



SE EXPANDE. El Tec irá a otros países.

EL TEC VA POR SUDAMERICA

El **Tecnológico de Monterrey** invertirá entre 100,000 y 500,000 dólares en cada una de las tres sedes que planea abrir en Sudamérica durante los próximos cinco años. Su objetivo es fortalecer su marca y atraer a más estudiantes a sus campus de México.

Las nuevas sedes se ubicarán en Bolivia, Brasil y Paraguay, donde ofrecerán programas de posgrado y de actualización ejecutiva virtuales y presenciales. "Son países que voltean mucho a ver a México y lo ven como un país aspiracional para estudiar", dice Sandra Ortiz, directora para AL del **Tecnológico de Monterrey**.

Con ello, espera duplicar en 2015 su actual matrícula de 1,200 estudiantes en Sudamérica, así como el número de ejecutivos en programas educativos, que en 2009 sumó 4,000. El Tec tiene dos sedes en Colombia y Ecuador y una en Argentina, Perú, República Dominicana y Panamá.

Una vez que atrae a los estudiantes los anima a venir a México. "Queremos que, en un futuro, se origine una gran red de líderes latinoamericanos que les sirva para contactarse en caso de querer concretar algún negocio", explica Ortiz.

La estrategia es muy astuta, dice Patrick Davis, director de la consultoría especializada en construcción de marcas David Brand Capital. La educación virtual tiende a ser una parte importante del mercado en el futuro, sin embargo, es necesario que la institución refuerce también un sistema de significación para posicionar mejor su marca.

MARISOL RUEDA

