

TRANSFORMACIÓN SECTORIAL

HACIA UN FUTURO MÁS DIGITAL

EDUCACIÓN

2020 · 2021

1 CONTEXTO DEL SECTOR EDUCACIÓN

La educación es un sector de mucha relevancia en España, y ha sido uno de los grandes protagonistas del contexto marcado por 2020. Además de los más de 10 millones de estudiantes que hay hoy en el país, desde educación infantil hasta másters y doctorados, el desarrollo del sector impacta a las familias de los estudiantes en muy alto grado, **por lo que se convierte en un ámbito en el que cualquier evolución y cambio genera un gran interés en la sociedad.**

Gráfico 1.1.5 Distribución del número de centros universitarios por tipo de universidad, tipo de centro y naturaleza del mismo. Curso 2018-2019.

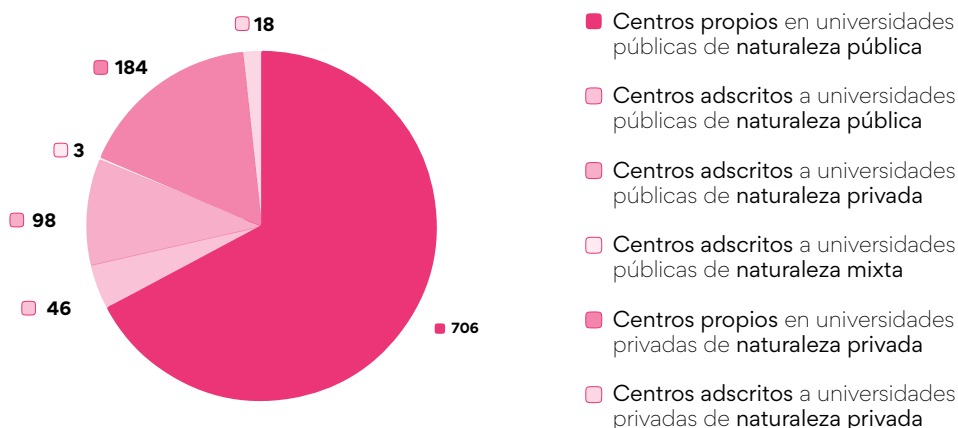


Figura 1: Distribución de centros de educación superior por tipo y naturaleza. Fuente: Ministerio de Universidades.

A nivel económico, el gasto en Educación de la Administración en España representa el 4,23% del PIB (2018), consumiendo un 10,1% (2018) del presupuesto de las administraciones. A esto habría que sumar un 0,94% del PIB que gastan las familias.

Haciendo foco en la educación superior, según datos del Ministerio de Universidades, en el curso 2018-2019 se impartieron en España más de 2.900 titulaciones de Grado, de las cuales casi el 75% fueron ofrecidas por universidades públicas, **siendo Madrid, Cataluña y Andalucía las comunidades autónomas donde más titulaciones se impartieron.**

Gráfico 1.3.5 Número de titulaciones de Máster impartidas por ámbito de estudio. Curso 2018-2019.

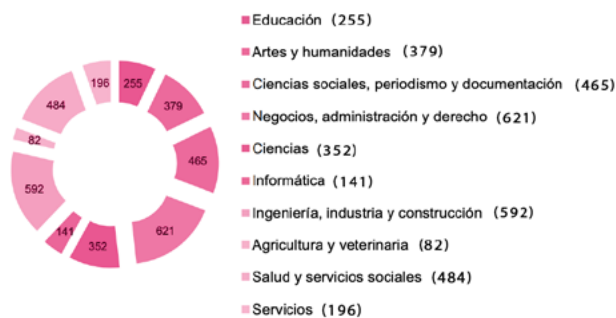


Gráfico 6.2.2 Evolución del número de estudiantes matriculados en Máster por tipo de universidad. Cursos 2010-2011 a 2018-2019.

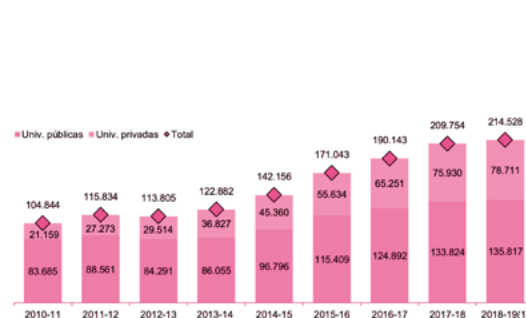


Figura 1: Distribución de centros de educación superior por tipo y naturaleza. Fuente: Ministerio de Universidades.

