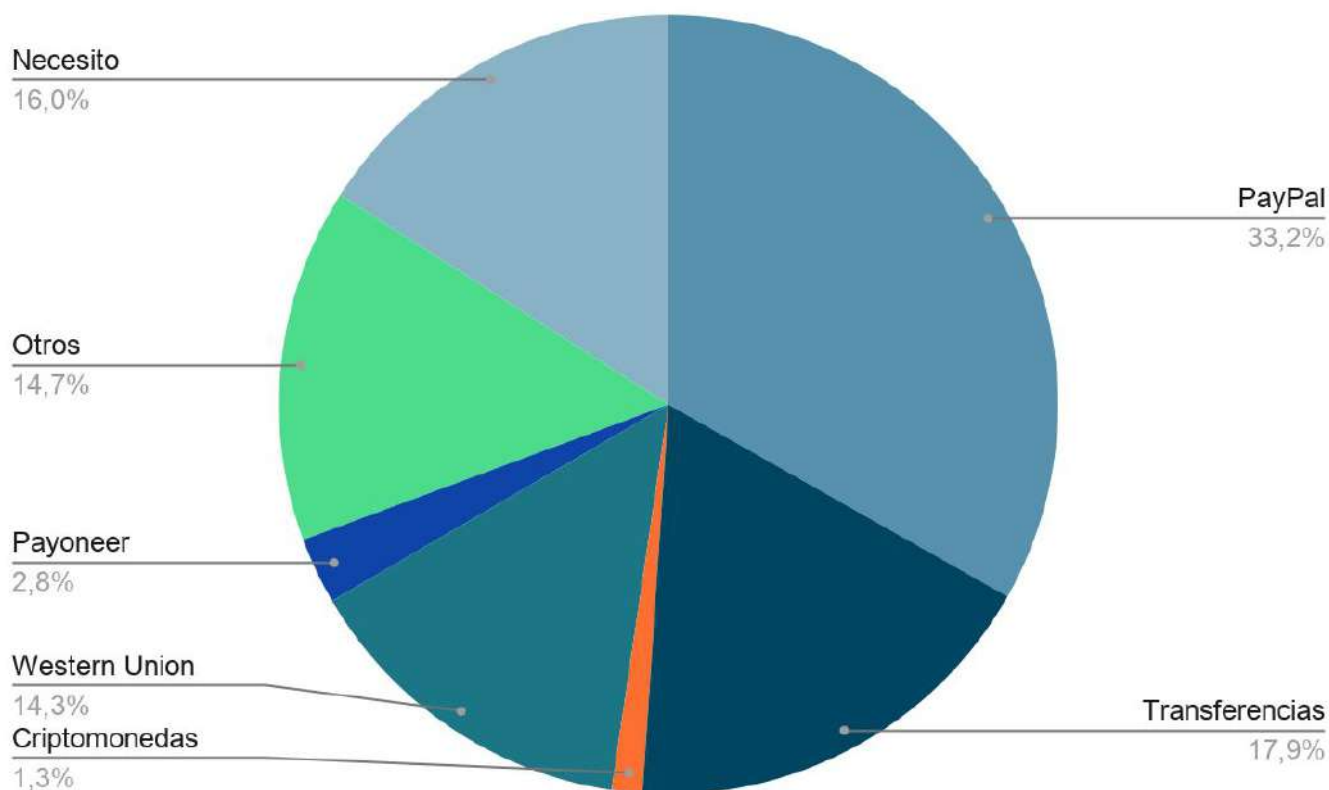
¿Cuál considera que es el principal valor diferencial que su instituto ofrece en el mercado internacional?



