"LIMONES" Y "PARÁSITOS": LO QUE DICE LA TEORÍA ECONÓMICA SOBRE LAS UNIVERSIDADES CON ÁNIMO DE LUCRO

FRANCISCO PIEDRAHITA[1]

En este artículo se explica, desde la teoría económica, no solo por qué las IESAL no dan respuesta a los objetivos gubernamentales, sino cómo su autorización causaría grave daño al sistema colombiano de educación superior. Está vigente la discusión en Colombia sobre la propuesta de reforma a la Ley 30 de 1992 de educación superior, que ha planteado el Gobierno Nacional por medio del Ministerio de Educación. Y el aspecto más controversial continúa siendo la legalización del ánimo de lucro para las instituciones del sistema.

En un artículo anterior (Piedrahita, 2011), se mostró que las experiencias de otros países llevan a concluir que las instituciones de educación superior con ánimo de lucro (IESAL) no cumplirían el propósito que busca el Gobierno al establecerlas. Que, según esas experiencias, estas no aumentarían ni la permanencia ni la graduación con calidad del sistema de educación superior para millones de jóvenes que hoy no acceden a él. Se puso en evidencia cómo, en los Estados Unidos, por ejemplo, donde esta tipología tiene una historia más larga, esa categoría de instituciones presenta altísimas tasas de deserción, muy bajas tasas de graduación y, por la baja *empleabilidad* (sic) de sus graduados, incapacidad de pago para cancelar los créditos que les concede el Gobierno Federal para adelantar sus estudios. Al final, las IESAL, en ese país, venden ilusiones con programas de baja calidad y ganan muchísimo dinero a costa del generoso programa gubernamental de crédito.

Mucha gente se pregunta, si la inversión privada con ánimo de lucro ha funcionado eficazmente en la prestación de otros servicios, ¿por qué no puede funcionar bien en la educación superior? O, formulada la pregunta en términos de la ciencia económica, si el mercado es el mecanismo más eficiente para asignar los recursos de la sociedad, ¿por qué no permitir que los asigne en la educación superior?

Sen (2000), Premio Nobel de Economía de 1998, cita un aforismo de T. H. Huxley que dice: "Es el acostumbrado destino de las nuevas verdades empezar como herejías y terminar como supersticiones". Y escribe a continuación "Hubo una época (…) en la que cada joven economista sabía en cuáles aspectos el sistema de mercado tenía serias limitaciones: todos los libros de texto repetían la misma lista de defectos. El rechazo intelectual al mecanismo de mercado condujo (…) a propuestas radicales para organizar el mundo de maneras muy diferentes (involucrando algunas veces poderosas burocracias y cargas fiscales inimaginables) sin un examen serio de la posibilidad de que las alternativas propuestas pudieran acarrear fallas aún más graves que las que se esperaba que produjera el mercado (…) El clima intelectual ha cambiado muy dramáticamente en las últimas décadas y se le ha dado vuelta al tablero. Ahora se supone normalmente que las virtudes del mecanismo de mercado son tan penetrantes que sus restricciones parecen no importar. Un conjunto de prejuicios ha dado paso a otro (…) La fe sin cuestionamientos de ayer se ha convertido en herejía y la herejía de ayer es ahora la nueva superstición". Este es el caso de la propuesta de reforma a la educación superior colombiana. Se quiere imponer la superstición del mercado y las utilidades como solución mágica a sus problemas. Y, según Sen, "Cualquier señalamiento de los defectos del mecanismo de mercado parece ser, en estos días, extrañamente anticuado."

Pero, como continúa el citado texto: "La necesidad del escrutinio crítico de las preconcepciones estándar y de las actitudes político-económicas es más urgente que nunca".

En efecto, la misma ciencia económica ha demostrado cómo el mercado es el mejor mecanismo de asignación de los recursos escasos de la sociedad cuando este se aproxima a uno de competencia

* Rector Universidad Icesi.

perfecta. Y cómo, en esas circunstancias, las utilidades generadas por las empresas son legítimos indicadores de buen desempeño. Pero ha develado también cómo el mercado puede no sólo no funcionar eficientemente, sino ser un instrumento dañino, cuando se dan en él ciertas circunstancias, ciertas "fallas de mercado".

