

**ANÁLISIS DEL GRADO DE OPTIMIZACIÓN DE LOS  
PROGRAMAS ON LINE DE CARA AL FOMENTO DEL  
EMPLEO Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS**



2002

## **ÍNDICE**

1.	INTRODUCCIÓN .....	4
1.1.	Objetivos y Metodología .....	4
1.2.	Panorama general de la enseñanza on-line en España .....	5
1.2.1.	Concepto de tele-educación .....	5
1.2.2.	La oferta de enseñanza en España .....	9
1.2.3.	Las últimas tendencias en formación on line .....	25
1.3.	La situación en otros países .....	27
1.4.	La opinión de los profesionales y de la empresa .....	37
1.5.	Las asociaciones de ámbito nacional. ....	40
1.5.1.	La Asociación de Usuarios de Internet (A.U.I.) .....	41
1.5.2.	La asociación española de formación a distancia por internet (AEFADI) .....	45
1.5.3.	La Asociación de E-Learning (AEFOL).....	47
1.5.4.	Asociación de Proveedores de e-learning (ApeL) .....	49
2.	APROXIMACIÓN A LAS DISTINTAS METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA ON-LINE .....	54
2.1.	Modelos norteamericanos y europeos.....	54
2.1.1.	Phoenix University .....	54
2.1.2.	Duke University .....	55
2.1.3.	Finnish Virtual University .....	56
2.2.	Modelos españoles .....	58
2.2.1.	Universidad Abierta de Cataluña (UOC- Universitat Oberta de Catalunya) .....	59
2.2.2.	Universidad de Barcelona Virtual.....	62
2.2.3.	Instituto de Empresa .....	65
2.2.4.	Institute for Executive Development (IEDE) .....	67
2.2.5.	Clase Ejecutiva .....	69
2.3.	Metodología EOI .....	73

3.	EL PERFIL DEL ALUMNADO DE CURSOS ON LINE .....	81
3.1.	Perfil del alumno on line.....	82
4.	CONTENIDO DE LAS ESPECIALIDADES IMPARTIDAS Y SECTORES O AREAS DE LA EMPRESA A LOS QUE AFECTA EN LA CREACIÓN DE EMPLEO .....	86
4.1.	Área de Dirección y Administración de Empresas .....	86
4.1.1.	Contenido del Programa MBA .....	86
4.1.2.	Contenido del Programa de Creación y Gestión de Empresas ....	87
4.2.	Área de Internacionalización de la empresa .....	88
4.2.1.	Contenido del Programa de Gestión Internacional de la Empresa ....	89
4.3.	Área de Gestión de la Calidad .....	90
4.3.1.	Contenido del Programa en Gestión de la Calidad.....	91
4.3.2.	Contenido del Programa Master en Gestión de la Calidad.....	92
4.4.	Gestión de empresas del sector del Ocio .....	93
4.4.1.	Master en Gestión de Empresas de Ocio .....	94
4.4.2.	Contenido del Programa de Creación de Empresas de Ocio .....	95
4.5.	Área de Gestión Ambiental en la Empresa .....	96
4.5.1.	Contenido del Programa Superior de Ingeniería y Gestión Medioambiental .....	97
4.6.	Área de Recursos Humanos .....	98
4.6.1.	Contenido del Programa Master en Dirección Estratégica de Recursos Humanos .....	98
4.7.	Sector de las Telecomunicaciones .....	99
4.7.1.	Contenido del Programa de Gestión de empresas de telecomunicaciones .....	100
5.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.....	101
5.1.	Grado de satisfacción.....	106
5.1.1.	El concepto de curso .....	106
5.1.2.	Los aspectos logísticos.....	109
5.1.3.	La metodología y la utilización del tiempo .....	111
5.1.4.	Las herramientas docentes .....	114

5.1.5. El método en su conjunto.....	116
5.2. Nivel de aplicabilidad .....	118
5.2.1. Nivel de aplicabilidad de las materias estudiadas.....	118
5.2.2. Campo de aplicabilidad de las materias.....	120
5.3. Resultados de mejora de empleo o de obtención de nuevo trabajo .....	122
5.4. Resultados de creación de empresas y autoempleo .....	126
5.5. Areas de mejora potencial.....	129
6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO .....	132
7. BIBLIOGRAFIA .....	138
Páginas web visitadas .....	139

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Objetivos y Metodología**

Este estudio recoge los resultados obtenidos en la investigación del “Análisis del grado de optimización de los programas de formación on line de cara al fomento de empleo y la creación de empresas”, realizado en el marco de los programas de estudio de EOI y el FSE.

El objetivo del mismo radica en medir el grado de adecuación de los programas de formación on line, tanto de su calidad y metodología de impartición cómo en los resultados obtenidos a posteriori en lo referente a mejora de empleo, creación de empleo o de autoempleo.

Asimismo y previo al análisis, se realiza una visión de conjunto sobre cómo está la situación actual de la teleformación a nivel mundial –fundamentalmente Europa y Estados Unidos-, y la situación del sector en España. Este recorrido facilita el conocer las diferentes metodologías existentes en el mercado, para poder discernir qué tipo de formación podemos aplicar según sea el objetivo que se pretenda conseguir tras una determinada acción formativa.

La investigación empírica se ha llevado a cabo desde la perspectiva metodológica cuantitativa.

Para conocer los grados de satisfacción y utilidad de los estudios realizados, objetivo principal del presente trabajo, se juzgó que lo mejor era proceder a obtener las opiniones directamente de los alumnos que habían participado en cursos de este tipo. Se procedió entonces a realizar un cuestionario, que sería entregado a una empresa especializada para su análisis y la eventual realización de las encuestas.

El trabajo de campo se llevó a cabo por entrevistadores telefónicos, durante el mes de junio de 2002. La técnica empleada fue la de entrevista telefónica con cuestionario precodificado, y la duración media de las encuestas se situó entre 8 y 10 minutos.

La encuesta de opinión sobre formación on line recogía fundamentalmente datos sobre la motivación que llevó a cada uno de los entrevistados a realizar el curso, la forma en la que conoció la existencia de dicho curso, la situación de partida de cada uno de ellos antes del comienzo del mismo, en especial la situación de frente al empleo o los objetivos de creación de empresa, para poder comparar esos datos de partida con los del momento actual.

Para el diseño de la encuesta se tuvieron en cuenta otros datos como el género, la edad, el tipo de curso y el año en que lo realizó, el lugar de residencia y tamaño de la población, la formación previa y la situación de empleo en que se encontraban.

## **1.2. Panorama general de la enseñanza on-line en España**

### ***1.2.1. Concepto de tele-educación***

El término *Teleeducación, tele-enseñanza o enseñanza on line*, puede tener un sentido muy amplio y, para definir el ámbito de interés de este informe, es necesario comenzar por concretar el uso que en él hacemos de dicho término. Teleeducación puede entenderse como la conjunción entre la *Teleformación* y el *Teleaprendizaje*. El primero conlleva una interacción alumno-profesor, en la que el profesor sigue actuando de guía en el proceso formativo, mientras que el segundo representa un sistema de formación en el que el alumno es totalmente responsable de su educación, basándose ésta en ciertos materiales lectivos con una estructura dada y fijada.

La definición que dio en 1996 la Dirección General de Telecomunicaciones de Teleeducación es: "el desarrollo del proceso de formación a distancia (reglada o no reglada), basado en el uso de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones, que posibilitan un aprendizaje interactivo, flexible y accesible a cualquier receptor potencial". Además del término *Teleeducación*, hay innumerables términos que habitualmente se utilizan como sinónimos: *Formación multimedia*, *Teleformación*, *Formación on line*, *Telemática educativa*, *Tele-enseñanza*, *Enseñanza Interactiva*, *Formación continuada basada en Telemática*, o el término anglosajón, cada vez más de moda, *e-learning*.

El impacto de Internet en la sociedad actual está cambiando todos los ámbitos de nuestra vida afectando a la forma en que trabajamos, nos divertimos, nos relacionamos, aprendemos, etc. Además, la enseñanza también avanza hacia un modelo que se aleja de "la clase magistral" como base de la enseñanza, en la que la figura del profesor era el centro del sistema; y se dirige hacia un modelo que fomenta la participación del alumno, como medio fundamental del aprendizaje, en el que el profesor ejerce de guía de conocimientos. Veremos cómo la Teleeducación puede ser una fórmula excelente para poner en práctica este modelo de formación en un futuro no muy lejano.

Entendemos, pues, la *teleeducación* como una enseñanza a distancia, abierta, flexible, e interactiva, basada en el uso de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, y sobre todo, aprovechando los medios que ofrece la red Internet.

La definición anterior sigue siendo muy amplia y engloba diferentes posibles enfoques: Educación a Distancia "tradicional" apoyada en el uso de las nuevas tecnologías, enseñanza síncrona remota que utiliza los avances tecnológicos para poder llevarse a cabo (ejemplo, cursos a través de videoconferencia), sistemas tradicionales de educación presencial mejorados por el uso de los medios

telemáticos para una mejor intercomunicación entre alumnos y profesores (aprovechando todo el potencial que la Internet ofrece), etc.

A efectos de este informe, nos centraremos en sistemas de educación que se imparten prácticamente en su totalidad en modalidad no presencial, y que utilizan medios telemáticos como fundamental herramienta de desarrollo y utilización del material docente. Existen dos posibles situaciones: enseñanza *síncrona* y enseñanza *asíncrona*. Nos hemos centrado sólo en la enseñanza basada en herramientas asíncronas con, probablemente, el apoyo de alguna herramienta síncrona; si bien haremos también referencia a sistemas puramente síncronos a lo largo del presente trabajo. Para concretar, no nos ocuparemos de experiencias en las que se utiliza una herramienta síncrona (en general, de videoconferencia) para permitir a estudiantes remotos acceder a clases presenciales tradicionales.

Debemos resaltar las ventajas e inconvenientes que presenta la Teleeducación frente a otras opciones (por ejemplo, frente a la enseñanza presencial y la enseñanza a distancia “clásica”), los aspectos que pueden hacer de ésta una metodología de formación mejor, y los colectivos a los que puede resultar más interesante.

Además de las ventajas derivadas de ser un sistema que puede realizarse a distancia (ventajas de la enseñanza a distancia tradicional), las principales ventajas de la Teleeducación tienen sus raíces en la potencia, facilidades y posibilidades pedagógicas que ponen a nuestra disposición las nuevas tecnologías ([SEBASTIÁN, 1998]):

- Una forma de acceder a la información más inteligente y eficaz.
- Una personalización del aprendizaje, atendiendo a las distintas capacidades, conocimientos e intereses de cada alumno.
- Acceso a la información de personas aisladas geográficamente, con dificultades físicas, o de disponibilidad de tiempo, aprovechando las



ventajas de Internet y las redes de ordenadores. Esto proporciona la creación de un mercado global en el que las instituciones tradicionales competirán con las nuevas iniciativas públicas y privadas.

- El uso de las nuevas tecnologías no sólo permite que la enseñanza no esté anclada en una determinada localización geográfica, sino que además permiten acabar con la localidad temporal. Los cursos de Teleeducación ofrecen la posibilidad de ser realizados en cualquier periodo de tiempo, pudiendo comenzar un mismo curso en cualquier momento del año.
- La tecnología web permite el acceso a información dispersa en el espacio. Los mecanismos de hipertexto facilitan distintas formas de navegación y el desarrollo de nuevos lenguajes extenderá las posibilidades de las aplicaciones web (como soporte de tutoriales, bibliotecas digitales, foros de debate, mecanismos de navegación, etc.).
- Los contenidos y materiales docentes se pueden actualizar constantemente, atendiendo a los cambios en la materia impartida, a las necesidades de los alumnos, etc.
- La tecnología multimedia ofrece distintas formas de presentar el conocimiento: texto, imágenes, voz, vídeo, simulaciones, etc.
- La realidad virtual permite la creación de interfaces atractivas para el alumno y posibilidad de simular experiencias que de otro modo resultarían caras, peligrosas o poco accesibles para el estudiante.

La teleeducación también presenta ciertos inconvenientes, algunos de ellos derivados de la corta edad de la misma y de la incorrecta concepción de la teleeducación:

- La teleeducación presenta la aparente falta de contacto humano entre los diferentes actores del sistema (alumnos y profesores). Sin embargo, el contacto utilizando las nuevas tecnologías puede ser más productivo y *humano* que el presencial. Ni un curso a distancia deja toda la

responsabilidad en manos del alumno, ni un curso presencial está basado únicamente en el encuentro profesor-alumno.

- La teleeducación tiene actualmente el problema de una cierta falta de confianza por parte del colectivo de profesores en utilizar las nuevas tecnologías para impartir sus clases. Además, se tiende a pensar que la teleeducación se limita a imitar las clases presenciales utilizando los medios de los que se dispone. Esta incorrecta concepción de la teleeducación es uno de los inconvenientes que presenta hoy en día. Los diferentes actores involucrados (alumnos y profesores) deben afrontar la teleeducación no como un modo de imitar la enseñanza tradicional, sino como una nueva forma de aprendizaje, aprovechando las nuevas capacidades que ofrecen las redes de información y cambiando la forma de enseñar actual, tomando una parte más activa el alumno en su proceso de formación, no sólo actuando como mero receptor de información, sino también como investigador. Es decir, la teleeducación requiere una nueva metodología en el proceso de enseñar que necesita tiempo para desarrollarse.
- Para aprovechar todas las ventajas de este sistema, el profesorado debe estar al tanto de las nuevas tecnologías, y debe ser formado para poder aprovechar las capacidades pedagógicas que éstas brindan.
- El uso de Internet como medio fundamental de transmisión de información tiene los problemas técnicos que la red presenta actualmente: escasez de ancho de banda en las redes, coste de conexión, etc...

### ***1.2.2. La oferta de enseñanza en España***

El contenido de este apartado es un resumen del trabajo de investigación llevado a cabo por un grupo de investigadores del Departamento de Tecnologías de la Comunicaciones de la Universidad Carlos III de Madrid, y que es accesible al público a través de la pagina web de la Asociación de Usuarios de Internet.

Aunque el trabajo está fechado en 2001, se considera suficientemente válido como para constituir una base de referencia cualitativa de la situación de la enseñanza on-line en España. Dicho grupo de trabajo investigó en relativo detalle diferentes aspectos relativos a las 39 entidades que en 2001 constituían la oferta de esta enseñanza en nuestro país. Las entidades comercializaban un total de 644 cursos, de acuerdo con el detalle que se observa en la tabla 1.1.

**Tabla 1.1. Tipo de entidades que ofrecen teleeducación.**

Tipo de entidad	Nº entidades	Porcentaje
Universidades	19	48.72%
Entidades con experiencia anterior en otras metodologías educativas	11	28.21%
Entidades de nueva creación	8	20.51%
Otras	1	2.56%

Fuente: Informe sobre el estado de la teleeducación en España.. U.Carlos III, 2002

Las universidades constituyen el tipo de entidad más numeroso (48.72%). Este dato, como analizaremos a lo largo del informe, es normal, puesto que en ellas se está realizando actualmente un proceso de investigación y desarrollo muy importante. Las universidades no sólo imparten teleeducación de forma individual, a menudo se agrupan, con el objetivo de ofrecer titulaciones interuniversitarias, o para ofrecer una oferta variada de asignaturas de libre elección (como ocurre con *INTERCAMPUS*). Todas las entidades incluidas en este grupo están relacionadas con universidades *tradicionales*, excepto una: la *Universidad Abierta de Cataluña (UOC)*, que es una universidad que tiene toda su oferta impartida a distancia, utilizando metodologías de teleeducación. Nos ocuparemos de ella con más detalle en el apartado 2.3 del presente estudio.

El segundo colectivo más numeroso es el formado por las entidades no surgidas en el momento de comenzar a ofrecer teleeducación (28.21%), sino que su existencia es previa a esta oferta. Este tipo de entidades tienen una experiencia anterior en enseñanza, ya sea presencial y/o a distancia. Dicha experiencia es aprovechada en el diseño y desarrollo de su oferta de teleeducación, si bien en algunos casos, los cursos que imparten mediante teleeducación se limitan a imitar los cursos ya impartidos, añadiendo a los mismos la utilización de alguna herramienta de teleeducación.

Dentro de este tipo de entidades se encuentran aquellas que tradicionalmente han ofrecido cursos a distancia. Éstas poseen una gran experiencia en metodologías educativas a distancia, por lo que aprovechan sus conocimientos aportando parte o toda su oferta a cursos duales de teleeducación.

Llama la atención que existen entidades que imparten cursos de educación a distancia muy populares en nuestro país, con una larga tradición y un elevado número de alumnos que no imparten cursos de teleeducación. Se limitan a ofrecer espacios web restringidos a los alumnos, pero siguen empleando únicamente metodologías tradicionales.

Por último, las entidades de nueva creación, sin experiencia anterior en enseñanza impartida mediante otras metodologías, y que no imparten otro tipo de cursos, son el grupo menos numeroso (20.51%), pero aún así es un porcentaje nada despreciable. Suelen ser empresas que se dedican exclusivamente a la formación, u otro tipo de entidades, que no siendo su finalidad la educación, necesitan ofrecer cursos puntuales sobre alguna materia concreta y optan por la teleeducación como formato para impartirlos. Es llamativo que en un campo tan poco conocido por el público, como es la teleeducación, el 20% de las entidades hayan sido creadas fundamentalmente con el objetivo de impartir este tipo de cursos. La teleeducación requiere grandes gastos de planificación y desarrollo, además de unos costes indirectos relacionados con publicidad y marketing, por lo

que el hecho de que una quinta parte de las entidades que ofrecen teleeducación sean de nueva creación es de especial interés esto refleja que este modelo educativo resulta muy atractivo para las empresas, que ven en sus enormes posibilidades, una oportunidad de negocio.

En la tabla 1.2 aparecen los 644 cursos que hemos referenciado anteriormente, ordenados por categoría.

**Tabla 1.2. Categoría de los cursos**

<b>Categoría cursos</b>	<b>Nº de cursos (nº entidades)</b>	<b>Porcentaje (Porcentaje de entidades)</b>
Pre-universitarios	0	0% (0%)
Grado	61 (9)	9.47% (23.08%)
Postgrado	315 (18)	48.91% (46.15%)
Especialización	268 (21)	41.62% (53.85%)
<b>TOTAL</b>	<b>644</b>	

*Fuente: Informe sobre el estado de la teleeducación en España., U.Carlos III, 2002*

Como se puede observar de la información contenida en la Tabla 1.2. el grueso de la oferta de teleeducación se encuentra en los cursos de postgrado y especialización, sumando entre ambas categorías el 90% sobre el total analizado. Hay varios motivos por los que este tipo de cursos son los mayoritarios. Primero, la teleeducación es una metodología educativa que aún no está muy implantada en España y que, por lo tanto, no tiene el mismo reconocimiento que ofertas tradicionales.

Los cursos de postgrado y especialización son, generalmente, menos formales que otros tipos de cursos en cuanto a la forma en que se imparten, además de que para sus alumnos suele tener más importancia lo que se aprende en los mismos que la titulación

obtenida. Por estas razones, este tipo de cursos (postgrado y especialización) se adaptan muy bien a las características de la teleeducación. Además, el modelo de teleeducación requiere cierta madurez, fuerza de voluntad y disciplina por parte del alumno, pues deja gran parte del proceso formativo bajo su responsabilidad personal, siendo por lo tanto más fácil su implantación, en la actualidad, en cursos de postgrado y especialización. Por último, estos cursos son los que más habitualmente se simultanean con otro tipo de actividad, y en esta situación, la libertad de horarios ofrecida por la teleeducación se convierte en una ventaja decisiva.

La oferta de grado impartida en España conforma un 10% aproximadamente del total y, a pesar de no ser una cifra muy elevada, ésta es una categoría que hay que tener muy en cuenta por su relevancia y por el número de universidades implicadas en actividades de teleeducación. Estas universidades conforman uno de los colectivos más activos en la investigación y desarrollo de cursos aprovechando las nuevas tecnologías. Por ahora hay muy poca oferta de titulaciones universitarias impartidas completamente siguiendo el modelo de teleeducación, pero las universidades han comenzado a poner en marcha numerosos proyectos piloto y algunos cursos completamente impartidos a través de Internet. Sin embargo, como explicábamos antes, debido a la todavía limitada confianza y experiencia, tanto por parte del alumnado como por parte del profesorado, en este nuevo modelo educativo, las universidades comienzan a introducir las experiencias de teleeducación en sus ofertas educativas de menor duración y menor número de alumnos, como son los cursos de postgrado y los cursos de especialización en los que colaboran.

Además de la Universidad Abierta de Cataluña (UOC), a la que ya nos hemos referido varias veces, y que ofrece varias titulaciones oficiales, la Universidad de La Rioja también ofrece una titulación universitaria homologada, *Historia y Ciencias de la Música*. Se trata de una titulación de 2º ciclo, que este año se imparte por segunda vez. Además, este año se va comenzar a impartir otra nueva titulación universitaria. Esta universidad presenta algunas particularidades novedosas, como por ejemplo, la realización de pruebas de preselección *on-line*. Dichas pruebas se realizaron a lo

largo de una fecha señalada en varios turnos, íntegramente a través de Internet, constituyéndose en una de las experiencias pioneras de este tipo.

Una cifra que llama nuestra atención es el 0% de cursos pre-universitarios que se imparten en nuestro país. No hemos encontrado ningún tipo de oferta de este tipo que podamos catalogar como teleeducación. Hay varias razones que pueden explicar esto, siendo las más importantes:

- No es un objetivo actual de los organismos de educación oficiales.
- Penetración baja de las nuevas tecnologías en los hogares españoles.
- Desequilibrio en la penetración del uso de Internet en distintos ámbitos sociales y zonas del territorio español. Esto es especialmente negativo para que organismos oficiales se decidan a fomentar la introducción de la teleeducación en el ámbito preuniversitario, porque ofrecer oportunidades diferentes a distintos sectores de población sería socialmente valorado de forma muy negativa.
- Desconocimiento general y, asociado al mismo, desconfianza del colectivo de padres hacia la utilización de Internet en la educación de sus hijos.
- Los padres se pueden mostrar reticentes a la idea de dejar en manos de sus hijos gran parte de la responsabilidad en el proceso educativo. En teleeducación es necesario un cierto grado de madurez de los alumnos.
- La teleeducación no supe, en general, ciertos aspectos de aprendizaje social necesarios para todo alumno de pre-grado, que deben adquirirse en edades tempranas, en los que el contacto físico entre los alumnos es muy importante.

A favor de la teleeducación en cursos pre-universitarios podemos señalar varias razones:

- La aplicación de la teleeducación en zonas poco habitadas puede evitar el traslado de alumnos de pueblos enteros a centros educativos.

- Relacionado con lo anterior, si se utiliza la metodología de teleeducación, los alumnos dispondrán de más tiempo libre (ahorrado de los desplazamientos), favoreciendo, por ejemplo, el desarrollo de nuevas actividades de ocio y fomentando el aprendizaje social.

A pesar de no haber cursos de teleeducación, existen algunas plataformas de ayuda a los estudiantes a través de la red, tanto a nivel individual, como diseñadas para su utilización en centros oficiales. Cabe destacar la web *educared.net* (<http://www.educared.net>), en la que se presenta un completo soporte a los estudiantes sobre materias desde primaria hasta 2º Bachiller / C.O.U.. En esta página puede consultar dudas con tutores, descargar apuntes de profesores y programas educativos relacionados con las materias que se estudian, etc. Además, no está dedicada exclusivamente a los alumnos, también tiene recursos de interés para profesores y padres. Es una iniciativa muy interesante, que pone a disposición de la comunidad educativa preuniversitaria gran cantidad de recursos relacionados con su formación.

Con respecto al tipo de estudios, predominan los cursos meramente formativos o temáticos, es decir, aquellos cuyos contenidos son muy específicos, prácticamente monográficos. Este tipo de cursos se adecuan muy bien al prototipo de curso que las empresas que ofrecen teleeducación quieren en estos primeros momentos: cursos de escasa duración, de temática muy concreta, que buscan satisfacer unas necesidades formativas muy específicas, de bajo coste para el alumno y que no comportan una gran complejidad tecnológica para el mismo, es decir que no se requieren grandes conocimientos informáticos ni unos requisitos de hardware y software elevados. Este tipo de cursos, que pueden, en general, comenzarse en cualquier momento del año, no suponen a la entidad grandes inversiones, puesto que sobre una plataforma base se desarrollan todos los cursos ofertados.

Debido al estado incipiente en el que la teleeducación se encuentra, las empresas privadas no quieren asumir demasiados riesgos, y evitan embarcarse en proyectos formativos de muy larga duración y costes sin antes tener referencias sobre



experiencias anteriores, ya sea realizados por terceros o por ellos mismos en proyectos de menor envergadura. De la misma forma, en la mayoría de las universidades la oferta se limita a asignaturas universitarias (generalmente de libre elección) y a programas de especialización o de doctorado.

Igualmente, para el alumno, esta oferta resulta atractiva para “probar” una experiencia de teleeducación. Por un lado cubre una necesidad formativa concreta, por otro lado no requiere de una fuerte inversión (de tiempo y dinero) en algo que todavía no sabe si le va a resultar satisfactorio.

El resto de los cursos son de diferentes tipos: master, carreras universitarias, seminarios, etc. (ver tabla 1.3).

**Tabla 1.3. Materia de los cursos**

<b>Tema del curso</b>	<b>Nº de cursos (nº entidades)</b>	<b>Porcentaje (Porcentaje de entidades)</b>
Bolsa	4 (2)	0.62% (5.13%)
Derecho	22 (3)	3.42% (7.69%)
Medicina, Farmacia, Química y Biología	20 (7)	3.11% (17.95%)
Marketing	12 (6)	1.86% (15.38%)
Internet	23 (11)	3.57% (28.21%)
Informática.	88 (14)	13.66% (35.90%)
Ofimática	73 (9)	11.34% (23.08%)
Historia, Arte, Música y Literatura	28 (7)	4.35% (17.95%)
Economía y gestión Financiera	58 (11)	9.01% (28.21%)
Medio Ambiente	26 (6)	4.04% (15.38%)
Educación	14 (7)	2.17% (17.95%)
Gestión y Administración de empresas	183 (12)	28.42% (30.77%)
Inglés	9 (5)	1.40% (23.08%)
Tecnología	15 (6)	2.33% (15.38%)
Otros temas	69 (16)	10.71% (41.03%)

*Fuente: Informe sobre el estado de la teleeducación en España., U.Carlos III, 2002*

En vista de los datos presentados, las temáticas predominantes son las relacionadas con la informática, las nuevas tecnologías y las comunicaciones (con un 30.9% en total), y la gestión y administración de empresas (28.42%).

Los cursos de informática, y concretamente los de ofimática, cumplen unas condiciones que los hacen muy atractivos para impartirse con la modalidad de teleeducación actualmente:

- Hay una gran demanda por parte del público de este tipo de cursos, debido principalmente a las necesidades laborales de personal con este tipo de conocimientos, y al crecimiento de la llamada *Sociedad de la Información*.
- Este tipo de cursos presentan una duración reducida y, por lo tanto, un precio pequeño.
- Los medios telemáticos son muy apropiados para la enseñanza de este tipo de materias (existen aplicaciones que simulan el comportamiento de los programas informáticos cuyo aprendizaje es objeto del curso, facilidad de creación y corrección, sin prácticamente intervención humana, de ejercicios *on line*, etc.).

