

Fecha: 10-01-2026
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: Los modelos de negocios de los preuniversitarios ante la estacionalidad de la PAES

Pág.: 9
Cm2: 821,7
VPE: \$ 10.794.005

Tiraje: 126.654
Lectora: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida



“Están entrando más players, muchos preus pequeños, con una a dos sedes, le están quitando espacio a lo tradicional”.

MAURICIO CHIONG
FUNDADOR Y CEO PREUNIVERSITARIO GAUSS

“Tenemos alumnos en todo Chile, en Isla de Pascua (...) el servicio que tenemos que dar es demasiado bueno, tenemos que garantizar que estamos 100% actualizados”.

FERNANDO CISTERNAS
GERENTE GENERAL PREUNIVERSITARIO CPECH

“Este crecimiento refleja el impacto positivo de contar con una segunda instancia de rendición, que ha ampliado el acceso y diversificado las trayectorias de preparación de los estudiantes”.

ARIEL AGUILAR
DIRECTOR PREUNIVERSITARIO UC

“El mercado es súper amplio (...) el tema es mantenerse. El mercado termina enterándose de qué preu es bueno y cuál es malo”.

MAURO QUINTANA
DIRECTOR DEL CENTRO DE ESTUDIOS MATEMÁTICOS MAURO QUINTANA

“La gente cree que no somos personalizados, (...) nuestra atención es súper personalizada, uno a uno, adecuada y adaptada a la necesidad de cada alumno”.

JOSÉ RAMÓN VALENZUELA
DIRECTOR PREUNIVERSITARIO PEDRO DE VALDIVIA

MAX COBO

Gracias a la implementación de la PAES dos veces al año desde 2022, más los cambios del Demre que permiten guardar los puntajes de los últimos dos años y acumular los mejores, y la separación de la prueba de matemáticas en dos (M1 y M2), el comportamiento de los alumnos está cambiando y con ello las tendencias de los preuniversitarios.

Todo esto ha generado una “inflación de puntajes” y con ello una “bonanza” para los preuniversitarios, sobre todo los especializados que se enfocan en la demanda que busca una preparación más personalizada y exigente respecto del modelo tradicional, que ha tenido que reaccionar en sus propuestas.

Un escenario que describe bien José Ramón Valenzuela, gerente general del Preuniversitario Pedro de Valdivia: “Hay cambios de comportamiento, cambios culturales, más competencia y mayor profesionalización”. Por su parte, Ariel Aguilar, director de Preuniversitario UC, advierte que los principales desafíos son “diseñar una oferta académica coherente y atractiva para dos ciclos distintos, considerando que sus tiempos y sus necesidades no son las mismas que en un programa anual”.

Expertos sostienen que la rendición semestral está cambiando la dinámica de preparación, que va hacia una estudio intensivo y personalizado. Todo ello, con el objetivo de mejorar el puntaje acumulado y así obtener un resultado lo más alto posible para hacer frente al reto que supone hoy el aumento sostenido de puntajes máximos, que este año llegó al récord de 2.861. Esto representa un alza de 47% respecto de 2025, generando una verdadera “inflación” en los puntajes de corte en las carreras universitarias de alta demanda.

Este problema, señalan los expertos, nace a partir de la separación de la prueba matemática: competencias básicas o M1, con materias de 7° básico a 2° medio, y la M2, con materia desde 2° medio hasta 4° medio. Según explica Mauro Quintana, director del Centro de Estudios Matemáticos Mauro Quintana, el promedio nacional de la M1 sube alrededor de 10 puntos en promedio cada año, desde 2022, haciendo que todos los

ALGUNOS LLEGAN A UN 60% MÁS DE MATRÍCULAS AL AÑO:

Los modelos de negocios de los preuniversitarios ante la estacionalidad de la PAES

“Inflación” en los puntajes, fuerte competencia en el sector y necesidad de personalización explican el crecimiento explosivo a dos dígitos de algunos preuniversitarios especializados y el cambio en el sistema de los tradicionales para mantener un alza sostenida.

LAS TRES CATEGORÍAS del mercado

El mercado de los preuniversitarios se divide hoy en tres categorías: los tradicionales (como PDV, Cpech y UC), que lideran en volumen con hasta 45.000 alumnos y cobertura nacional; los especializados (como Gauss o Mauro Quintana), que son centros de nicho que crecen gracias a la personalización en materias críticas como matemáticas; y los sociales, que son gratuitos e impartidos por estudiantes universitarios. Sobre estos últimos, Gabriel Araya, coordinador general de Preu ING, explica que se busca reducir la brecha para que alumnos vulnerables “puedan acceder al mismo nivel de educación que los que entran a los preuniversitarios más caros y no dependan solo de sus estudios de base”.

puntajes de corte de las carreras se elevan anualmente.