Sin entrar en discusiones ideológicas sobre la mercantilización de la educación superior, hay que anotar que en este tipo mercado se presentan tres de esas "fallas": primera, la educación superior se constituye, al menos en alguna de sus funciones, en un bien público; segunda, la educación superior, como servicio educativo, produce externalidades positivas; y tercera, el mercado de la educación superior presenta siempre, y particularmente en Colombia, un altísimo grado de asimetría de información.

Los economistas, desde Paul Samuelson, Premio Nobel de Economía de 1970, definieron el bien público como un bien que es "no rival y no excluyente". Eso significa que el uso que de él hace una persona no lo merma y no impide que otras lo hagan, y que esté disponible para todos. La iluminación de las calles, un faro en la costa y la defensa nacional son ejemplos típicos de bienes públicos. De la misma manera, se puede decir que el nuevo conocimiento o el avance del conocimiento existente, realizado por medio de la investigación y publicado, es un bien público producido por la Universidad. Muchos también reconocen como un bien público la capacidad crítica de esta.

De los procesos formativos de calidad se puede decir que son "excluyentes", que no están al alcance de todos y, por lo tanto, no son bienes públicos puros. Sin embargo se reconoce ampliamente que generan muy importantes externalidades positivas para la sociedad; es decir, que generan una serie de beneficios sociales que van mucho más allá de los beneficios privados que se llevan los estudiantes. La buena educación superior afecta positivamente los procesos democráticos, la economía regional, la convivencia, entre otros.

Los mercados no funcionan bien, tanto en el caso de la provisión de bienes públicos puros como cuando hay externalidades, donde las acciones de un individuo producen impactos en otros, por los que no pagan o compensan.

Cuando las externalidades son positivas, se presenta, con frecuencia, el fenómeno denominado *free-rider*, que se podría traducir como "del polizón", "del aprovechado" o, mejor, "del parásito". En este caso, puesto de la manera más simple, las IESAL, no tendrían ningún incentivo para contribuir en su producción, puesto que se medirían por su rentabilidad, y sabrían que no pueden ser excluidas de consumir o compartir los beneficios de los bienes públicos y las externalidades positivas generadas por las buenas Universidades en el sistema de educación superior. Al contrario, en la medida en que dichas instituciones comenzaran a prevalecer, por el hecho de tener que competir con ellas en condiciones desiguales, las buenas Universidades privadas sin ánimo de lucro reducirían la producción de los bienes públicos y de las externalidades mencionadas.

El presente análisis se concentrar más en la que se ha denominado tercera falla de mercado, que se encuentra en la de la educación superior: la de la asimetría de información.

Se dice que en un mercado existe información asimétrica cuando una de las partes, que intervienen en una compraventa, no cuenta con la misma información que la otra sobre el producto o servicio objeto de la transacción. Este fenómeno conduce a una falla de mercado y produce un resultado económico ineficiente; además, crea incentivos para que el que tiene más cantidad de conocimientos le haga trampa al que menos tiene.

Akerlof, (1970),[2] en el artículo *The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*[3] demuestra el efecto perverso del desconocimiento, por parte de los compradores, de cuáles son los carros de segunda buenos y cuáles los malos cuando quieren comprar uno. Como hay mucha incertidumbre y se puede engañar a los compradores fácilmente, se llega a un precio medio no atractivo para los que ofrecen los mejores carros, quienes terminan saliéndose del mercado. Al bajar la calidad promedio de la oferta, se recalculan los precios en un nivel más bajo y sale del mercado el siguiente grupo de mejores; el proceso continúa, en ciclos similares, hasta que solo quedan disponibles los 'limones', los peores carros.

---

[2] Economista estadounidense, compartió el premio Nobel de Economía de 2001 con Joseph E. Stiglitz y Michael Spence, principalmente por su trabajo sobre el impacto de la asimetría de información en el funcionamiento de los mercados.