En el Congreso de e-learning de Abril del 2001 en la ponencia presentada por Telefónica informaron de que en dicha empresa ya no se impartía ni una sola hora de ofimática de forma presencial.

Otro aspecto que puede explicar que la informática y comunicaciones sean temas predominantes en la oferta de teleeducación es el hecho de que es habitual que las personas que realizan experiencias en teleeducación actualmente (cuando todavía no existe una tradición y experiencia reconocida), suelen ser personas que sienten inquietudes por dichos temas, lo que produce que estos cursos tengan una gran aceptación.

Un último razonamiento viene del hecho de que ya existe en la actualidad un gran número de cursos multimedia (en formato CDROM, etc.) que versan sobre estos temas, siendo su adaptación al mundo de la teleeducación muy fácil para las entidades que ofrecen este tipo de cursos.

Con respecto a la enorme presencia de cursos relacionados con la gestión y administración de empresas, la economía, y la gestión financiera, puede haber varios motivos que contribuyan a la misma. Ha habido una demanda creciente de conocimientos en los ámbitos de dirección y gestión empresarial en los últimos años, que se ve reflejada en la oferta de teleeducación. En la actualidad, existen colectivos de personas con formación técnica, que demandan una formación complementaria en este tipo de áreas (formación en dirección y administración de empresas). Este tipo de personas no se muestran tan desconfiados hacia las nuevas tecnologías (aplicadas a la educación, en este caso), además de poseer los conocimientos necesarios para seguir los cursos correctamente. También hay que tener presente que los cursos ofertados por el *CEPADE* (*Centro de Estudios de Postgrado de Administración de Empresas*) versan en su mayoría sobre estos temas, y dicha entidad es una de las más importantes en el panorama nacional, con una oferta de alrededor de 210 cursos (más del 30% de la oferta considerada).

En la tabla 1.4 se recogen las tasas de repetición de los cursos.

**Tabla 1.4. Número de veces que ya se ha impartido el curso en CEPADE**

Nº veces que ya se ha impartido el curso	Nº cursos (nº entidades)	Porcentaje (Porcentaje de entidades)	Porcentaje ponderado
0 (Ninguna)	27 (2)	4.19% (5.13%)	10.59%
1	13 (6)	2.02% (15.38%)	5.10%
2	4 (2)	0.62% (5.13%)	1.57%
3	2 (2)	0.31% (5.13%)	0.78%
Entre 1 y 6 veces	209 (1)	32.45% (2.56%)	81.96%
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>39.60%</b>	<b>100%</b>
No disponible	389 (26)	60.40% (66.67%)	N/A

Fuente: Informe sobre el estado de la teleeducación en España.. U.Carlos III, 2002

Como se puede apreciar en la tabla anterior, tenemos datos sobre aproximadamente unos 255 cursos, lo que no llega al 40% de los cursos incluidos en el informe. De los primeros, 27 (10.59% sobre los curso de los que tenemos estos datos) no se han impartido ninguna vez todavía, lo que quiere decir que en el periodo de realización de este informe se encontraban en periodo de matriculación, o se estaba impartiendo por primera vez.

Un total de 13 cursos (5.10% sobre el colectivo de cursos de los que tenemos estos datos) han impartido ya un curso completamente y están ya realizando, o preparando, siguientes convocatorias de sus cursos. 4 cursos (1.57%) se han impartido ya en dos ocasiones y otros 2 (0.78%) en tres ocasiones. Estos últimos reflejan ya una mínima madurez y experiencia en la realización de cursos de teleeducación.

En cuanto a experiencia y madurez ofertando cursos de teleeducación tenemos dos casos que destacan del resto: el *CEPADE* y la *UOC (Universitat Oberta de Catalunya)*.

El primero de ellos tiene una amplísima oferta de cursos de postgrado (alrededor de 209 cursos) que ha impartido entre 1 y 6 ocasiones. Esto hace del *CEPADE* uno de los pioneros en la aplicación de la teleeducación a la enseñanza en España.

El segundo, además de poseer una de las trayectorias más extensas en el campo de la teleeducación española, posee un modelo de enseñanza que se ha convertido en referencia obligada para todo aquel que desee desarrollar e implantar una plataforma teleeducativa en España (e incluso en Europa).

La oferta en España es aún muy joven (sólo tres entidades tienen cursos con tres o más años de antigüedad) y, a pesar de no disponer de todos los datos, podemos presumir, sin asumir muchos riesgos, que prácticamente más del 60% de los cursos existentes han surgido en el presente año (suponiendo que muchos de los cursos de los que no disponemos datos son de nueva implantación).

La tabla 1.5 muestra el tamaño de las "clases virtuales" por curso.

**Tabla 1.5. Número de cursos por tramos de alumnos matriculados en cursos on line**

Nº alumnos	Nº cursos	Porcentaje	Porcentaje ponderado
Entre 1 y 5	13	2.02%	4.26%
Entre 6 y 10	5	0.78%	1.64%
Entre 11 y 20	4	0.62%	1.31%
Entre 21 y 50	48	7.45%	15.74%
Entre 51 y 100	232	36.02%	76.06%
Entre 101 y 150	0	0.00%	0.00%
Entre 151 y 200	1	0.16%	0.33%
Entre 201 y 250	2	0.31%	0.66%
Más de 250	0	0.00%	0.00%
<b>TOTAL</b>	<b>305</b>	<b>47.36%</b>	<b>100%</b>
No disponible	339	52.64%	N/A

Fuente: Informe sobre el estado de la teleformación en España. U.Carlos III, 2002

Nuevamente, nos ha sido difícil recopilar este dato de todos los cursos incluidos en el informe. Además, en teleeducación, debemos valorar las siguientes particularidades:

- El modelo de teleeducación permite, en general (hay excepciones a esto) ofertar cursos de materias muy concretas y específicas, sin estar atado a un número mínimo de alumnos.
- El número máximo de alumnos también se calibra de manera diferente a cursos a distancia tradicionales o presenciales, puesto que las restricciones no provienen de hechos relacionados con una limitación de espacio físico. Esto produce que el límite superior sea difuso en casos de teleeducación, por lo que cursos de gran aceptación pueden tener un gran número de alumnos matriculados.

- No se requiere un número mínimo de alumnos por región física, como ocurre en la educación presencial.

En teleeducación el número de alumnos viene condicionado especialmente por el personal necesario para atender correctamente a los alumnos y no por espacios físicos. No parece haya requisito de número de alumnos mínimo en teleeducación, siempre que con la existencia de cursos con temáticas similares se justifique el disponer de personal especializado. En número máximo de alumnos, el límite viene, probablemente, por la necesidad de tener el personal docente suficiente para que los alumnos no se sientan desatendidos (tiempo de respuesta a preguntas, facilidad para acceder a los profesores). Por lo tanto, en enseñanzas mediante teleeducación no hay unos requisitos bien definidos con relación al número de alumnos como en la enseñanza habitual, y eso se ve reflejado en la variabilidad del número de alumnos en la oferta de teleeducación analizada.

Si hacemos una análisis meramente cualitativo, podemos señalar algunos aspectos interesantes. Por ejemplo, lo reseñado anteriormente sobre la posibilidad de que en un curso de teleeducación haya muy poco alumnado matriculado, es muy común en casos reales. Existen una cantidad no despreciable de cursos (11 exactamente) en los que sólo un alumno o dos realizan el curso, mientras que en otros cursos ofertados por la misma entidad hay entre 30 y 60 alumnos, por ejemplo. Las entidades de teleeducación quieren iniciar experiencias educativas mediante teleeducación, permitiendo que haya cursos con un número de alumnos menor mínimo necesario para que sean rentables a las mismas.

Hemos de constatar también que en alguno de estos casos, es muy posible que el desconocimiento generalizado de la teleeducación por parte del público, junto con la temática obsoleta (suele estar relacionada con la informática y las comunicaciones, materias que avanzan muy rápidamente) de alguno de estos cursos, colabore en la existencia de los mismos.

Al igual que en el caso del número de cursos impartidos, la *UOC* y el *CEPADE* destacan en este aspecto, siendo ambas, entidades cuyos cursos han sido seguidos por un número importante de alumnos. El *CEPADE* por ejemplo tiene un promedio de 80 alumnos por curso. Otra entidad que destaca por el elevado número de alumnos es *Almagesto*, el campus virtual del *Grupo Eidos* por el que han pasado desde 1998, fecha en que entró en funcionamiento, cerca de 15000 alumnos, llegando a tener en algunos programas master cerca de 250 alumnos.

En la tabla adjunta se pueden observar los precios de los cursos

**Tabla 1.6. Precio de los cursos**

Precio	Nº cursos	Porcentaje	Porcentaje ponderado
Gratuito (subvencionado)	1	0.16%	0.17%
Entre 1 y 5000 ptas.	4	0.62%	0.68%
Entre 5001 y 10000 ptas.	25	3.88%	4.22%
Entre 10001 y 20000 ptas.	73	11.34%	12.33%
Entre 20001 y 30000 ptas.	17	2.64%	2.87%
Entre 30001 y 40000 ptas.	72	11.18%	12.16%
Entre 40001 y 50000 ptas.	30	4.66%	5.07%
Entre 50001 y 100000 ptas.	240	37.27%	40.54%
Entre 100001 y 150000 ptas.	10	1.55%	1.69%
Entre 150001 y 200000 ptas.	13	2.02%	2.20%
Entre 200001 y 250000 ptas.	8	1.24%	1.35%
Entre 250001 y 500000 ptas.	30	4.66%	5.07%
Entre 500001 y 750000 ptas.	5	0.78%	0.84%
Entre 750001 y 1000000 ptas.	3	0.47%	0.84%
Entre 1000001 y 1500000 ptas.	1	0.16%	0.17%
Entre 1500001 y 2000000 ptas.	1	0.16%	0.17%
Más de 2000000 ptas.	0	0.00%	0.00%
Precio por crédito universitario	46	7.14%	7.77%
Variable	13	2.02%	2.20%
<b>TOTAL</b>	<b>592</b>	<b>91.92%</b>	<b>100%</b>
No disponible.	52	8.08%	N/A

Fuente: Informe sobre el estado de la teleformación en España, U.Carlos III, 2002

Como se puede observar, el grueso de los cursos se sitúa en un precio entre 50.000 y 100.000 ptas. Como ya hemos dicho, este dato no se puede comparar directamente con el resto, ya que el precio depende de muchos factores. Sería más correcto comparar precios por crédito ( o número de horas), pero el crédito no es la unidad utilizada por todos los cursos para definir el volumen lectivo, y aún en el caso de que fuera así, tampoco sería una medida comparable directamente, pues haría falta tener en cuenta algunos factores secundarios (materiales adicionales suministrados, por ejemplo).

Debemos aclarar algunos aspectos respecto a la tabla anterior. En primer lugar hay una entrada para *precios por crédito universitario*. Los cursos a los que se refiere esta entrada son ofertados por universidades, siendo el precio por crédito equivalente al de cualquier otro curso o asignatura impartida por dichas universidades. Otra entrada que requiere atención es la denominada *variable*, con la que englobamos aquella oferta que no tiene un precio fijo. En la oferta el precio depende de varios factores, por ejemplo de la modalidad bajo la que se imparte (especialista universitario o master), el tipo de alumno (perteneciente a la universidad que imparte el curso, perteneciente a otra universidad o profesional interesado en la materia). Ejemplos de lo anterior los tenemos en la oferta de la *UPCO (Universidad Pontificia Comillas)*: en su curso *Iniciación a la Bolsa*, el precio es diferente dependiendo de si el interesado es alumno de la UPCO (25.000 ptas.), titulado por la UPCO (40.000 ptas.) o ninguno de los anteriores (60.000 ptas.). Hay otro curso que se imparte en dos modalidades: *Master y Especialista Universitario en Inmigración a distancia*, siendo el coste del primero (410.000 ptas.) el doble que del segundo (205.000 ptas.).

Otro dato interesante, es el hecho de que existan cursos con un precio inferior a 5.000 ptas. La teleeducación es una modalidad de enseñanza que permite abaratar el precio de la educación, al tener costes inferiores a cualquier otro tipo de sistema educativo, tanto en distribución, como personal, etc. Sin embargo, precios demasiado bajos sólo puede explicarse como una política comercial para



introducirse en el mercado e introducir la teleeducación a los usuarios, o por ser una oferta no suficientemente seria. No hay que olvidar que, aunque la teleeducación puede ser menos costosa que la enseñanza tradicional, sigue teniendo costes, especialmente los derivados del personal docente de apoyo al alumnado.

Resulta significativo que hay determinadas entidades que ofrecen cursos de teleeducación, cursos que a su vez tienen una o varias versiones del mismo impartidas en modalidades diferentes, como la presencial o a distancia ‘tradicional’. En algunas ocasiones dichas versiones tienen un precio superior a la versión de teleeducación. Esto puede parecer contradictorio si pensamos en los costes que para una empresa supone desarrollar y poner en marcha una plataforma de teleeducación, pero tiene una fácil explicación.

En primer lugar, los cursos de teleeducación se han realizado, en muchos casos, a partir de la base de los cursos impartidos con otra metodología, por lo que no se ha partido de cero. En segundo lugar, un curso de teleeducación es mucho más barato, una vez puesto en funcionamiento, que uno presencial por ejemplo, al no necesitar, la entidad que lo ofrece, disponer de unas instalaciones y equipos necesarios para impartirlo, además de requerir, en general, de menor número de personal. Una última razón es que se quiere potenciar la preferencia de este tipo de cursos frente a las metodologías clásicas, por las razones ya expuestas, que se pueden reducir a una sola: la reducción de costes. Internet y las nuevas tecnologías, además de resultar muy atractivas para el público en general, especialmente en nuestros días donde la publicidad fomenta su utilización, abaratan increíblemente los costes a largo plazo de casi cualquier tipo de negocio. Inicialmente requieren una gran inversión, principalmente en cuestiones de publicidad, marketing, inversión tecnológica, pero los costes de mantenimiento y del producto que se quiere vender, son menores que si se utilizan los canales habituales.

### ***1.2.3. Las últimas tendencias en formación on line***

No querríamos terminar este apartado, destinado a proporcionar una visión general de lo que acontece en España, dentro del mundo del e-learning, sin apuntar algunos de los fenómenos más recientes, y que se dan de forma aislada o concurrente:

- El inicio de la internacionalización de las entidades españolas
- La aparición de plataformas verticales
- La formación de alianzas entre entidades

Dentro de la primera categoría, merece la pena destacar el acuerdo firmado por la OUC, a la que ya nos hemos referido en múltiples ocasiones, con la asociación francesa "La F@c", integrada por diez universidades francesas, con el objetivo de colaborar en el desarrollo de un campus virtual dedicado a formar a los estudiantes franceses en el campo del comercio y la venta. La UOC aporta su experiencia en entornos virtuales de aprendizaje y su modelo pedagógico en la creación de este campus virtual, que las universidades francesas pondrán en funcionamiento en octubre de 2002 con 1.500 estudiantes.

Entre las plataformas verticales destacaremos, sólo a modo de ejemplo, una privada (Educaterra) y una pública (Educastur).

Terra Lycos ha lanzado al mercado Educaterra, un portal vertical con una oferta de servicios de educación y formación on-line orientada al mercado de habla hispana en el que invertirá 8 millones de euros. Educaterra, que se enmarca en la estrategia de Terra Lycos de proveer servicios de valor añadido a través de canales verticales, comienza su actividad en Argentina, Colombia, Chile, España, Méjico, Perú, Venezuela y el mercado hispano de los Estados Unidos. La oferta de este portal vertical, con más de 5.000 horas de formación, está dirigida al mercado residencial, formado por alumnos de escuela y universidad, padres de estudiantes, docentes, investigadores y profesionales. Incluye, a modo de

curiosidad, un sistema de reconocimiento de voz que evalúa la pronunciación y corrige los errores de los alumnos, en los cursos de idiomas. El alumno está acompañado de un tutor a lo largo de todo el proceso formativo.

Educastur es un portal, lanzado por el Principado de Asturias, con servicios y contenidos de interés para todos los actores de la comunidad en la región, con el objetivo de interconectar a "todos sus actores" y modernizar el sistema educativo. La web, gestionada por la Viceconsejería de educación del Principado, ofrecerá información institucional, programa europeos, educación para adultos y nuevas tecnologías, entre otros.

Y, por fin, algunos ejemplo de colaboraciones entre distintas entidades.

Las Universidades Carlos III de Madrid, la de Alicante (UA) y la Autónoma de Barcelona se han asociado a Ediciones Santillana, creando el Instituto Universitario de Postgrado (IUP). Inicialmente ofrecerán ocho titulaciones de tercer grado destinadas a estudiantes españoles y latinoamericanos, aunque su intención es continuar desarrollando la oferta a partir de esa plataforma de salida.

También la Universidad Carlos III , pero esta vez con la Pompeu Fabra (UPF) van a constituir una "Plataforma Digital Universitaria". El acuerdo permitirá a la UCIII la utilización de dos plataformas informáticas desarrolladas por la UPF, la primera de las cuales constituye un entorno virtual que permite a sus usuarios acceder a un conjunto de servicios y facilita la comunicación de todos los miembros de la comunidad universitaria. La segunda, denominada "Aula Global" es una herramienta on-line al servicio de la innovación docente a través de internet, que complementa la labor presencial del profesorado. Por su parte, la Carlos III concederá el derecho de uso de la aplicación "Hidra", que permite mejorar la atención a los usuarios de los servicios informáticos de la Universidad. Estos dos ejemplo ilustran, de forma suficientemente explícita, el futuro que podemos esperar en el ámbito universitario. También es previsible que se

generalice la participación de las entidades financieras en determinados proyectos de enseñanza on-line, como ya lo han hecho La Caixa y el BSCH en la UB Virtual, con el 14,7% cada una.

### **1.3. La situación en otros países**

A pesar de no ser objeto principal del presente estudio, la situación en los países de nuestro entorno político, económico y cultural es de absoluta relevancia para nosotros, ya que el fenómeno de la enseñanza on line no va a quedar en ningún modo excluido de la tendencia globalizante actual.

Dentro del plano teleeducativo mundial se pueden distinguir tres clases de países que son:

1. Aquellos en los que el e-learning se encuentra en un grado de madurez aceptable, en los que además de existir una amplia oferta, se empieza a observar una gran participación de la teleeducación en el sector educativo (más de un 10% [UBELL, 2000]). Entre estos países cabe destacar a EEUU, Australia, Reino Unido, Irlanda y Canadá. Poseen una alta implantación de las nuevas tecnologías y un nivel de renta elevado, y ello sin duda ha contribuido a que estos países sean los que estén a la cabeza de la teleeducación mundial. No por casualidad, los cinco mencionados tienen el inglés como lengua oficial, todos tienen una base cultural sajona y tres de los cinco figuran entre los países más extensos del planeta. Los países nórdicos, que también pertenecen a esta categoría, en nuestra opinión, tienen también buen dominio del inglés, elevada tecnología y densidades de población muy bajas. Estos hechos demuestran que es la conjunción de factores lo que produce la explosión de este tipo de enseñanza, y no uno de forma aislada.
2. El grupo de países en los que la teleeducación está empezando o bien no se ha alcanzado un desarrollo total. En este grupo se encuentra la mayoría de los países europeos de la UE (excepto los anteriormente mencionados)

y los países sudamericanos. Se caracterizan bien por no poseer una lengua de extendido uso mundial (Alemania, Francia, o Italia) o bien porque el desarrollo y, sobre todo, la implantación de las nuevas tecnologías en dichos países, ha sido ligeramente tardío (como en España).

3. El tercer grupo lo forman países en los que la teleeducación apenas existe debido al escaso poder tecnológico de los mismos (por ejemplo la mayoría de los países africanos y asiáticos) o bien porque se han incorporado tarde al desarrollo de las nuevas tecnologías (por ejemplo los países del este incluyendo Rusia).

La principal diferencia que hay entre los países de más experiencia teleeducativa (Inglaterra, y sobre todo EE.UU.) y los que están empezando (como el nuestro) es la magnitud y la diversificación de la oferta.

EE.UU. posee la oferta teleeducativa más extensa y atractiva. A continuación se ofrecen unos datos básicos sobre el mercado de los Estados Unidos, para que sirvan de referencia :

- Según Ubell, la demanda de la teleeducación fue del 5% respecto del total de la demanda educativa y se espera que para el 2002 esta oferta haya alcanzado la cifra del 15 %.
- Los ingresos provenientes de la formación on line superarán los 11.400 millones de dólares en el año 2003, cifra muy superior a los 550 millones de dólares que se destinaron en el año 1998 (educar.org). Similar cifra (11.500 millones) menciona Nuria Amigó (Aefol).
- Un estudio realizado por IDC (International Data Corporation ) en centros de enseñanza superior de los EE.UU. señala que en el 2002 habrá en ese país 2,2 millones de alumnos inscritos en cursos a distancia por internet (cuya cifra fue de 710,000 en 1998), lo que significará el 15% del total de los alumnos de la enseñanza superior (el 5% en 1998). Estas cifras significan un crecimiento anual sostenido, de 1998 al 2002, del 33%.

- Según el mismo informe, para el 2002 el 85% de las universidades norteamericanas con carreras de 2 años y el 84% de las que tienen carreras de 4 años, tendrán implementada la enseñanza on line como parte de su oferta de estudios.
- Más del 90% de las empresas ofrecen formación continua a través de e-learning como un beneficio para sus empleados, e invierten más de 30.000 millones de dólares (otras estimaciones limitan este valor a 15.000 millones).

Esta situación no es en absoluto casual, sino que se labra desde los colegios. Así,

- Un informe del instituto estadístico del Departamento de Educación de los EE.UU., titulado ‘Internet Access in US Public Schools and Classrooms: 1994-1999’, muestra que el número de escuelas conectadas a la Red ha pasado del 35% en 1994 al 95% en 1999, mientras que el número de aulas conectadas ha pasado, en el mismo periodo, del 3 al 63% [12].
- Según el mismo informe, paralelamente al aumento de escuelas conectadas en los EE.UU. se ha producido una generalizada mejora de la infraestructura informática y de conexión: el 86% de las conexiones se hacen utilizando mecanismos de alta velocidad y gran ancho de banda, frente a un pequeño 14% cuya conexión se hace a través de red telefónica convencional y la proporción de alumnos por ordenador ha disminuido de 12 a 9.

Esta base tecnológica, social y cultural hace que el modelo de e-learning americano sea singular, y distinto del europeo, al estar fundamentalmente basado en el empleo de video-conferencia síncrona.

Sólo a modo de ejemplo, la tabla siguiente muestra la oferta existente, en el año 2000, en las universidades americanas y en el ámbito de la ingeniería (Ubell, 2000).

**Tabla 1.7 Oferta de formación on line. Universidades americanas, año 2000**

Entidades	Cursos ofrecidos
Universidad de California, Berkeley <a href="http://explore.berkeley.edu/">http://explore.berkeley.edu/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de información</li> <li>• Comunicaciones digitales</li> <li>• Comercio electrónico</li> <li>• Sistemas de información geográfica</li> </ul>
Universidad de Drexel, Philadelphia <a href="http://online.drexel.edu/">http://online.drexel.edu/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inteligencia artificial</li> <li>• Ingeniería de gestión</li> <li>• Sistemas de información</li> </ul>
Universidad F. Dickinson, Madison N.J. <a href="http://www.fdu.edu/webresources/webcampus.html">http://www.fdu.edu/webresources/webcampus.html</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes de ordenadores</li> <li>• Ingeniería eléctrica</li> </ul>
Universidad Franklin, Columbus, Ohio <a href="http://online.franklin.edu/">http://online.franklin.edu/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciencia de computadores</li> <li>• Gestión de sistemas de información.</li> </ul>
Instituto Tecnológico de Georgia, Atlanta <a href="http://www.conted.gatech.edu">http://www.conted.gatech.edu</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesado digital de señales</li> <li>• Ingeniería mecánica</li> </ul>
Universidad de Hawai, Manoa <a href="Http://www.hawaii.edu/dl/">Http://www.hawaii.edu/dl/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciencias de los ordenadores y de la información</li> <li>• Ingeniería en telecomunicación</li> </ul>
Universidad de Illinois Online, Urbana <a href="Http://www.online.uillinois.edu">Http://www.online.uillinois.edu</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas expertos</li> <li>• Microelectrónica</li> <li>• Electrónica de potencia</li> </ul>
Universidad del estado de Kansas, Maniatan <a href="http://www.dce.ksu.edu">http://www.dce.ksu.edu</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingeniería del software</li> </ul>
Universidad de Mariland, Adelphi <a href="http://www.umuc.edu">http://www.umuc.edu</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de sistemas informáticos</li> <li>• Ingeniería medioambiental</li> <li>• Ingeniería del software</li> <li>• Gestión de telecomunicaciones</li> </ul>
Universidad del estado de Michigan, East Lansing <a href="http://www.vu.msu.edu/">http://www.vu.msu.edu/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telecomunicaciones</li> <li>• Diseño Asistido por ordenador</li> </ul>
Universidad de Nueva York, New York City	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología aplicadas a Internet</li> <li>• Programación</li> <li>• Redes</li> </ul>
Universidad Pace, N.Y City <a href="http://online.pace.edu/">http://online.pace.edu/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciencia de computadores</li> <li>• Sistemas de información</li> </ul>
Universidad del estado de Pennsylvania, University Park <a href="http://www.worldcampus.psu.edu">http://www.worldcampus.psu.edu</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de información geográficos</li> <li>• Ingeniería de control de ruido</li> <li>• Manejo de sistemas de información</li> </ul>
Instituto Tecnológico de New Jersey, Newark <a href="http://www.njit.edu/DL/">http://www.njit.edu/DL/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de redes de ordenadores</li> <li>• Desarrollo de software</li> <li>• Gestión de telecomunicaciones</li> <li>• Desarrollo de WEB's</li> </ul>
Universidad del Sur de California, Los Ángeles <a href="http://den.usc.edu">http://den.usc.edu</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingeniería aeroespacial</li> <li>• Ingeniería eléctrica</li> <li>• Ingeniería Industrial y de Sistemas</li> </ul>
Universidad de Stanford, California <a href="http://scpd.stanford.edu">http://scpd.stanford.edu</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inteligencia artificial</li> <li>• Biología molecular</li> <li>• Comunicaciones en fibra óptica</li> <li>• Comunicaciones inalámbricas</li> </ul>
Colegio de la comunidad del norte de Virginia, Annandale <a href="http://eli.nv.cc.va.us/vc/">http://eli.nv.cc.va.us/vc/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología de sistemas de información.</li> </ul>
Instituto de tecnología Stevens, Hoboken, N.J. <a href="http://www.webcampus.stevens.edu">http://www.webcampus.stevens.edu</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión tecnológica</li> <li>• Gestión de telecomunicaciones</li> <li>• Comunicaciones inalámbricas</li> </ul>
Universidad de Wisconsin, Madison <a href="http://www.uwex.edu">http://www.uwex.edu</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingeniería económica</li> </ul>

Fuente: Ubell, 2000

Si, en vez de por especialidades, quisiéramos citar algún ejemplo de Universidad en concreto, el Massachusetts Institute of Technology tiene una iniciativa, que empezó en 2001 y se prolongará por diez años, para construir 2.000 cursos completos, con sus apuntes, bloques de problemas, conferencias grabadas en vídeo, exámenes, etc, por un importe de más de 100 millones de dólares. En el apartado correspondiente a la metodología, citaremos algunos otros ejemplos relevantes de la universidad virtual en los Estados Unidos. Como resumen, podríamos decir que desde la enseñanza elemental hasta los estudios de postgrado, prácticamente todo se puede estudiar hoy en día en modalidad on line. Sólo es cuestión de elegir el lugar más conveniente entre la gran oferta existente.