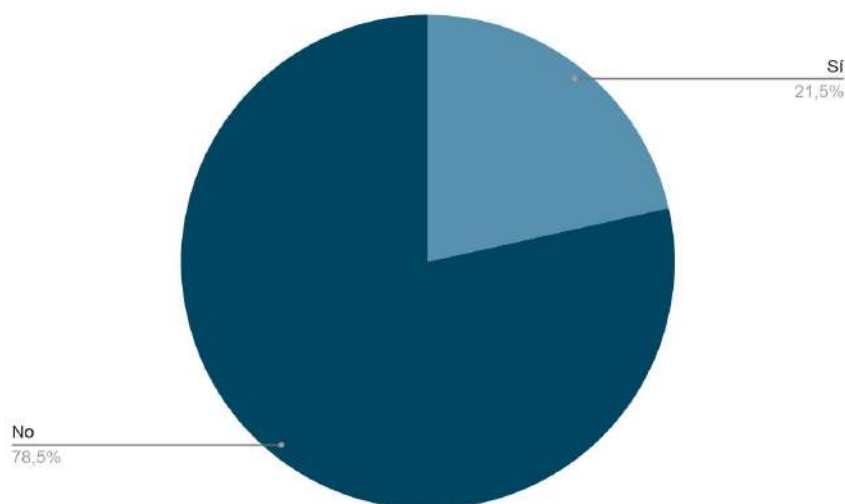
¿Su instituto ha adaptado algún curso específicamente para el público extranjero (idioma, contenidos, formato, etc.)?



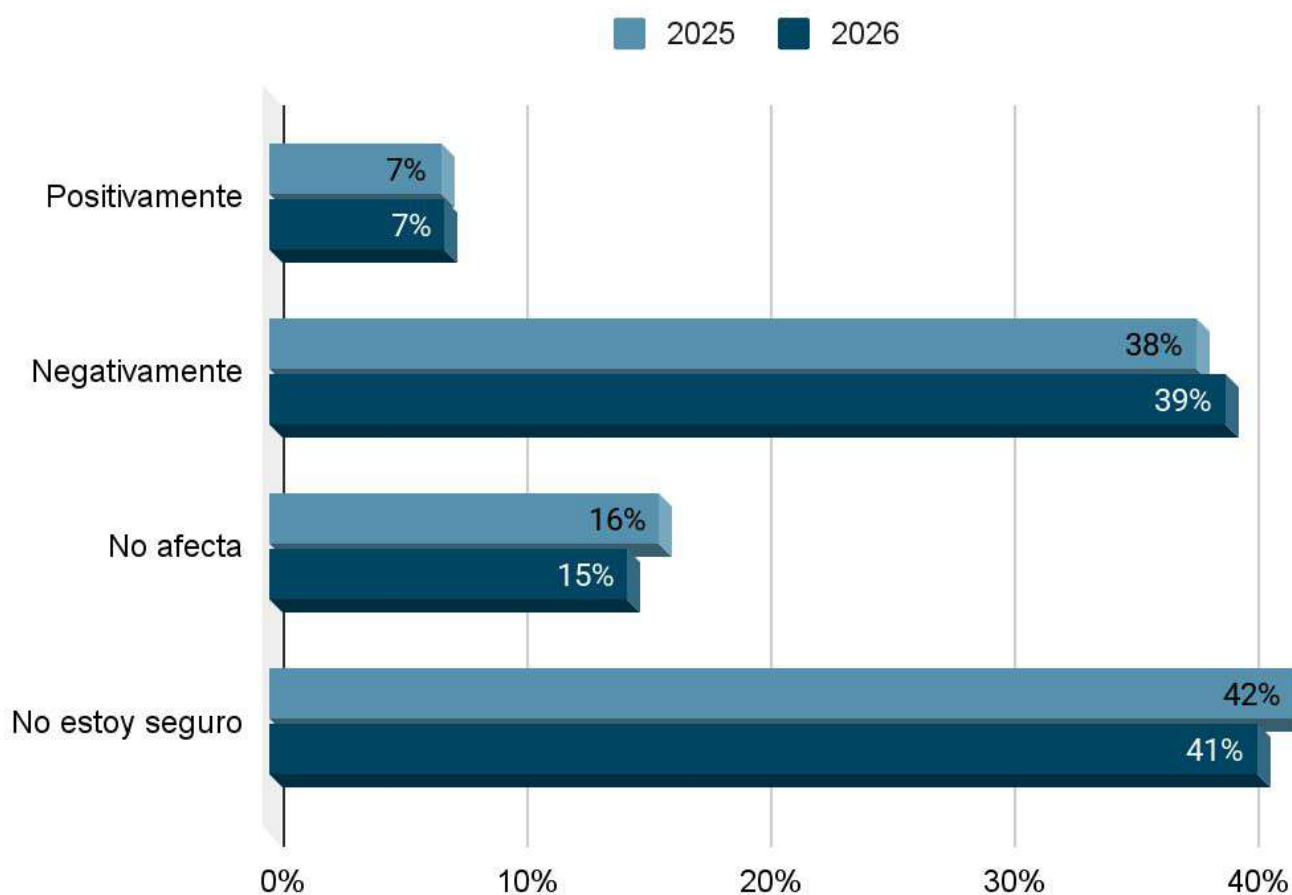
¿Qué medios de pago utiliza para las ventas internacionales?



