

CULTURA Y COMUNICACIÓN

La tecnología móvil llega a la universidad

La aparición de nuevos terminales móviles está posibilitando la incorporación de nuevos canales en el sector académico

Yanire Braña Rubí

La aparición de nuevas tecnologías está provocando cambios significativos en el sector de la formación. La revolución de la telefonía móvil y la aparición de nuevos terminales móviles están posibilitando la incorporación de nuevos canales en el sector académico y creando así un entorno adecuado para la mejora de la calidad y atención personalizada al alumno, la orientación al cliente de las instituciones académicas y el uso de nuevos canales de fidelización.

La enseñanza está sufriendo un proceso de transformación metodológica en el que las nuevas tecnologías ocupan un papel esencial. Las instituciones académicas son cada día más conscientes de la necesidad de integración de bases de datos y de incorporar nuevas herramientas de segmentación tanto de sus alumnos como sus profesores, para poder aportar valor añadido en las relaciones con los mismos.

Actualmente existen múltiples empresas que han visto en el *e-learning* una oportunidad de negocio que aporta una flexibilidad y una reducción considerable de los costes formativos. La creciente oferta de formación *on-line* y formación semi-presencial, pone de manifiesto el potencial de este nuevo tipo de formación como sustitutivo de la formación tradicional. Se trata de ofrecer productos personalizados, accesibles a un mayor número de alumnos y a un menor coste.

Los principales desafíos estratégicos a los cuales se enfrentan las instituciones académicas son:

► Tendencia a la masificación de los programas, que conlleva una indiferenciación y pérdida de calidad de los profesionales que salen al mercado.

► La dependencia de contenidos respecto a fuentes externas. Esto puede agravarse en el momento que se introduzca un mayor número de contenidos de carácter digital.

► El desarrollo de nuevos canales de formación alternativos puede hacer irrelevante la calidad de la formación presencial. Esto puede verse compensado con la oportunidad de ampliación de mercados y el desarrollo de nuevos contenidos específicos para dicho mercado. "Piensa globalmente y actúa localmente".

Este es un momento decisivo para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado, utilizando todos los canales, haciendo uso de las nuevas tecnologías y aprovechar el potencial para generar alianzas.

Servicios multicanal

Actualmente varias empresas del sector español han visto una oportunidad de desarrollo tecnológico en el sector académico. Se trata de ofrecer servicios que el alumno puede encontrar en las diferentes webs del campus a través de otro canal más, el teléfono móvil.

Las universidades se están empujando a dar cuenta que cada vez hay más posibilidades de elección por parte de los alumnos, es decir, menos alumnos pero más universitarios.

Para poder captar y mantener nuevos alumnos, las instituciones académicas españolas deben hacer un importante esfuerzo por mejorar tanto la calidad de la enseñanza como los servicios universitarios adicionales.

Algunas universidades como Deusto o la Universitat Oberta de Catalunya, han puesto en marcha nuevos proyectos como el envío de SMS



A través de los teléfonos móviles pueden ofrecerse multitud de servicios. Finra

o acceso a las calificaciones a través de la tecnología WAP.

Las universidades no descartan ofrecer servicios tan interesantes como ofertas personalizadas de empleo, correo electrónico, envío de alarmas o reserva de libros a través de terminales móviles.

La creciente importancia de la telefonía móvil y la creciente oferta de servicios a través de las diferentes

operadoras, favorecen que los usuarios jóvenes universitarios sean cada vez más exigentes.

Para poder seleccionar, agregar y desarrollar estos servicios para los alumnos, es necesario que las universidades tengan una integración de bases de datos y los medios tecnológicos mínimos que le permitan ofrecer un servicio multicanal (web y móvil).

Servicios en mano a la medida del alumno

Strategy Analytics, estima que para el año 2003 el 50% de la navegación por la red se realizará a través de dispositivos móviles (PDAs y teléfonos móviles), actualmente supone únicamente un 9%.

La penetración mayor de la telefonía móvil, especialmente en lo relacionado con el envío de SMS, se ha dado entre los jóvenes entre 18 y 24 años, donde el 70% de ellos dispone de un móvil.

Las universidades deberán hacer un gran esfuerzo por seleccionar los servicios más interesantes y más utilizados por los alumnos para ofrecerles la

posibilidad de optar entre Internet o el móvil para acceder a ellos.

Entre los servicios más demandados por los alumnos universitarios, destacan la petición de calificaciones, horario de clases, avisos, e-mail, biblioteca e incluso buscar la dirección o datos de algún profesor o compañero de clase (directorio) sin necesidad de acudir a un ordenador fijo para obtenerlo.

Este es el reto ante el cual se tendrán que enfrentar las universidades y por el que tendrán que empezar a luchar si quieren posicionarse dentro del mercado.

El gran Juego del euro en internet

Eurocampus

La Oficina del Parlamento Europeo en España, la Representación de la Comisión Europea, la Presidencia Española de la UE, el Ministerio de Economía y la Sociedad Estatal de Transición al Euro, el Instituto Nacional de la Juventud con el apoyo de las Consejerías de Educación y Juventud de las Comunidades Autónomas han convocado el Gran Juego del Euro en Internet destinado a los jóvenes, entre 13 y 18 años, que cursan la ESO, Bachillerato y Formación Profesional en centros educativos españoles y también, por primera vez, en cualquier otro Estado miembro de la UE.

El pasado día 12 de noviembre comenzó el periodo de inscripciones en Internet (www.euro-scola.com), que estará abierto hasta el 17 de diciembre 2001.

Podrán participar estudiantes, entre 13 y 18 años, que estén cursando ESO, Bachillerato y Formación Profesional. Deberán organizarse en equipos de 10 jugadores liderados por un profesor. El juego tiene versiones en castellano, catalán, gallego y euskera. Con motivo de la presidencia española de la UE, podrán participar también jóvenes del resto de países de la UE en las ediciones en francés, inglés o en cualquiera de las anteriores versiones lingüísticas.

El juego efectivo comenzará el 14 de enero de 2002 y tendrá una duración de seis semanas. Los participantes deberán superar pruebas colectivas e individuales relacionadas con el euro y con la UE para poder acceder a la prueba final, que se realizará entre el 25 y el 28 de febrero 2002, en la que se decidirán los ganadores.

El premio final del Concurso es la participación en el Programa Euroescuela del Parlamento Europeo en Estrasburgo o Bruselas a lo largo del curso escolar 2002-2003.

Para más información: Tel. 91 436 47 47. e-mail: epmadrid@europarl.eu.int