Por contraposición, en América del Sur, salvo en el muy destacable caso de la Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey (México), el e-learning aún está por abordarse como una actividad viable en América Latina y, por ello, no existen estudios o investigaciones sobre la situación al respecto. Salvando algunas excepciones, entre las cuales se destaca la antes señalada, podemos afirmar que la enseñanza virtual por internet en América Latina se caracteriza a la fecha por:

- La mayor parte de los sitios web especializados en educación son portales informativos sobre temas educativos y no fuentes de enseñanza on line.
- La inmensa mayoría de los sitios web que se dedican a la enseñanza on line en América Latina no cuentan con soluciones informáticas que les permita gestionar las complejas relaciones que se establece en un campus o escuela virtual, por lo que no integran plenamente los procesos educativos, administrativos y de gestión.
- Los sitios con soluciones para realizar la enseñanza virtual continua por internet en América Latina son generalmente foráneos.
- Salvo en la enseñanza terciaria, la oferta fundamental de enseñanza on line en América Latina es realizada por instituciones que normalmente no tienen ninguna relación con la enseñanza presencial.



Los más de 57 millones de alumnos de primaria y los 16 millones de usuarios de internet (66 millones previstos para el 2005) son, sin embargo, una apuesta de indudable futuro para la enseñanza on line en el sur del continente americano.

En Europa, a pesar de tener una población mayor que los Estados Unidos y una riqueza similar, el mercado de la enseñanza on line no alcanza los 4.000 millones (estimación para el 2004), o sea supone menos de una tercera parte del mercado americano. Sólo los países nórdicos tienen estándares similares a los de los Estados Unidos, pero su pequeña población les hace pesar poco en las estadísticas a nivel de Europa completa.

Existe un cierto compromiso institucional: la Comisión Europea está apoyando el "e-learning Action Plan", desarrollado a partir de una iniciativa de mayo de 2000. Así, la resolución del Consejo 2001/C-204/02 de 13 de Julio del 2001, citando entre otras la Comunicación de la Comisión titulada "Plan de acción del e-learning: concebir la educación del futuro" de 28 de marzo del 2001, invita (entre otras...) a los Estados miembros a que:

- prosigan su labor referente a la integración efectiva de las TIC (tecnologías de la información y las comunicaciones) en los sistemas de educación y formación
- que exploten el potencial que ofrece internet y los entornos de trabajo multimedia
- prosigan su labor de formación inicial y formación permanente del profesorado
- apoyen la creación y explotación de una pedagogía innovadora que incorpore el uso de la tecnología dentro de enfoques más interdisciplinarios amplios

E invita a la Comisión Europea a que:

- Preste especial atención, en la aplicación del plan de e-learning, a la labor relacionada con las prioridades clave, como el intercambio de experiencias y de buenas prácticas entre estados miembros.
- Siga respaldando los portales europeos existentes, fomente la creación de otros portales para facilitar el acceso al contenido educativo y promueva la colaboración
- Apoye el desarrollo de recursos educativos multilingües, plataformas y servicios europeos.
- Emprenda estudios sobre las estrategias aplicables a los enfoques innovadores en el campo de la educación, a los aspectos pedagógicos de las nuevas tecnologías, a los puntos fuertes y débiles del sector multimedia europeo y al potencial de los centros científicos e instituciones culturales como nuevos entornos del aprendizaje.
- Informe al Consejo sobre todas las actividades realizadas y los progresos conseguidos antes de diciembre de 2002.

El Plan de acción e-learning (nota: en inglés incluso en la versión oficial española) se describe en una Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo, de fecha 28 de marzo de 2001, e incluye un horizonte temporal 2001-2004. Esta iniciativa tiene como objeto, en primer lugar, acelerar el despliegue de una infraestructura de calidad a costes accesibles. En este sentido, recoge y completa los objetivos de e-Europe:

- Dotar de acceso a internet a todas las escuelas y todas las salas de clase.
- Conectar a las escuelas a las redes de investigación y alcanzar la relación de 5 a 15 alumnos por ordenador multimedia en 2004.
- Garantizar la disponibilidad de servicios de apoyo y de recursos educativos en internet, así como de plataformas de aprendizaje.

La iniciativa contempla también una intensificación del esfuerzo de formación a todos los niveles, en particular, mediante la promoción de una cultura digital para todos, y la generación de formaciones adecuadas para profesores, que contemplen no solamente la formación a la tecnología, sino sobre todo en el ámbito de la utilización pedagógica de la tecnología.

Sin embargo, y a pesar del interés que parece despertar la iniciativa en los propios foros Comunitarios, no se ha puesto en marcha ninguna línea presupuestaria específica, y los propios documentos oficiales hablan de "Instrumentos de movilización comunitaria" para la aplicación del e-learning, entre los que cabe destacar:

- Los programas para la educación, la formación y la juventud, denominados Sócrates, Leonardo y Juventud y suman un presupuesto de 3250 millones de euros (2000-2006), de los que hasta un 10% se podrá invertir en acciones de e-learning. El programa Sócrates cuenta con un presupuesto de 1850 millones de euros (2000-2006), y se divide en ocho acciones distintas, de las que la más relacionada con el e-learning es Minerva, que promueve la cooperación europea en el ámbito de la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación en la educación y la enseñanza abierta a distancia. Cubre todos los sectores educativos, y tiene un presupuesto que ronda los 10 millones de euros anuales. El programa Leonardo cuenta con 1160 millones para el periodo 2000-2006, y hasta la fecha un 10% de los programas acogidos a él hicieron uso de las TICs. En la mayoría de los casos, los programas han de ser abordados por empresas de varios países, y cuentan con una financiación del 50%.
- El Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) cuenta con un presupuesto de 120.000 millones, y cuenta con 400 millones destinados a acciones de innovación, uno de cuyos tres temas es "la sociedad de la información al servicio del desarrollo regional".

- El Fondo Social Europeo (FSE) dispone de medios importantes (60.000 millones) para la adaptación de los sistemas educativos y de formación, y para la generalización de los mejores modelos a escala europea.
- Por fin, el Banco Europeo de Inversiones (BEI) tiene líneas importantes (12.000 millones, para "innovación 2000"), que son aplicables a este tipo de proyectos.

Durante la última cumbre mantenida en Bruselas sobre esta materia, la Unión Europea se comprometió a destinar 1.000 millones de euros para el crecimiento y apoyo a la formación on-line en el continente, con el objetivo de que este sistema de aprendizaje alcance un índice de participación en toda Europa del 30%.

Entre las iniciativas nacionales, es de resaltar el Reino Unido, con su iniciativa Superhighways, que desembocó, en 1998, en la National Grid for Learning. Está constituida por un mosaico de redes y servicios educativos interconectados a través de internet, y ofrece apoyo a la enseñanza, el aprendizaje, la formación y administración para los centros de enseñanza, los museos, las empresas y los hogares. Es un medio para encontrar y utilizar recursos multimedia educativos en línea y posee un presupuesto de 148 millones de euros.

El hecho es que, con o sin apoyo centralizado a nivel europeo, está empezando a surgir universidades virtuales, como la Finnish Virtual National University (Finlandia), la Bayerische Virtuelle Universität (Alemania), British e-university, etc. En España, como ya antes mencionamos, tenemos la UOC, que junto a la primera de las mencionadas, será objeto de análisis detallado en el capítulo siguiente de este trabajo.

En resumen, podemos decir que Europa está empezando a despertar, pero con las honrosas excepciones de los países nórdicos (Finlandia es comparable a Estados Unidos en ordenadores por persona, y en escuelas conectadas a internet, y es el

país con más "sitios" por persona del mundo) y del Reino Unido, el resto está muy atrasado con respecto a los EE.UU.

Por fin, y antes de cerrar este apartado, creemos oportuno mencionar que el Gobierno Chino ha establecido el objetivo de tener 5 millones de estudiantes en "colleges on line" para el años 2005. Qinghua University, Remmin University, Unan University, Peking y Fudan University tienen ya operativos programas piloto.

A la vista de todos estos progresos, y a pesar de los inconvenientes tecnológicos (citados siempre por todos, con profusión), de que nuestra base cultural no es demasiado propensa al trabajo en solitario (los alumnos se quejan de que no obtienen el enriquecimiento social al que están acostumbrados) y de que nuestra estructura de poblamiento tiende cada vez más a las grandes ciudades, es muy probable que la enseñanza on line siga los patrones de crecimiento del resto de los países europeos. No veremos un crecimiento explosivo, pero tasas de dos dígitos serán normales durante toda la década. Así, el volumen económico del sector en España, que ronda hoy los 150 millones de euros, probablemente alcanzará los 300 en el 2005.

Por último, queremos destacar uno de los aspectos más favorables para el mercado español de la teleeducación, y es que está igualmente abierto al mercado hispanoamericano. Al compartir la lengua castellana con los países hispanoamericanos, la oferta de teleeducación es igualmente válida allí que en España, con lo el número de clientes potenciales se ve incrementado de forma espectacular. La presencia de las grandes empresas multinacionales españolas de diversos sectores no puede sino ayudar a que el fenómeno se desencadene. A pesar de que, en este momento, la América con herencia hispana pueda tener un cierto retraso en el ámbito de tecnologías, es sólo cuestión de tiempo que acabe siendo un mercado con posibilidades para las entidades de teleeducación españolas. Tendremos, entonces, una comunidad de hispano-parlantes virtual

similar a la que hoy forma el grupo de naciones más tele- avanzadas, todas con el idioma inglés

#### **1.4. La opinión de los profesionales y de la empresa**

En este apartado intentamos recoger la opinión que sobre la enseñanza on line tienen los responsables de recursos humanos de la empresa. Hay que pensar que, si bien el objetivo principal de los centros de formación on line es formar a sus alumnos, y el de ellos obtener un trabajo lo mejor posible, la cadena se rompería si los responsables de las empresas, y los departamentos de recursos humanos, no reconocieran la validez de la enseñanza on line como tal.

Los resultados a continuación expuestos fueron presentados y debatidos durante un seminario organizado por Aedipe, el pasado 30 de mayo. Prestigiosos representantes de tres conocidas empresas expusieron los resultados de las últimas investigaciones llevadas a cabo al respecto.

La empresa Global Estrategias realizó, en los meses de septiembre y octubre del 2001, un estudio sobre la Formación on line como un recurso a ser utilizado y valorado en la empresa. El estudio está basado en una encuesta realizada a una muestra de 62 empresas españolas, con departamento de Recursos Humanos, y que cubren diversas áreas de la actividad económica en nuestro país, como las Tecnológicas, Industriales, Financieras, Servicios y Organismos oficiales. Se utilizan los resultados obtenidos por esa empresa como base de información secundaria, al considerarlos suficientemente válidos y actualizados.

El estudio está dividido en dos bloques: el primero "Situación y predisposición de las empresas para implantar la FOL", trata de explicar la posición de partida de la empresa española: recursos propios y externos, problemática interna, situación tecnológica, etc. La segunda parte "Cómo se va a implantar la formación on line"

se centra en el planteamiento inicial de cómo, a quién y donde se va a impartir la FOL en la empresa.

El Grupo Doxa, que acumula la experiencia acumulada en 25.000 alumnos, presentó los resultados preliminares de su estudio de investigación. Este grupo maneja una muestra de 60 empresas, pertenecientes a diferentes sectores de actividad, y segmentadas de acuerdo con su tamaño (de 200 a 2.000 trabajadores y más de 2.000) y su nivel de desarrollo tecnológico. Su metodología se basa en una entrevista en profundidad a cada una de las empresas, con periodicidad anual. Además de confirmar algunos de los aspectos recogidos en el informe de Global Estrategias, en el sentido de la participación de las empresas, y del gasto de las mismas en formación, son de resaltar las siguientes conclusiones:

- Más del 95% de las empresas del panel están realizando, o van a realizar proyectos de e-learning durante el años 2002 (sólo el 53% el año pasado)
- El e-learning representa el 2,8% de la inversión en formación empresarial (el 4% para las empresas del panel considerado). La expectativa es alcanzar el 20% en el año 2005, aproximándose a las tasas europeas. Las empresas se autopoicionan como en fase emergente", próxima al despegue.
- Las empresas medianas se van añadiendo al reto del e-learning . Sin embargo, siguen siendo las empresas grandes del sector de las telecomunicaciones las que mayores proyectos de e-learning acometen.
- Sólo un 11% de las empresas no piensa implantar un sistema de e-learning en los próximos años
- Los responsables de formación de las empresas tienen a considerar que el modelo de futuro es una combinación de las modalidades presencial con apoyo multimedia y e-learning. De hecho, se constata una importante caída de la formación a distancia tradicional en beneficio del e-learning.
- A modo de curiosidad, pero en nuestra opinión relevante para el presente estudio, está el hecho de que el 93% de los procesos formativos se llevan

a cabo en horario laboral. Sólo el 7% señala que la formación se lleva a cabo indistintamente dentro o fuera del horario de trabajo.

El ponente del Grupo Doxa explicó, asimismo, que el sector mueve en España un volumen económico próximo a los 150 Millones de euros, frente a los 700 de Alemania y el Reino Unido, los 500 de Francia y los 200 de Italia.

La empresa Soluziona, que agrupa los servicios profesionales del Grupo Unión Fenosa, presentó también los resultados de su estudio de e-learning. Reconoce una tasa de respuestas del 43% (no declaró el tamaño de la muestra), y las empresas representan a buena parte de la actividad económica. Casi todas son empresas grandes, y un 71% de las mismas elabora un plan de formación anual. Como en los casos anteriores, pasamos a recoger las conclusiones más importantes, de forma que sean complementarias a las de las empresas ya mencionadas.

- La dirección de RRHH es responsable, en un 68% de los casos, de la selección de los cursos y los contenidos, y en un 80% de los casos decide sobre el presupuesto a emplear. La inversión media por empleado se cifra en unos 300 euros.
- La presencia sigue siendo la modalidad de formación más común, en un 96% de los casos. Los formadores externos absorben el 42% de la formación.
- El 46% de las empresas encuestadas son usuarios actuales de la enseñanza on line. De los no usuarios, el 93% declara que lo van a utilizar ( 23% de forma inmediata, 62% a medio plazo y 15% en el largo plazo).
- En el 51% de las empresas que van a implantar o tienen implantado el e-learning, este tipo de enseñanza se dirigirá a todos los empleados.
- El 90% de las compañías declaran un índice de satisfacción positivo respecto al e-learning.
- La inversión anual por empleado en e-learning será menor de 120 Euros.



Como conclusión, la empresa Soluziona ofrece también las principales ventajas e inconvenientes del e-learning, vistos desde la perspectiva de los Directores de recursos Humanos. Así, las principales ventajas son: aprendizaje en cualquier momento (21,9%) y desde cualquier sitio (18,8%), posibilidad de compaginarlo con otra actividad (18,8%) y aprovechamiento del tiempo (12,5%). Entre las desventajas destacan: es necesario un buen equipo informático (17,6%), sobrecarga de trabajo (17,6%), la tecnología no está del todo adaptada (11,8%), inversión inicial fuerte (11,8%) y falta de relación personal (11,8%).

Como se ha podido apreciar, las tres empresas ofrecen una panorámica bastante coincidente, tanto en lo que respecta a la situación actual como a la probable evolución futura.

Con esta perspectiva a medio plazo, nuestros alumnos verán reconocidos sus títulos y sus conocimientos, e incluso serán valorados por haber participado en este tipo de enseñanza novedosa. Con casi absoluta certeza, se verán inmersos en cursos de especialización on line, con lo que podrán a su vez probar la destreza adquirida en este tipo de enseñanza. La presión generalizada sobre los costes a nivel empresarial impedirá que la enseñanza on line, por otra parte, obtenga rendimientos económicos elevados.

### **1.5. Las asociaciones de ámbito nacional.**

A pesar de no ser objeto principal del presente estudio, hemos querido recoger en este apartado la situación del asociacionismo en el sector en España. Están surgiendo asociaciones diversas, todas ellas muy jóvenes y con unos objetivos en algunos casos muy similares, sólo el futuro nos podrá decir cuáles de ellas sobrevivirán y se consolidaran como verdaderos referentes de usuarios, empresas y particulares.

Vamos a dar una rápida visión sobre las cuatro asociaciones que hemos considerado más representativas, aparecen según la antigüedad de constitución.

### ***1.5.1. La Asociación de Usuarios de Internet (A.U.I.)***

Se constituyó en Madrid con ámbito nacional el 5 de julio de 1995. Esta registrada en el Registro General de Asociaciones del Ministerio del Interior con el número 160.095.

Sus fines fundamentales están recogidos en el artículo 2º de sus estatutos: *"promover, sin ánimo de lucro, el uso de las Autopistas de la Información en general, de las redes de telecomunicaciones nacionales e internacionales y, en especial, de INTERNET, fomentando su utilización en los ámbitos profesional y doméstico de forma ordenada, dar a conocer el estado de la tecnología y el derecho relativo a las mismas, así como proteger los intereses de los usuarios de las mismas"*.

Tal y como se recoge en dichos estatutos para llevar a cabo sus actividades la Asociación podrá organizar congresos, conferencias, estudios, sesiones de trabajo, cursillos de divulgación, proyecciones, concursos y actos de carácter análogo, sometiéndose en cada caso a lo que disponga la legislación vigente.

Es una organización que sin ánimo de lucro surge como punto de encuentro de un grupo de personas que colaboran -a lo largo de los años 1993 y 1994- en la creación, edición y redacción de la primera revista que se hace en España dedicada íntegramente a Internet.

Los fines de la Asociación están recogidos en sus estatutos y son básicamente dos: por un lado, promover el uso y conocimiento de las autopistas de la información y por otro defender los derechos de los usuarios.

La Asociación se rige por una Junta Directiva, la actual fue elegida en el año 2.000 y se renueva cada tres años; tiene un presupuesto anual de aproximadamente 72.000€, cuenta con socios individuales y socios empresariales. El número total de afiliados supera en este momento los 8.000.

Haremos un breve repaso sobre las actividades en las que ha participado la Asociación:

- Asesoramiento de la Administración y de los órganos reguladores: La Asociación de Usuarios de Internet está presente en diferentes foros y mesas de trabajo en los siguientes Organismos: Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones, Ministerio de Fomento, Comisión de Seguimiento de los Servicios de Acceso a la Información, etc.,.
- Defensa y asesoramiento de los Usuarios: La Asociación vela por la defensa de los intereses de los usuarios, intentando aportar soluciones específicas a los problemas que se plantean en cada momento. Dispone de una ventanilla electrónica que recoge quejas y sugerencias de todos aquellos que nos las quieren hacer llegar. Anotar en este punto que fue la primera que alertó a la Administración y a los operadores sobre el impacto del cambio de tarifas en el uso de la Red.
- Colaboración con otras organizaciones nacionales e Internacionales: AUI mantiene un estrecho contacto con diferentes asociaciones a nivel nacional e internacional.
- Nodo neutro: Promovió y coordinó en su día, la creación y puesta en marcha del nodo neutro Espanix, que es un punto de interconexión que engloba a todos los operadores con conectividad internacional que ha permitido una mejora de las comunicaciones en España marcando una nueva época en las telecomunicaciones en nuestro país.
- Agencia de Protección de Datos, colaboró, en la preparación de un catálogo informativo para los usuarios de la Red con información sobre como proteger los datos de carácter personal en la Red.

- Conferencias y seminarios, a lo largo de estos años ha participado en más de 180 actos algunos de ellos fuera de España.
- Estudios relacionados con Internet: Con carácter anual realiza un estudio General de Usuarios que intenta dar información acerca del perfil y hábitos y preferencias de uso de usuarios de Internet en España, demografía actual y desarrollo demográfico.
- Grupos de Trabajo: La Asociación funciona como base para poner en contacto a personas con intereses comunes en algún tema relacionado con Internet.
- El Boletín de la Asociación - InfoAUI - es el elemento de comunicación, de difusión gratuita y de carácter monográfico que cuenta con más de 23.000 suscriptores en este momento y del que ya se han publicado 15 ediciones.
- Su WEB es un punto de encuentro dinámico que aporta información y servicios prácticos a los usuarios. Este web contabiliza una media de 350 visitas diarias.

En cuanto a relaciones Institucionales AUI esta presente en los siguientes estamentos:

- Ministerio de Ciencia y Tecnología: Es miembro de la Comisión para la Supervisión del Servicio de Acceso a la Información de la Secretaría General junto a otras asociaciones empresariales y de usuarios.
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT): consultada periódicamente por la División del Audiovisual en temas relativos al acceso a Internet.
- Senado: Participando como ponente en diferentes comisiones.
- Comissionat per la Societat de la Informació (Generalitat de Catalunya).
- ICANN, entidad autónoma que gestiona los recursos compartidos de Internet a nivel mundial.
- Internet Society ISOC.

- AUI tiene también tratados de cooperación con otras Asociaciones de ámbito Internacional como puede ser AHCIET, junto con quién apoya activamente el desarrollo de Internet en América Latina.

La Asociación mantiene una estructura estable formada por cuatro personas: un Director-Gerente, un responsable de Prensa-Comunicación, un Webmaster y un Documentalista. Los asociados pueden ser individuos o empresas. La distribución geográfica de los Asociados en Noviembre de 2001 es la siguiente:

*Distribución geográfica de los asociados AUI. Nov.2001 (personas/%)*

<b>Comunidad</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
ANDALUCÍA	266	3,0%
ARAGÓN	444	5,0%
ASTURIAS	621	7,0%
BALEARES	533	6,0%
CANARIAS	266	3,0%
CANTABRIA	355	4,0%
CASTILLA LEÓN	178	2,0%
CASTILLA MANCHA	533	6,0%
C. CATALANA	1.065	12,0%
C. VALENCIANA	888	10,0%
EXTREMADURA	355	4,0%
GALICIA	533	6,0%
MADRID	976	11,0%
MURCIA	355	4,0%
NAVARRA	710	8,0%
PAÍS VASCO	621	7,0%
LA RIOJA	178	2,0%

*Fuente: AUI*

Dentro de las actividades organizadas por AUI en el año 2000, último año del que tenemos datos disponibles, caben destacar dos que pueden afectar más directamente al objeto de este estudio. Dichas actividades son:

- La organización de dos eventos de referencia en España, con un crecimiento superior al 30% sobre el año anterior. Mundo Internet y ExpoInternet (únicamente el SIMO supera en visitantes y expositores a los eventos organizados por AUI).
- La otra actividad es el Proyecto Internet para todos consiste en un CD ROM para acercar la sociedad de la Información a todos los ciudadanos. Tiene como objetivo difundir y enseñar las posibilidades de la Red a los no conectados. El CD es de difusión gratuita para asociaciones, centros docentes, colectivos y organizaciones ciudadanas que deseen adquirir o transmitir conocimientos básicos sobre Internet. Con él los padres y profesores pueden tomar conciencia del potencial formativo y educativo de este medio, conociendo los riesgos y los mecanismos para reducirlos. Se han distribuido más de 5000 ejemplares de este CD fundamentalmente a Bibliotecas, Asociaciones y Centros educativos y se esta utilizando como herramienta de aprendizaje y práctica con una gran aceptación en el ámbito escolar y en los colectivos de gente mayor.

### ***1.5.2. La asociación española de formación a distancia por internet (AEFADI)***

El lema de AEFADI es “Velamos por la Calidad de la enseñanza a través de internet”. Fue aprobada por el Ministerio del Interior el 25/01/2000. Su objeto social lo constituyen las siguientes actividades:

- El fomento, promoción e impartición de programas de Formación a distancia por INTERNET. Se incluyen programas "Master" para post-graduados y cursos y seminarios específicos, teniendo siempre como

objetivo prioritario la formación de los alumnos para su posterior inserción en el Mercado Laboral o la mejoría de la cualificación profesional de los mismos.

- La organización de cursillos, congresos, certámenes, seminarios específicos, etc... relacionados con lo especificado en el apartado anterior.
- El asesoramiento y colaboración con entidades públicas y privadas relacionadas con la actividad docente, así como con las Administraciones Públicas: Central, Autonómicas y Locales.
- La difusión, promoción y defensa de la deontología profesional en el campo de la actividad docente a través de INTERNET.
- La defensa de los intereses profesionales de los Centros, Escuelas, Institutos, Academias, Asociaciones y Fundaciones asociadas. La colaboración con entidades y asociaciones de todo el mundo con fines análogos.
- Entre sus actividades dispone de cursos como: Ofimática, Diseño de Páginas web, profesor virtual, plataformas virtuales educativas.

Como derechos de los socios podemos destacar la certificación, expedida a favor de cualquier alumno matriculado en Centro, Instituto, Escuela, Asociación, Fundación, etc, que sea socio numerario de la Asociación, que garantiza el aval académico de la Asociación de los estudios realizados por el solicitante. En este sentido la Asociación deberá llevar un registro de las certificaciones expedidas, haciendo constar todos los datos del socio solicitante, y del alumno a favor del que se expedirá la certificación, denominación de los estudios realizados, horas lectivas, créditos, etc. de los mismos y fecha de finalización.

Esta asociación ofrece varios listados muy completos de Instituciones educativas con las que contactar directamente a través de sus páginas web y, asimismo, presenta una relación de direcciones de Internet con contenidos educativos. Actualmente están trabajando para ofrecer un listado de los centros que imparten formación on line.

Ofrece asimismo, un servicio de auditoría de web con el que otorga el Certificado de calidad AEFADI.

### ***1.5.3. La Asociación de E-Learning (AEFOL)***

Cuyas siglas corresponden a Asociación Española de Formación On Line, se ha convertido en la asociación de e-learning líder en España tanto por sus asociados como por sus actividades y servicios.

AEFOL nació en y desde Internet, y reivindica un nuevo modelo asociativo dónde sea más importante el compartir conocimiento, el construir conjuntamente, y los servicios reales, que otros posicionamientos y estructuras clásicas, respetables en otras asociaciones, pero que no son el modelo de ésta.

En Mayo 2001, con intención de impulsar el e-learning y, particularmente, de compartir conocimientos y experiencias de este sector, nace una asociación abierta a todos aquellos que quieran aprender y compartir.

Es una asociación sin ánimo de lucro, profesional e independiente, al servicio de los profesionales, empresas e instituciones que deseen compartir su conocimiento en e-learning. Es una asociación de ámbito nacional registrada en el Ministerio del Interior del Gobierno español con el número 168.319.

Acorde con su filosofía, AEFOL pretende crear una comunidad virtual en la que, mediante la utilización de una serie de herramientas útiles, se puedan adquirir y compartir los conocimientos necesarios para impulsar y mejorar el e-learning.

Su misión consiste en ayudar a las empresas y profesionales a compartir experiencias y know-how necesarios para satisfacer sus necesidades académicas y profesionales.



La finalidad de este entorno es que todos aquellos asociados puedan ganar conocimientos e impulsar las relaciones entre ellos. Su único fin es impulsar y dar a conocer al mundo qué es el e-learning.