¿Está su instituto familiarizado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU?

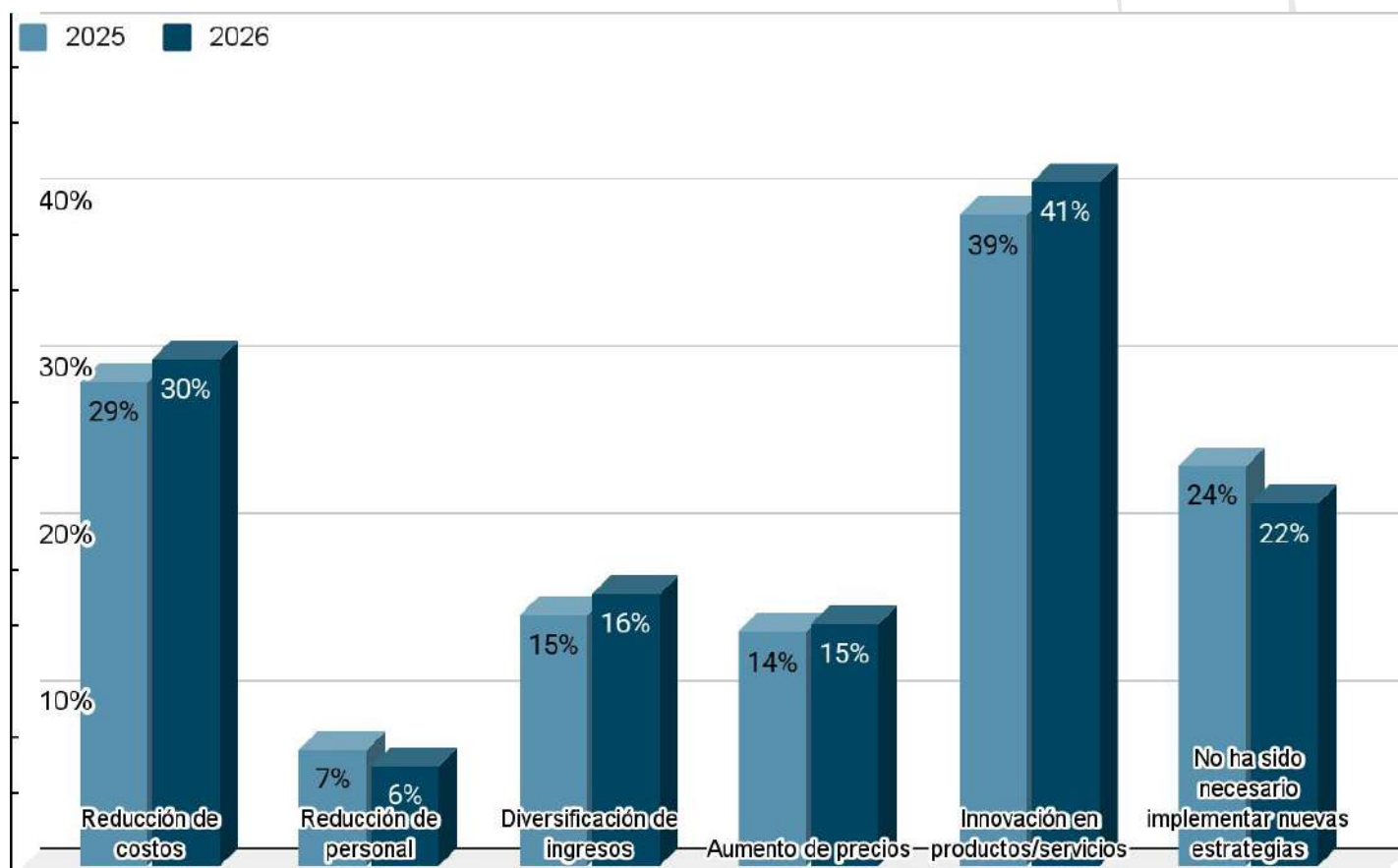


¿Cómo cree que la situación económica actual afecta la operación de su instituto?



