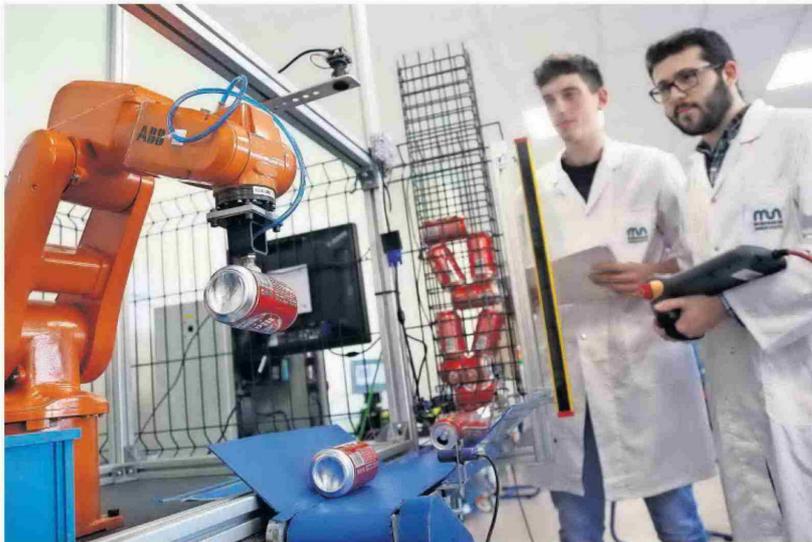


Estrategias para conquistar a los futuros alumnos - Cinco Días - 11/05/2019



JAVIER HERNÁNDEZ JUANTEBU

La especialización funciona en los másters

Mientras que en el caso de los grados son muchas las voces que abogan por ofrecer una formación que asiente la base de los alumnos, una vez superados llega el momento de especializarse, y en esa búsqueda no importa si el itinerario son las letras o las ciencias, las nuevas tecnologías mandan.

En EOI, donde acaban de inaugurar el máster Humanismo y Revolución Digital, cuando lanzaron su primer máster en Big Data, hace seis años, no tenían ningún programa en el ámbito digital. Hoy, este campo representa el 70% de su oferta, con 35 titulaciones. "En este tiempo hemos llevado a más de 25.450 alumnos a ese primer máster. Las claves son pensar en su perfil y trabajar a través de metodologías reales, como es el caso de Agile, de nuestro programa Digital Business", afirma Ramón Gurriarán, director de posgrado y *executive education* de la escuela.

Estrategias para conquistar a los futuros alumnos

La mayor rivalidad de los centros privados amplía la oferta de titulaciones y fomenta la innovación

Sara Rivas

La competencia obliga a las empresas a innovar e idear nuevas técnicas para diferenciarse de sus rivales. En el sector educativo ocurre lo mismo. Las universidades necesitan esforzarse por intentar atraer alumnos, más aún cuando el número de centros no para de crecer. En total, ya son 87, de las cuales 50 son públicas, un número que se mantiene estable desde los años noventa del siglo pasado, y 37 privadas, si se suman las últimas tres iniciativas aprobadas en Madrid.

En su afán por atraer alumnado, las universidades han optado por ampliar su oferta de titulaciones; así lo afirma el estudio elaborado por el Observatorio del Sistema Universitario. Solo en los últimos seis años, el número de grados se ha incrementado un 19%, desde los 2.403 hasta los 2.854. Durante el curso

2017-2018, el 74% de ellos se impartió en universidades públicas, y el 25,4% en privadas, pese a que estas últimas representaron el 40% de todas las universidades con estudios de grado.

Sin embargo, y según datos del Ministerio de Educación, mientras a las privadas sí les está funcionando esta estrategia (habiendo doblado su alumnado en 10 años), las públicas no están obteniendo el mismo resultado, llegando a perder el 12,2%. "El objetivo de conseguir más alumnos siempre ha estado. Las universidades necesitamos atraer talento y formar a la mayor cantidad posible de personas, pese a que la demografía cada vez es más escasa", afirma Jon Altuna, vicerrector de la Universidad de Mondragón.

La cantidad de estudiantes que escogen carreras novedosas se ha duplicado, mientras que los que optan por los títulos más tradicionales no para de descender. Por eso, la Universidad de Mondragón, sabiendo que a la hora de elegir carrera los jóvenes priorizan la consecución de un puesto laboral en las profesiones del futuro, ha optado por innovar incluso en sus programas más tradicionales, como Administración y Dirección de Empresas, Comunicación o Ingeniería, o por incluir nuevos como Gastronomía o Liderazgo Emprendedor.