[3] Este título se podría traducir como "El Mercado de los 'limones' (así llaman en los EEUU a los carros de segunda mano que parecen buenos pero están en mal estado): incertidumbre de calidad y el mecanismo de mercado".

En educación superior, la información asimétrica se presenta porque el vendedor del servicio conoce mucho más y mucho mejor lo que quiere vender que el comprador. Y puede inclinarse a engañarlo. Hansmann, (1981), en un artículo seminal, identificó la racionalidad legal y económica para la existencia de las organizaciones sin ánimo de lucro, con las situaciones en las cuales, por asimetrías de información, los compradores son altamente vulnerables al oportunismo de los vendedores. Por esta vulnerabilidad, Winston, (1999), profesor de Economía de *Williams College*, en los EEUU, afirma: "Se habla de estos mercados como 'mercados de confianza'. La característica de 'sin ánimo de lucro' de los proveedores promueve un comportamiento honesto que sacrifica rentabilidad y justifica la confianza. Por la disminución de incentivos para el comportamiento oportunista, las entidades sin ánimo de lucro son las proveedoras preferidas. […] Ellas aumentan la probabilidad y la confianza de donantes y compradores de estar obteniendo aquello por lo que están pagando, y tienden a compensar las fallas contractuales inherentes a esos mercados asimétricos".

Las diferencias de información tienen origen en la característica más importante del servicio mismo de la educación superior: no se trata de algo que se recibe y se utiliza inmediatamente, como la telefonía celular o el transporte aéreo, servicios en los que, al final del uso, se tiene bastante claridad sobre la calidad de lo recibido. La educación superior consiste en un proceso de formación personal que dura varios años y cuyos efectos se aprecian a lo largo de la vida del que la recibe. Y, una vez se toma la decisión de empezar estudios en una institución, no es fácil cambiarse a otra. En esto coincide Winston: "La gente que invierte en capital humano mediante una compra de educación superior, no sabe lo que está comprando, y no sabrá y no puede saber lo que ha comprado, hasta cuando ya es demasiado tarde para hacer algo al respecto (7)".

El mismo Hansmann (1981) determinó la característica clave legal y económica de las entidades sin ánimo de lucro: la restricción de no distribución (6). Esas entidades no tienen dueños: son dueñas de sí mismas. Pueden tener superávit en sus operaciones, pero deben reinvertirlo en estas; legalmente no pueden distribuir ese superávit a nadie. Esta dinámica contrasta con las empresas que reparten sus utilidades entre sus accionistas. Tanto Hansmann como Winston (1999) reconocen que la restricción de no distribución se puede eludir con procedimientos tramposos como precios de transferencia inflados en la compra de insumos; o como pagos camuflados de gastos particulares de algún administrador. Y se sospecha que entre las instituciones de educación superior (IES) de Colombia, varias, quizá muchas, incurren en estas prácticas. El punto no es "que la organización sin ánimo de lucro no tenga sus propios problemas, sino, más bien, que la 'restricción de no distribución' sirve para reducir el incentivo que el proveedor con ánimo de lucro tiene para abusar del comprador parcialmente informado". Evitar y sancionar las aberraciones que puedan presentarse entre las IES colombianas sin ánimo de lucro debe ser parte de la tarea de inspección y vigilancia del Gobierno.

Existen diversas fuentes específicas de asimetría de información en la educación superior. En todos los casos, la institución que ofrece el servicio tiene mucha más información que el estudiante que considera matricularse en ella o sus padres.

Una fuente tiene que ver con qué enseña la institución y por qué: el plan de estudios y sus diversos componentes; los objetivos de aprendizaje (si los hay); los objetivos de desarrollo de competencias (si los hay); los objetivos de fortalecimiento de valores (si los hay). Para hacer las cosas aún más difíciles, estos planes de estudio y estos objetivos no son necesariamente los que quisieran el estudiante o sus padres. Hace unos años, en la tapia exterior del Hospital Psiquiátrico de Cali apareció un grafiti que decía: "Este es el único sitio donde el cliente no tiene la razón". Tal vez en los programas de pregrado universitarios "el cliente no siempre tiene la razón". Si el estudiante la tuviera siempre, el núcleo común a todos los planes de estudio de programas de pregrado de la Universidad Icesi probablemente no incluiría una serie de electivas en humanidades, ciencias sociales y ciencias naturales, ni un curso de lógica, ni otros componentes que la institución ha considerado importantes para cumplir sus objetivos de formación integral.

