

# Reclutamiento internacional: supervisión y normas

**DAVID ENGBERG**

*David Engberg es director ejecutivo de Global Opportunities Group, organización de servicios de educación superior con sede en Estados Unidos. E-mail: dave@g-o-group.com.*

En los Estados Unidos, en educación superior, recurrir a agentes pagados para reclutar a estudiantes internacionales es asunto contencioso. Los detractores sostienen que el empleo de agentes no concuerda con las prácticas internas bien establecidas para reclutar alumnos, que incentiva a los agentes a preferir sus propios intereses financieros por encima de los intereses académicos de los alumnos y que fomenta las solicitudes de admisión fraudulentas. Los partidarios argumentan que trabajar con agentes pagados cuesta menos y significa menos riesgo que encargarse de reclutar alumnos por cuenta propia, y que, al permitir el acceso a múltiples mercados, contribuye a diversificar la admisión de alumnos internacionales.

En mayo de 2013, la National Association for College Admission Counseling (NACAC) (Asociación Nacional de Asesores de Admisiones) entregó un informe muy esperado, acerca del reclutamiento internacional de alumnos. En él se daba cuenta de las inquietudes relativas a los agentes a comisión, pero recomendaba que NACAC levantara su prohibición de que las instituciones miembros ocupasen a agentes pagados.

El informe, desde su publicación, ha sido objeto de crítica intensa por parte de personas situadas en ambos lados del debate. Quienes se oponen a trabajar con agentes estiman que NACAC, al permitir una práctica que arriesga preferir los ingresos sobre los intereses de los estudiantes, compromete su integridad y credibilidad. La queja principal de quienes apoyan que se suspenda la prohibición es que el informe no significa ningún adelanto en los debates relativos a las normas internacionales y la calidad del reclutamiento internacional en los Estados Unidos.

Esta crítica tiene particular agudeza. Dado (1) que hay un alza internacional en la demanda de admisión en instituciones de los Estados Unidos, en especial a nivel de pregrado; (2) que los estudiantes internacionales, o sus gobiernos, tienen capacidad para pagar el costo total de la enseñanza; y (3) que numerosas instituciones deben enfrentar estrecheces presupuestarias, se puede vaticinar

que cada vez más campus procurarán matricular a más y más alumnos internacionales y que ocuparán a terceros, las agencias, que les ayuden.

## SITUACIÓN ACTUAL

El Reino Unido y Australia tienen fama por su empleo de agentes para reclutar estudiantes internacionales destinados a instituciones terciarias. Cada uno mantiene un sistema bien asentado que comprende la supervisión de las relaciones entre agente y universidad. No ocurre igual cosa en los Estados Unidos. Aquí, el gobierno federal emite señales confusas. A las oficinas de EducationUSA en todo el mundo, financiadas por el Departamento de Estado, les está vedado trabajar con reclutadores comerciales, por temor de que al hacerlo creasen una impresión de sesgo; tanto el Departamento de Comercio como el de Seguridad Interior toman parte en actividades e iniciativas que reúnen a universidades y agencias comerciales de reclutamiento, y las instan a trabajar en conjunto. Con excepción del Consejo Estadounidense de Reclutamiento Internacional (American International Recruitment Council –AIRC), entidad sin fines de lucro creada en 2008, con sede en Washington, DC, no hay organizaciones estadounidenses dedicadas a supervisar el reclutamiento de estudiantes internacionales.

---

**En último término, la mejor recomendación para las instituciones educacionales estadounidenses que se interesen por asociarse con una o más agencias de reclutamiento de estudiantes internacionales, es que desarrollen sus propias normas y procedimientos.**

---

De acuerdo con sus patrocinadores organizativos, la misión de AIRC consiste en desarrollar normas éticas de práctica relativas al reclutamiento de estudiantes internacionales, certificar a las agencias cuyo cumplimiento de las normas de AIRD está comprobado y desarrollar las mejores prácticas y la capacitación para ayudar a las agencias e instituciones a atender mejor a los estudiantes. Para recibir dicha certificación, la agencia debe presentar un informe de autoevaluación, recibir una visita en terreno y obtener el voto favorable del Directorio de AIRC. La

certificación tiene una duración de cinco años, durante los cuales la agencia puede ocupar el logo de AIRC para ofrecer sus servicios. Una vez certificadas, las agencias deben presentar informes anuales para continuar en actividad y pagar una cuota de miembro. Cumplidos los cinco años, deben repetir todo el proceso de certificación interna y externa para recibir una nueva certificación.