AEFOL ofrece la posibilidad de compartir todos aquellos conocimientos que se deseen aprender o publicar. Además ofrece una extensa lista de contactos con sus asociados y links con páginas webs donde se publican estudios del sector estando al día de las últimas novedades. Está desarrollando actividades de asesoramiento en primer grado para sus asociados, con el objetivo de favorecer una mayor neutralidad y ayudar a centrar los aspectos necesarios que puede requerir una implantación y estrategia de e-learning en las empresas.

AEFOL no intenta suplir ninguna actividad de consultoría de e-learning, pero sí que tiene como objetivo divulgar el e-learning e incentivar el sector para obtener un futuro sostenible.

Las actividades de AEFOL son:

- Modelos pedagógicos y realidades del e-learning.
- Cómo seleccionar la tecnología acorde con la realidad presente y futura.
- Ayuda a seleccionar proveedores de tecnología y contenidos.
- Tendencias del e-learning en nuestro mercado así como otros países.
- Modelos comerciales de e-learning y posicionamiento.
- Asesoramiento en contenidos así como metodologías.

El objetivo es fortalecer el sector del e-learning, y del sector de proveedores de e-learning, es que está muy atomizado y muy segmentado, por tanto poco transparente a la hora de realizar estrategias de e-learning, así como selección de proveedores.

Su intención es que después de realizar un primer asesoramiento, sus asociados más cualificados para esa tarea puedan continuar con las labores de implantación del e-learning. Quiere hacer sencillo el e-learning y darle la transparencia necesaria para que los proyectos sean de futuro.

Desde el laboratorio de AEFOL se realizan estudios periódicos sobre el sector así como seguimiento de proveedores y proyectos. Actualmente AEFOL cuenta con una plantilla de profesionales dedicados a la elaboración de este tipo de trabajos, así como la experiencia verificada.

AEFOL posee alrededor de cien asociados y colaboradores.

#### ***1.5.4. Asociación de Proveedores de e-learning (ApeL)***

Un grupo de empresas significativas en el mercado español dedicadas al creciente mercado del e-learning, han decidido unir sus esfuerzos en la promoción del conocimiento, la utilización y el desarrollo de los servicios y productos de formación mediante medios telemáticos, a través de la creación de la Asociación *APeL* (Asociación de Proveedores de e-learning).

*APeL* nace como asociación sin ánimo de lucro, con el fin de contribuir a la divulgación y la formación de un sector incipiente pero de enorme potencial.

La Asamblea Fundacional se celebró en Madrid el día 13 de diciembre de 2001, se suscribieron 23 empresas como miembros fundadores de la Asociación.

*APeL* es una Asociación abierta a todos aquellos que, cumpliendo los requisitos estatutarios, deseen participar en este proyecto, y aseguran que son muchas las empresas que han demostrado interés.

Según el Presidente de la actual Junta Directiva “La Asociación APeL de proveedores de e-learning nace con el objetivo de convertirse en el punto de referencia para las empresas interesadas en saber más sobre los procesos de formación a distancia por medios telemáticos. El e-learning está ya cambiando la forma de aprender en los países avanzados y, por fin, hace realidad el principio de igualdad en la formación de personas, empresas y entidades que se encuentran ubicadas lejos de los centros de concentración del saber...”

La Asociación APeL tiene como fines, no lucrativos, defender los intereses de los Proveedores de e-learning y promover la formación, el conocimiento, la utilización y el desarrollo de los servicios y productos de formación, mediante medios telemáticos, en colaboración con Entidades y Organismos interesados y con centros públicos y privados de investigación y desarrollo, españoles y extranjeros, relacionados con e-learning, realizando para ello todas aquellas actividades necesarias de información, representación y negociación. Para el debido cumplimiento de sus fines tiene las siguientes funciones y facultades:

- La negociación colectiva laboral.
- El planteamiento de conflictos de trabajo.
- El diálogo social.
- La participación institucional en los Organismos Públicos de las Administraciones Laborales.
- La coordinación y defensa de los intereses comunes profesionales, económicos y empresariales de sus asociados.
- Dotar a los asociados de un instrumento válido de participación en la elaboración de la política del sector y que actuará como interlocutor ante las Administraciones públicas.

La actividad de la Asociación, como consecuencia de su finalidad constitutiva, tenderá en particular a:

- La representación, gestión y defensa de los intereses empresariales de sus miembros.
- Informar a todos los potenciales interesados sobre las ventajas del e-learning (formación mediante medios telemáticos), divulgando periódicamente los últimos avances y fomentando su uso. Dotar a los asociados de un instrumento válido de participación en la elaboración de la política del sector y que actuará como interlocutor ante las Administraciones públicas.

La actividad de la Asociación, como consecuencia de su finalidad constitutiva, tenderá en particular a:

- La representación, gestión y defensa de los intereses empresariales de sus miembros.
- Informar a todos los potenciales interesados sobre las ventajas del e-learning (formación mediante medios telemáticos), divulgando periódicamente los últimos avances y fomentando su uso. Crear una base de datos, a la que puedan acceder todos los interesados, con la disponibilidad de productos relacionados con el e-learning.
- Informar a los asociados sobre las ayudas que puedan existir para la implantación y/o desarrollo del e-learning.
- Promover la realización de actos de divulgación del e-learning, organizando Conferencias, Jornadas, Seminarios, Ferias y Congresos y colaborando en aquellos actos que con la misma finalidad organicen otras Entidades, así como la edición de revistas técnicas.
- Realizar y divulgar, cuando proceda, estadísticas y estudios sobre el sector y crear un fondo documental.
- Fomentar la formación, y en particular la que se realice por medios telemáticos.

- Participar, junto con empresas y organismos públicos y privados, españoles y extranjeros, en la elaboración de Normas de homologación y Códigos deontológico.
- Establecer contactos y formalizar los acuerdos de intercambio y cooperación con Entidades y Organismos públicos y privados, españoles y extranjeros, cuyas actividades y/o actuaciones estén relacionadas con los fines de la Asociación.
- Recomendar normas y criterios que garanticen la correcta instalación del e-learning a los usuarios finales.

Otras actividades que realizan las comisiones creadas dentro de la asociación son:

- Planificación de acciones para promover y difundir el e-learning en el Mercado Español.
- Potenciar la Asociación como Punto de Referencia del mercado de e-learning, para que las empresas y usuarios tengan como proveedores a las empresas asociadas.
- Edición de un Boletín Informativo de la Asociación Bimensual.
- Realizar un Estudio de Sector y un análisis de Tendencias de futuro.
- Dar Imagen del Sector mediante reuniones con la prensa especializada y divulgativa.
- Creación de una página Web de la Asociación que incluya datos, comunicaciones, ferias, actos de la Asociación y Catálogo de los asociados con sus productos y servicios.
- Organización de Seminarios Internos de interés para todos los asociados (Tecnología, Trabajo, Gestión de empresa, Legislación, etc.).
- Presencia en Instituciones Internacionales y Nacionales.
- Participar en Redes Europeas, Bolsas de Partenariado.
- Proyectos, Seminarios y Congresos.
- Poner en marcha El “Sello De Calidad” de la Asociación Apel.

- Especial atención a los movimientos y acuerdos Internacionales para la Estandarización de Sistemas de Edición de Contenidos, Polivalencias, etc.
- Establecimiento de relaciones con Asociaciones Internacionales.
- Organización del Salón Monográfico de EXPOeLEARNING.

## **2. APROXIMACIÓN A LAS DISTINTAS METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA ON-LINE**

El presente capítulo intenta hacer un recorrido por las diferentes variedades de enseñanza on line, efectuadas sobre todo en los ámbitos de la enseñanza de postgrado y la enseñanza especializada. Hemos intentado cubrir algunos de los modelos pedagógicos que se consideran clásicos, aunque la persecución de cada una de las peculiaridades de cada una de las instituciones y sus cursos es una tarea que excede a los objetivos de este estudio. Básicamente, se ha contemplado desde opciones prácticamente síncronas (modelo Duke) a prácticamente asíncronas (UOC), pasando por opciones intermedia que implican algún grado de enseñanza presencial (IE, IEDE).

### **2.1. Modelos norteamericanos y europeos**

#### **2.1.1. Phoenix University**

University of Phoenix es una institución privada, con fines lucrativos, dedicada a la educación superior cuyo objetivo es proporcionar una educación de alta calidad a estudiantes adultos que trabajan. La universidad identifica las necesidades educativas y proporciona por medio de métodos innovadores, entre ellos las tecnologías educativas a distancia, el acceso a la educación a adultos que trabajan sin importar su ubicación geográfica.

Fundada en 1976, fue una de las primeras universidades acreditadas que ofrecieron programas universitarios completos vía Internet desde 1989. Hoy en día, cuenta con más de 25,700 estudiantes on-line, que cursan licenciaturas, másters o doctorados, y ofrece carreras completas en Administración, Comercio, Tecnología, Educación y Enfermería.

Con más de 89,000 estudiantes inscritos y 71 centros de aprendizaje establecidos en 18 estados, Puerto Rico, Vancouver, y Columbia Británica, es la institución privada de educación superior más grande en los Estados Unidos, y la más acreditada entre las que ofrecen carreras on-line.

Su metodología es muy similar a la empleada por la EOI, por lo que se remite al lector al correspondiente apartado para su lectura detallada. De hecho, el método actualmente empleado por la EOI es una derivación del de Phoenix.

### **2.1.2. Duke University**

La Universidad de Duke fue fundada en 1924, y se considera una de las punteras a nivel mundial tanto en lo que se refiere a enseñanza como a investigación. La “Fuqua School of Business”, fundada en 1968 con una donación de JB Fuqua ha tenido un desarrollo espectacular que la ha llevado a los puestos más altos de todas las clasificaciones. Situada ya en 1986 entre las diez mejores de los Estados Unidos, figura en el número 5 del ranking de Business Week, y sus programas MBA están colocados aún más arriba (número 2 para US News and World report y número 3 para Financial Times). Sin entrar en las consideraciones que todas estas clasificaciones pueden tener, sin duda alguna los MBAs de Fuqua se sitúan entre los mejores del mundo.

En el área del e-learning, Fuqua ha apostado siempre por situarse en la vanguardia de la tecnología, apoyándose en un departamento de IT (information technology) que proporciona una visión del “estado del arte” en lo que se refiere a los entornos de comunicaciones y en alianzas con algunas de las más reconocidas empresas de telecomunicaciones del mundo (Telesuite Corporation, Nortel Networks, etc). Entre sus logros, merece la pena destacar los siguientes:

- Primera escuela de negocios que introdujo el PC como herramienta para la enseñanza (1983)



- Primera escuela que introdujo internet como ayuda para el estudio (1994)
- Primera escuela de negocios que lanzó un MBA que combina el modo presencial internacional con la enseñanza a través de internet (Global Executive MBA, 1996)
- Primera escuela de negocios que puso a punto un “entorno de aprendizaje virtual” (1999)
- Primera escuela de negocios en desplegar una interconexión trasatlántica que permite teleconferencias por internet (2000)

El enfoque de Fuqua está, pues, basado en la utilización de las últimas tecnologías en lo que a ordenadores, software y telecomunicaciones respecta. Su “Computer mediated learning environment” consiste en una serie de aplicaciones que, además de los tradicionales correos y acceso a la web, incluye una serie de programas especiales de comunicaciones, entre ellos la pizarra electrónica, que permiten que el profesor y los alumnos estén conectados en un entorno que difiere muy poco del presencial. El profesor puede mostrar a los alumnos diferentes esquemas en la pizarra electrónica, y los alumnos efectúan sus comentarios a través de un chat.

### **2.1.3. *Finnish Virtual University***

La Universidad Virtual de Finlandia, a la que ya nos referimos anteriormente en el presente estudio, ha sido elegida como modelo de referencia europeo para este apartado, no por su importancia cuantitativa, sino por la multitud de caracteres revolucionarios que reúne.

La Universidad Virtual de Finlandia no es una nueva Universidad en sí misma sino, fundamentalmente, una forma de conectar entre sí a las Universidades finlandesas que disponen algún tipo de e-learning, y a las que aún no lo hacen. Muchas de las actividades que hoy se llevan a cabo en universidades específicas lo seguirán haciendo, aún cuando la UVF esté totalmente operativa.

La reunión fundacional de la UVF tuvo lugar el 18 de enero de 2001, en la que los responsables de las veinte entidades de enseñanza superior de Finlandia, más la Escuela Militar, firmaron su adhesión al proyecto, aprobaron los presupuestos del año 2001 y el programa para el desarrollo completo del proyecto hasta el año 2004. El Ministerio de Educación de Finlandia, que contribuye con 9 millones de euros al proyecto (más la financiación del FSE) también estuvo presente en dicha reunión fundacional, y es el inspirador principal del concepto.

El objetivo perseguido es la construcción de una red de Universidades que se apoyen en un Campus Virtual común, que proporcione:

- Información acerca de la enseñanza on-line
- Entrenamiento y cursos para el personal docente
- Nuevas oportunidades para estudiar
- Materiales específicos para la enseñanza on-line
- Servicios de investigación
- Conexiones con los mejores campus virtuales extranjeros

Además de incluir los conocidos apoyos módulos de información, consultas, foros, alistamiento y autocorrección. El portal básico se lanzó en septiembre del 2001, se va construyendo de forma modular y está parcialmente operativo en la actualidad. Ya está disponible un módulo administrativo que garantiza la movilidad de los estudiantes de una facultad a otra dentro de la Universidad.

La idea básica de todo el proyecto es intentar compartir los costes no recurrentes asociados a la creación de una Universidad virtual, a la vez que se potencia la competencia entre los centros existentes. La Universidad estará totalmente operativa a finales del 2004, y permitirá hacer, en modalidad on-line, cualquier estudio de los que hoy se llevan a cabo en modalidad presencial. Los estudiantes podrán elegir en qué Universidad, entre las que componen el Campus, realiza sus estudios, e incluso podrá cambiar de un año al siguiente si no está conforme con

los resultados obtenidos. Actualmente están disponibles ocho carreras superiores (Literatura, Ciencias, Educación, Música, Derecho, Psicología, Trabajo Social y Comunicación) y un total de 82 cursos menores. Se está trabajando sobre un modelo para gestionar los derechos de autor y de utilización, y está prácticamente aceptado que los créditos serán concedidos a través de exámenes virtuales. Los estudiantes podrán entrar en contacto con sus profesores/tutores no sólo a través de la red, sino también por teléfono. El Ministerio de Educación está promoviendo la creación de equipos de diferentes universidades para abordar la creación de contenidos, de metodología docente y de intercambio de experiencias.

## **2.2. Modelos españoles**

Dentro del panorama español, las distintas organizaciones han llegado al modelo de enseñanza on line por dos vías distintas:

- las Universidades y Centros educativos que, después de una trayectoria más o menos dilatada en el campo presencial se han decidido a entrar en este nuevo tipo de enseñanza, movidas por los deseos de los clientes o por reacción a la competencia.
- Los centros especializados en la enseñanza a distancia, que al amparo de las nuevas tecnologías han adaptado sus soportes y sistemas al nuevo entorno de las telecomunicaciones.

Podemos, a su vez, distinguir dos formas de evolucionar de la educación a distancia tradicional a teleeducación: por un lado tenemos entidades que ofrecen cursos de teleeducación que no sólo se limitan a cambiar el soporte de su material docente (por ejemplo, cambiar el libro de texto por el CDROM y la web), sino que también adaptan la enseñanza a la nueva metodología, aprovechando todas las capacidades y ventajas que ofrece. Por otro lado tenemos aquellas entidades que se limitan a portar sus cursos a distancia, convirtiéndolos en cursos a

distancia ‘por Internet’. Dichos cursos se caracterizan por el anteriormente mencionado cambio de soporte docente (y no en todos los casos), y algún tipo de ayuda al alumno utilizando el correo electrónico.

Unas y otras no merecerán más atención a lo largo del presente informe que las líneas que preceden.

En adelante, nos centraremos en los centros docentes mencionados en primer lugar. Se va a pasar somera revista a 2 universidades y 3 escuelas de negocios, en lo que a sus programas de enseñanza on line se refiere.

### ***2.2.1. Universidad Abierta de Cataluña (UOC- Universitat Oberta de Catalunya)***

La Oberta es una de las universidades más relevantes, no sólo en el ámbito nacional, sino también en el europeo en cuanto a oferta de e-learning, tanto por su volumen como por su calidad y perspectiva de futuro. Ofrece múltiples titulaciones universitarias oficiales (16, durante este curso), además de titulaciones interuniversitarias no homologadas oficialmente, y cursos de especialización (13) y postgrado (4, algunos de los mismos en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid).

Fundada en 1995, inició su actividad docente en el curso 95-96, con un curso piloto en el que participaron 200 estudiantes. Ya en el curso siguiente 1996-97 se alcanzó el número de 1500 alumnos matriculados y, tras unos años dubitativos en los que se cuestionó, y superó, la impartición exclusiva en catalán, el despegue acontecido en los últimos años le ha llevado a alcanzar los 8380 alumnos matriculados en el curso 2001-02. Sólo en Ciencias Empresariales, cuenta con 1839 matrículas. Con una facturación de 22,2 millones de euros en el 2001 (y perspectiva de crecer), es la institución más grande y representativa del e-learning en España.

El modelo de universidad virtual que está imponiendo la UOC, es sin duda, el modelo a imitar, no sólo por su experiencia, sino también por la aceptación que está obteniendo, tanto por los alumnos, como por la opinión especializada, tanto en el ámbito español como europeo. Cuenta, en sus siete años de historia, con varios galardones, entre los que cabe destacar:

- Premio Bangemann Challenge de la Unión Europea a la mejor iniciativa europea en educación a distancia.
- Premio ICDE a la mejor universidad virtual y a distancia del mundo.
- Premio WISTA 2000 a la mejor iniciativa digital.

Aunque no es objeto del presente estudio, justo es decir que el sistema formativo de la UOC se apoya en un sistema de gestión informático que permite monitorizar y controlar la práctica totalidad de los aspectos que en una Universidad convencional se harían manualmente, o mediante procedimientos rutinarios. Así, el sistema permite conocer el número de mensajes enviados, el tráfico por horas, las entradas en el Campus Virtual, las capacidades necesarias, etc, ....de los más de 8000 alumnos matriculados.

En la OUC, el alumno aprende porque la metodología lo enfrenta al conocimiento de una forma peculiar, forzándole a resolver problemas, a buscar más información, a contrastarla de forma empírica o mediante fuentes alternativas y a trabajar de forma cooperativa con los compañeros. El objetivo de la OUC es facilitar el aprendizaje, por lo que los estudiantes son el centro de la actividad docente de la Universidad.

El modelo se basa en el Campus Virtual, lugar desde donde se ofrece atención docente constante y personalizada, materiales y recursos didácticos, evaluación continua y feedback permanente y un entorno de trabajo motivador. Para comunicarse con el equipo docente y los compañeros se utiliza el buzón personal

o los espacios compartidos que existen en el Campus, que además ofrece servicios de secretaría, biblioteca, acceso a internet y trabajo cooperativo. Al comienzo del programa se sigue un cursillo de adaptación al entorno del campus virtual. Este cursillo es imprescindible para cualquier persona que no haya estudiado nunca mediante el Campus, ya que en él se adquieren las habilidades necesarias para navegar por el mismo y utilizar las diferentes funciones y espacios que ofrece.

Otro de los elementos clave en la metodología de enseñanza es el equipo docente, que consta de un coordinador/tutor y un profesor/consultor. La figura del tutor se divide en dos fases claramente diferenciadas: el tutor de inicio y el tutor de progreso. El tutor de inicio, que ejerce durante seis meses, tiene como función acompañar al estudiante desde que formaliza la primera matrícula hasta que supera el primer semestre. El tutor de proceso, que coordina e integra globalmente el proceso de aprendizaje, hace el seguimiento del proceso de aprendizaje, orienta al alumno acerca de los itinerarios a escoger y cómo organizar el tiempo de estudio.

El consultor -experto concreto de cada materia y que actúa como docente- propone al estudiante la mejor forma de abordar los contenidos de la materia, los grandes ejes que la configuran y las cuestiones fundamentales, formula los criterios de evaluación y evalúa el progreso seguido por el estudiante. Es el interlocutor para cada materia específica, quien se relaciona con el estudiante para tratar los temas, aclarar dudas, resolviendo dificultades y, en definitiva, ayudando a superar la asignatura.

Los materiales didácticos están especialmente concebidos para este tipo de enseñanza. Para poder integrar y organizar todos los materiales, el alumno dispone de una guía de aprendizaje, que da una visión global de los contenidos, los objetivos, el plan de trabajo y las actividades que se llevarán a cabo durante el curso. Podemos distinguir diferentes tipos de material docente:

- Notas técnicas en papel. Contenidos del curso escritos por los expertos de cada una de las áreas.
- Lecturas. Recopilación de artículos o fragmentos de libros especializados que se utilizan como material de análisis durante el curso.
- Material web. Diseñado especialmente para este tipo de aprendizaje, es también posible guardar estos materiales en el disco duro. CD-ROMs y vídeos complementan al material web.

Otro aspecto destacable es el sistema de evaluación. Los alumnos son evaluados de forma continuada por los consultores, y además han de superar una evaluación final, que puede tomar forma de proyecto o examen, que en algunos casos se llevan a cabo de forma presencial.

### ***2.2.2. Universidad de Barcelona Virtual***

La Fundació Bosch i Gimpera detecta la necesidad de formación continuada a las empresas y 10 años más tarde de su fundación, crea Formació Continuada Les Heures, actualmente Les Heures – Universitat de Barcelona, con un soporte tanto institucional como empresarial importante, a nivel nacional y autonómico. En 1993 se finaliza la restauración del singular Palau de les Heures y, con la presencia de los Reyes de España, se inaugura la sede de Formació Continuada Les Heures.

Les Heures- Universitat de Barcelona tiene como objetivo responder a las necesidades formativas de los profesionales de empresas e instituciones de todos los sectores y formarlos.

Les Heures – Universitat de Barcelona ofrece Formación abierta (dirigida a los individuos), formación corporativa (dirigida a las empresas) y formación ocupacional y reciclaje. Así mismo Les Heures - Universitat de Barcelona ofrece

un abanico muy amplio de servicios a las empresas: organización de congresos y jornadas de formación, bolsa de trabajo y consultoría.

A nivel internacional, Les Heures - Universitat de Barcelona es miembro de varias redes de formación continuada universitaria, entre las cuales destacan:

- European Universities Continuing Education Network (EUCEN)
- University Continuing Education Association (UCEA)
- Red Universitaria de Educación Continuada de America Latina y el Caribe (RECLA)

En junio de 1999 nace la Escuela Virtual de Empresa, como parte de la Universitat de Barcelona Virtual (UBV), con la idea de convertirse en una organización dinámica y de ser un punto de referencia para la formación empresarial on line. La UBV, que está dividida en Escuelas Virtuales (de Empresa, de Deporte, de Ciencias, etc), es hoy un verdadero referente de este tipo de formación en España, con más de 23.000 alumnos que han pasado por sus aulas y una facturación prevista para este año de 4,8 millones de euros. Además, cuenta con un apoyo financiero de absoluta garantía: a mediados de 2001, el BSCH y La Caixa de Cataluña se incorporaron al accionariado de UBV, con un 14,7% cada una. La UB pretende dar entrada a nuevos socios, hasta quedarse sólo con el 50,1% de UBV.

Actualmente comercializa un total de 8 programas máster (con más de 300 horas lectivas), 3 programas de posgrado (entre 150 y 300 horas) y más de 30 programas de perfeccionamiento, que se llevan a cabo totalmente on line. Entre los másters figura un MBA interuniversitario.

Los cursos a distancia de la Escuela Virtual de Empresa se diseñan de forma concreta en cada caso. Cada programa se elabora teniendo en cuenta los objetivos de aprendizaje y el perfil de los destinatarios según los contenidos a trabajar.



Así, en cada uno de los cursos la metodología desarrollada puede ser diversa, aunque se siguen cuatro ideas o elementos clave:

- Acceso a materiales informativos de alta calidad para la lectura, consulta y estudio.
- Trabajo personalizado con materiales de autoformación, ejercicios, y actividades. Diseñados para aprender y basados en la idea de adquisición de conocimiento.
- Orientación, guía, y apoyo constante de tutores especialistas. Centrados en la transmisión de información a los estudiantes, aportando contenidos relevantes, dinamizando procesos de aprendizaje, y creando actividades a medida de las necesidades del alumnado.
- Trabajo colaborativo entre alumnos y tutores, esquemas de comunicación que permiten el intercambio de ideas y experiencias para asegurar la aplicabilidad de los conocimientos en la práctica profesional de los alumnos y alumnas.

Todos los alumnos matriculados en la Escuela Virtual de Empresas tienen los siguientes servicios:

- Tutoría, mediante el correo, el foro o el chat de cada curso, el alumnado puede acceder a su tutor o tutora. Éste no solo trabajará con los alumnos los contenidos del curso sino que llega a ser un orientador, una guía y un apoyo constante al estudiante en su proceso de aprendizaje y desarrollo profesional.
- Servicio de atención al alumno y coordinación del curso: Para todas las dudas, información y apoyo que necesiten en el ámbito académico. Este servicio atiende a los alumnos mediante correo electrónico y teléfono de coordinación.
- Soporte del campus virtual, mediante el correo interno del curso. En cualquier momento el alumno o alumna puede pedir ayuda al equipo de

soporte del campus, para resolver dudas o problemas sobre el uso de las herramientas del mismo.

- Soporte técnico: Cualquier problema de conexión al campus o de tipo técnico puede consultarse a través del teléfono del equipo técnico de UB Virtual.
- Guía rápida del campus. Para los alumnos que por primera vez inician un curso on-line, esta guía les ayudará a empezar y a comprender la estructura general del campus.
- Curso de Aprender on-line, durante los primeros días de curso el alumnado recibe unas sesiones virtuales para aprender a moverse por el campus utilizando las herramientas de comunicación, la consulta de contenidos, debates, chat, y guías. Además el curso es un apoyo para saber cómo navegar por Internet, comunicarse con los compañeros y el tutor, y aprovechar los recursos de la red para aprender.

### **2.2.3. Instituto de Empresa**

El Instituto de Empresa, que se autodenomina Escuela de Negocios líder mundial en el área de habla hispana y portuguesa en el ámbito del e-learning, ha canalizado su actividad a través de [ielearning.net](http://ielearning.net). Su principal objetivo es satisfacer las necesidades de formación de las empresas y sus directivos a través del desarrollo de programas líderes en el uso de las nuevas tecnologías, con contenidos y formatos a medida que combinan módulos on line con formación presencial. Es el Instituto de Empresa una entidad suficientemente conocida en nuestros ámbitos, con más de tres décadas de experiencia en la formación de calidad para ejecutivos en el área de empresa. Ielearning es una filial autónoma, en la que el Instituto de Empresa ha invertido ya más de trece millones de euros, y que llegarán a veinte en los próximos años.

Cuenta, además, con la experiencia, profesores y campus de la alianza Sumaq. Esta alianza internacional está formada por el Instituto de Empresa, más siete escuelas de relevancia en el continente americano: FGV-EAESP de Brasil; IESA, de Venezuela; INCAE de Centroamérica; EGADE, de Monterrey, México; Pontificia Universidad Católica, de Chile; Universidad de los Andes, de Colombia y Universidad de San Andrés, de Argentina. Ofrecen conjuntamente un claustro compuesto por más de 500 profesores.