Con respecto a los estudios de Posgrado, **más de 210.000 alumnos matriculados en programas Máster**, manteniéndose la tendencia al alza de este tipo de titulaciones, con un crecimiento acumulado en los últimos 5 años del ~75%. **La representación de las universidades privadas en este nivel de estudio fue mayor que en el de Grado.**

El número de titulaciones de Máster ofertadas fue de más de 3.500, de los cuales más del 75% se impartieron en universidades públicas. La distribución geográfica fue semejante a la de las titulaciones de Grado.

Además, cabe destacar que el sector mueve cifras relevantes de estudiantes extranjeros. En el curso 2018-2019 un 8,8% de los alumnos matriculados en los centros de educación superior españoles eran extranjeros, siendo un 22% en los programas Master, el 26,2% de los estudiantes de Doctorado y un 5,4% de los estudiantes de Grado. En los Grados, priman las nacionalidades europeas y africanas, mientras que en Máster y Doctorado, hay mayor peso de alumnos de países americanos, asiáticos y de Oceanía. Tanto en Grado como en Máster el número de estudiantes extranjeros continúa su tendencia creciente.



IMPACTO DE LA PANDEMIA

Muchos de los centros de enseñanza Superior y de Postgrado, están en este momento superando como pueden la transición forzosa desde unos títulos creados y construidos para un entorno de enseñanza presencial a trasladarlos de forma abrupta a un entorno de enseñanza remota y/o online. Algunos de ellos ya disponían al menos de experiencia en la educación online que alternaban con sus programas presenciales, pero otros no. Actualmente, estos últimos están trabajando en la migración de sus programas a entornos online, a la par que adquieren las herramientas tecnológicas adecuadas y tratan de dominarlas sobre la marcha.

Los estudiantes por su parte también se han visto sorprendidos por la situación y están teniendo que cambiar su forma de acometer el programa tal y como estaba planteado, donde estos han debido adaptarse sobre la marcha a la situación actual y pasar de un entorno presencial, con una gran interacción con sus profesores y compañeros con los cuales estaban creando una red de networking, a realizar sus estudios en modo online o remoto desde su propio domicilio o, en el mejor de los casos, en un modelo mixto presencial-online.

Conviene recordar para fijar la magnitud del cambio que, aunque existen cada vez más centros educativos y titulaciones que imparten sus programas **exclusivamente en modo online, hasta antes del inicio de la pandemia suponían sólo alrededor del 18-20% del total en España** y en el conjunto de Europa, con un crecimiento sostenido, pero relativamente lento.

Desde el punto de vista de los alumnos, pasar del aprendizaje en el campus a un modelo remoto plantea **problemas relacionados con el acceso a la enseñanza en igualdad de oportunidades**. Lo abrupto del cambio de modelo presencial a online motivado por la crisis sanitaria ha obligado a realizar esta transición sobre la marcha y sin poder disponer de mecanismos que garanticen que todos los alumnos cuentan con los medios técnicos suficientes para ello, máxime cuando habían optado por estudiar en modo presencial originalmente.

Además, en muchos casos los alumnos que se habían matriculado en programas de posgrado en Universidades o centros educativos superiores en España provienen de otros países, con gran presencia de alumnos originarios de países de Latinoamérica, habiendo realizado un gran esfuerzo económico por desplazarse y residir en España durante el curso, para finalmente terminar cursando un programa en modo online.

Desde un punto de vista de la previsible evolución de la situación económica del sector, todas las previsiones advierten de que el impacto global de la crisis actual será grande y duradero. Los centros educativos superiores deben prepararse para sufrir dificultades operativas y financieras durante los próximos años. **Una respuesta adecuada de las administraciones nacionales y europeas puede ayudar a mitigar los daños a largo plazo, pero los centros tendrán que reaccionar rápida y decisivamente.**

Actualmente, el impacto económico ocasionado por la crisis de la Covid-19 está afectando a la financiación de los centros de educación superior, el cual se prevé que se incremente a corto plazo dada la reducción de la actividad económica y el desempleo crecientes. La mayoría de los centros españoles y europeos de educación superior dependen principalmente de la financiación pública, pese a que las universidades y centros privados están experimentando un gran crecimiento. Este hecho, junto con la esperable reducción del número de alumnos en el corto plazo, van a generar una gran presión sobre los ingresos de los centros educativos.