Dada la ausencia de otras organizaciones estadounidenses con actividades de desarrollo y supervisión de normas de reclutamiento internacional, la labor de AIRC es digna de encomio. No obstante, su proceso de certificación tiene lagunas importantes. El procedimiento es lento y de alto costo. El sitio web de AIRC instruye a las agencias que se preparen para un proceso de certificación de ocho a nueve meses de duración, con un costo de US\$10.000 el primer año. Posteriormente, las agencias pequeñas (menos de 500 estudiantes colocados al año) deben pagar US\$2.000 como cuota anual para conservar la certificación. Para las agencias grandes, la cuota anual es de US\$4.000. Las agencias pequeñas todavía dominan el mercado en numerosos países, especialmente en Asia. Para ellas el costo de pertenencia a AIRC y certificación, de US\$20.000 en cinco años, significa que la mayoría no buscará la certificación.

La índole subjetiva de las normas de AIRC constituye otro escollo, porque es difícil cuantificar y revisarlas. Por ejemplo, ¿es posible medir si todos los empleados de una agencia son “competentes, bien informados, honorables, y actúan en todo momento a favor del postulante y las instituciones”? O bien, estimar si la agencia administra sus recursos financieros de la manera más provechosa, si se retrata con honradez en su material de propaganda, o cerciorarse de que lo hagan los subagentes u otras personas que administran fuera de la sede, y que todo el proceso de reclutamiento y cada una de sus partes cumplan las normas de AIRC?

Por último, y quizás lo más importante, el proceso de revisión/certificación de AIRC está dirigido a certificar agencias más bien que a las personas que trabajan en ellas. En consecuencia, no hace gran cosa por cerciorarse de que los asesores que interactúan con estudiantes realmente entiendan el sistema de educación superior estadounidense, el funcionamiento de las oficinas de admisiones, o los matices del sistema estadounidense de inmigración. AIRC u otra organización estadounidense haría bien en ofrecer capacitación dirigida, como lo hacen International Consultants for Education and Fairs (Consultores Internacionales en Educación y Ferias) y el Consejo Británico en Europa, o certificación, como la organización Professional International Education

Resources (Recursos Profesionales para la Educación Internacional--PIER), con sede en Australia, lo hace con los asesores responsables de la colocación de estudiantes en el mercado de los Estados Unidos.

## HACIA ADELANTE

En último término, el mejor consejo para las instituciones educacionales estadounidenses que desean asociarse con una agencia o varias agencias de reclutamiento de estudiantes internacionales, es elaborar su propio conjunto de normas y procedimientos. Ciertos campus, como la Universidad de Cincinnati y la Universidad Estatal de Wichita, por ejemplo, han hecho lo anterior con éxito. Sin embargo, no ha sido así en la mayoría de los casos, y las instituciones no están preparadas para asociarse con agencias cuando se les propone hacerlo. Por ejemplo, en varias instituciones una misma persona es responsable tanto del reclutamiento internacional como de las admisiones, situación que puede dar pie a conflictos de interés. Además, numerosos campus, incluso aquellos que persiguen matricular a un mayor número de alumnos internacionales, carecen de políticas para vigilar y contratar agentes a comisión y evaluar su desempeño. Así, pues, a pesar de las organizaciones externas que se ocupan de las normas y del aseguramiento de calidad de las agencias de reclutamiento, los campus que optaron por contratar por afuera ciertos aspectos de su reclutamiento internacional deben establecer planes y las mejores prácticas apropiadas para cumplir sus propios objetivos de matrícula. ■

---



---

## Admisiones internacionales: obstáculos éticos

**DANIEL ZARETSKY**

*Daniel Zaretsky es ejecutivo principal de ideas de Higher Edge, firma de asesoría en educación superior internacional de Canadá, con sede en Toronto. E-mail: dani@higher-edge.com.*

En el Informe de mayo de 2013, de la Asociación Nacional de Asesores de Admisiones (National Association for College Admissions Counseling – NACAC) explora el contencioso campo de los contratos a comisión de reclutamiento internacional de estudiantes. La importancia exclusiva que se otorga al pago de comisión es un error. Los