La percepción se mantiene estable entre 2025 y 2026: alrededor de 4 de cada 10 institutos considera que la situación económica afecta negativamente su operación (38%→39%), mientras que solo 7% señala un impacto positivo.

¿Qué estrategias ha implementado su instituto para adaptarse a la situación económica?

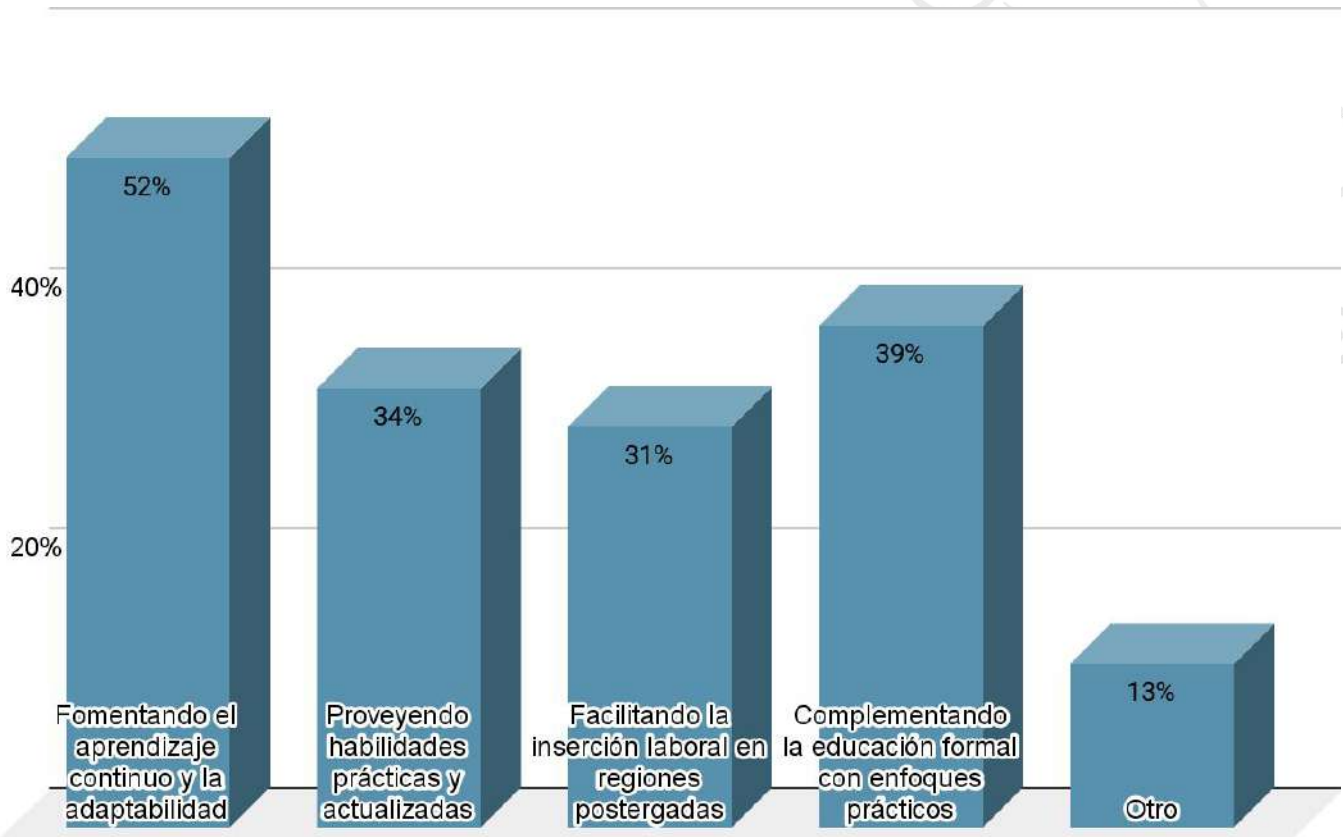


La principal respuesta de los institutos en 2026 es la innovación en productos/servicios (41%), seguida por la reducción de costos (30%), mientras que medidas más drásticas como reducción de personal se mantienen bajas (6%).