Otra incógnita es si el acceso a fondos competitivos pudiera contribuir a paliar esta situación de estrés económico en los centros de educación superior creada por la pandemia, ya que su volumen ha aumentado gradualmente en la última década en Europa.

La cuestión de las tasas de matrícula es particularmente importante para los sistemas en los que este tipo de ingresos representa un porcentaje significativo del presupuesto universitario. Si bien las políticas de tasas de matrícula se han mantenido estable en Europa en la última década, varios sistemas diferenciaron aún más sus enfoques con respecto a diferentes grupos de estudiantes (por ejemplo, estudiantes internacionales):

- Los sistemas de educación superior con una mayor proporción de los ingresos generados por las tasas pagadas por los estudiantes internacionales (por ejemplo, Inglaterra o Irlanda y en menor medida España, aunque el porcentaje está creciendo mucho durante los últimos años) se verán afectados por la pandemia de coronavirus ya en el corto plazo, con efectos que previsiblemente se extenderán a lo próximos años, y afectarán masivamente a la situación financiera de los centros.
- Por otra parte, en aquellos países donde los ingresos del sector dependen significativamente de las tasas de matrícula nacionales como España, el sector también se verá afectado por la situación económica, un grado que dependerá de la magnitud de las medidas correctivas aplicadas por el gobierno (por ejemplo, préstamos subvencionados, prestaciones por desempleo o becas).

Por último, los programas de la UE proporcionan otra importante fuente de financiación para los centros de enseñanza superior. En algunos países europeos, la financiación básica que recibe el centro está ligada al éxito que consiga en la obtención de subvenciones de la UE, incluso. Es probable que la competencia por los fondos de la UE asignados en el marco de los Programas Horizonte Europa y Erasmus+ aumente en los próximos años. Los centros tendrán dificultades para aumentar o incluso mantener sus ingresos actuales por esta vía, por tanto, cualquier estrategia nacional que se apoye en esta fuente de ingresos no será eficaz si no se proporciona a la vez una financiación complementaria al sector

A modo resumen, durante los últimos meses nos hemos dado cuenta de que nuestro **sistema educativo sigue padeciendo ciertas necesidades tecnológicas y operativas**, entre ellas:

1. LA ESCASA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR EDUCATIVO.

El sector educativo español posee actualmente necesidades básicas de digitalización de las diferentes organizaciones como escuelas, institutos y universidades. En 35 años, exactamente desde 1970) se han aprobado 7 leyes educativas que han supuesto reformas constantes del sistema en multitud de ámbitos, aunque ninguna centraba su atención en la apuesta por la tecnología y la digitalización del propio sistema educativo.

2. LOS PROFESORES NECESITAN APOYO Y NUEVOS MEDIOS EN EL NUEVO ENTORNO MIXTO PRESENCIAL - REMOTO.

La mayoría de los profesores están trabajando muchas más horas que antes de la pandemia para intentar mantener en lo posible los mismos estándares educativos anteriores pese a los cambios y restricciones sobrevenidas.

Necesitan por tanto que las herramientas que tengan a su disposición se adapten a la nueva situación y los centros deberán acometer las acciones necesarias para poder proporcionárselas.

3. HAY QUE LLEVAR LA EXPERIENCIA DE LA VIDA EN EL CAMPUS TAMBIÉN AL MUNDO ONLINE.

Para la mayoría de los estudiantes a tiempo completo, el valor de la educación superior viene no sólo del trabajo académico, sino también de la vida del campus, de la interacción con otros alumnos y la red de relaciones que se establecen. Si la tendencia es a disminuir, no sabemos aún en qué grado, estas condiciones pueden afectar al alumnado en un entorno que todavía no es el adecuado ya que posee necesidades digitales sin resolver.

4. NO OLVIDAR A LOS ESTUDIANTES CON PROBLEMAS DE ACCESO O NECESIDADES ESPECIALES.

Pasar del aprendizaje en el campus a remoto plantea problemas relacionados con el acceso online y la igualdad de oportunidades.

Por un lado, están los alumnos que no disponen de las herramientas informáticas y de acceso en alta velocidad necesarias para seguir la formación online. Algunos centros han comprado ordenadores que prestan a sus alumnos y otros han llegado a acuerdos con proveedores para facilitar el acceso a equipos informáticos a precios reducidos.