Las cuatro claves declaradas del modelo del I.E. son:

- Los profesores, con amplia experiencia tanto en formato presencial como on line
- La impartición de casos on line, siguiendo la marca de la casa
- La utilización de herramientas de última tecnología
- Un adecuado balance entre la formación on line y presencial.

Un total de 1500 alumnos han pasado por los cursos on line del Instituto de Empresa desde que éste iniciase la actividad a mediados de 2000.

Además de los conocidos cursos de formación "in-company", que trascienden al objeto del presente trabajo, Ielearning comercializa seminarios y Másters.

Los seminarios se desarrollan totalmente en modalidad on line, a través del campus virtual. Son seminarios intensivos, de corta duración, con inicio y final determinados, para garantizar el mismo ritmo de trabajo a todos los participantes. Implican una dedicación aproximada de diez horas semanales, con seguimiento diario de actividades. Los grupos constan de 15-30 personas, para poder garantizar una atención personalizada. Los alumnos tienen que participar, de forma obligatoria, en una serie de actividades: casos prácticos, chats, foros, cuestionarios, etc.

Los participantes tienen acceso, desde el principio del seminario, al material didáctico que se utiliza en él, y que servirá para su consulta posterior y de apoyo a las explicaciones de los profesores.

Actualmente, hay disponible un decena de seminarios en las áreas de Habilidades Directivas, Operaciones, Marketing, Finanzas y Estrategia.

En cuanto a los programas Máster, Ielearning ofrece el International Executive MBA online y el Máster en E-Business. Ambos comparten modelo de enseñanza mixta, presencial y on line, y el modelo de impartición y apoyo al alumno. Es él quien se implica activamente en el proceso de su propio aprendizaje a través del trabajo en equipo y la discusión de los casos prácticos con sus compañeros. Los casos van reforzados con notas técnicas electrónicas y simuladores de gestión cuya interactividad se potencia con el empleo de las últimas tecnologías multimedia. En el primero de los máster, los alumnos cuentan también con estancia en Universidades extranjeras.

#### ***2.2.4. Institute for Executive Development (IEDE)***

IEDE, Institute for Executive Development, se define a sí misma como una institución privada e independiente de cualquier grupo de tendencia excluyente o de clase. Fundada en Madrid en 1991 por empresarios, profesionales y educadores, encuentra su razón de ser en el fomento de todas aquellas actividades que contribuyan a la excelencia en las capacidades gerenciales de la clase empresarial y directiva del mundo de habla hispana. Presente en Hispanoamérica desde 1994, tiene su sede para esa región en la ciudad de Santiago de Chile, desde donde dirige sus operaciones para el resto de Latinoamérica.

Esta vocación internacional ha llevado a IEDE a impartir, también, con asiduidad programas MBA para directivos en Oporto, Portugal, así como en otras muy diversas ciudades como Santander, Oviedo, San Sebastián, Zaragoza, Huelva,

Almería, en España; o Arica, Iquique, La Serena, Antofagasta, Valparaíso y Puerto Montt, en Chile.

El Instituto está dedicado íntegramente a formar en la práctica de la dirección a jóvenes graduados universitarios y directivos de empresa. IEDE no es una escuela grande; en cada una de sus sedes llenan sus aulas aproximadamente 300 alumnos de programas master. La admisión está intencionadamente limitada para conseguir un ambiente cercano que permita mantener frecuentes contactos e intercambios entre alumnos y profesores. Unos 5.000 alumnos han pasado por sus aulas desde su fundación.

Todo ello en un ambiente asentado en principios de libre pensamiento, donde la búsqueda de la excelencia guía a todos en su labor cotidiana, lo que ya en 1994 llevó a IEDE a ser elegida la cuarta escuela de Europa, en el primer análisis objetivo utilizando el método AHP que evaluaba la calidad de cientos de escuelas de negocios en el continente.

Comercializa cinco programas máster: el MBA Internacional, International Executive MBA, MBA Directivos, MBA Good Job y Master en Marketing y Comunicación Multimedia. Este último es ofrecido en versión presencial y versión on line (así denominada, aunque en realidad es una opción mixta).

En la versión on line, todos los contenidos son exactamente los mismos que en el curso presencial, lo único que cambia es el sistema de aprendizaje. De esta manera, todo se ha estudiado para que el alumno aproveche al máximo el tiempo sin perder ninguna oportunidad. IEDE envía al alumno, paulatinamente, casos y material técnico para su estudio, además de otros materiales interactivos. Por ello, además de seguir el curso conectado on line deberá asistir a clases presenciales durante 150 horas distribuidas en 10 fines de semana de 15 horas lectivas cada uno, un fin de semana cada mes.

Es decir, el fin de semana presencial de cada mes el alumno asiste a clases 5 horas en la tarde del viernes, de 17.30 a 22.30 y 10 horas el sábado, de 9.00 a 14.00 horas y de 16.00 a 21.00 horas. Durante dichas sesiones el alumno recibirá clases teóricas y participará en la discusión de los casos que previamente ha estudiado y discutido on line con otros compañeros en diferentes puntos del territorio nacional.

Estos fines de semana presenciales servirán para asentar los conocimientos adquiridos, mantener el control por ambas partes, alumnos y Escuela, de que todo transcurre según lo previsto. Además de las clases presenciales el alumno deberá dedicar entre 150 y 200 horas adicionales en su domicilio para el seguimiento del curso. El programa on line se comercializa a 700 euros, lo que implica un descuento de casi el 50% respecto a la modalidad presencial.

### ***2.2.5. Clase Ejecutiva***

Clase ejecutiva es un centro de nueva creación, promovido por profesionales independientes:

- Comprometidos con hacer de la formación una herramienta para la Mejora y el Desarrollo de los profesionales y de las organizaciones empresariales.
- Idea impulsada por Doctores por la Universidad de Stanford – California, profundos conocedores de la formación del más Alto Nivel en gestión empresarial, y con fuerte vocación y trayectoria empresarial y académica.
- Con la colaboración e incorporación de Profesores de primer nivel y con amplia experiencia práctica en Gestión y Consultoría de empresas.
- Con la colaboración e incorporación de profesionales de primer nivel y experiencia en las distintas áreas de la cadena de valor.

Clase Ejecutiva ha desarrollado un nuevo concepto de la formación empresarial.

Comercializa cursos modulares que cubren la práctica totalidad de las áreas de la empresa, y que permiten, en su máximo desarrollo, obtener títulos de "Curso superior de dirección" y "Master en Dirección", tras completar los módulos correspondientes y superar un módulo especial de taller de evaluación y validación.

Este diseño modular en cursos breves y enfocados permiten a los participantes personalizar su formación y aprovechar el tiempo y el esfuerzo económico.

Para inscribirse - se puede hacer a través de internet - no hace falta tener una titulación superior, sino experiencia práctica en el mundo de la empresa. El alumno ha de aceptar un compromiso de trabajo en el desarrollo de la clase y respeto a las contribuciones personales en los debates, ya que Clase Ejecutiva se reserva el derecho de "invitar a no continuar el curso" a las personas que no respetan las normas mínimas. Consideramos esta postura de suma inteligencia, y la consideración modular del curso como una forma eficaz de controlar a los alumnos difíciles.

La claridad con la que Clase ejecutiva expone sus temarios, procedimientos y precios es, en nuestra opinión, una muestra de la seriedad de su planteamiento, y por esa razón ha sido incluida dentro de esta breve revisión de modelos docentes. Los siguientes párrafos describen la metodología docente de Clase ejecutiva:

Las Clases son el hilo conductor de cada curso. Impartidas con ritmo semanal a lo largo de 10 semanas consecutivas, su seguimiento exige 3 horas semanales de trabajo personal, distribuidas según la conveniencia de cada participante.

Se inician los Jueves a las 0:00 horas y se cierran los Martes a las 23:00 horas.

Cada Clase es un conjunto de Elementos y Actividades para asegurar la Reflexión y el Progreso: Tema, lecturas complementarias, test de evaluación, caso, foro, preguntas de participación y conclusiones.

El tema es el elemento de enlace e inicio de la Clase en el que el profesor describe nuevas situaciones de negocio que ilustran o invitan a pensar en nuevos conceptos.

Cada clase se inicia los Jueves a las 0:00 h., con la publicación del nuevo tema y el resto de la documentación en las páginas electrónicas [www.clase-ejecutiva.com](http://www.clase-ejecutiva.com)

Las lecturas complementarias profundizan, de forma práctica y amena, en los conceptos clave de la Clase semanal. Son necesarias para un buen aprovechamiento del curso. Están disponibles en las páginas electrónicas del curso, [www.clase-ejecutiva.com](http://www.clase-ejecutiva.com). Cada Clase, como media, tiene dos lecturas complementarias, que requieren un tiempo de preparación de unos 30 minutos cada una.

Test de autoevaluación. Está formado por preguntas con opción de respuesta "verdadero o falso", asegura que cada participante conozca semanalmente su propio progreso en el entendimiento de los conceptos desarrollados en las Clases. Se tiene la oportunidad de repasar y reforzar la asimilación de los conceptos clave (desarrollados en el tema y las lecturas complementarias) al recibirse de forma inmediata un comentario aclaratorio sobre lo acertado de cada respuesta. Está disponible en las páginas electrónicas y debe contestarse antes del cierre de la Clase, los martes a las 23:00 horas.

Para obtener el certificado del curso, es necesario obtener un mínimo del 60% de aciertos en el conjunto de las preguntas del curso. Semanalmente, cada participante es informado en su página personal sobre el porcentaje de preguntas contestadas correctamente y su posición con relación a la media del resto de alumnos.



El caso es la descripción de una situación de negocio para provocar la reflexión sobre los conceptos de la Clase. En los cursos tipo "taller", el caso lo constituye el propio negocio (presente o futuro) de cada uno de los participantes, ya que el objetivo es precisamente que cada uno aplique los conceptos a su propia realidad empresarial.

El foro permite debatir, ampliar y contrastar la posición personal con la de otros participantes del curso. Es ordenado y analizado por el profesor.

Es un elemento esencial de comunicación y de conocimiento entre los propios alumnos.

Las preguntas de participación constituyen una guía de reflexión práctica que ayuda al participante a pensar y a trabajar los conceptos clave de la Clase desde su propia perspectiva o empresa. Tras una reflexión previa, deben ser contestadas en las páginas electrónicas antes del cierre de la clase.

Las respuestas recibidas son analizadas por el profesor para comentarlas en las conclusiones y cierre de la Clase. De esta forma, el alumno puede contrastar lo acertado de su reflexión y confirmar, así, la relevancia y validez de las materias tratadas en Clase. Para obtener el certificado del curso es necesario contestar, como mínimo, el 80% de las preguntas semanales de participación.

Las conclusiones incluyen el comentario resumen del profesor sobre la Clase y los aspectos más interesantes del debate y las preguntas de participación.

Entre los módulos abiertos, o de próxima apertura, cabe destacar:

- Gestión de comunicación integral (7 semanas)
- Fundamentos de los procesos competitivos (6 semanas)
- Análisis de costes para la toma de decisiones (6 semanas)
- Fundamentos de la dirección (10 semanas)

- El presupuesto como herramienta de gestión (6 semanas)
- Gestión de tesorería (7 semanas)
- Dirección de proyectos (8 semanas)

### **2.3. Metodología EOI**

EOI, fundada en el año 1955, es la primera escuela de dirección de empresas en España y una de las más antiguas de Europa. En 1997 se convierte en Fundación EOI, a cuyo patronato pertenecen las siguientes instituciones y empresas: Ministerio De Ciencia Y Tecnología, que ejerce el protectorado, Fundación Vodafone, CECA (Confederación Española de Cajas de Ahorro), Ericsson, Fundación Auna, La Caixa y Oficina Española de Patentes y Marcas.

Desde 1991, EOI, a través de EOI América, viene realizando programas docentes en diversos países latinoamericanos, que en la actualidad alcanzan la cifra de 12, en el marco de un proceso de progresiva y fuerte implantación.

EOI una institución de referencia en la formación para la empresa de directivos y técnicos y en la investigación en el ámbito de la empresa industrial y el Medio Ambiente.

En 1997, EOI lanza su Campus Virtual y su oferta de teleformación a través de EOI *ON LINE*, sus cursos de EOI *ON LINE* se apoyan en una metodología propia en soporte informático denominada Metodología de Presencia Virtual que, utilizando toda la potencia de la Plataforma de Teleformación de EOI y a partir de grupos reducidos y un riguroso sistema de planificación, seguimiento, control y evaluación, permite una elevada y eficaz interacción entre profesores y alumnos y, en consecuencia la consecución de los objetivos propuestos de enseñanza-aprendizaje.

El objetivo fundamental de EOI *ON LINE* es:

“Facilitar el acceso a la formación de calidad que ofrece EOI a colectivos distantes geográficamente, con poca disponibilidad de tiempo o en circunstancias que hacen imposible su formación en aula, a través de una metodología que ofrece una formación equivalente a la de los cursos en modalidad presencial, y que por lo tanto procura una titulación igual.”

En estos cinco años de andadura han pasado por las aulas virtuales de EOI más de 1000 alumnos que han participado en las sucesivas ediciones de los diversos Master y Programas de larga duración que ofrece la escuela en esta modalidad, con un alto nivel de satisfacción, tanto de profesores como de alumnos.

Entre la oferta de Master, se pueden destacar los siguientes:

- Master en Gestión de la Calidad
- Master para Profesionales en Ingeniería y Gestión Medioambiental.
- M.B.A.
- MBA Internacional.
- MBA en Gestión de Empresas de Ocio
- Master en Dirección Estratégica de Recursos Humanos.
- Master en Gestión y Asesoría Fiscal.

Entre la oferta de Programas de Creación de empresas destacan los siguientes:

- Programa de Creación y Consolidación de PYMES
- Programa de Creación de empresas de Ocio
- Programa de Gestión de Empresas Internacionales
- Programa de Gestión de la Calidad
- Programa de Gestión de Empresas de Telecomunicaciones

Todos los programas on line cuentan con un módulo inicial para aprender el manejo del aula virtual, de las herramientas que se utilizan y para familiarizar a los alumnos con la metodología docente.

Como ya hemos mencionado más arriba EOI ha desarrollado una metodología de teleformación de gran calidad, Metodología de Presencia Virtual, a través de la cual la enseñanza impartida resulta equivalente a la que se proporciona en los cursos presenciales.

Con la Metodología de Presencia Virtual los objetivos formativos se alcanzan mediante la interacción entre alumnos y profesor utilizando medios telemáticos, lo que permite un continuo flujo de comunicación que genera constantes estímulos en el transcurso del proceso formativo. De esta forma se facilita el aprendizaje de cada alumno y se propicia el avance homogéneo del grupo en un entorno de relaciones asíncronas.

Las principales características de esta metodología son:

- El número de alumnos de cada curso es reducido (entre 20 y 25), lo que permite que la enseñanza sea personalizada y muy cercana al alumno.
- Todos los alumnos comienzan, comparten y terminan juntos un mismo curso (avance sincronizado), de manera que es posible la creación y mantenimiento de un clima de grupo que facilita su seguimiento.
- Los alumnos adoptan un papel activo en el curso.

El profesor, de forma proactiva, se ocupa tanto de la consecución de los objetivos de enseñanza-aprendizaje propuestos para los alumnos, y de su seguimiento y orientación, como también de animar e incitar la interrelación entre todos ellos. Además, fomenta la creación de un clima positivo entre todos los alumnos y vela por el mantenimiento de una actitud y disposición favorable para el aprendizaje.

Entre el profesor y cada alumno existe un intercambio constante de información sobre el desarrollo de su proceso de aprendizaje (feed-back). Este flujo continuo de información constituye una de las claves del éxito del curso.

El desarrollo del curso responde a una rigurosa planificación que los alumnos pueden consultar con antelación en el aula virtual.

El seguimiento adecuado del curso, según la planificación realizada por los profesores, exige una dedicación diaria de tres horas aproximadamente, con la ventaja de que las relaciones durante el curso son básicamente asíncronas. Esto implica que los alumnos pueden leer las instrucciones del profesor, realizar las actividades y ejercicios planteados y responder y realizar las participaciones correspondientes en el momento del día que resulte más conveniente.

EOI ON LINE desarrolla una permanente supervisión metodológica que asegura el mantenimiento de la calidad.

Las herramientas utilizadas y las actividades propuestas (debates, discusiones, *brainstorming*, entrevistas, trabajos en grupo, etc.) colaboran en la creación y mantenimiento de un magnífico clima dentro de la clase, y favorecen el intercambio de aportaciones en el grupo.

Cada curso cuenta con un técnico de apoyo *on line*, que es la persona de referencia para los alumnos en todo aquello que se refiere a los aspectos técnicos y de logística, y que se encuentra permanentemente a su disposición.

Por último, el seguimiento de los programas facilita la práctica en un entorno tecnológico avanzado, pero amigable y con unas herramientas esenciales para trabajar en la sociedad de la información.

El desarrollo del trabajo en los cursos de EOI ON LINE se distribuye según una rigurosa planificación y evaluación. Las “Unidades de trabajo” son semanales. Cada semana se inicia los miércoles, que son el día 1 de la semana académica. Los sábados, domingos y festivos son días “lectivos”, puesto que son precisamente los días en que muchas de las personas que realizan cursos de

formación *on line* pueden dedicar más tiempo al estudio. El trabajo básico de la semana finaliza el lunes. El martes es el día de descanso, aunque los alumnos que hayan acumulado algún retraso lo podrán emplear para ponerse al día.

Previo al inicio de cada semana académica, los alumnos pueden consultar la planificación de la misma con los objetivos, contenidos y las tareas a realizar en cada uno de los días y los plazos máximos de entrega, que deberán ser respetados al máximo.

Todos los días cada alumno se debe conectar con el profesor *on line* a través del buzón de correo, en el momento que le resulte más conveniente, con el fin de recibir sus instrucciones detalladas y poder realizar las actividades y ejercicios propuestos.

Cada bloque, en función de su naturaleza, incluye sus propios ejercicios planificados por el profesor correspondiente, que se pueden consultar en el apartado ACTIVIDADES del aula virtual.

Durante el curso se realizan muy diversos tipos de actividades: informes, cuestionarios, debates, miniproyectos, pequeñas investigaciones... Todas ellas tendrán principio y fin en una semana. Sin embargo, excepcionalmente, el profesor podrá diseñar actividades de mayor duración, siempre y cuando el bloque a desarrollar tenga una duración superior a una semana.

Es muy importante respetar al máximo la planificación de actividades propuesta por el profesor, ya que en los cursos *on line* de EOI todo el grupo de participantes debe avanzar a la vez para evitar distorsiones en el proceso de aprendizaje.

Los alumnos deben realizar un Proyecto Final del curso una vez finalizado el periodo lectivo y superados todos los módulos. En fechas cercanas a la finalización de este periodo lectivo, se convoca a los participantes a una sesión

presencial en EOI sobre Metodología de Proyectos, y además se forman los grupos de trabajo para su ejecución. Posteriormente, se asigna un tutor a cada uno de los proyectos en función de sus características, con el fin de ayudar y supervisar su desarrollo. Por último, los proyectos deben ser defendidos ante un tribunal de EOI para proceder a su evaluación.

Para la realización de las actividades de los cursos de EOI *ON LINE* se pueden utilizar varios tipos de recursos o herramientas de internet:

Los recursos a emplear:

- El principal medio para la transmisión y desarrollo de las actividades de los cursos de EOI *ON LINE* es el buzón de correo. La mayor parte de las intervenciones e intercambios, tanto del profesor como de los alumnos, se realizan utilizando este recurso.
- También se utilizan a menudo los foros de debate como vehículo de reflexión colectiva sobre los temas propuestos por el profesor.
- Además, se utilizan otras herramientas telemáticas como las charlas en tiempo real (chats) y las páginas web. Los profesores plantean algunas actividades que necesitan de la utilización de estos recursos, aunque los alumnos los pueden utilizar cuando así lo estimen oportuno para buscar información, para comunicarse con otros estudiantes o para intercambiar opiniones sobre el desarrollo del propio curso.

La forma de trabajar:

- Muchas de las actividades deben ser resueltas individualmente y enviadas al profesor para su corrección.
- Otras son propuestas para trabajar en parejas o en pequeño grupo.
- A menudo se desarrollan actividades en las que las intervenciones individuales se envían a toda la clase, en equivalencia con los debates o

discusiones en las clases presenciales. Se pueden considerar como actividades de gran grupo.

En EOI, los profesores constituyen una pieza fundamental del éxito de los cursos. El profesorado de la Escuela está formado por profesionales de empresa de reconocido prestigio profesional y comprobada experiencia en la materia impartida, que transmiten no sólo los conocimientos teóricos sino también su propia experiencia en la aplicación de los mismos.

El equipo de profesores de EOI *ON LINE* está formado por reconocidos docentes de la Escuela que han recibido una formación específica tanto respecto al uso de los medios tecnológicos, como a la adquisición de las técnicas pedagógicas adecuadas. Este proceso de formación es continuo, con actualizaciones periódicas, y además EOI realiza un seguimiento riguroso del desempeño de cada profesor.

Para evaluar el proceso de enseñanza-aprendizaje se utilizan diferentes parámetros, con el fin de contrastar tanto la implicación del alumno en el desarrollo del curso como el grado de aprovechamiento que esté obteniendo del mismo.

La evaluación también sirve para detectar dificultades en la realización y seguimiento de las actividades programadas con el fin de poder adaptar el ritmo y la intensidad de impartición a las características del grupo de alumnos.

A lo largo del curso los alumnos son evaluados sobre los siguientes aspectos:

- Trabajos a presentar tanto individuales como en equipo.
- Actividades a desarrollar.
- Participación del alumno: cantidad y calidad de las intervenciones.
- La regularidad en el seguimiento del curso.



A lo largo del curso los alumnos son evaluados sobre los siguientes aspectos:

- Trabajos a presentar tanto individuales como en equipo.
- Actividades a desarrollar.
- Participación del alumno: cantidad y calidad de las intervenciones.
- La regularidad en el seguimiento del curso.
- Cumplimiento de plazos.

Una vez finalizadas las sesiones lectivas del curso, los alumnos considerados aptos deben realizar un proyecto de fin de Master o Programa y defenderlo ante un tribunal.

EOI realiza un seguimiento intensivo de todos sus programas, con el fin de garantizar su máxima calidad. En particular, en los cursos *on line*, el control de calidad supone, en sí mismo, un proceso continuo en el que se analizan todos los aspectos fundamentales para el desarrollo del curso, tanto docentes como técnicos.

Periódicamente se pregunta a los alumnos tanto su opinión sobre el desarrollo del curso como sobre la consecución de los objetivos planteados. Para ello se les remite un cuestionario que debe cumplimentar de forma anónima.

Asimismo, se realiza un seguimiento permanente tanto del desempeño del profesor como de la evolución del grupo, con el fin de poder detectar y corregir posibles deficiencias en la impartición.

### **3. EL PERFIL DEL ALUMNADO DE CURSOS ON LINE**

Antes de entrar en detalle sobre las características del alumno que participa en cursos de e-learning, nos parece imprescindible hacer una referencia, somera, a los usuarios de internet, ya que la participación en este tipo de enseñanza implica, de una forma u otra, la transferencia electrónica de información, y la obtención de una conexión a la “red de redes” se convierte en condición “sine qua non” para convertirse en alumno virtual.

Según estudios de Nielsen, en Europa había, a mediados de 2001, unos 115 millones de usuarios de internet, de los que aproximadamente la mitad se consideran activos (al menos una conexión por mes), y que estuvieron conectados una media de 6 horas y 44 minutos al mes, visitando una media de 20 sitios entre las 14 conexiones efectuadas. España no alcanza aún los 10 millones de usuarios.

Si medimos a nivel de hogares – este dato es muy interesante para el e-learning– España tiene del orden del 20% de sus hogares conectados a la red, frente al 24% de Francia, el 32% de Alemania y el 38% de Reino Unido. Por colectivos, los Universitarios (34,6 %) constituyen el grupo más importante de usuarios, por encima de los directivos y profesionales (17 %), empleados no manuales (30 %) y jubilados (10 %). En este sentido, España tiene el porcentaje de universitarios muy elevado, por encima de países como Francia, Alemania o incluso los Estados Unidos. Hay que tener presente también que el porcentaje de universitarios sobre la población total española es muy elevado, sólo inferior al de los países nórdicos. Los directivos, por su parte, representan un porcentaje menor que en los demás países del estudio.

Por edades, un 31,2% de los internautas españoles tienen entre 15 y 24 años, y un 31,1% entre 25 y 34. Además, los menores de 14 años (3,3%) superan a los

mayores de 65 (1,2%). En conjunto, podemos decir que dos terceras partes de los usuarios de internet en España son menores de 35 años.

Deliberadamente hemos dejado para el final el aspecto de la participación por sexos. El hecho irrefutable es que en un mundo en el que la mujer está tomando cada vez mayor protagonismo en todos los aspectos de la vida social y profesional, parece que la internet es un asunto de varones. Con la honrosa excepción de los Estados Unidos, donde la participación de unos y otras es pareja (oscila arriba o abajo según las fuentes), las mujeres suponen sólo un tercio de los usuarios de internet en España, Francia o Alemania. Las cifras serían aún más desequilibradas si se considerasen los usuarios frecuentes, o las horas de conexión.

En resumen, podíamos decir que el usuario de internet en España es un varón, joven y universitario.

### **3.1. Perfil del alumno on line**

El “Estudio de la Teleeducación en España”, al que ya nos hemos referido con profusión en el capítulo primero, definía al alumno español como “un varón entre 25 y 45 años, licenciado o titulado medio, con experiencia en ordenadores y comunicaciones”. Esta definición, aunque obligatoriamente general, resume bastante bien la situación de la formación on line en nuestro país. Y es que, aunque la segunda parte de la definición no es aplicable a los más de 8000 alumnos que actualmente cursan carreras de primero y segundo ciclo en la UOC, la experiencia en el manejo de la informática de “trabajo” es fundamental para poder sacar partido a este tipo de enseñanza. El rango de edades desencaja a buena parte de los estudiantes de grado, y el calificativo “varón” se refiere a la relación 2/3 a 1/3 que, como referencia básica, aparece también en el estudio. De la evolución de la enseñanza “de grado” dependerá, en gran medida, la validez futura de esta definición general.

Para conocer un poco más en detalle las características de los alumnos, se ha procedido a analizar los correspondientes a EOI, por considerarlos suficientemente representativos de la masa estudiantil que requiere estudios de especialización y postgrado en áreas de empresa.

De los 986 alumnos matriculados entre octubre de 1998 y febrero de 2002, un 70,4% son varones y un 29,6 mujeres. Si analizamos por tipo de curso, la diferencia se acentúa en los Máster (72/28), a pesar de que alguno de ellos (Dirección Estratégica de Recursos Humanos), tradicionalmente copado por las féminas en todas las instituciones docentes españolas, tiene mayoría “de chicas” (71/29). Al haberse celebrado sólo una edición del mismo, no se debe dar excesivo peso a dicho valor. Como contraposición, el MBA –4 ediciones- tiene menos de un 10% de mujeres, muy por debajo del porcentaje que se observa en los programas presenciales (35%) de la misma escuela y en el mismo horizonte temporal. Se observa, no obstante, una cierta tendencia a subir – en el primer curso no hubo ninguna mujer -, pero que ha de ser confirmada en los próximos años. Estos valores corroboran los indicados más arriba, e indican que la experiencia – o quizás la afición- a los ordenadores y las telecomunicaciones son un factor decisivo en este tipo de enseñanza, y por lo tanto la progresión de las mujeres en el uso de internet se convierte en el determinante de la estabilización de las poblaciones de alumnos, en lo que al sexo de los mismos se refiere.