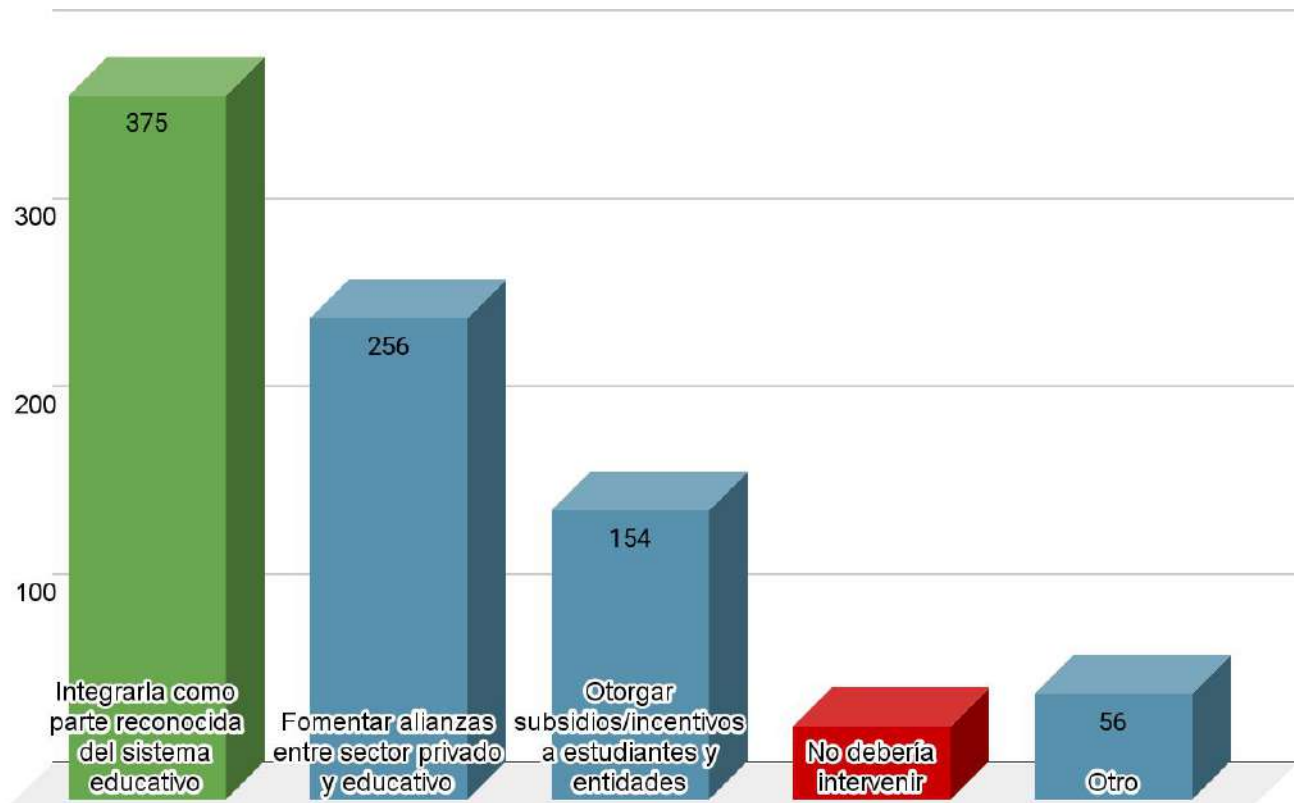


En la comparación 2025–2026 se observan variaciones leves pero consistentes: suben innovación, diversificación y aumento de precios y baja la proporción que no necesitó cambios, lo que sugiere una adaptación creciente más orientada a reconfigurar la oferta que a recortar estructura.