Además de estos problemas técnicos, hay una amplia lista de necesidades sociales, emocionales y de sustento propio que es preciso abordar para permitir el acceso a la formación de forma equitativa. Algunas necesidades son básicas: comida, vivienda y dinero. Si no pueden tener acceso al alojamiento y servicios de comida en el campus, los estudiantes con bajos ingresos pueden tener dificultades para mantenerse mientras dura su formación. La solución a este problema no es sencilla y requerirá la colaboración entre los centros, las autoridades y empresas privadas o patronos.

5. EL MARKETING Y EL PROCESO DE VENTA DE LAS TITULACIONES DEBEN ADAPTARSE A LA NUEVA SITUACIÓN.

La emergencia sanitaria y los cambios de todo tipo en el comportamiento y la vida de las personas ha afectado a todos los ámbitos de la gestión de los centros educativos, también a sus herramientas de marketing y venta. Las campañas de captación, jornadas de puertas abiertas, visitas y entrevistas con familia estaban pensadas para la antigua normalidad, no van a funcionar igual en el mundo post pandemia.

6. ESCASA CIBERSEGURIDAD Y DESPLIEGUE TECNOLÓGICO DEDICADO A LA EDUCACIÓN ONLINE.

Es muy normal que, en los esfuerzos contrarreloj para mover los programas presenciales a ser impartidos online, no se haya prestado la suficiente atención a que los riesgos de sufrir un ciberataque crecen exponencialmente según más personas se conectan a los sistemas de centros mediante el uso de Internet.

Las universidades ya han soportado ciberataques en los que usuarios no deseados han interrumpido las clases, por ejemplo. Cualquier organización educativa ha de reforzar sus sistemas de seguridad para prevenir estos problemas, cerrando las brechas que los atacantes pueden explotar y realizando las inversiones necesarias para garantizar la seguridad y la privacidad de los datos.

HORIZONTE PRÓXIMO: DIGITALIZACIÓN Y CÓMO ALCANZARLA

Tras la crisis financiera mundial, muchos países europeos han aumentado su dotación a este tipo de mecanismo de financiación de la actividad docente e investigadora. Por ejemplo, Alemania y Francia introdujeron nuevos mecanismos como las iniciativas de excelencia para apoyar el desarrollo de estrategias educativas y de investigación más amplias. Por lo tanto, un aspecto a analizar durante el corto plazo es cómo se va a acabar situando el **equilibrio de financiación pública entre la financiación básica y la financiación competitiva**.

Existe un riesgo significativo de que las **asignaciones de financiación pública en toda Europa disminuyan en los próximos dos a cuatro años**, debido a las necesidades de fondos que requerirán otros sectores económicos como el turismo, la hostelería, líneas aéreas y resto de sectores más impactados por los efectos de la pandemia.

Las autoridades públicas deberán tomar decisiones sobre cómo abordar la reducción de ingresos de los centros educativos superiores, mientras los costes fijos se prevé que permanezcan más o menos constantes.

Como dato de interés hemos de nombrar a la recién adoptada nueva ley de educación en España, la denominada Ley Celaá, la cual tiene como una de sus premisas principales poner en valor la digitalización de la enseñanza asegurando que se impulse los conocimientos en este ámbito.

TENDENCIAS EN EL SECTOR EDUCATIVO TRAS LA PANDEMIA

A partir de la experiencia que hemos acumulado hasta ahora sobre el impacto de la Covid-19 en la economía, la sociedad y, en concreto, sobre el sector de la enseñanza superior y de posgrado, es el momento de pensar en qué acciones y cambios deben acometer los centros de enseñanza para poder continuar con su labor de formación y adaptarse al entorno económico y social que se encontrará en el mundo post-covid.

Aunque no se puede saber a ciencia cierta si los estudiantes podrán regresar al campus en los próximos meses o tendrán que continuar accediendo a la formación en remoto, es seguro que muchos de los cambios que ha provocado la pandemia durarán bastante tiempo. Los centros deberán definir y probar nuevas iniciativas en su forma de impartir la docencia, aprender de lo que funcione y adquirir nuevas habilidades y capacidades que, esperemos, mejoren el proceso formativo de forma permanente.

Dentro del sector empieza a aparecer un consenso, al menos a nivel local y europeo, alrededor de **seis tendencias** que van a ser muy relevantes para al menos el corto o medio plazo. Para cada una de ellas, recogemos las acciones específicas que muchos centros están acometiendo o planificando acometer durante los próximos meses, de cara a facilitar el aprendizaje, recuperar la participación directa y mejorar la experiencia de los alumnos en un entorno que claramente tiende a ser cada vez menos presencial y con mayor peso de la formación remota y online.

