





# Las TIC se expanden en las aulas

El uso de las herramientas tecnológicas en los centros educativos todavía está arrancando en España y con él se están abriendo infinidad de oportunidades empresariales para los integrantes del sector

### FERNANDO BARCIELA

espués de cambiar la banca, los medios de comunicación o la forma de comprar, viajar o divertirse, las tecnologías de la información y las telecomunicaciones (TIC) empiezan ahora a revolucionar las aulas y, con ello, a generar un nuevo sector emergente llamado a crecer exponencialmente en los próximos años.

La actividad, que se presenta este año por segunda vez en SIMO Educación, abarca a distintos tipos de empresas empeñadas en cambiar los procesos educativos en todo el ciclo, desde la etapa infantil hasta la universidad, desde el papel y el libro de toda la vida hacia las nuevas herramientas electrónicas y online. Porque, según Carolina Jeux, de Telefónica Educación Digital (TED), "los agentes de la comunidad educativa empiezan a tomar conciencia de que hay que transformar la educación y de que las TIC son el modo más inteligente para ello". Este nuevo sector, tan nuevo que no dispone aún de una asociación específica, incluye básicamente a los grandes fabricantes de hardware informático y electrónico, a las editoriales de contenidos y a las plataformas de servicios online.

En el *hardware*, por ejemplo, la innovación en productos ha sido continua. Colegios, profesores y alumnos disponen de herramientas tan impresionantes como las pantallas digitales, la proyección audiovisual interactiva o las superficies inteligentes; esto, además de que los dispositivos, tabletas, PC o móviles, vienen cada vez más adaptados a las necesida-

des de las aulas. "También están entrando con mucha fuerza", explica María Valcarce, directora de SIMO Educación 2015, "la impresión 3D, la gamificación (el uso de juegos que soportan contenidos educativos), la realidad aumentada y la robótica, esencial para que los niños aprendan a programar y entiendan cómo funcionan estas tecnologías desde dentro".

### **GRANDES EDITORIALES**

Las grandes editoriales de libros de texto, cada vez más implantadas en los contenidos electrónicos, con empresas como Santillana, Vicens Vives o McGraw Hill, están entre los primeros actores de este sector. A ellas habría que añadir firmas de contenidos como la propia Telefónica, con TED, que están apostando fuerte por estos servicios para la comunidad educativa. Además de a las nuevas empresas de plataformas online, que prestan servicio a los colegios, profesores y alumnos, firmas como Alexia (plataforma de gestión de centros) o Aulatecnia (de contenidos educativos).

Las posiciones deficientes de la enseñanza española en los índices internacionales (como el de Pisa) ha puesto de actualidad la necesidad de acelerar con urgencia el uso de las nuevas tecnologías en las aulas. No quiere decir que se vaya a abandonar el libro, simplemente que éste tendrá que convivir con los nuevos instrumentos tecnológicos, que son muchos y cada vez más abundantes.

Los objetivos de Telefónica Educación Digital, con 15 años de andadura, son muy ambiciosos: "Nuestro propósito es prestar servicios de educación digital a lo largo de la vida de las personas y transformar todo el sistema educativo", afirma Jeux. Todos son y pueden ser usuarios de TED. La empresa ha creado una plataforma, en asociación con Universia, que da servicio a centenares de universidades en el mundo, con más de un millón de alumnos. TED ofrece, entre otras soluciones, una plataforma gratuita para acceder a contenidos digitales desde casa. A las empresas les proporciona plataformas de formación para sus empleados. Y para los profesores hay un portal específico, con entorno de colaboración y chat *online*. Jeux aclara que TED se consideran básicamente una empresa de contenidos. "Generamos 45.000 horas al año". La firma emplea a más de 500 personas en España, Brasil, Chile, Colombia y Perú.

Otro sector que ha entrado de lleno en las TIC son las llamadas plataformas *online*, por las que instituciones educativas, profesores y alumnos reciben servicios educativos o de gestión vía *online*. Una de estas empresas es Clickedu. "Empezamos en 2006 a partir de una *spinoff* universitaria", apun-

## Un espacio para difundir las ventajas de los dispositivos

La segunda edición de SIMO Educación, que se celebrará entre los días 26 y 28 de este mes en Ifema de Madrid, tratará de contribuir al avance de la implantación de las nuevas tecnologías en todas las ramas de la educación.

La feria nació, explica su directora, María Valcarce, "cuando nos dimos cuenta de que en las TIC era vital ofrecer ferias de tipo vertical, es decir, hacia los sectores económicos". Y optaron por la educación, un área con gran capacidad transformadora y donde se congregan centenares de empresas, desde multinacionales a 'start-ups'. De hecho, en el comité organizador de la muestra están todas las grandes, desde HP a Intel, pasando por Microsoft, Telefónica, Samsung o Smart.