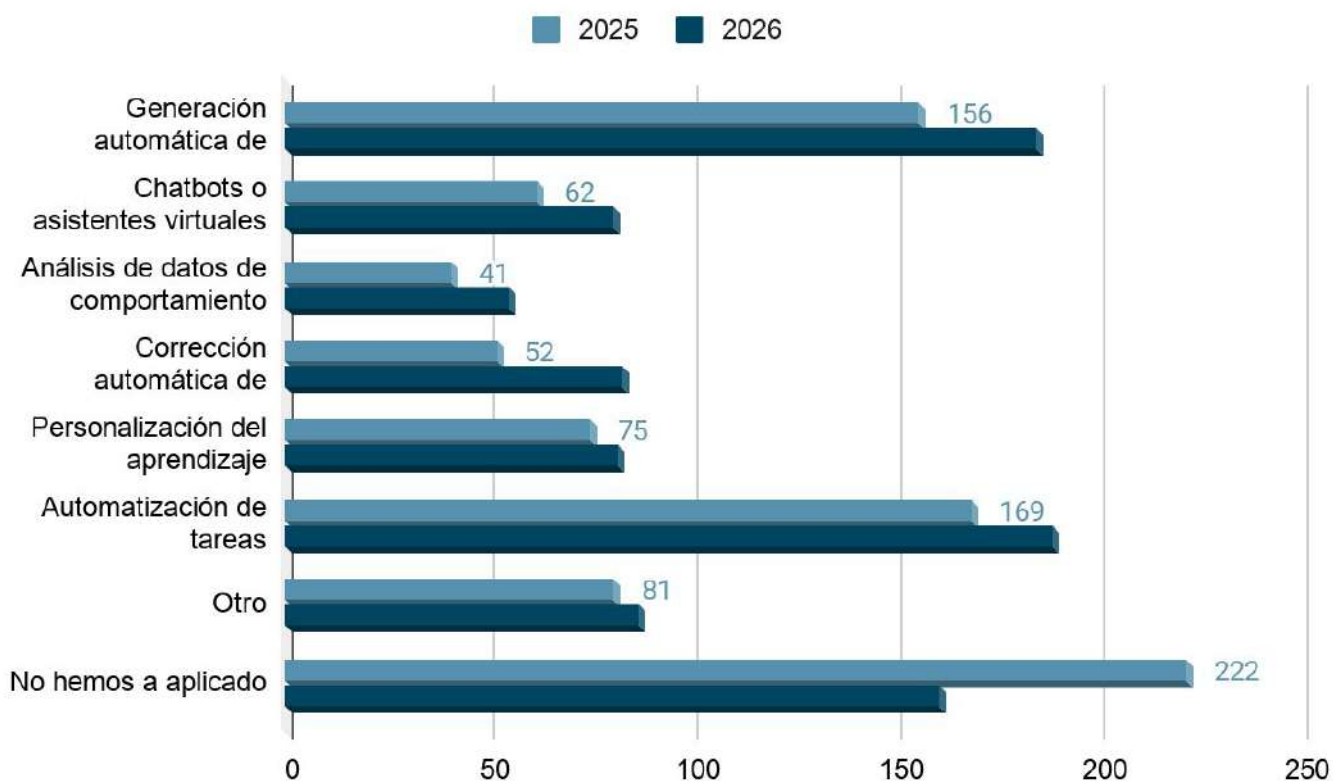
¿Cómo cree que la educación no formal puede contribuir al desarrollo del país?



¿Qué rol debería asumir el Estado para potenciar la educación no formal en el desarrollo del país?



¿En qué áreas ha aplicado la Inteligencia Artificial en su instituto?



En 2026 se observa una adopción más extendida de IA: cae con fuerza el “no hemos aplicado” (222→161) y crecen casi todas las áreas de uso.

Las aplicaciones más frecuentes se concentran en automatización de tareas administrativas/marketing (169→189) y generación automática de contenidos (156→185), mientras que también se acelera la corrección automática de actividades (52→83) y, en menor medida, el uso para personalización del aprendizaje (75→82) y análisis de datos estudiantiles (41→55).

Conclusiones y propuestas

Con estos resultados se consolida una fotografía nítida del sector: la educación no formal aparece como un actor con alto potencial para aportar al desarrollo productivo y a la empleabilidad, pero con una internacionalización todavía incipiente y con obstáculos operativos muy concretos. En ventas al exterior, la mayoría de los institutos aún no exporta (59%), y quienes lo hacen se concentran casi exclusivamente en América Latina, con una presencia marginal en Europa y Estados Unidos. Además, incluso entre exportadores, el aporte a la facturación suele ser bajo (predominan ingresos internacionales menores al 10%), lo que indica que la exportación existe, pero todavía no es un motor estructural del modelo de negocio.