Los profesores necesitan apoyo y nuevos medios en el nuevo entorno mixto presencial-remoto.

- Proporcionar más apoyo didáctico. Son muchos los centros que tienen profesores de apoyo para asistir a los docentes en momentos puntuales en que lo necesiten por diversas causas. Este grupo de profesores de apoyo está siendo ampliado en lo posible por muchos centros educativos y pasando de prestar ayuda cuando se solicite solamente a implicarse más en ver y analizar las necesidades de los profesores titulares para prestar su ayuda de forma más proactiva.
- Uso de las redes sociales y los foros online para que los profesores puedan compartir sus mejores prácticas. Compartir las experiencias e innovaciones que mejor hayan funcionado sin duda enriquecerá la calidad docente en general y cultivar un sentido de compañerismo y voluntad de mejora entre todos.
- Creación de una infraestructura o utilización de softwares de organización del alumnado para que los profesores puedan obtener evaluación continua sobre cómo están funcionando su formación online. Esta información se puede obtener mediante encuestas a los estudiantes (cortas y concretas) y los datos que proporciona el software del sistema de gestión de enseñanza que utilice (LMS por sus siglas en inglés). Esta información no debe ser usada para juzgar o evaluar el desempeño de los profesores por terceros. El objetivo es que sea el propio docente el que pueda ir adaptando su trabajo al nuevo medio remoto donde es realmente difícil detectar sin este tipo de herramientas si lo que se está transmitiendo es comprendido o no por los alumnos y qué funciona y qué no, tanto debido a su propio desempeño como en la funcionalidad de las herramientas técnicas utilizadas.
- La formación online ya tiene su recorrido, pero de la noche a la mañana ha tenido que ser utilizada como sustituto de cursos y programas impartidos de forma presencial y diseñados para ello, y en los que las actividades, laboratorio, trabajo en equipo etc. tal y como están concebidos necesitan un entorno presencial para proporcionar una buena experiencia.

Es momento de innovar para extender el uso que se hacía hasta ahora de la enseñanza online a un nuevo nivel que permita [migrar las titulaciones pensadas para entornos presenciales a un entorno online o mixto](#) si merma la calidad educativa. Algunos centros están considerando incorporar la celebración de “bootcamps” online y la contratación de más expertos en planes de estudio online para avanzar en la migración al nuevo modelo.

Hay que llevar la experiencia de la vida en el campus también al mundo online.

Los centros educativos deberán pensar en cómo proporcionar a los alumnos una experiencia equivalente en el nuevo entorno. Obviamente, aquellos centros que tengan más éxito en esta tarea tendrán un buen argumento de venta de sus titulaciones que añadir a su excelencia académica.

La idea que muchas universidades desarrollan en este momento es la posibilidad de ofrecer espacios virtuales adicionales a los físicos para permitir que la comunidad universitaria continúe conectada. La Universidad de Florida, por ejemplo, está ensayando “plaza de estudiantes”, donde es posible organizar grupos de estudio y conectarse con asesores académicos, o crear áreas de tutoría virtuales. Otras están trabajando en [mejorar el concepto y la experiencia de las “aulas virtuales”, con criterios geográficos o de afinidad para facilitar la participación continua de los estudiantes.](#)

Los centros deberán trabajar conjuntamente con los estudiantes para acordar objetivos y prioridades comunes y decidir qué es lo más conveniente en términos de acceso a la tecnología, aprendizaje y participación.

Estudiantes con problemas de acceso o necesidades especiales.

Las personas con discapacidades de aprendizaje o necesidades de accesibilidad requieren herramientas y mecanismo adecuados que permitan que estos puedan desarrollar sus estudios con normalidad. En muchos campus existen oficinas que ayudan a **garantizar que el aprendizaje sea visual, auditiva y táctilmente accesible.** Sin embargo, el cambio al aprendizaje online puede desbordar la necesidad de este tipo de recursos actuales.

La prioridad debe ser contar con las [herramientas tecnológicas adecuadas](#) y diseñar enfoques específicos que se adapten a cada necesidad individual. La grabación de clases con subtítulos para que los estudiantes con discapacidad auditiva puedan seguir con normalidad sus estudios, o proporcionar materiales accesibles y dispositivos adaptados para personas con discapacidades visuales, son acciones que conllevan una inversión en tecnología pero que pueden marcar la diferencia para estas personas.