"El 35% de nuestros alumnos se matricula en grados que no existían hace 10

años; aun así, en los últimos dos somos la única universidad vasca en la que ha crecido el número de estudiantes de Ingeniería. Gracias a nuestro modelo dual de aprendizaje, basado en proyectos, el número de alumnos en estas carreras se ha incrementado un 61% desde 2010, mientras que en Administración y Empresas hemos captado un 90% más en el mismo periodo", indica el vicerrector.

En ESIC han sumado 1.145 alumnos en cinco años, lo que les ha supuesto un crecimiento del 41%. José Manuel Mas, director académico del área Universitaria, explica cómo es su proceso de creación de nuevos itinerarios: "Siempre pensamos en la empleabilidad del alumno. Para ello realizamos una consulta al mercado, a través de diferentes entrevistas en profundidad con responsables empresariales del área específica de la titulación nueva que estamos creando, donde detectamos el perfil del egresado, es decir, qué debe conocer y saber hacer (*hard y soft skills*)".

Grados innovadores

Entre los denominadores comunes a la hora de sacar nuevas titulaciones destaca la innovación y la especialización. Es el caso de la Universidad de Salamanca y su grado en Ingeniería en Geoinformación y Geomática, y el de la Universidad Europea con su grado en Business Analytics. "Las ansias de especializar a los alumnos han hecho que algunas titulaciones desaparezcan. No es normal que un joven que se ha graduado en los últimos cinco años se encuentre con que sus estudios ya no se imparten en su centro", denuncia Albert Corominas, coautor del informe *Grados universitarios: cuántos y cuáles? Análisis de la oferta de estudios de grado en las universidades públicas y privadas*.

"Los grados son para impartir una información básica que luego precisa de una especialización a través del posgrado y que se debe ir ampliando a lo largo de la vida laboral. Eso dictamina [el marco universitario fijado en] Bolonia", continúa Corominas, que

Ensayo de un compactador de latas de aluminio por parte de unos alumnos de la Universidad de Mondragón (País Vasco).

Las privadas han doblado su alumnado en 10 años, mientras que las públicas han perdido un 12,2% de estudiantes en ese tiempo

La Conferencia de Rectores denuncia una caída en la financiación de 4.530 millones de euros desde el inicio de la crisis

explica con sorna que, muchas veces, por la ansiedad de innovar "te encuentras con titulaciones que no sabes muy bien qué quieren enseñar", lo que dificulta la elección de los jóvenes. Otra práctica a la que los centros suelen recurrir es la modalidad bilingüe. El grado Global Studies de la Universidad de Salamanca es un ejemplo de ello, pero, si de idiomas se trata, el récord lo ostenta la Universidad Carlos III. Casi todos sus títulos se ofertan por completo en inglés o en dos idiomas. "Esta es otra locura del sistema universitario. Los profesores no tienen el nivel adecuado para dar sus clases en inglés. Muchas veces los alumnos les superan", critica Corominas. En su opinión, el objetivo oculto de esta política es la de "atraer alumnado extranjero, aunque, en la práctica, si una universidad consigue este tipo de alumnos, la mayoría viene de países latinoamericanos, no de habla inglesa, lo que resulta un inconveniente", afirma.

Una meta que la Universidad Autónoma de Madrid persigue al adelantar su convocatoria de Ayudas para el Fomento de la Investigación en Estudios de Máster y la apertura del plazo de admisión. "Esta medida ha generado un gran número de solicitudes en un corto periodo de tiempo, de las que más del 50% corresponde a estudiantes no españoles, uno de los objetivos de la universidad", asegura su vicerrectora de Estudios y Empleabilidad, Lis Paula San Miguel Pradera.

La realidad es que el aumento de titulaciones ha coincidido con el recorte de financiación en las universidades. La Conferencia de Rectores ha denunciado que, entre 2010 y 2015, periodo en el que la creación de nuevos grados alcanzó su apogeo, según el estudio de Corominas, las universidades perdieron 4.530 millones de euros de inversión. "Los rectores pensaban que diversificando su oferta aumentarían las matriculas, pero no ha sido así, y lo único que han conseguido es incrementar sus costes", finaliza Corominas.