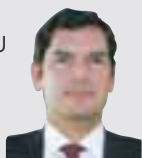


Rentabilidad del sector de la enseñanza privada: situación actual y perspectivas

Gonzalo Sanz-Magallón, coordinador del Grupo de Investigación Eleduca Universidad San Pablo CEU



La desfavorable coyuntura económica que atraviesa España desde 2008 ha afectado de forma moderada a la facturación y la rentabilidad obtenida por los colegios privados. Así se pone de manifiesto en el primer estudio de mercado de enseñanza privada no universitaria, que ofrece información minuciosa sobre las tendencias del sector, obtenida a partir del trabajo de campo realizado y del estudio de las cuentas de las principales empresas privadas. El sector ha mantenido una favorable evolución económico-financiera gracias a la estabilidad de la demanda, lo que evidencia que las familias consideran que la enseñanza privada es una inversión rentable que potencia las posibilidades académicas y profesionales de sus hijos, así como por la adaptación de la oferta, mediante estrategias de diversificación de los servicios ofrecidos, introducción de nuevas tecnologías y cambios en las políticas de precios y concesión de becas.

En este sentido, el resultado del ejercicio sobre el nivel de ingresos de los colegios de pago fue del 7,8% en el período 2007-2011, mientras que entre las empresas privadas con centros concertados este indicador fue inferior, se situó en el 2,9%. A su vez, la rentabilidad económica de los centros privados, medida como el beneficio antes de impuestos sobre el valor del activo, fue del 7,6% en 2011, lo que supone una disminución moderada respecto al valor de 2007. En todo caso, este nivel es superior al del conjunto de las empresas españolas, cifrado según la Central de Balances del Banco de España en el 5,6% en 2011. Y en el caso de las empresas privadas que gestionan centros educativos concertados, la rentabilidad se mantuvo igualmente bastante estable, en torno al 6% durante todo el período 2007-2011.

Individualmente se observan notables diferencias en los niveles de rentabilidad económica, correspondiéndose los valores más elevados –en general del 10% o superiores– con:

- los colegios con mayor antigüedad y con mayor prestigio;
- las instituciones de mayor tamaño;
- los centros que ofrecen enseñanza en inglés o bilingüe.

La metodología utilizada por analistas e inversores para determinar el atractivo que

presenta cualquier sector de actividad, como el de la enseñanza privada, ha sido desarrollado por Michael Porter, y consiste en analizar las fortalezas/debilidades y oportunidades/amenazas que se derivan de la posible influencia de cuatro fuerzas competitivas: a) la entrada al mercado de nuevas empresas competidoras; b) el grado de rivalidad en precio de las empresas establecidas; c) el poder negociador de las empresas del sector frente a proveedores y clientes; y e) la amenaza de productos o servicios sustitutos. A continuación se repasa de forma resumida cada una de ellas:

a) Amenaza de nuevos ingresos

En condiciones normales, si el conjunto de un sector de actividad obtiene un nivel de rentabilidad superior a la media del país durante un largo período de tiempo, se producirá una llegada de nuevas empresas a ese mercado, desencadenando a su vez un aumento de la competencia y –posiblemente– una erosión de los márgenes. Por ello, un requisito para que se mantengan los márgenes elevados a medio plazo es que existan “barreras de entrada”, esto es, obstáculos que dificulten la viabilidad de los proyectos empresariales de los recién llegados.