Marketing y titulaciones en esta nueva situación

Si bien la mayoría de las instituciones ya han puesto en marcha algunas iniciativas digitales, como el asesoramiento en línea, los seminarios web y las visitas virtuales al campus para los futuros estudiantes, es una absoluta necesidad el rediseñar el proceso de marketing y captación de alumnos de los centros y de priorizar realmente la estrategia digital sobre la tradicional offline.

Existe un amplio consenso en que es de esperar que habrá un cupo significativamente menor de estudiantes internacionales debido a las restricciones asociadas a la pandemia y el tiempo que tarda en recuperarse el mismo nivel de desplazamientos anterior a la misma, mientras que la oferta de titulaciones y programas de los centros seguirá siendo la misma. Por lo tanto, la creciente competencia entre centros durante y después del covid-19 requiere que los esfuerzos de marketing y venta se amplíen considerablemente.

Conocer a los estudiantes y sus nuevas necesidades es fundamental a la hora de implementar innovadoras estrategias de marketing digital. Como en cualquier otro ámbito, las reglas fundamentales que deben guiar la estrategia de marketing digital son:

- A partir del conocimiento de cuál es el nuevo comportamiento, necesidades y nuevas prioridades del consumidor en esta nueva era post-covid, **rediseñar toda la estrategia de marketing** para ser capaz de conectar con él donde esté, sin distinguir en estrategias individuales por canal.
- **Utilizar todos los canales digitales y presenciales** disponibles para realizar una oferta personalizada y coherente que permita generar una propuesta de valor diferenciada de la competencia.
- **Identificar las demandas y necesidades nuevas de los alumnos** que la oferta actual no está siendo capaz de satisfacer y proponer servicios innovadores y relevantes para los alumnos.
- **¿Los centros deberían usar Youtube, Instagram, Google o Studyportals en su estrategia de comunicación con los alumnos?** Por supuesto todos ellos y el resto de las redes sociales como Facebook o LinkedIn o cualquier otro espacio digital donde se encuentren sus alumnos potenciales. El grupo objetivo del marketing de educación superior son en su mayoría usuarios jóvenes que son nativos digitales (Millennials, Generación Z). Para atraer su atención hay que crear un contenido claro e informativo, que sea fácilmente accesible en dispositivos móviles. Por ejemplo, más del 50% de los usuarios de Studyportals acceden a la página a través de sus dispositivos móviles, lo que es una cantidad significativa e importante a tener en cuenta.

- **Invertir en calidad:** Los anuncios de calidad equivalen a instituciones de calidad. Los alumnos asocian directamente la calidad del marketing con la calidad general de la institución académica. Los anuncios de baja calidad se interpretan como si la institución no tuviera ningún activo que valga la pena anunciar.

Aprovechar y poner en marcha el talento

Grandes o pequeños, públicos o privados, los centros de enseñanza superior son ricos en talento. La clave es potenciar y volver a desplegar este talento para abordar las necesidades más apremiantes.

Una manera de comenzar es **identificando y reclutando a los estudiantes y el profesorado expertos en tecnología**, para capacitar al resto de profesores y estudiantes en el uso de las herramientas digitales. Otra posibilidad es pedir a los exalumnos y miembros de la comunidad que proporcionen tutoría y coaching remoto para apoyar a los estudiantes y profesorado en la labor de gestión de las herramientas, y descubrir con ello las posibilidades de las tecnologías digitales en la enseñanza.

Invertir en ciberseguridad para garantizar la continuidad y disponibilidad de la plataforma de educación online

Una serie de medidas básicas son:

- **Proteger las herramientas utilizadas para la enseñanza mediante la implementación de protocolos seguros de aprendizaje remoto**, incluido el uso de redes privadas virtuales (VPN) para las transmisiones de datos por parte de estudiantes y profesores, implementando la autenticación de usuarios multifactorial, limitando muy bien quién puede acceder a que mediante una buena gestión de perfiles de usuario, y asegurando un almacenamiento en la nube con una buena gestión de la seguridad y la privacidad para almacenar el material didáctico.
- Educar a los trabajadores, alumnos y profesores a **identificar y no caer en posibles trampas online como el phishing o cualquier otro sistema de ingeniería social**. En los sistemas con un número elevado de usuarios, la forma más normal de ataque informático consiste en hacerse con las credenciales de acceso de alguno de ellos mediante este tipo mensajes de phishing u otros mecanismos. Este tipo de ataques se han multiplicado por mucho desde el inicio de la pandemia, aprovechando que el número de personas operando, aprendiendo, comprando y trabajando online ha crecido en órdenes de magnitud por las restricciones a la movilidad.