La edad media de los alumnos es de 34 años para los programas Máster y de 33 para los programas de especialización. Un 55% de los alumnos se encuentran en la horquilla de edad 28-34 años. Es este aspecto, vemos que están absolutamente de acuerdo con los valores genéricos que se manejan para España. Los alumnos provienen de todos los rincones de la geografía española, destacando por su importancia Barcelona (18,8%), Madrid (12,5%), Asturias (10,7%) y Valencia (10%). Estos porcentajes están en buena parte influidos por la realización de cursos del FSE en estas Comunidades.

De manera complementaria, y a la luz de los resultados vertidos por una encuesta realizada a mediados del presente año para servir de cuerpo de apoyo principal a última parte del presente estudio, podemos conocer algunos de los caracteres sociológicos del conjunto del alumnado de la EOI. Los resultados, que se resumen a continuación, están sometidos a las limitaciones intrínsecas a la técnica muestral, y que se detallarán en el apartado correspondiente, aunque cualitativamente son perfectamente válidos.

Así, en lo que se refiere a la formación básica del alumnado, un 78,6% de los alumnos es titulado universitario de grado superior, un 14,4% lo es de grado medio, un 3% tiene formación profesional, un 3% el COU y otro 3% el Bachillerrato superior. Como es lógico, los porcentajes son algo más elevados que la media cuando nos referimos a los Másters, y algo inferiores en los cursos de especialización, y se han mantenido constantes a lo largo de los años. Un aspecto destacable es que el porcentaje de titulados superiores, entre los alumnos mayores de 34 años, asciende hasta el 88%, y hasta el 86% en las mujeres de todas las edades. De forma evidente, los alumnos más cualificados, de entrada, son los mayores en edad y las mujeres.

Entre los titulados universitarios, que como ya hemos visto anteriormente son mayoría, dominan las ingenierías, con un 53,5%, seguidas de las Humanidades (34,8) y de las Ciencias Experimentales (11,8%). En los alumnos varones universitarios, el porcentaje de ingenieros alcanza el 65%, frente al 31,8% en las mujeres (extraordinario).

Si consideramos ahora la ocupación de los alumnos al inicio del curso, encontramos que el 10,9% son desempleados, el 3% trabajadores manuales, el 9% administrativos, el 9% técnicos de nivel medio, el 37,3% técnicos superiores, el 18,4% directivos, y el resto docentes, autónomos comerciales y otros. Los porcentajes varían, como es lógico, en función del tipo de curso, y así los Másters acumulan un 80% entre directivos y técnicos superiores, mientras que los parados

suponen casi un 15% de los alumnos de los cursos de especialización. De la misma forma, existen diferencias entre los sexos, que suponen unos quince puntos menos para las dos categorías superiores, y unos siete puntos más en los desempleados.

En cuanto al tamaño de hábitat, más de un 37% de los alumnos viven en ciudades de más de medio millón de habitantes, un 25% en ciudades de 100.000 a medio millón de habitantes, un 23% en ciudades de 25.000 a 100.000 habitantes y un 15% en pueblos menores de 25.000 habitantes. Resulta difícil sacar conclusiones al respecto, ya que si bien las grandes ciudades no llegan al 25% de la población total española, los alumnos universitarios desplazados desde núcleos urbanos menores a las grandes ciudades universitarias (especialmente Madrid y Barcelona) es muy elevado y puede hacer ambos porcentajes comparables. Es digno de mención, sin embargo, el 15% de alumnos que provienen de núcleos pequeños de población en los que, de no ser por la enseñanza on line, no podrían haber realizado el curso.

#### **4. CONTENIDO DE LAS ESPECIALIDADES IMPARTIDAS Y SECTORES O AREAS DE LA EMPRESA A LOS QUE AFECTA EN LA CREACIÓN DE EMPLEO**

A continuación ofrecemos una visión general de los distintos programas de formación impartidos, en formato on line, por EOI, según el tipo de sector económico o área de la empresa a la que se ha dirigido esa especialidad.

Estos cursos están organizados para dos colectivos diferentes de personas: profesionales de empresa con experiencia profesional y que desean una formación especializada en cualquiera de las diferentes áreas y programas realizados con la colaboración del Fondo Social Europeo, dentro de su objetivo de reorientación profesional de jóvenes titulados y profesionales experimentados, atendiendo a su objetivo de prestar servicios de valor añadido a las personas que se encuentren en situación de desempleo o de mejora de empleo.

##### **4.1. Área de Dirección y Administración de Empresas**

Los cursos que se encuadran dentro de esta área están orientados a proporcionar una sólida formación para la gestión de las distintas áreas de la empresa y están dirigidos a aquellas personas interesadas en ocupar puestos directivos en empresas y organizaciones.

##### **4.1.1. *Contenido del Programa MBA***

El objetivo fundamental de éste programa es proporcionar una visión global y actual de la gestión de las organizaciones desde una perspectiva de cambio y en la que tienen una importancia equivalente, tanto la transmisión de conocimientos, como el desarrollo de las capacidades y habilidades directivas personales.

- Modulo 1: Entorno Económico
- Modulo 2: Derecho Empresarial
- Modulo 3: Estrategia de Empresa (I)
- Modulo 4: Contabilidad Financiera
- Modulo 5: Gestión de Operaciones y Logística
- Modulo 6: Marketing
- Modulo 7: Gestión de Calidad
- Modulo 8: Métodos Cuantitativos
- Modulo 9: Organización de los RR.H. en la Empresa
- Modulo 10: Análisis Financiero y Gestión Financiera
- Modulo 11: Business Game
- Modulo 12: Habilidades Directivas
- Modulo 13: Contabilidad Analítica
- Modulo 14: Fiscalidad de la Empresa
- Modulo 15: Medio Ambiente y la Empresa
- Modulo 16: Planificación y Control de Gestión
- Modulo 17: Estrategia de Empresa (Ii)
- Modulo 18: Gestión de la Empresa Internacional
- Modulo 19. Proyectos

#### ***4.1.2. Contenido del Programa de Creación y Gestión de Empresas***

Este curso ofrece a los alumnos una visión integrada del funcionamiento de una PYME, proporcionándoles la mejor base de conocimientos sobre los aspectos que inciden en la gestión de la empresa.

El diseño del curso permite asegurar su interés tanto para los que quieran desarrollar profesionalmente su formación en el ámbito de una empresa consolidada, como para los que sientan inquietudes empresariales y deseen iniciar su propio negocio o empresa. El contenido del curso es el siguiente:

Modulo 1: Política de Empresa



Módulo 2: Marketing y Comercialización

Módulo 3: Logística y Operaciones

Módulo 4: Fiscalidad

Módulo 5: Calidad

Módulo 6: Finanzas

Módulo 7: Recursos Humanos

#### **4.2. Área de Internacionalización de la empresa**

Una de las características tradicionales de la economía española es su escasa apertura al exterior, como lo prueba el hecho de que el volumen total de nuestras exportaciones de mercancías apenas alcanza el 15% del PIB, porcentaje muy inferior al de países como Holanda (54%) o Dinamarca (46%), pero también sensiblemente menor a los países de nuestro entorno más próximo como Francia (23%), Italia (28%) o Portugal (33%), que son además nuestros principales competidores.

Hasta la plena incorporación de España a la CE, las empresas españolas gozaron de un mercado interior muy protegido que, en la mayoría de los casos, era suficiente para alcanzar resultados positivos que permitían continuar la actividad. La decisión de salir al exterior no obedecía a un plan de exportación detallado y puesto en práctica con medios suficientes, sino más bien a pedidos ocasionales o a una actitud defensiva de las empresas cuyo mercado interior era atacado por la competencia extranjera.

En los últimos años ha aumentado notablemente la concienciación de las empresas españolas en relación con la internacionalización, habiéndose acelerado el proceso con la implantación de la moneda única europea. Actualmente, la expansión internacional de la empresa debe ser un componente central de su estrategia si se quiere obtener un crecimiento rentable de la cifra de negocios en un mercado cada vez más competitivo y abierto.

Un elemento necesario en esa estrategia es la formación de los recursos humanos para que puedan desenvolverse adecuadamente en la actividad exterior.

#### ***4.2.1. Contenido del Programa de Gestión Internacional de la Empresa***

El curso impartido en éste ámbito es el Programa de Gestión Internacional de Empresas, cuyos objetivos fundamentales son:

- Conocer los métodos más modernos de gestión empresarial, especialmente en los aspectos más relacionados con la gestión internacional.
- Proporcionar conocimientos específicos que permitan llevar a cabo el proceso de expansión internacional de las empresas.
- Desarrollar ejercicios y casos prácticos que permitan aplicar los conocimientos adquiridos de la manera más real posible.

#### **Modulo 1: Comercio Internacional**

Bloque 1.1: Marketing

Bloque 1.2: Ayudas a la internacionalización

#### **Modulo 2: Gestión Empresarial**

Bloque 2.1: Gestión de Recursos Humanos

Bloque 2.2: Calidad

#### **Modulo 3: Logística**

Bloque 3.1: Transportes

Bloque 3.2: Documentación de Comercio Exterior

#### **Módulo 4: Finanzas**

Bloque 4.1: Financiación de operaciones internacionales

#### **Modulo 5: Aspectos Jurídicos**

Bloque 5.1: Contratación

Bloque 5.2: Fiscalidad

Bloque 5.3: Reglamentación técnica.

#### **4.3. Área de Gestión de la Calidad**

Las empresas y organizaciones buscan actualmente estrategias y fórmulas que les posicionen adecuadamente ante los retos que el proceso de globalización y de apertura de fronteras les obliga a afrontar, proceso que se ha intensificado en Europa con el desarrollo de la Unión Monetaria y la implantación de la moneda única.

Pero las empresas, y la sociedad en general, están descubriendo que no existen recetas mágicas, y que las estrategias resultan de dudoso éxito por el constante cambio del entorno, que origina que cambie el objetivo inicial al que apuntaba su diseño.

La estrategia empresarial de la Calidad Total, probablemente por apuntar a un objetivo cambiante, la satisfacción del cliente, resulta una solución más duradera, a pesar de que, por definición, es una estrategia que promueve una transformación continua y progresiva de la empresa, basada en las personas, en su motivación, en sus actitudes y en sus conocimientos.

Para poner en marcha y desarrollar este tipo de estrategia se necesitan personas impregnadas de esas ideas, con la voluntad y capacidad de ponerlas en marcha y de conseguir la integración de esfuerzos de los diversos especialistas en áreas concretas, por lo que deben tener, además, un suficiente conocimiento de la empresa y de las diferentes funciones que se desempeñan en ella.

Son necesarios los conocimientos, actitudes y especialización suplementaria que requieren las nuevas funciones del área de calidad, como elemento clave en el

éxito de las empresas, de manera que se puedan integrar adecuadamente equipos, programas y procesos de mejora de calidad.

Los programas incluidos en esta área tienen como objetivo:

- Comprender las orientaciones y objetivos de la Calidad Total como herramienta estratégica de gestión.
- Conocer y dominar las técnicas para aplicar sistemas de gestión basados en la calidad y practicar con ellas.
- Formarse en técnicas de gestión de calidad, incluidas las de motivación de grupo, orientación de reuniones de trabajo y relaciones interpersonales.
- Adoptar una actitud crítica positiva ante los problemas y su enfoque, como inicio de una mentalidad de mejora continua.
- Conocer los criterios a aplicar en la autoevaluación de las organizaciones y aplicarlas en un ejercicio de autoevaluación según el Modelo EFQM.
- Conocer y practicar diferentes herramientas empleadas en la gestión basada en la calidad.

#### ***4.3.1. Contenido del Programa en Gestión de la Calidad***

Modulo 1: Introducción A La Calidad

Bloque 1.1: Introducción

Modulo 2: Evolución De La Calidad

Bloque 2.1: Control de Calidad

Bloque 2.2: Certificación de empresa

Bloque 2.3: Mejora de la Calidad

Modulo 3: Gestión Empresarial

Bloque 3.1: Política de empresa

Bloque 3.2: Gestión de RR.HH

## Modulo 4: Calidad Total

### Bloque 4.1: Autoevaluación

#### ***4.3.2. Contenido del Programa Master en Gestión de la Calidad***

La Calidad nace estrechamente unida a las empresas industriales, su acepción ha ido evolucionando junto con las demandas de la sociedad y de los consumidores, desde un primitivo control de producto hasta versiones más efectivas del mismo, pasando por el control de los procesos para terminar por llegar a una integración estrecha con la gestión general de las empresas.

Entre la década de los 70 y 80, pierde su identificación con la industria, ya que un número creciente de empresas de servicios se interesan por los principios y las técnicas de calidad y los aplican en éxito. Esta tendencia se acentúa con la adopción de la percepción de los clientes como factor determinante en la calidad y la aparición de los Modelos que incorporan este proyecto.

Así tenemos a la calidad situada firmemente como un elemento de estratégico de la mayoría de las empresas punteras en sus sectores de actividad e incluso como un factor de reconocimiento público de la fiabilidad y la eficacia de su gestión, bien sea mediante su certificación según las Normas ISO o según la puntuación obtenida en la evaluación de alguno de los Modelos Internacionales.

La Calidad basa buena parte de su prestigio y de los beneficios que aporta a las empresas en la objetividad con que han de aplicarse sus principios y las técnicas y en esas mismas técnicas, fruto de experiencias realizadas en miles de empresas de todos los sectores y tamaños.

## Modulo 1: Introducción A La Calidad

### Bloque 1.1: Evolución y Conceptos. Los Maestros de la Calidad

Módulo 2: Análisis Y Mejora De Calidad

Bloque 2.1: Control Estadístico

Bloque 2.2: Mejora De Procesos E Indicadores De Calidad

Modulo 3: La Organización De La Calidad

Bloque 3.1: La Voz del Cliente. Relaciones con Proveedores

Bloque 3.2: La Cultura de la Empresa

Módulo 4: Técnicas Y Herramientas De Calidad

Bloque 4.1: Benchmarking y QFD

Bloque 4.2: Costes de Calidad y Análisis de Valor

Bloque 4.3: Cuadro de Mando Integral

Módulo 5: Sistemas De Calidad: Auditoría

Bloque 5.1: Sistemas De Calidad

Bloque 5.2: Las Normas de la Serie Iso 9000

Bloque 5.3: Documentación e Implantación de Sistemas de Calidad

Bloque 5.4: Auditorías De Calidad

Bloque 5.5: La Certificación En España

Bloque 5.6: Sistemas De Gestión Integrada

Módulo 6: Sistemas De Evaluación Y Reconocimiento

Bloque 6.1: Modelo EFQM de Excelencia

**4.4. Gestión de empresas del sector del Ocio**

En la sociedad actual, el tiempo de trabajo ha sufrido una profunda metamorfosis. Por un lado, la aplicación de la tecnología a la producción permite que se produzca más riqueza y más servicios con menor necesidad de trabajo humano y, por tanto, la jornada de trabajo es más corta y la jubilación tiende a producirse a una edad más temprana. Todo ello contribuye a generar cada vez más tiempo

libre, lo que nos conduce a una economía de plena actividad en sustitución de la economía de plena actividad en sustitución de la economía de pleno empleo.

Es por ello que las empresas que se dedican a gestionar con eficacia la realización de actividades relacionadas con este tiempo libre adquieren cada vez más importancia y presencia en la vida económica, principalmente de los países desarrollados. Nos encontramos, pues, ante un sector, el del ocio, emergente y con gran futuro.

#### ***4.4.1. Master en Gestión de Empresas de Ocio***

El objeto de este master es formar a los directivos de las empresas del sector del ocio, profesionales con una sólida formación en conocimientos y habilidades, en técnicas específicas de la gestión de las empresas de ese sector y en técnicas de gestión general de empresas.

##### Módulo 1: El Sector Del Ocio

- Bloque 1.1 Ocio concepto y producto
- Bloque 1.2. Contabilidad y control de gestión
- Bloque 1.3. Marketing
- Bloque 1.4. Recursos humanos y habilidades directivas
- Bloque 1.5 Gestión de calidad
- Bloque 1.5. Marco jurídico y fiscal

##### Módulo 2: Gestión Del Ocio Turístico

- Bloque 2.1. Ocio turístico: producto y mercado
- Bloque 2.2. Gestión en empresas de distribución turística
- Bloque 2.3 Gestión en empresas de transporte turístico
- Bloque 2.4 Gestión en empresas de alojamiento turístico
- Bloque 2.5 Gestión en turismo rural
- Bloque 2.6 Gestión en empresas de restauración

Bloque 2.7 Gestión del desarrollo y ordenación de las zonas turísticas

Modulo 3: Gestión Del Ocio Cultural

Bloque 3.1 Ocio cultural producto y mercado

Bloque 3.2 Gestión patrimonial cultural

Bloque 3.3 Gestión patrimonio artístico

Modulo 4 Gestión Del Ocio Deportivo

Bloque 4.1 Sociología del deporte. Instalaciones y equipamientos deportivos

Bloque 4.2. Gestión de instalaciones deportivas

Bloque 4.3 Empresas de ocio deportivo: gestión y modelos

Bloque 4.4 Comercialización e información de actividades

Modulo 5 Gestión Del Ocio Recreativo

Bloque 5.1 Parques temáticos

Bloque 5.2 Acontecimientos singulares y grandes eventos

Bloque 5.3 Ocio familiar

Bloque 5.4 Centros comerciales

#### ***4.4.2. Contenido del Programa de Creación de Empresas de Ocio***

Además de dar una visión general por las áreas generales para la gestión de una empresa, el objeto del presente curso es Conocer de manera pormenorizada del sector del ocio y desde el punto de vista de la gestión: Ocio Turístico, Ocio Cultural, Ocio Deportivo, Ocio Recreativo.

Modulo 1: Gestión De Empresa

Bloque 1.1: Contabilidad y Finanzas

Bloque 1.2: Derecho Empresarial

Bloque 1.3: Marketing



Modulo 2: Ocio Turístico

Bloque 2.1: Introducción a los mercados y productos del ocio Turístico

Bloque 2.2: Planificación y Ordenación del Desarrollo Turístico

Bloque 2.3: Estructura y Gestión de la Distribución y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos. El Transporte Turístico

Bloque 2.4: Estructura y Gestión del Alojamiento y Restauración Turísticos

Modulo 3: Ocio Deportivo

Bloque 3.1: Sociología del Deporte. Instalaciones y Equipamientos Deportivos

Bloque 3.2: Empresas de Ocio Deportivo. Su Gestión y Comercialización

Modulo 4: Ocio Cultural

Bloque 4.1: Introducción al mercado de los productos culturales. Gestión del patrimonio cultural

Bloque 4.2: Gestión del Patrimonio natural. Los Productos Turísticos de naturaleza

Modulo 5: Ocio Recreativo

Bloque 5.1: Parques Temáticos

Bloque 5.2: Acontecimientos singulares. Ocio Familiar. Centros Comerciales

**4.5. Área de Gestión Ambiental en la Empresa**

La incidencia de la actividad industrial y urbana sobre el medio ambiente y la necesidad de reducir dicha incidencia al mínimo, requiere la intervención de técnicos adecuadamente formados para plantear soluciones a los problemas derivados de la contaminación.

#### ***4.5.1. Contenido del Programa Superior de Ingeniería y Gestión Medioambiental***

El objetivo del Programa es cualificar a los participantes como especialistas en medio ambiente, proporcionándoles los conocimientos precisos para identificar y valorar el impacto sobre el entorno de proyectos y actividades, tanto de carácter industrial como urbano, definir medidas preventivas y establecer sistemas de tratamiento de la contaminación.

Modulo 1: Contaminación Hidrónica

Modulo 2: Contaminación Por Ruidos

Bloque 2.1: Fundamentos

Bloque 2.2: Ruido industrial

Bloque 2.3: Ruido ambiental

Modulo 3: Contaminación Atmosférica

Bloque 3.1: Contaminantes

Bloque 3.2: Legislación

Bloque 3.3: Vigilancia y control de la contaminación atmosférica

Bloque 3.4: Sistemas preventivos y correctivos de la contaminación atmosférica

Modulo 4: Contaminación Por Residuos

Bloque 4.1.: Legislación, gestión y tratamiento de residuos sólidos urbanos, hospitalarios y agropecuarios

Bloque 4.2.: Contaminación por residuos industriales y gestión de suelos contaminados.

Bloque 4.3.: Contaminación por residuos radiactivos

Modulo 5: Evaluación de Impacto Ambiental

Bloque 5.1: Normativa en materia de prevención ambiental

Bloque 5.2: Los estudios de impacto ambiental

Bloque 5.3: Análisis de casos concretos

Módulo 6: Gestión Ambiental en la Empresa

Bloque 6.1: Marco jurídico y administrativo. Programas de ayuda para la empresa

Bloque 6.2: Sistemas de gestión medioambiental

Bloque 6.3: Autodiagnóstico. Aplicación del manual media

Bloque 6.4: Análisis de riesgos

Bloque 6.5: Programas de ayuda para la empresa

#### **4.6. Área de Recursos Humanos**

##### ***4.6.1. Contenido del Programa Master en Dirección Estratégica de Recursos Humanos***

El Master en Dirección Estratégica de Recursos Humanos on line de EOI, pretende dotar al alumno de una sólida formación en los temas específicos de Recursos Humanos en el marco de una perspectiva gerencial global.

Asimismo pretende facilitar la adquisición y desarrollo de competencias y habilidades de aplicación práctica, de tal forma que el alumno sea capaz de identificar las necesidades específicas de la organización y ofrecer diagnósticos acertados y soluciones válidas.

Módulo 1: Estrategia y Política De Empresa

Módulo 2: Comunicación

Módulo 3: Selección

Módulo 4: Marketing

Módulo 5: Finanzas

Módulo 6: Formación

Módulo 7: Desarrollo de Carreras Profesionales

Módulo 8: Motivación

Módulo 9: Dirección de Equipos

Módulo 10: Organización y Dimensionamiento de Plantillas

Módulo 11: Relaciones Laborales

Módulo 12: Nuevos Modelos Organizativos

Módulo 13: Tecnología

Módulo 14: Compensación y Fiscalidad

Módulo 15: Proceso de Cambio

#### **4.7. Sector de las Telecomunicaciones**

La rápida evolución tecnológica que en el caso de las denominadas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones -TIC- es especialmente relevante, provoca por un lado que la Universidad o el Sistema Educativo en general en su vertiente de enseñanza reglada no pueda reaccionar con la celeridad deseada para ajustar la oferta de titulados a las demandas que la economía requiere, por otro lado los profesionales requieren de nuevos contenidos que hagan atractiva la costosa, aunque cada vez más asumida, necesaria formación continua a que se deben de someter.

El curso se enmarca en un contexto de especial interés cuál es el de la liberalización de las telecomunicaciones, que en el caso de España tiene el 1 de Diciembre de 1.998 como fecha emblemática y de despegue.

Está asumido que dicha liberalización va a crear incontables oportunidades e incertidumbres por lo que este curso tuvo una especial componente de oportunidad temporal.

Así el curso tiene como pilares básicos la evolución tecnológica por un lado y por otro el fuerte proceso de desregulación del sector de las telecomunicaciones, los desarrollos del curso van orientados a que el alumno conozca, analice y valore las

nuevas oportunidades que el mercado ofrece ya, y que pueda analizar la evolución de la situación en los próximos meses o años.

Estas oportunidades se reflejan tanto en las empresas usuarias de las tecnologías tratadas, como en las nuevas oportunidades empresariales que se basan en la propia tecnología de las telecomunicaciones, donde el fenómeno Internet es especialmente relevante en la actualidad. Pero también hay oportunidades para empresas de gran tamaño como es el caso de los nuevos operadores de telecomunicación.

Todas estas oportunidades se reflejarán, de hecho ya se está reflejando, en una diversidad de ofertas que si bien en general son de especial interés para el usuario final, no es menos cierto que la diversidad requiere de aportar elementos de análisis en la selección de las ofertas o en la definición de actuaciones. El curso pretende ser elemento decisivo para conocer cuáles son los principales elementos de análisis y aplicarlos a casos específicos.

#### ***4.7.1. Contenido del Programa de Gestión de empresas de telecomunicaciones***

Modulo 1: Introducción

Modulo 2: Oferta, Servicios y Tendencias

Modulo 3: Gestión Empresarial

Bloque 3.1: Gestión de RR.HH

Bloque 3.2: Política de Empresa

Modulo 4: Análisis del Sector. Regulación y Normativa

Bloque 4.1 El Sector de las Telecomunicaciones

Bloque 4.2 Política y Regulación

Bloque 4.3 Estandarización y Normas Técnicas

Módulo 5: Economía y Gestión

Módulo 6: Ingeniería de Sistemas

## **5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS**

El universo considerado en la investigación han sido personas que hayan realizado cursos de formación Máster o FSE (Fondo Social Europeo) por la metodología on line en EOI entre los años 1997 y 2002.

El tamaño de la muestra ha sido de 201 entrevistas, lo que en términos estadísticos supone asumir un margen máximo de error de (más-menos) 6,3% para las distribuciones totales, en el supuesto de muestreo aleatorio simple, trabajando con un margen de confianza del 95,5% (dos sigma) y asumiendo el supuesto más desfavorable en la varianza poblacional ( $p = 0,5$ ).

Se han establecido cuotas, estratificando la muestra, para la selección de personas a entrevistar, según el tipo de curso (FSE o Master) y el año de realización. El primero de los factores, tipo de curso, estaba determinado por la diferente condición social, psicológica e intelectual de los alumnos que asisten a unos y otros cursos. El segundo, por la conveniencia de conocer si la calidad y los resultados de los cursos iban mejorando con el tiempo o, por el contrario, estaban estancados en determinados niveles.

La estratificación de la muestra nos permite conocer, al menos de forma cualitativa, la variación de los distintos aspectos considerados a los largo de los años y el tipo de curso. Como consecuencia de los múltiples cruces que se realizan, para buscar detalles específicos, en algunos casos se llega a muestra muy pequeñas, y que en ningún caso tienen significación estadística, aunque permiten obtener determinadas "pistas" o tendencias de mucho valor. En cualquier caso, conviene recordar que el margen de error aplica sólo y exclusivamente a las distribuciones totales, y no a las parciales. En lo sucesivo, se evitará mencionar el nivel de significación estadística de los valores, y nos limitaremos a analizarlos y comentarlos, en el conocimiento de las limitaciones que conllevan.

El presente apartado recoge y sintetiza los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los alumnos, tal y como se describió en el apartado anterior. Los resultados se irán exponiendo según una secuencia lógica que, partiendo de las motivaciones y los objetivos que los alumnos se plantearon a la hora de realizar el curso, y continuando por el grado de satisfacción alcanzado y la aplicabilidad de los conocimientos obtenidos, culmina con los resultados alcanzados, en términos de mejora y/o creación de empleo. Para concluir, se enumeran las posibles áreas de mejora, como resultado de los comentarios vertidos por los alumnos en la encuesta.