Otra fuente de asimetría tiene relación con la manera como enseña la institución y cuáles son sus condiciones de calidad. ¿Cómo aprende la gente? La pedagogía, la psicología, la filosofía de la educación y otras ciencias han producido, al respecto, en las últimas décadas, una gran cantidad de conocimiento que no ha sido adoptada mayoritariamente por las instituciones educativas y es desconocida para la gran mayoría de aspirantes y padres de familia. ¿Se

usan estrategias de aprendizaje activo? ¿O se recurre básicamente a la cátedra magistral? ¿Qué dotación de laboratorios de diverso tipo tiene la institución y cómo se emplean? ¿Cómo se usan las tecnologías de información y comunicaciones? ¿Qué opciones hay de participar en proyectos de investigación? ¿Cómo son las oportunidades de internacionalización? Además ¿cuál es el nivel de exigencia en el estudio?

Y, más allá del aula, ¿qué ofrece la institución en materia de programas de bienestar estudiantil? ¿Deportes, artes, apoyo personal? ¿Cómo interactúan los estudiantes entre sí? ¿Y con sus profesores? Y, en general, ¿cuánto se gasta la institución en la formación de sus estudiantes?

La asimetría en la información tiene también origen en los resultados de la formación de los estudiantes. La institución conoce cómo les va a ellos en las pruebas Saber Pro; y conoce, o debería conocer, cómo les va a sus egresados en la búsqueda de su primer empleo e, idealmente, en el desarrollo de sus carreras profesionales. Esa información casi nunca llega al público.

Después de la laxitud que se había hecho presente en la educación superior colombiana una vez se expidió la Ley 30 de 1992, se presentó, al comenzar el nuevo siglo, un cambio de paradigma. Se trataba de un modelo de calidad y transparencia: se establecieron los Ecaes, hoy Saber Pro, para los estudiantes próximos a egresar; se fortaleció la acreditación de alta calidad y se inició la acreditación institucional; se diseñó el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (Snies); se empezó a exigir el registro calificado; se organizó el Observatorio Laboral; se reorganizaron el Icfes y el Ministerio de Educación Nacional (MEN) y se creó el Viceministerio de Educación Superior. Esas y otras medidas debían asegurar el mejoramiento de la calidad de programas e instituciones y, en teoría, dar más transparencia al sistema de educación superior; al mercado, si se quiere, de educación superior.

El primer objetivo, el de aseguramiento de calidad, se ha venido cumpliendo paulatinamente para muchas instituciones del sistema. En este sentido, las medidas del MEN se complementaron con las que tomó Colciencias para medir la cantidad y calidad de producción intelectual de las Universidades. La mayoría de las instituciones han venido mejorando sus condiciones de calidad durante toda la última década; y se detuvo la apertura indiscriminada de sedes y programas.

No obstante, el objetivo de aumentar la transparencia del sistema no se ha cumplido. En 2005, un documento del Departamento Nacional de Planeación decía: "A pesar de las reformas propuestas por el Ministerio de Educación Nacional, tales como el Observatorio del Mercado Laboral y las mejoras realizadas a sistemas de información, tales como Snies, el mercado de educación superior de Colombia aún experimenta una condición ineficiente de información asimétrica" (Orozco, 2005). Seis años después, se puede decir lo mismo. Con excepción de la información sobre acreditación de alta calidad, que está disponible para el público y es profusamente anunciada por las instituciones que la poseen, aunque poco comprendida por aspirantes y padres, la información de los demás mecanismos es escasa, difícil de obtener y confusa.