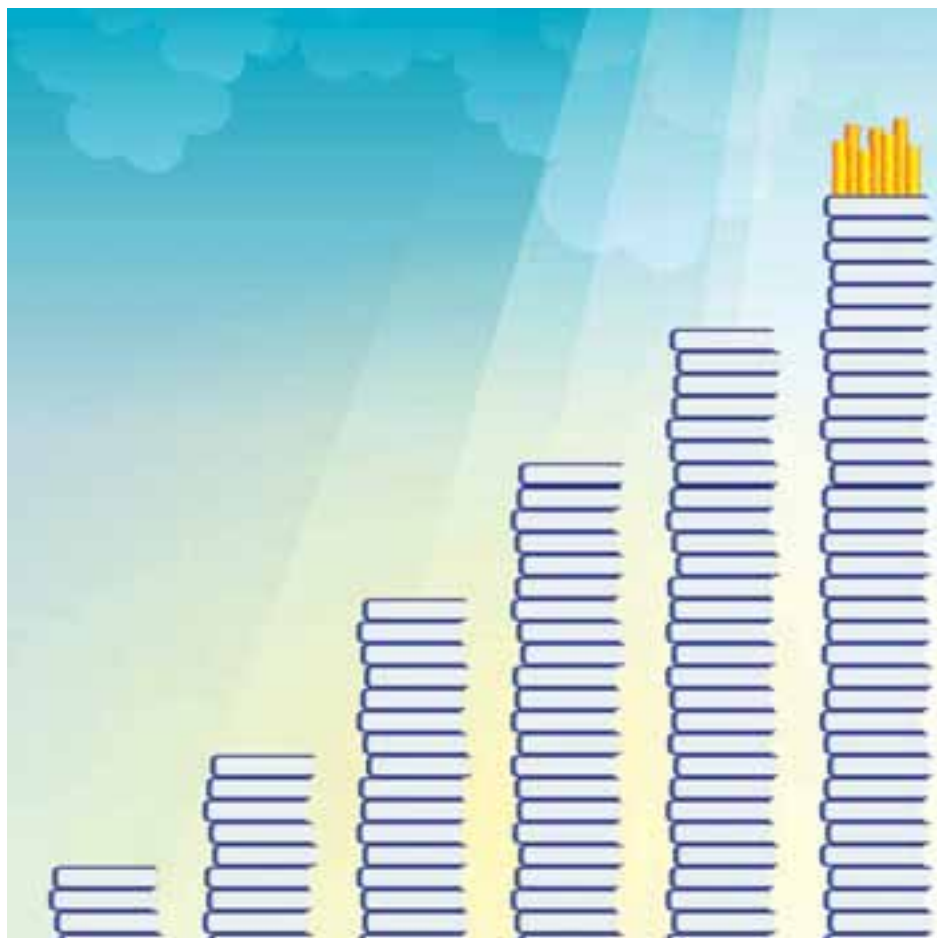
En España la creación de nuevos colegios privados es factible y no requiere grandes inversiones, si bien existen barreras de entrada que protegen a las empresas ya asentadas, entre las que pueden destacarse: a) la “renta de situación” de sus colegios, ya que éstos suelen ubicarse en zonas privilegiadas próximas a la clientela potencial; b) ade-

Individualmente se observan notables diferencias en la rentabilidad

más, los colegios líderes también disfrutaban de las ventajas derivadas de la buena reputación, adquirida en ocasiones a lo largo de muchos años, lo cual en el caso de los servicios de difícil medición de la calidad, como es la enseñanza, se convierte en una ventaja competitiva clave; y c) otros intangibles, como son el capital social asociado a los antiguos alumnos, y el conocimiento del mercado y la experiencia adquirida por el equipo directivo.

b) La rivalidad entre empresas establecidas

El grado de rivalidad de cualquier mercado tiende a incrementarse ante la influencia de distintos factores: a) cuanto mayor es el número de