Valcarce dice que SIMO Educación, exclusivamente para profesionales y centrada en la oferta de las herramientas TIC para la comunidad educativa, no tiene nada que ver con AULA, un salón educativo para padres y alumnos. Por eso, además de la habitual oferta de soluciones, productos y exposiciones disponibles en los 190 stands del salón, contará con una amplia muestra de actividades, nada menos que unas 120 ponencias.

Para que los visitantes se animen a asistir, el INTEF, un organismo del Ministerio de Educación encargado de la tecnología, ofrece a los profesores que quieran escuchar a los ponentes certificar esas horas como tiempo de formación continuada.

La aceptación de SIMO Educación parece haber sido total. Las empresas han crecido de 100 a 190 desde 2014 y el espacio, en torno al 70%. Ignacio Nogués, de Clickedu, considera la feria decisiva para "conseguir que la gente nos conozca y se anime a probar todas estas nuevas herramientas".

ta Ignacio Nogués, su consejero delegado, "con una oferta de plataforma en la nube, a través de la que ofrecemos a los colegios la gestión de todos sus servicios del día a día, notas, asistencia a clase, sustituciones de profesores, temas económicos, el comedor... además de contenidos educativos".

La empresa, que ya cuenta con 450 colegios con más de un millón de alumnos, tiene una plantilla de 50 personas en España, y otras 10 en Colombia y Chile.

Como era lógico esperar, también los fabricantes de *hardware* han afinado su oferta de productos para adaptarse cada vez más





a las necesidades educativas. En HP, muy ligada desde siempre a la universidad, cuentan incluso con una división específica de TIC para la educación, enfocada, dice Carlos Alonso, responsable del área, "a consejerías de Educación, colegios y entidades de formación permanente, con productos tecnológicos específicos para cada uno de estos tres segmentos". Alonso explica que "ofrecemos dispositivos portátiles diseñados para la enseñanza, las llamadas education editions, específicos por su mayor durabilidad, seguridad y resistencia y que te permiten llevar a cabo los distintos proyectos pedagógicos, por ejemplo tenemos un laboratorio de idiomas que conecta con un aula en Dublín".

#### OFERTA DE FABRICANTES

En BQ, la mayor empresa española de *hardware* informático y electrónico, pusieron en marcha en 2013 su proyecto de educación, en el que trabajan ya unas 30 personas. Alberto Valero, su responsable, dice que, de momento, "el objetivo de esta área no es tanto comercial como de posicionamiento, ya que los dispositivos se venden muy bien". Tampoco "es abastecer de tabletas a los colegios, sino enseñar a los niños a crear tecnología, enseñándoles a programar a través de productos educativos propios como el Bitbloc, una herramienta que les permite programar robots y otras cosas", agrega.

Por extraño que parezca, la educación, que debía haber sido uno de los primeros sectores en aplicar las TIC, ha sido uno de los más rezagados. Eso explica que el año pasado se celebrara la primera edición de SIMO Educación. Por ahora, pese a los proyectos de las consejerías de educación de las autonomías y del propio ministerio, solo entre un 20% y un 25% de los colegios puede presumir de haber hecho una implantación de las TIC más o menos efectiva. Y de estos "la mayor parte", dice Valero, "son colegios privados o concertados". Algo que se debe, explica, a "que los centros públicos no tienen tantos medios".

Alrededor del 20% de los colegios han implantado la tecnología en sus clases, sobre todo los privados y concertados

Algo similar apunta Nogués, de Clickedu. "Plataformas como la nuestra la pueden tener en España en torno al 15% o 20% de los colegios". Es porque muchos directores y propietarios de centros aún no conocen suficientemente la ventaja de estos servicios *online* y en la nube. El retraso en la adopción de la tecnología "viene muy marcado por los malos resultados educativos. Muchos padres creen que, si les cambian ahora a sus hijos los paradigmas de cómo estudiar, los resultados, al menos de momento, podrían ser aún peores", continúa. Alonso, de HP, se queja de que "muchos colegios ni siquiera disponen de banda de ancha suficiente para que los alumnos puedan acceder en masa a los contenidos tecnológicos online, algo que tienen que resolver antes siquiera de plantearse cualquier inversión en dispositivos o plataformas".

Para que la ola empiece a extenderse, casi todas estas empresas se han implicado en la formación del profesorado e incluso en la habilitación tecnológica de los propios alumnos. En BQ han formado ya unos 600 profesores de primaria y secundaria. "Tenemos incluso un máster en formación", dice Valero. Lo que parece claro es que el sector, que irrumpió con cierta fuerza hace una década, tenderá a crecer mucho en los próximos años. "Es un camino que no tiene retorno", zanja Valcarce, mientras Telefónica habla de una facturación que crece a ritmos anuales del 10%.