El Snies, por su parte, ofrece poca información y se mantiene desactualizado. El observatorio laboral no es muy conocido y su sitio Web es de muy difícil navegación para obtener alguna información valiosa. Dentro de este panorama, el Icfes ha venido realizando hace varios años grandes esfuerzos para hacer más oportuna, eficiente y pertinente la evaluación de competencias en las ahora obligatorias pruebas Saber Pro. Sin embargo, sus informes son de una complejidad inmensa. Si un aspirante o un padre de familia quieren comparar, por ejemplo, los resultados de la prueba 2010 de dos programas de Contaduría, de dos instituciones de diferente tamaño, debe abrir y tomar datos de más de setenta páginas del sitio Web del Icfes.

Por todo lo anterior, enfrentados a decenas de opciones y con muy poca información disponible, es muy difícil para aspirantes a estudios de educación superior y para sus padres tomar decisiones acertadas. Y, en esas circunstancias, es muy fácil para las IESAL, con sus inmensos gastos de mercadeo y ventas (del orden del 25% de sus ingresos, según muchos informes)[4] orientar la demanda hacia sus programas. Si las predicciones del modelo del Premio Nobel Akerlof se cumplieran, las mejores instituciones, paulatinamente, saldrían del mercado

[4] Ver, por ejemplo, el programa de televisión College, Inc., de la cadena pública PBS de los EEUU, en: http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/collegeinc/etc/synopsis.html

y la educación superior privada colombiana quedaría en manos de "limones". Y, como las IESAL, por su ánimo de lucro, como se vio atrás, no tienen interés en la generación de los bienes públicos ni de las externalidades positivas de la educación superior, se comportarían como *free-riders* o "parásitos". En el peor de los escenarios, la educación superior privada de Colombia quedaría en manos de "limones" y "parásitos".

*El autor agradece los comentarios y las sugerencias de los siguientes profesores de la Universidad Icesi: Blanca Zuluaga, Carlos Enrique Ramírez, Germán Lambardi, Jerónimo Botero, Juan Esteban Carranza, Paola Palacios y Ximena Dueñas. Sin embargo, asume la responsabilidad por todos los conceptos expresados en este artículo.

REFERENCIAS

Akerlof, G. A. (agosto, 1970). The market for 'lemons': quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500. Recuperado de http://www.iei.liu.se/nek/730g75/artiklar/1.254507/AkerlofMarketforLemons.pdf

Hansmann, H. (noviembre, 1981). The Rationale for exempting Nonprofit organizations from Corporate Income Taxation. *Yale Law Journal*, 90(1), 54-100. Recuperado de http://www.jstor.org/stable/795849

Piedrahita, F. (mayo, 2011). Instituciones de educación superior con ánimo de lucro: historias tristes de otros países. *Revista Javeriana,* 147(774), 36-41.

Orozco, M. (agosto, 2005). Colombia's Higher Education Quality Control System and potential for further development. *Archivos de Economía, Departamento Nacional de Planeación*. Documento 290. Recuperado de www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/DEE/Archivos_Economia/290.pdf

Samuelson, P. A. (julio, 2011). The Pure Theory of Public Expenditure. *Review of Economics and Statistics*, 36(1954). Recuperado de

http://www.econ.ucsb.edu/~tedb/Courses/UCSBpf/readings/sampub.pdf

Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. New York: Anchor Books a División of Random House.

Tilak, Jandhyala, B. G. (2005). Higher education: a public good or a commodity for trade? Keynote Address, 2nd Nobel Laureates Meeting in Barcelona. Recuperado de http://www.friends-partners.org/utsumi/Global_University/Global%20University%20System/List%20Distributions/2005/MTI1721_12-15-05/Barcelona%20II%20Nobel%20Meeting%20--%20Higher%20Education%20as%20a%20Public%20Good.pdf

Winston, G. C. (julio, 1999). Subsidies, Hierarchy and Peers: The Awkward Economics of Higher Education. *The Journal of Economic Perspectives*, 13(1), 13-36. Recuperado de http://web.missouri.edu/~podgurskym/Econ_4345/syl_articles/winston%281999%29.pdf.