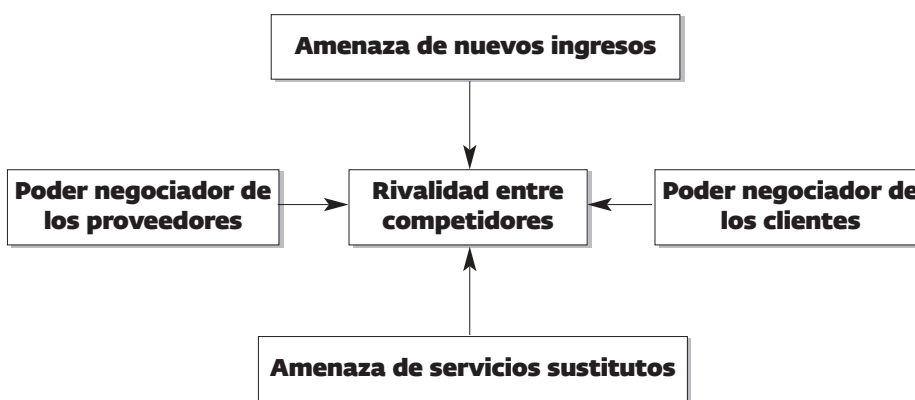
SHUTTERSTOCK

Indicadores agregados de rentabilidad de la Privada

	2007	2008	2009	2010	2011	Promedio 2007-11
Resultados del ejercicio/ingresos (%)						
Centros privados	8,0	7,7	7,7	7,8	7,7	7,8
Centros concertados	3,3	2,4	3,3	2,6	2,8	2,9
Rentabilidad económica (%)						
Centros privados	9,2	8,1	8,3	8,1	7,6	8,3
Centros concertados	6,0	4,9	6,8	5,8	5,9	5,9

FUENTE: Grupo de Investigación Eleduca.

Fuerzas competitivas que condicionan la rentabilidad



competidores y la diversidad de los mismos; b) cuánto más difícil es diferenciar el producto ofrecido y centrar la competencia en aspectos distintos al precio, como la calidad; y c) cuando existen elevados costes fijos en la función de producción, ya que ello genera que en épocas de caída de la demanda las empresas estén dispuestas a disminuir el precio por debajo del coste medio total, cubrien-

do únicamente los costes fijos. En la enseñanza reglada no universitaria la rivalidad en precio actualmente es muy limitada en España, ya que el factor precio tiene una importancia menor en comparación con otros, como la calidad de la oferta y la reputación de la institución. Para la mayor parte de las familias, la enseñanza tiene una consideración de gasto de inversión, y los padres que consideren

que un colegio es el más adecuado para su hijo, difícilmente cambiarán su opción por ahorrarse algo de dinero. c) El poder negociador de clientes y proveedores Algunas empresas pueden ver erosionados sus márgenes cuando dependen excesivamente de otras industrias como fuente de aprovisionamiento –por ejemplo, el sector del taxi respecto del precio del gasóleo–, o de un canal de dis-

tribución –caso de los agricultores respecto a las grandes empresas de distribución alimentaria–.

En general los colegios no tienen este tipo de relaciones de dependencia excesiva, aunque en algunos sectores proveedores, como el transporte por autobús y la provisión de comidas, el elevado tamaño de las empresas líderes debilita el poder negociador de los centros de enseñanza.

d) La amenaza de servicios sustitutos

El principal servicio sustitutivo de la enseñanza privada

El diagnóstico global del sector de la enseñanza privada continúa siendo atractivo

reglada se corresponde con la oferta de centros públicos. Por ello, la mejora de la calidad del sistema público reforzaría la competencia en el sector, y podría llegar a erosionar significativamente los márgenes de la enseñanza de pago. En este sentido, la política de ciertos y la creación de institutos bilingües (español-inglés) de la Comunidad de Madrid se ha dejado sentir en algunos colegios privados de esta región.

No obstante, no es previsible que esta amenaza vaya a generar problemas serios para el conjunto del sector a corto plazo, dadas las restricciones financieras que atraviesan las administraciones públicas y las grandes deficiencias del marco institucional de la enseñanza pública en España, en lo que se refiere a la excesiva burocracia, falta de autonomía de los centros, ausencia de incentivos e instrumentos para la correcta gestión del personal, dificultad de adaptación ante los cambios de la demanda, etc.

En conclusión, aunque las negativas perspectivas existentes para la economía española y la tendencia de la natalidad podrían ser fuentes de problemas para las empresas de enseñanza privada a corto plazo, el diagnóstico global del sector continúa siendo atractivo. Se identifican sólidas fortalezas que permitirán a los colegios con capacidad de adaptación a los cambios de la demanda y del entorno obtener márgenes positivos. Esta situación es, por otra parte, beneficiosa para el conjunto de la economía española, ya que una atractiva rentabilidad es la condición necesaria y suficiente para propiciar la inversión en el sector y la llegada de nuevos proyectos, con las ventajas que éstos generan en términos de diversificación de la oferta y aumento de la competencia y de la actividad innovadora.