Aunque la información de que se dispone, como consecuencia de la realización de la encuesta y la correspondiente reducción de los datos, es muy abundante, vamos a intentar simplificar lo que se expone, mostrando sólo los efectos más importantes. Así, en la mayoría de los casos las tablas recogerán la variable medida, con sus opciones de respuesta, para cada tipo de curso (FSE o Máster) y el sexo, así como el total. Cuando sea relevante, se incluirán tablas adicionales incluyendo otros factores, como la edad del alumno, el año de curso, o la zona en que vive. En el resto de los casos, se realizarán sólo los comentarios pertinentes para completar la información proporcionada en la tabla principal.

La tabla 5.1 recoge las motivaciones de los alumnos a la hora de iniciar un curso. Los porcentajes en cada columna pueden sumar más de 100%, ya que a los alumnos se les permitió esgrimir dos razones, sin obligarles a determinar la principal.

**Tabla 5.1. Razones para hacer el curso (en %)**

Motivo (%)	Varón	Mujer	FSE	Master	Total
Incrementar mis conocimientos	79,4	75,7	75,5	83,9	78,1
Mejorar posición trabajo	29,8	32,9	26,6	40,3	30,8
Conseguir un trabajo	2,3	2,9	2,9	1,6	2,5
Cambiar de trabajo	0,8	1,4	0,7	1,6	1,0
Fundar una empresa	5,3	10,0	10,1	0,0	7,0
Otras	3,8	1,4	4,3	0,0	3,0

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

En la tabla podemos apreciar que la razón principal por la que los alumnos declaran haber realizado el curso es la obtención de conocimientos (más acentuada en los alumnos de Master). A continuación figura como objetivo la mejora de la posición en el trabajo (el mismo comentario que anteriormente). Podemos también observar que las mujeres demuestran más pragmatismo, al declarar en un porcentaje mayor que quieren mejorar, no sólo adquirir conocimientos. Un 3,5% de los alumnos declaran querer obtener un trabajo o cambiar el que tienen. No se observan diferencias mayores en los que a sexo o tipo de curso se refiere. Por fin, un 10% de los alumnos (todos concentrados en cursos del FSE, sobre todo mujeres) declaran que quieren fundar una empresa.

Si analizamos la procedencia geográfica del alumnado, observamos que las cuatro opciones inferiores de la tabla tienen una incidencia mayor (hasta el 20%, frente al 13,5 en media) en la zona “Centro Sur”. Este hecho es probablemente debido a la realización de cursos específicos para desempleados en esa zona. Lo mismo ocurre si analizamos los resultados por tipo de hábitat: en las ciudades pequeñas (25 a cien mil habitantes), el porcentaje de los que quieren fundar una empresa alcanza el 15,2%, seguramente por la realización de un curso específico en alguna ciudad de esa categoría. Por lo demás, es también destacable el hecho



de que tanto en Madrid como en Barcelona, los estudiantes concentran sus respuestas en las dos primeras opciones. De una forma evidente, los alumnos de las dos ciudades más grandes de España no utilizan este tipo de cursos para encontrar un trabajo nuevo, ni para fundar una empresa...probablemente se decanten por otras opciones de formación, que son muy amplias en cualquiera de las dos ciudades.

Una vez conocida la motivación principal de los alumnos, pasemos a analizar las razones que les llevaron a tomar un curso on line, y no otro tipo de formación (tabla 5.2) . Como en el caso anterior, los porcentajes suman más de un 100% al haber permitido un máximo de dos respuestas por pregunta.

**Tabla 5.2. Razones por las que eligió la enseñanza on line**

<b>Razones por las que eligió on-line (%)</b>	<b>Varón</b>	<b>Mujer</b>	<b>FSE</b>	<b>Master</b>	<b>Total</b>
Resultaba más cómoda	52,7	45,7	51,1	48,4	50,2
No podía asistir a un curso presencial	67,2	60,0	59,7	75,8	64,7
Quería experimentar nuevas formas	10,7	11,4	14,4	3,2	10,9
No había curso presencial		2,9	1,4		1,0
Por otras razones	0,8	1,4	1,4		1,0

*Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002*

Como podemos observar en la tabla, la razón principal expresada por los alumnos es que asisten a un curso on line porque no pueden asistir a un curso presencial. Esta opción está aún más marcada en los alumnos de Máster (75,8%), y en los varones frente a las mujeres. Un análisis más detallado nos muestra además que esta opción crece en importancia a lo largo de los años, pasando de un 50% para los alumnos que cursaron en 1997/1999 a un 75,9% para los alumnos del presente año. Por edades de alumnos, y de forma cuando menos sorprendente, la opción es más señalada por los alumnos menores de 31 años (71,4%) que por los

mayores de 34 (sólo el 54,7%). Por áreas geográficas, la región Noreste, con el 81%, es la que más favorece esta opción, y Madrid (59,5%), la que menos.

La segunda opción más elegida es “Me resultaba más cómoda” (50,2%). El porcentaje es muy estable los largo de todos los parámetros considerados en el estudio, tanto los que figuran en la tabla (tipo de curso y sexo), como para la edad de los alumnos, el año de curso y la zona geográfica.

Un 10,9% de los alumnos declaran que realizaron el curso para experimentar nuevas formas de enseñanza. Esta opción es bastante neutra respecto al sexo, pero muestra fuertes diferencias entre los cursos del FSE y los Másteres. Es una opción que va fuertemente decreciendo en el tiempo, ya que si alcanzaba el 16,7% de los alumnos de los cursos 1997/99, no llega al 7% en este año. Esta evolución es absolutamente razonable en función del conocimiento de la enseñanza on line que el público va teniendo al generalizarse este tipo de enseñanza. Hay que pensar también que al ser EOI una escuela pionera, muchos de los alumnos “experimentadores” tomaron cursos en ella en los primeros años de actividad.

No deja de sorprender el hecho de que sólo un 1% de los alumnos declaren que se apuntaron al curso porque “no había curso presencial”. Además, este 1% está perfectamente localizado en mujeres, cursos de FSE, que son mayores de 34 años, que cursaron en el año 2001, viven en ciudades pequeñas, y en Levante o Noroeste. Para todos los que creemos que el e-learning es una opción fundamental para aquellas personas que viven en núcleos pequeños o aislados, o en entornos geográficos difíciles, este resultado es a la vez una frustración y un acicate para seguir mejorando las formas de comunicación, de forma que esta modalidad de enseñanza pueda llegar a aquellos que nos tienen otras disponibles.

Una vez conocidas las motivaciones y razones que han llevado a los alumnos a participar en los cursos, estamos en condiciones de empezar a analizar el grado de satisfacción de los mismos.

### **5.1. Grado de satisfacción**

A continuación se irán desgranando cada uno de los aspectos que integran un curso de formación on line, y se recogen las opiniones y valoraciones de los alumnos respecto a cada uno de ellos.

#### ***5.1.1. El concepto de curso***

Las tablas 5.3 y 5.4 muestran el grado de satisfacción respecto al curso en general, tanto en función de las variables principales (tipo de curso y sexo) como en función de la edad del alumnado y el año en el que cursaron sus estudios. Los datos se han dispuesto en dos tablas por facilidad de lectura y edición, aunque se irán comentando cada uno de los aspectos utilizando simultáneamente los datos de ambas tablas

***Tabla 5.3. Grado de satisfacción según tipo de curso y género***

<b>Grado de satisfacción (max. 5 ptos)</b>	<b>Total</b>	<b>Varón</b>	<b>Mujer</b>	<b>FSE</b>	<b>Master</b>
Adquisición de conocimientos	3,88	3,95	3,76	3,85	3,95
Utilidad de los conocimientos	3,95	3,98	3,90	3,85	4,18
El profesorado	4,08	4,05	4,14	4,12	4,00
La documentación proporcionada	3,79	3,80	3,77	3,90	3,55
La relación con los compañeros	3,78	3,75	3,84	3,61	4,16
Las actividades realizadas	3,74	3,71	3,80	3,75	3,73

*Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002*

**Tabla 5.4. Grado de satisfacción según edad y año**

<b>Grado de satisfacción (max., 5 puntos)</b>	<b>Edad 29-31</b>	<b>Edad 32-34</b>	<b>Edad 34 +</b>	<b>Curso 97/99</b>	<b>Curso 2000</b>	<b>Curso 2001</b>	<b>Curso 2002</b>
Adquisición de conocimientos	3,57	3,79	3,84	3,97	3,88	3,86	3,83
Utilidad de los conocimientos	3,50	3,81	4,01	3,97	3,90	3,90	4,14
El profesorado	4,00	3,98	3,99	4,00	4,23	3,99	4,17
La documentación	3,86	3,95	3,65	3,92	3,85	3,79	3,55
La relación con los compañeros	3,15	3,63	3,88	3,86	3,46	3,82	4,14
Las actividades realizadas	3,64	3,59	3,68	3,83	3,75	3,71	3,69

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

Analizaremos a continuación cada uno de los aspectos considerados. En lo que a la adquisición de conocimientos se refiere, las calificaciones obtenidas son relativamente elevadas (3,88 puntos), uniformes en los que a los distintos cursos se refiere, y con las mujeres calificando ligeramente por encima de los varones. En la distribución por edades, se puede observar que los alumnos mayores son los que puntúan más alto, a pesar de ser, en teoría los más formados. En cuanto a la evolución temporal, se observa una ligerísima degradación con el tiempo. Cabe destacar el hecho de que casi un 20% de los alumnos encuestados respondieron asignando la calificación máxima (5 puntos sobre 5), y que ninguno de la población muestral concedió la mínima (un punto). No aparecen diferencias en la calificación asociadas a la zona geográfica, aunque los habitantes de los pueblos pequeños conceden las calificaciones más altas en este apartado.

En lo que a la utilidad de los conocimientos adquiridos se refiere (media 3,95), no hay diferencias entre varones y mujeres, aunque como en el caso anterior los alumnos Máster proporcionan calificaciones más altas que los de los cursos FSE. En lo que a la evolución con los años respecta, se observa una progresión temporal que, en nuestra opinión, compensa con mucho la degradación de la

obtención de conocimientos. Los alumnos de Madrid son los que mejor utilidad reconocen a los conocimientos adquiridos.

Los profesores (4,08 en media) constituyen una variable absolutamente homogénea y casi independiente del sexo, tipo de curso y año. Sin embargo, han sido penalizados por los alumnos que viven en la zona Noroeste (3,67 puntos) y muy bien valorados por los alumnos de los pueblos pequeños (4,4 puntos).

La documentación (3,79 puntos) resulta fuertemente penalizada por los alumnos de los programas Máster (3,55). Son claramente más críticos debido a la inversión económica a la que hacen frente. También son más críticos los alumnos mayores que los jóvenes (3,65 frente a 3,86), y es el único de los parámetros de este bloque que claramente se deteriora con el tiempo (pasa de 3,92 puntos en el curso 97/99 a 3,55 en el curso 2002). Como en el caso anterior, los alumnos de la zona Noroeste son los más críticos en este apartado (seguro que sufrieron algún tipo de incidente que afectaba a ambos), mientras que los de los pueblos pequeños son los más agradecidos (4,09 puntos).

La relación con los compañeros (3,78 de media) es claramente mejor valorada por los alumnos Máster que por los del FSE (4,16 frente a 3,61), y por los alumnos mayores que por los más jóvenes (3,88 frente a 3,15). Es éste un aspecto que ha mejorado en su calificación a lo largo del tiempo, salvo el traspié del 2001, y que cosecha diferencias importantes (4,03 frente a 3,44) en función del hábitat (pueblos pequeños frente a ciudades de 25.000 a cien mil).

El último aspecto de este bloque, las actividades realizadas (3,74 de media), obtiene calificaciones homogéneas, respecto a la edad, sexo y tipo de curso, aunque muestra una ligera degradación (3,69 frente a 3,83) con el tiempo.

Como resumen de este bloque de información, podríamos decir que la valoración en su conjunto ha permanecido constante a lo largo del período estudiado (23,55

puntos en 97/99 frente a 23,52 en 2002), fundamentalmente porque todas las mejoras conseguidas han sido amortizadas por la degradación sufrida por la documentación.

### 5.1.2. Los aspectos logísticos

Siguiendo el esquema delineado en el apartado anterior, las tablas 5.5 y 5.6 muestran el grado de satisfacción respecto a los aspectos logísticos, tanto en función de las variables principales (tipo de curso y sexo) como en función de la edad del alumnado y el año en el que cursaron sus estudios.

**Tabla 5.5. Grado de satisfacción (aspectos logísticos I)**

Grado de satisfacción (max. 5 pts)	Total	Varón	Mujer	FSE	Master
Facilidad de seguimiento del curso	3,62	3,63	3,60	3,58	3,69
Disponibilidad del profesor	4,22	4,12	4,39	4,22	4,19
Disponibilidad del coordinador	4,29	4,34	4,20	4,26	4,36
Capacidad de la plataforma informática	3,41	3,44	3,37	3,45	3,32

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

**Tabla 5.6. Grado de satisfacción (aspectos logísticos II)**

Grado de satisfacción (max., 5 puntos)	Edad 29-31	Edad 32-34	Edad 34 +	Curso 97/99	Curso 2000	Curso 2001	Curso 2002
Facilidad de seguimiento del curso	3,79	3,43	3,58	3,69	3,56	3,58	3,72
Disponibilidad del profesor	3,93	4,34	4,06	4,08	4,33	4,17	4,31
Disponibilidad del coordinador	4,07	4,31	4,25	4,08	4,42	4,28	4,36
Capacidad de la plataforma	3,36	3,39	3,4	3,69	3,4	3,26	3,52

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

Como consideración general, hay que decir en primer lugar que la homogeneidad de los resultados obtenidos en este bloque es mucho mayor que en anterior, lo que implica que los aspectos logísticos son percibidos de forma muy similar por todos los alumnos, cualesquiera que fueran sus condiciones particulares.

La facilidad de seguimiento del curso (media 3,62) obtiene calificaciones homogéneas en todos los cursos, años y sexos. Es mirada de forma algo más crítica por los alumnos mayores que por los jóvenes (3,58 frente a 3,79). Obtiene calificaciones menores en la región Centro-Noroeste y en las grandes ciudades (3,45 en ambas).

Son las mujeres (4,39 puntos) quienes mejor valoran la disponibilidad del profesor (4,22 en media), mientras que la evolución histórica sigue un tendencia oscilante, pero creciente. Se observa un fenómeno extraño en las calificaciones en función de la edad de los alumnos, ya que los más jóvenes puntúan con 3,93, los intermedios con 4,34 (muy alta) y los mayores con 4,06. No encontramos razones para justificar tal comportamiento. En lo que respecta al tamaño de hábitat, son los alumnos de pueblos pequeños (4,43) los que mejor valoran este apartado.

A los coordinadores (media 4,29) los puntúan más los chicos que las chicas (4,34 frente a 4,20) y más los alumnos de Máster que los de FSE, y más los alumnos mayores que los jóvenes. Las puntuaciones siguen una senda creciente con el tiempo, en respuesta a la lógica maduración de los programas y procedimientos. Son mejor valorados en la zona centro-sur (4,58) que en levante o Madrid (4,19) y en los pueblo pequeños (4,50) que en las ciudades grandes (4,20).

La plataforma informática de apoyo a la docencia obtiene la peor calificación de este bloque (3,41), siendo uniforme por sexos y edades, y algo más críticos los alumnos de Máster (3,32) que los del FSE (3,45). Tiene una valoración decreciente con el tiempo, que se ha enmendado un tanto durante el último año. Por regiones,

el Centro-sur es especialmente crítico (3,27), mientras que el Centro-Noroeste es el más benévolo (3,58). Este fenómeno es difícil de entender, salvo la existencia de problemas específicos acontecidos en cursos desarrollados en esas partes de la geografía. El tamaño de hábitat ofrece un fenómeno singular: mientras que los núcleos medianos de población puntúan alto (3,74 y 3,64), los pueblos pequeños y las grandes ciudades puntúan bajo (3,3 y 3,1, respectivamente). Parece como si los habitantes de los núcleos pequeños, que tan bien han valorado otros aspectos, sean especialmente críticos con el funcionamiento de la plataforma.

En resumen, este bloque presenta un perfil claramente creciente en el tiempo (15,91 puntos en el 2002 frente a 15,54 en 97/99) en el que sólo la plataforma empaña unos resultados que podrían ser netamente mejores.

### **5.1.3. La metodología y la utilización del tiempo**

Las tablas 5.7 y 5.8 muestran el grado de satisfacción respecto a los aspectos metodológicos y de utilización del tiempo, tanto en función de las variables principales (tipo de curso y sexo) como en función de la edad del alumnado y el año en el que cursaron sus estudios.

**Tabla 5.7. Grado de satisfacción (Metodología y utilización del tiempo I)**

<b>Grado de satisfacción (max. 5 ptos)</b>	<b>Total</b>	<b>Varón</b>	<b>Mujer</b>	<b>FSE</b>	<b>Master</b>
La metodología	3,98	4,02	3,89	4,01	3,89
La documentación	3,84	3,87	3,79	3,96	3,56
La duración del curso	3,71	3,71	3,70	3,67	3,79
El descanso semanal	3,32	3,34	3,30	3,27	3,45
El descanso entre módulos	3,55	3,59	3,49	3,47	3,72
Las sesiones presenciales	3,51	3,55	3,45	3,64	3,15

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002



**Tabla 5.8. Grado de satisfacción (Metodología y utilización del tiempo II)**

Grado de satisfacción (max., 5 puntos)	Edad 29-31	Edad 32-34	Edad 34 +	Curso 97/99	Curso 2000	Curso 2001	Curso 2002
La metodología	4,00	3,98	3,85	3,94	4,06	3,94	3,97
La documentación	4,14	3,95	3,61	4,08	3,88	3,76	3,69
La duración del curso	3,38	3,82	3,58	3,47	3,75	3,74	3,82
El descanso semanal	3,46	3,42	3,29	3,18	3,40	3,21	3,69
El descanso entre módulos	3,71	3,55	3,57	3,42	3,45	3,62	3,68
Las sesiones presenciales	3,11	3,54	3,38	3,57	3,55	3,47	3,50

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

Respecto a la metodología, calificada con 3,98 puntos en media, no se observan diferencias importantes, tanto en lo que se refiere a sexo como a tipo de curso. Varones y FSE puntúan ligeramente por encima que mujeres y Máster. A lo largo del tiempo, los valores también permanecen constantes, y sólo se observa una pequeña diferencia -no significativa estadísticamente - en el sentido de que los alumnos mayores son más críticos en este apartado que los más jóvenes (3,85 puntos frente a 4,00). Se observan diferencias importantes de puntuación en las distintas áreas geográficas, que van desde los 4,12 puntos en Centro-Sur a los 3,52 en Noroeste., y de 3,85 puntos en las grandes ciudades a 4,27 en los pueblos pequeños.

La documentación, que ya fue considerada en el apartado 6.1.1 del presente estudio, dentro de los aspectos generales, obtiene en éste calificaciones relativamente distintas, aunque las conclusiones de conjunto son las mismas: mejor valorada por los FSE que por los Máster, y por los jóvenes que por los mayores, y decreciente con el tiempo (de 4,08 a 3,69 puntos). Es también mejor valorada en el Sur que en Madrid (3,94 frente a 3,59) y en los pueblos pequeños que en las ciudades grandes (4,07 frente a 3,59).

La duración del curso (3,71 puntos) obtiene calificaciones uniformes por sexos y cursos, y mejora sustancialmente con el tiempo (3,82 en el 2002 frente a sólo 3,47 en 97/99). Por regiones, obtiene 3,90 puntos en el Noroeste, siendo uniforme en el resto de España, y ligeramente inferior a 3,7.

El descanso semanal obtiene una de las peores calificaciones, entre todos los aspectos interrogados, con sólo 3,32 puntos. Especialmente críticos son los alumnos del FSE (sólo 3,27 puntos frente a los 3,45 del Máster). En este aspecto, es de resaltar que los alumnos de Máster, que se apuntan al curso perfectamente mentalizados de la dureza del curso y el esfuerzo que comporta el superarlo, siguen puntuando este apartado con una calificación baja. Es importante, sin embargo, apuntar que las puntuaciones han ido subiendo con el tiempo, pasando de sólo 3,18 puntos de los cursos 97/99 a 3,69 puntos en el actual. Por regiones, en el Sur se puntúa con solo 3,16 (la más baja), y en las grandes ciudades peor que en los pueblos (3,21 frente a 3,45).

El descanso entre módulos (3,55 puntos) es, sin embargo mejor puntuado, y también mejora, aunque menos con el tiempo (3,68 frente a 3,42). Se observan diferencias importantes entre alumnos del FSE y de Máster (3,47 frente a 3,72), y entre regiones (3,81 en Noroeste frente a 3,23 en Centro-sur), aunque no entre tipos de población, edad y sexo.

Por fin, las sesiones presenciales (3,51 puntos de media), son poco valoradas por los alumnos de Máster (sólo 3,15 frente a 3,64 en el FSE), mientras los demás parámetros presentan resultados uniformes. Por regiones, aparecen diferencias gigantescas (3,07 frente a 3,87), lo mismo que por tipo de población (de 3,17 a 4,12), que pensamos no son achacables al concepto, sino al diferente éxito que las propias sesiones hayan tenido en cada una de las ciudades donde los cursos se imparten.

En resumen, los alumnos de Máster son mucho más críticos que los de FSE en cuanto a la metodología, la documentación, y las sesiones presenciales, mientras que los del FSE se quejan de la duración y los descansos. No sin correr cierto riesgo, podríamos deducir que los alumnos de Máster, que han hecho un desembolso importante, están mejor dispuestos a aguantar la dureza del curso, mientras que los del FSE, a pesar de estar en muchas ocasiones en peores condiciones generales, no sobrellevan bien el esfuerzo que los cursos comportan.

#### **5.1.4. Las herramientas docentes**

Siguiendo el esquema marcado en los apartados anteriores, las tablas 5.9 y 5.10 muestran el grado de satisfacción respecto a las herramientas docentes, tanto en función de las variables principales (tipo de curso y sexo) como en función de la edad del alumnado y el año en el que cursaron sus estudios.

**Tabla 5.9. Grado de satisfacción (Herramientas docentes I)**

<b>Grado de satisfacción (max. 5 ptos)</b>	<b>Total</b>	<b>Varón</b>	<b>Mujer</b>	<b>FSE</b>	<b>Master</b>
El foro	3,50	3,48	3,51	3,48	3,53
El chat	3,53	3,53	3,54	3,53	3,53
El tablón	2,87	2,70	3,19	2,91	2,79
Las preguntas al profesor	4,21	4,15	4,30	4,18	4,26
Las actividades en grupo	3,68	3,69	3,64	3,59	3,87

*Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002*

**Tabla 5.10. Grado de satisfacción (Herramientas docentes II)**

Grado de satisfacción (max., 5 puntos)	Edad 29-31	Edad 32-34	Edad 34 +	Curso 97/99	Curso 2000	Curso 2001	Curso 2002
El foro	3,21	3,57	3,33	3,40	3,29	3,57	3,76
El chat	3,29	3,57	3,28	3,56	3,58	3,43	3,72
El tablón	2,79	3,07	2,74	2,59	2,76	2,91	3,21
Las preguntas al profesor	3,79	4,26	4,19	4,11	4,19	4,13	4,57
Las actividades en grupo	3,36	3,69	3,62	3,69	3,62	3,61	3,96

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

El foro (3,50 puntos de media) mejora su puntuación con el tiempo (de 3,4 en el 97 a 3,76 en el 2002), y es preferido por los alumnos de edad intermedia (de 32 a 34 años). Como en casos anteriores, los alumnos de pueblos pequeños puntúan mucho más alto (3,73) que los de las grandes ciudades (3,32).

Prácticamente los mismos valores, y secuencia de evolución, se observa en el chat, que además obtiene resultados homogéneos en todo tipo de región y estructura de poblamiento.

El tablón obtiene la puntuación más baja de todas, con sólo 2,87 puntos. Además, y en contra de lo que ocurre en las otras herramientas, está fuertemente segmentado por sexos (2,7 puntos para los valores y 3,19 para las mujeres). Es además, la herramienta que más deprecia ha mejorado con el desarrollo de los distintos cursos, pasando desde 2,59 puntos en el 97/99 a 3,21 puntos en el 2002. Aún así, en el 2002 obtiene medio punto menos que las otras herramientas. Es especialmente penalizada por los alumnos del Noroeste, Madrid, y el resto de grandes ciudades.

Las preguntas al profesor (4,21 en media), son preferidas por las alumnas (4,3) más que por sus compañeros (4,15), y más por los alumnos mayores que por los más jóvenes. Como en el caso anterior, mejoran sustancialmente con el tiempo (de 4,11 a 4,57 puntos en el intervalo considerado). Obtienen los mejores

resultados en el Noroeste (4,52) y en los pueblos (4,37) . Creemos que los 4,57 puntos obtenidos en el año 2002 colocan a esta herramienta como madura, adecuada y puesta a punto para este tipo de enseñanza.

Por fin, las actividades en grupo (3,68 de media), son preferidas por los alumnos Máster (3,87 frente a 3,59 del FSE). Mejoran, aunque poco (de 3,69 a 3,96) con el tiempo, y obtienen calificaciones homogéneas en el resto de parámetros considerados.

En conjunto, podemos ver que son las herramientas los aspectos menos afectados por el tipo de curso y el sexo de los alumnos, lo que nos induce a pensar que cada una de ellas puede ser aplicada en cursos distintos, o en el futuro, con gran probabilidad de obtener resultados similares. Es de destacar también que la única herramienta que obtiene puntuaciones altas (más de 4) son las preguntas al profesor, más relacionadas con el proceso tradicional de enseñanza que con las especificidades de la enseñanza on line.

#### **5.1.5. El método en su conjunto**

Como colofón a este apartado, y siguiendo la metodología habitual, las tablas 5.11 y 5.12 muestran el grado de satisfacción respecto al método de enseñanza on line en su conjunto, en relación con las variables habituales.