En paralelo, el contexto económico doméstico se vive con incertidumbre sostenida: cerca de cuatro de cada diez institutos perciben impacto negativo y otro bloque similar no logra definir con claridad el efecto. Aun así, la respuesta adaptativa es proactiva y orientada al futuro: la estrategia más utilizada es innovar en productos y servicios, seguida por reducción de costos, diversificación de ingresos y ajustes de precios, mientras que la reducción de personal se mantiene baja. Esto sugiere que el sector está intentando sostener capacidad y calidad, reorganizando oferta y eficiencia antes que recortando estructura.

Finalmente, hay un consenso fuerte respecto del aporte de la educación no formal al país: se la asocia principalmente con aprendizaje continuo, adaptabilidad, habilidades prácticas y complementariedad con el sistema formal, además de un rol relevante en la inserción laboral de regiones postergadas. En esa línea, la expectativa sobre el Estado no es de mero financiamiento, sino de reconocimiento institucional: la propuesta más apoyada es integrarla como parte reconocida del sistema educativo, y en segundo lugar, impulsar alianzas entre sector privado y educativo.



Conclusiones y propuestas

1- Plan de Promoción Internacional y Comercialización Digital

La principal dificultad reportada para vender al exterior es la promoción de los cursos, por lo que se propone un plan sectorial que ordene la oferta exportable y profesionalice la llegada a públicos regionales. Esto implica definir posicionamientos por país, mejorar materiales comerciales, estandarizar fichas de curso y testimonios, y construir embudos digitales replicables para que los institutos puedan ejecutar campañas y convertir demanda con mayor previsibilidad, especialmente en América Latina donde ya existe tracción real.

2. Infraestructura de Cobro y Medios de Pago para Exportación Educativa

Dado que los medios de pago aparecen como una barrera central, se propone desarrollar una solución práctica que reduzca fricción en el cobro internacional. El objetivo es ofrecer alternativas simples para cobrar desde distintos países, con guías operativas, opciones de link de pago y procesos claros de facturación, minimizando rechazos y abandonos. Esta infraestructura, compartida o facilitada desde la Cámara, permitiría que la intención de vender al exterior se transforme en ventas efectivas.

3- Programa de Alianzas y Canales con Empresas e Instituciones

Las dificultades para establecer alianzas sugieren que falta un esquema de articulación que acelere acuerdos y distribuya mejor la oferta. Se propone impulsar un programa de alianzas con empresas, cámaras sectoriales y redes educativas para generar canales de venta, acuerdos de formación in-company y convenios con beneficios. Esto no solo ayuda a internacionalizar, sino también a fortalecer la conexión educación-trabajo, ampliando la demanda y mejorando la pertinencia de la formación.



Conclusiones y propuestas

5- Reconocimiento Institucional de la Educación No Formal con Enfoque Flexible

Otorgar becas o subsidios a estudiantes de sectores vulnerables que cursen en institutos de educación no formal, especialmente en regiones con baja oferta de formación profesional.

Establecer líneas de financiamiento para la reconversión tecnológica y la mejora de infraestructura digital de los institutos, especialmente aquellos que demuestren impacto territorial o inclusión laboral.

6- Adopción Responsable de IA para Calidad, Eficiencia y Escalabilidad

Dado el crecimiento de la IA en 2026, se propone una agenda de adopción responsable que consolide buenas prácticas y maximice impacto. El foco inicial debería estar en los usos de mayor tracción y retorno —automatización administrativa/marketing y generación de contenidos— incorporando estándares de calidad, revisión humana y protección de datos. En una segunda etapa, se recomienda impulsar casos de uso pedagógicos de mayor valor —corrección automática asistida, analítica de aprendizaje y personalización— con criterios éticos, evaluación de resultados y capacitación docente, para que la IA no sea solo eficiencia operativa sino también mejora real de la experiencia educativa.

Pilotos Territoriales de Inserción Laboral en Regiones Postergadas

Dado que una porción relevante identifica como aporte clave la inserción laboral en regiones postergadas, se propone lanzar y escalar pilotos territoriales con foco en empleabilidad medible. Estos pilotos deberían articular institutos, municipios y empresas para formar según demanda local, incluyendo prácticas, convenios de contratación y seguimiento de resultados.

En ese marco, esta línea puede apoyarse y potenciarse con el Programa Federal “Habilidades y Competencias 2030” que ya está en marcha desde la Cámara, como plataforma de coordinación territorial, identificación de necesidades y construcción de alianzas para convertir formación en oportunidades concretas de empleo.