La exalumna de la Alianza Francesa de Osorno Emilia Prado es una de los estudiantes que tuvo que ir a preuniversitario para asegurar su ingreso a su carrera soñada: medicina. “Estoy agradecida de la prueba de invierno, pero en verdad encuentro que la separación de las pruebas solo ha causado problemas (...) ha hecho que los puntajes suban mucho”, dice Prado, que este año logró entrar a la Finis Terrae.

Valenzuela enfatiza en que el hecho de que los puntajes vayan subiendo, “efectivamente va generando un cierto nivel de necesidad aún mayor en los alumnos de tener un mejor puntaje para poder quedar en la carrera de interés”. Pero, por otro lado, asegura que hay universidades que quizás “no son las más reconocidas, pero de calidad adecuada y que requieren menos puntaje para entrar”.

La doble rendición ha reducido, en parte, la presión del “todo o nada”, obli-

gando a los preuniversitarios a diversificar su oferta. Fernando Cisternas, gerente general de Cpech, explica que hoy tienen más alternativas: “Tuvinos que crear programas especiales para la prueba de invierno en distintos formatos; el alumno puede tomar uno o preparar ambas pruebas al año”. No obstante, el modelo de rendición es debatible para algunos. Mientras Aguilar destaca la mayor libertad vocacional, el sistema arriesga profundizar la brecha educativa, favoreciendo a quienes pueden pagar por preparación constante para enfrentar el alza de los puntajes.

Los nuevos jugadores nicho

Con un crecimiento en torno al 20% anual en matrículas, Gauss es uno de los preuniversitarios especializados que se ha visto fuertemente impulsado por los cambios introducidos con la PAES. Mauricio Chiong, fundador y CEO del centro, afirma que los preparatorios de este tipo están en crecimiento y cada vez “están entrando más players”. Para el CEM Mauro Quintana, el crecimiento también ha sido explosivo a dos dígitos, con un aumento del 10% en las matrículas presenciales y un 50% en las online, respectivamente. Quintana sostiene que “es un negocio muy rentable, pero el tema es mantenerse, ya que el mercado termina enterándose de qué preu es bueno y cuál es malo”. Además, afirma que “los tradicionales han impulsado a los especializados, debido a que ofrecen algo diferente”.

Para los especializados, la innovación es el motor para el crecimiento. Por ejemplo, Chiong cuenta que Gauss uti-

liza pantallas interactivas para clases 1 a 1, además de una plataforma en línea para que los alumnos puedan ver su progreso. En el caso del Centro de Estudios Matemáticos Mauro Quintana, se ofrece un servicio de atención 24 horas al día y con un equipo de profesores que tienen como requisito haber sido alumnos del CEM Mauro Quintana.

Los preparatorios clásicos

Si bien, el crecimiento de los preuniversitarios tradicionales no es igual de explosivo que el de los específicos, los de larga trayectoria siguen creciendo de manera sostenida, gracias al aumento en la demanda y la adaptación a los cambios del mercado con las necesidades de los alumnos y la nueva competencia.

Fernando Cisternas, gerente general de Cpech, señala que tras la caída experimentada en la pandemia, han logrado un crecimiento sostenido, con una matrícula en un promedio de 45 mil alumnos durante los últimos tres años. El ejecutivo señala que, aunque la composición de su público varía entre egresados, alumnos de enseñanza media y quienes rinden exámenes libres, el volumen total se mantiene firme entre los 43 mil y 47 mil matriculados. No obstante, advierte que el escenario actual es de alta rivalidad: “Tenemos que estar reinventándonos, dando las mejores herramientas (...) nos importa mantener la cobertura”, asegura.

El director del Preuniversitario UC indica que, “en los últimos años, la matrícula total ha aumentado a una tasa promedio cercana al 7% anual”. Además, agrega que “este crecimiento refleja el impacto positivo de contar con una segunda instancia de rendición, que ha ampliado el acceso y diversificado las trayectorias de preparación de los estudiantes”.

En el caso del Pedro de Valdivia, el crecimiento es mayor, bordeando un crecimiento del 25% anual en matrículas totales. A través de cambios e innovación, el tradicional preparatorio ha logrado mantenerse estable. Por ejemplo, ahora ofrecen alternativas a los programas tradicionales de más de 30 alumnos, con grupos de estudio que buscan ofrecer servicios más personalizados, con cursos entre seis y 12 alumnos.