**Tabla 5.11. Grado de satisfacción (Método I)**

<b>Valoración del método (% alumnos)</b>	<b>Total</b>	<b>Varón</b>	<b>Mujer</b>	<b>FSE</b>	<b>Master</b>
Muy malo	0,5		1,4	0,7	
Malo	1,0		2,9	1,4	
Regular	7,5	7,6	7,1	5	12,9
Bueno	52,7	53,4	51,4	55,4	46,8
Muy bueno	38,3	38,9	37,1	37,4	40,3

*Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002*

**Tabla 5.12. Grado de satisfacción (Método II)**

Valoración del método (% de alumnos)	Edad 29-31	Edad 32-34	Edad 34 +	Curso 97/99	Curso 2000	Curso 2001	Curso 2002
Muy malo			1,1				3,4
Malo			1,4			2,4	
Regular	7,1	6,8	9,5	5,6	3,8	9,5	10,3
Bueno	42,9	62,8	48,4	61,1	55,8	54,8	31,0
Muy bueno	50,0	25,0	40,0	33,3	40,4	33,3	55,2

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

A nivel total, sólo un 1,5% de los alumnos piensan que el curso es malo o muy malo, mientras que un 38,3% de los mismos piensan que es muy bueno. El resultado, pues, no puede calificarse sino de satisfactorio. La segmentación de los resultados en los parámetros habituales nos permite ver que:

- Las mujeres son bastante más críticas que los varones, y un 3,3% de ellas dicen que el curso es malo o muy malo.
- Los cursos del FSE muestran también un 2,1% de cursos malos o muy malos. El mínimo ejercicio de autocrítica llevaría a pensar que los cursos del FSE tienen una categoría y/o calidad menores. Lo contrario implicaría reconocer que estos alumnos, además de tener una menor categoría intelectual que los Máster (indiscutible), tienden también a quejarse más de lo que se les ofrece, aunque les haya resultado gratis. La existencia, no obstante, de un 12,9% de alumnos Máster que piensan que el curso es "regular" debe ser motivo, cuando menos, de reflexión, ya que algunas de esas respuestas pueden ser debidas a un exceso de prudencia, educación o corrección por parte de los alumnos.
- El análisis de la segunda tabla nos permite "localizar con precisión" las respuestas negativas, que se encuentran en alumnos mayores, y en los cursos 2001 y 2002. También nos permite ver que el progreso de los

cursos es evidente, ya que el porcentaje de alumnos que piensan que el curso es muy bueno ha pasado del 33% en el curso 97/99 a un 55,2% en el 2002. Consideramos que este porcentaje es extraordinariamente elevado, y muy difícil de alcanzar, incluso por escuelas asentadas y en enseñanza presencial.

## **5.2. Nivel de aplicabilidad**

En el presente apartado pretendemos analizar el nivel de aplicabilidad de los conocimientos obtenidos en los cursos, desde una doble perspectiva. Primero analizaremos cuales son las materias, entre todas las estudiadas, que el alumno reconoce que le han sido útiles (independientemente de que le gustasen o no, y del grado de satisfacción que le produjeren). A continuación, pasaremos a analizar el campo o los campos -mejora de puesto, nuevo trabajo, etc.- en los que el alumno ha encontrado aplicación a esos conocimientos útiles que ha obtenido en el curso.

### **5.2.1. *Nivel de aplicabilidad de las materias estudiadas***

Resulta extraordinariamente complejo extraer consecuencias concretas, y de aplicación docente, de los resultados obtenidos en la encuesta. Piénsese que existe una decena de cursos, algunos de los cuales muy específicos, y que los alumnos tienen un número elevado de asignaturas, y que algunas de ellas se cursan sólo en determinados cursos. Incluso, las asignaturas reciben nombres ligeramente distintos de un curso a otro, o asignaturas con el mismo nombre pueden tener contenidos distintos según los cursos. Además, la carga horaria - y con ello el recuerdo que dejan en el alumnado- es también distinta, y una misma asignatura tiene diferente carga lectiva en unos cursos y otros.

A los alumnos se les obligaba, en el modelo de encuesta, a elegir las tres asignaturas que les habían resultado más útiles, y en las hojas de respuesta se

observa una gran concentración en las asignaturas colocadas como "primeras opciones", lo que indica de forma inequívoca que los alumnos no estaban muy seguros de cómo responder - quizás ni de las asignaturas que cursaron - y respondían de forma instintiva con un "sí" a la primera de la lista que les sonaba "relativamente bien".

Realizadas todas esas salvedades, hay que reconocer que los resultados obtenidos constituyen, al menos de forma cualitativa, una buena base sobre la que elaborar un juicio y sacar conclusiones para el futuro. Hay que hacer notar el hecho de que aunque a los alumnos se les proporcionaba una lista de 30 asignaturas entre las que debían seleccionar tres, un 23% de los mismos (24,5% en el FSE y 21% en Máster) han señalado la opción "otras" y un 11,4% (12,9% en el FSE y 8,1% en Máster) señalaron la opción "no sabe/no contesta". En términos prácticos, y si aceptamos los resultados obtenidos y no los achacamos a errores en la confección de la encuesta, tendremos que reconocer que la tercera parte de los alumnos es incapaz de discriminar de forma correcta qué cosas le resultan útiles y que cosas son prescindibles.

Debido a la diferente motivación de los alumnos a la hora de hacer un curso del FSE o un Máster - puesta de manifiesto en la parte introductoria del presente capítulo, y en el capítulo 3 - los resultados se analizarán por tipo de curso, y centrándonos en las asignaturas que han obtenido más de un 10% de respuestas positivas.

En los cursos del FSE, la asignatura considerada más útil es el Marketing (28,1 de las respuestas), seguida de "Control de Calidad" (18%), "Fiscalidad" (10,8%), y Recursos Humanos (10,1%).

En los programas Máster, vuelve a ser el "Marketing" la asignatura considerada más útil (30,6 %), seguida de la "Estrategia de Empresa" (16,1%), "Contabilidad Financiera", con un 12,9% y "Gestión de Residuos (11,3%). Con porcentajes



próximos al 10% (9,7%), figuran la Estadística, Gestión de Operaciones y el Módulo Internacional.

En cuanto a la segmentación por sexos, se puede observar que mientras hay asignaturas "para todos", como el Marketing (29% frente a 28,6) o la Gestión de calidad (13% frente a 12,9%), hay otras que son especialmente valoradas por los varones (Operaciones, 9,9% frente a 7,1%; Módulo Internacional, 7,6% frente a 1,4%) y otras por las mujeres (Fiscalidad, 11,4% frente a 5,3%; Contabilidad Financiera, 15,7% frente a 6,9%). Ya en un apartado anterior se comentó el hecho de que aunque la mayoría de los alumnos son varones, hay cursos en los que las mujeres son mayoría.

Por áreas geográficas y tipo de poblamiento, podemos ver que el "Marketing" es más valorado en las ciudades grandes que en los pueblos, y más en el norte de España que en sur. La Calidad, por el contrario, es más apreciada en los pueblos que en las grandes ciudades y la Estrategia, de nuevo en las grandes ciudades.

Llama la atención que los alumnos no declaren el Proyecto final como útil, aunque sea la signatura que más horas de trabajo absorbe.

### ***5.2.2. Campo de aplicabilidad de las materias***

Las tablas 5.13 y 5.14 recogen, en los formatos estándar, las puntuaciones obtenidas por cada uno de los aspectos considerados. Se han dispuesto de esta forma para que puedan ser comparados rápidamente unos con otros. Sólo se realizará el análisis detallado del primero de ellos, ya que los tres siguientes disponen de apartados completos dedicados a su análisis. (puntos 5.3 y 5.4 del presente estudio).

**Tabla 5.13. Campos de aplicabilidad I**

Grado de aplicabilidad (max. 5 pts)	Total	Varón	Mujer	FSE	Master
Para su formación personal	4,17	4,21	4,11	4,14	4,26
Para mejorar el puesto de trabajo	3,64	3,61	3,70	3,56	3,82
Para encontrar un puesto de trabajo	3,54	3,54	3,54	3,38	3,93
Para crear una empresa	3,39	3,41	3,36	3,42	3,34

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

**Tabla 5.14. Campos de Aplicabilidad II**

Grado de aplicabilidad (max., 5 puntos)	Edad 29-31	Edad 32-34	Edad 34 +	Curso 97/99	Curso 2000	Curso 2001	Curso 2002
Para su formación personal	4,00	4,00	4,18	4,14	4,08	4,21	4,28
Para mejorar el puesto de trabajo	3,43	3,49	3,58	3,58	3,57	3,68	3,72
Encontrar un puesto de trabajo	3,62	3,51	3,52	3,43	3,36	3,56	3,96
Para crear una empresa	3,31	3,39	3,24	3,22	3,38	3,38	3,72

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

Los cursos son valorados de forma muy positiva de cara a la formación personal del individuo (media 4,17 puntos). Son algo más valorados por los varones que por las mujeres (4,21 frente a 4,11), por los alumnos Máster que por los del FSE (4,26 frente a 4,14) y por los mayores que por los más jóvenes ((4,18 frente a 4,00). La tendencia de valoración es creciente, pasando de 4,14 puntos en el curso 97/99 a 4,28 en el 2002. Por regiones geográficas, los cursos son muy valorados en Madrid (4,35) y menos en la zona centro-sur (3,97), y extraordinariamente bien valorados (4,60 puntos) en los pueblos menores de 25.000 habitantes.

En conjunto, los otros tres apartados -mejora, creación de empleo o de empresa - obtienen calificaciones algo menores, aunque en todo caso crecientes con el

tiempo. Es de mencionar la mejora sustancial obtenida por la creación de empresas, que pasa de 3,22 a 3,72 puntos en el intervalo temporal considerado.

Varones y mujeres ofrecen valoraciones de conjunto muy similares, mientras que los alumnos Máster conceden un mayor grado de aplicabilidad de los conocimientos obtenidos que los de los cursos FSE (sólo ligeramente menores para crear una empresa).

### **5.3. Resultados de mejora de empleo o de obtención de nuevo trabajo**

La tabla 5.15 resume las calificaciones sobre la utilidad de los estudios para mejorar el empleo o conseguir un empleo nuevo, en función de cada uno de los parámetros que se han considerado relevantes para el estudio (sexo, tipo de curso, ámbito geográfico, titulación, empleo, etc.). Como en los casos anteriores, se ha puntuado de 1 a 5 puntos, representando este último valor la opción "muy útil".

A continuación se irán analizando cada una de las calificaciones obtenidas, para cada uno de los dos aspectos considerados, aunque a veces se realizarán comentarios cruzados. Además, se comentarán las distribuciones de frecuencia obtenidas cuando se considere necesario.

**Tabla 5.15. Mejora y nuevo empleo**

<b>RESULTADOS</b>	<b>Aplicabilidad</b>	<b>Mejora puesto Max. 5 puntos</b>	<b>Nuevo puesto Max. 5 puntos</b>
	<b>Total</b>	<b>3,64</b>	<b>3,54</b>
Sexo	Varón	3,61	3,54
	Mujer	3,70	3,54
Tipo de curso	Máster	3,82	3,93
	FSE	3,56	3,38
Año del curso	97/99	3,58	3,43
	2000	3,57	3,36
	2001	3,68	3,56
	2002	3,72	3,96
Edad	Menos de 34	3,46	3,58
	Más de 34	3,58	3,52
Hábitat	<25.000	4,10	3,83
	25.000-500.000	3,67	3,40
	>500.000	3,42	3,56
Zona geográfica	Centro-sur	3,64	3,55
	Centro -Noroeste	3,85	3,48
	Levante	3,45	3,36
	Noroeste	3,62	3,57
	Madrid	3,64	3,91
Ocupación	Máxima	4,25 (Docente)	4,0 (trab. Manual)
	Típica	4,00 (Autónomo)	3,73 (directivo)
	Típica	3,64 (Desempleado)	3,45 (desempleado)
	Mínima	3,39 (Técnic. medio)	3,0 (autónomo)
Estudios	BUP/COU	4,43	4,00
	Universitario medio	3,38	3,62
	Universit. Superior	3,62	3,48
	Humanidades	3,59	3,46
	C. Experimentales	3,90	3,65
	Ingenierías	3,51	3,50

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

La utilidad de los cursos para mejorar el puesto de trabajo es valorada con 3,64 puntos, en media, aunque más de un 60% de los encuestados lo valora como "útil" o "muy útil". Las mujeres valoran ligeramente por encima de los varones (3,7 frente a 3,61), y los alumnos mayores por encima de los jóvenes. Los alumnos de Máster valoran sustancialmente por encima (3,82 frente a 3,56) que los del FSE, aspecto éste absolutamente lógico, ya que las motivaciones de unos y otros son distintas. La utilidad va subiendo según se van desarrollando los cursos, aunque de forma no sustancial (mejora de 14 centésimas a lo largo del periodo).

Por regiones, podemos observar que las calificaciones más altas las obtiene el Centro-Noroeste (3,85 puntos) y las más bajas Levante (3,45). Y como en tantas otras ocasiones, los pueblos pequeños son los que más alto califican (4,10 puntos) Es de destacar el hecho de que un 37% de los encuestados de los pueblos menores de 25.000 habitantes concedieron la máxima puntuación (5 puntos).

Si analizamos los resultados en función de la ocupación que tenían los estudiantes cuando realizaron el curso, encontramos que la máxima utilidad es encontrada por los docentes (4,25 puntos), los trabajadores manuales (4,17), autónomos (4,0) y los directivos (3,84). A la cola se encuentran los Técnicos medios (3,39) los técnicos superiores (3,43) y, sorpresivamente, los desempleados conceden 3,64 puntos, igual a la media.

Si analizamos ahora los resultados en función del nivel de estudios que los alumnos tienen cuando se incorporan al curso, encontraremos que son los menos cualificados (bachillerato o COU) los que encuentran mayor utilidad (4,43 puntos), con mucha diferencia respecto a los universitarios de grado medio (3,38) y los superiores (3,62). Entre estos últimos, son los Licenciados en Ciencias Experimentales (3,90 puntos) los que mayor partido sacan.

En conjunto, podríamos decir que el máximo aprovechamiento de los cursos se centra en las mujeres, cursos Máster, habitantes de pequeños núcleos urbanos, y que tienen bien una muy alta formación básica o muy pequeña.

Pasemos a continuación a analizar la aplicabilidad de lo aprendido para encontrar un nuevo puesto de trabajo. La calificación media obtenida (3,54 puntos) es algo inferior, respuesta lógica ya que es más fácil, al menos en teoría, mejorar un puesto de trabajo que encontrar uno nuevo. El porcentaje de respuestas que lo consideran "útil o muy útil" baja ahora hasta el 50%, que aún es un porcentaje respetable, aunque un 25% de los encuestados lo considera poco o nada útil.

Por tipo de curso, los Másters obtienen de nuevo mejor calificación (3,93 frente a 3,38), pero esta vez la ventaja es mucho mayor respecto a los cursos de FSE que en el caso anterior, cosa difícilmente justificable. Es perfectamente admisible que los alumnos Máster aspiren a mejorar de puesto a través de los cursos, pero no es absoluto lógico que también superen a los del FSE en el aspecto de encontrar un nuevo trabajo. El alcance del presente trabajo no permite discernir si el fallo está en la adecuación de los estudios al perfil del alumnado, o a la selección deficiente del alumnado.

En otro orden de cosas, la efectividad de los cursos ha mejorado sustancialmente a lo largo del tiempo, de 3,43 puntos en el curso 97/99 a 3,96 en el 2002.

Por zonas geográficas, Levante vuelve a ser la peor de todas (3,36 puntos) y, en este caso, Madrid destaca muchísimo sobre todas las demás, con 3,91 puntos (más del 60% de respuestas lo consideran útil o muy útil). No es posible emitir un juicio sobre las condiciones particulares de la zona levantina sin conocer en detalle como se desarrollaron los cursos en esa área.

Por ocupaciones, los cursos son especialmente valorados a la hora de encontrar trabajo por los trabajadores manuales (4,0 puntos), los comerciales (4,0) y los

directivos (3,73). Las calificaciones más bajas las proporcionan los autónomos (3,0) los becarios (3,17) y los administrativos (3,31). Los desempleados valoran con 3,45 puntos (menos que la media), aunque las limitaciones muestrales impiden afirmar que a los desempleados les sea menos útil que "a todos los demás". En cualquier caso, se considera esta respuesta como razonablemente adversa.

El nivel de estudios se comporta como en el caso anterior, y los cursos logran su máxima eficacia en los alumnos con menor cualificación (COU), y va disminuyendo según se incrementa su titulación.

Si, como en el caso anterior, quisiésemos resumir la situación respecto a la creación de empleo, podríamos decir que el máximo aprovechamiento de los cursos se centra en los alumnos de Máster, habitantes de pequeños núcleos urbanos, o alumnos que tienen muy pequeña formación.

Antes de cerrar el presente apartado, conviene recordar que, si bien un 60% de los encuestados reconocen que los cursos son útiles para mejorar el empleo (un 50% para encontrar un puesto de trabajo), eran menos de un 35% los que declaraban hacer el curso para "mejorar mi posición, conseguir un empleo o cambiar de empleo" (tabla 5.1). Esos datos de partida ponen a los resultados obtenidos en su posición justa.

#### **5.4. Resultados de creación de empresas y autoempleo**

La tabla 5.16 muestra los resultados de la aplicabilidad de los cursos para la creación de nuevas empresas, en función de los parámetros habituales del estudio.

**Tabla 5.16. Resultados creación de empresas**

Aplicación	Variable	Puntuación (max 5 ptos)	Aplicación	Variable	Puntuación (max 5 ptos)
	Total	3,39		Centro-sur	3,37
Sexo	Varón	3,41	Z.geográfica	Centro -NO	3,56
	Mujer	3,36		Levante	3,33
Tipo de curso	Máster	3,34		Noroeste	3,43
	FSE	3,42		Madrid	3,26
Año del curso	97/99	3,22		Ocupación	Máxima
	2000	3,38	típica		3,5 (directivo)
	2001	3,38	típica		3,5 (desempl)
	2002	3,72	Mínima		2,83 (becario)
Edad	Menos de 34	3,36	Estudios	BUP/COU	4,29
	Más de 34	3,24		Univ medio	3,25
Hábitat	<25.000	3,62		U. Superior	3,34
	25-500.000	3,58		Humanidades	3,56
	>500.000	3,07		C. Experim.	2,95
				Ingenierías	3,26

Fuente: Encuesta EOI, Formación On Line, 2002

La utilidad de los cursos de cara a la creación de una empresa es valorada en 3,39 puntos (ligeramente inferior a la conseguida en creación y mejora de empleo). No existen diferencias importantes en la puntuación por sexos, tipo de curso y edad. , y la mejora de la calificación a lo largo del tiempo es sustancial, pasando de 3,22 puntos en 97/99 a 3,72 puntos en el 2002.



Por tipo de hábitat, se observa una calificación muy baja en las grandes ciudades (en combinación con el apartado anterior, se deduce que la motivación es distinta), y se vuelven a repetir las calificaciones bajas en el área de Levante. Por tipo de ocupación, las calificaciones más altas las dan los trabajadores manuales (4,5 puntos), mientras los desempleados puntúan (3,5 puntos) por encima de la media.

Como en el caso anterior, los cursos resultan más útiles para aquellos alumnos que tienen más baja formación inicial (BUP/COU).

Una vez conocidas las percepciones generales sobre la utilidad en la creación de empresas, pasamos a analizar en detalle las opiniones de los alumnos que declararon como intención principal de hacer el curso la creación de su propia empresa (7% de la muestra).

Un 78,6% de ellos declaran que el curso les ha ayudado en la creación de la empresa, porcentaje que se eleva hasta el 85,7% en las mujeres. La progresión en el tiempo ha sido espectacular, ya que un 90% de los alumnos que cursaron en el 2002 han respondido de forma afirmativa. Un 18% de ellos estaban desempleados cuando hicieron el curso. Todos los alumnos habían llevado a cabo cursos del FSE, y las empresas formadas pertenecen a una gran diversidad de ramas de actividad, desde el comercio detallista a los servicios a empresas. Más de la mitad de las empresas creadas se encuentran en núcleos de población medianos (25.000 a 100.000 habitantes), y están situadas en la zona Centro-Noroeste. Este hecho es probablemente debido a la realización de un curso específico en esa zona, y que se desarrolló a plena satisfacción, y no se deben sacar conclusiones que generalicen el resultado.

### **5.5. Áreas de mejora potencial**

El presente apartado recoge, de forma sintética, las áreas de mejora potencial, a partir de los datos recogidos en el apartado anterior, e información adicional disponible de la encuesta realizada.

El primer aspecto que debe ser considerado es la forma en que el alumno entra en contacto con los cursos. En nuestra opinión, es fundamental conseguir llegar al mayor número de alumnos situados en poblaciones pequeñas, ya que a lo largo del apartado anterior quedó patente que son ellos los que mejor valoran los cursos, en la práctica totalidad de los casos.

Aunque muchas son las formas posibles de llegar al alumnado, la publicidad del curso (30,8% de los casos) sigue siendo el medio más eficaz. Es llamativo el hecho de que, a pesar de ser cursos on line, internet es sólo fuente del 6% de los alumnos encuestados, aunque su importancia se ha disparado con el paso del tiempo (del 3,8% en el 2000 al 17,2% en el 2002). Desde esta perspectiva, y si la tendencia continua, la mejora de la página web y la descripción de los cursos en la misma serán una inversión segura. La creciente importancia de amigos y compañeros de empresa en la captación de alumnos corrobora que la imagen global de los mismos, y el grado de satisfacción de los alumnos, son satisfactorios.

Es este un hecho absolutamente relevante, ya que en línea con lo que se podía esperar en una modalidad de aprendizaje incipiente, los alumnos que declaran que EOI era la única que le ofrecía el curso ha pasado de un 50% en el curso 97/99 a un 20,7% en el 2002. Los alumnos que declaran "tener buenas referencias" han pasado de un 50% en el 97/99 a casi un 80% en el 2002. De forma evidente, la generalización de la oferta competitiva hará que los alumnos futuros basen sus decisiones en la experiencia transmitida por conocidos y/o la imagen del centro. Un 40% de los alumnos declara conocer otros sistemas de

enseñanza on line, y más de una cuarta parte de los alumnos del año 2002 reconoce la existencia de cursos on line en otras escuelas universitarias.

Otro de los aspectos, a nivel general, que debe ser mejorado, es la aplicabilidad y el grado de satisfacción de los cursos del FSE, que obtienen calificaciones muy inferiores a las de los cursos Máster. La inexistencia de otras encuestas de opinión específicas nos impide afirmar con rotundidad que estos cursos sean peores que los Máster, ya que las indudables diferencias de perfil (intelectual, psicológico y económico) de los alumnos de unos y otros producen, de forma segura, diferentes formas de calificar.

La documentación debe ser mejorada de forma radical, ya que es uno de los pocos aspectos cuya valoración empeora con el tiempo. Este es un aspecto preocupante, ya que, en teoría, todos los docentes deberían ir disponiendo de documentación ad-hoc, una vez superado el periodo transitorio de adaptación a este tipo de enseñanza.

Entre los aspectos logísticos, la capacidad de la plataforma es criticada, sobre todo los alumnos de Máster, que son los que mejor califican globalmente los cursos. Otro área de mejora es la facilidad de seguimiento del curso. Se nos ocurren dos líneas de acción a este respecto: por un lado, es necesario mejorar las guías de estudio y la implantación de las actividades en la plataforma; por otro, los docentes deberían definir actividades que permitieran una mayor flexibilidad a los alumnos en el seguimiento de las asignaturas.

Los patrones de descanso semanal y entre módulos deben ser también investigados, por si fuera posible encontrar soluciones que fueran más adecuadas para los alumnos del FSE.

Entre las herramientas, llama la atención que tanto tablón, como foro y chat, habituales del mundo internet, son menos valoradas que las "clásicas" preguntas

al profesor. Este resultado obliga a poner en duda la utilidad didáctica de las mismas, sin poner en entredicho su capacidad como herramienta de vertebración del grupo de alumnos. En cualquier caso, se deberían explorar formas de obtener un mayor rendimiento pedagógico de las mismas.

Y, por fin, desde la perspectiva de las materias estudiadas, llama mucho la atención la poca utilidad que los alumnos conceden al proyecto, asignatura a la que dedican más tiempo que a ninguna otra. Este resultado sugiere una investigación de detalle, y probablemente un replanteamiento general de los proyectos.

En cualquier caso, y a pesar de las diferentes áreas de mejora enunciadas, conviene recordar que más de un 50% de los alumnos encuestados califican los cursos como muy buenos, y que un 75% de ellos responden "probablemente sí" o "seguramente sí" a la pregunta de si volverían a hacer otro curso de este tipo. Estos resultados indican que, a pesar de las pequeñas deficiencias encontradas, el nivel general de los cursos es satisfactorio.

## **6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

Tanto Universidades como las entidades docentes tradicionales están empezando a entrar en el e-learning, además de empresas de nueva creación que tratan de hacerse un nombre dentro del campo de la formación y ven en el e-learning un campo de fácil posicionamiento.

La mayor parte de la tele-formación (90%) se centra en estudios de postgrado y especialización, estudios todos ellos directamente relacionados con la creación de empleo o con la mejora del mismo.

Entre las materias más impartidas, son la informática y ofimática las que mejor se adaptan a esta nueva forma de enseñanza, además de casi todas las materias de la administración de empresas.

En cuanto al número de alumnos por clase o edición de un curso, la mayoría de las mismas tienen entre 51 y 100 alumnos, o entre 21 y 50, números, estos últimos sobre todo, mucho más reducidos de lo que tenía hasta ahora la formación a distancia tradicional.

Las entidades españolas están empezando a formar alianzas entre ellas y saliendo al extranjero. Están empezando a aparecer plataformas verticales. Se prevé que el e-learning tengan un desarrollo sostenido en España en los próximos años.

Respecto a la situación mundial podemos afirmar sin ningún tipo de duda, que los Estados Unidos, el Reino Unido y los países nórdicos, especialmente Finlandia, son los más avanzados en la enseñanza on line. En los EE.UU., el e-learning representa el 15% del total de la enseñanza impartida. China quiere tener 5 millones de alumnos en el 2005.

A nivel internacional se está trabajando, ya hace varios años, en la estandarización de Plataformas, (ADL SCROM y AICC) tema que excede el objeto del presente estudio, pero que no podemos por lo menos mencionar. Este hecho nos da una idea del desarrollo que está teniendo mundialmente la formación on line y que, precisamente por basarse en la utilización de internet como herramienta fundamental del proceso, ha de tener una estandarización global al carecer prácticamente de fronteras.

En Europa existe apoyo institucional a través tanto del Consejo como de la Comisión, mediante los múltiples programas de formación. La prioridad es dotar de acceso a internet a todas las aulas de Europa en el 2004.

En cuanto a la situación empresarial, prácticamente todas las empresas españolas han realizado algún tipo de experiencia en este campo, aunque la inversión (3% del total en formación) es aún reducida especialmente en las PYMES. En Europa la tasa ronda el 20%. El sector mueve 150 Millones de euros en España, frente a los 700 Millones en Alemania y Reino Unido, 500 Millones en Francia y 200 Millones Italia.

El asociacionismo del sector en España cuenta en la actualidad con cuatro asociaciones principales: La Asociación de Usuarios de Internet (AUI), la Asociación Española de formación a Distancia por Internet (AEFADI), la Asociación Española de Formación On Line (AEFOL), y la Asociación de Proveedores de e-learning (APEL).

Entre los modelos norteamericanos de enseñanza on line, caben destacar el de la Universidad de Phoenix y el de la Universidad de Duke, tanto por su elevado número de personas formadas ya en esta nueva modalidad como en lo innovador de sus métodos.

En Europa la Finnish Virtual University supone un modelo absolutamente revolucionario (aunque difícil de aplicar en España).

En España, destaca sobre todo la UOC (Universitat Oberta de Catalunya), que cuenta con casi 10.000 alumnos al año. UBV (Universidad de Barcelona Virtual), Instituto de Empresa, IEDE y EOI son otros de los ejemplos destacados de este tipo de enseñanza en España. Sólo EOI ofrece cursos master totalmente en modalidad on line con muy breves sesiones presenciales.

La conclusión a la que se ha llegado respecto al perfil de los consumidores habituales de este tipo de formación, y a aquellos que más les ayuda en la mejora de su situación laboral son los siguientes: sólo un 20% de los hogares españoles están conectados a la red aunque la cifra va en un aumento significativamente progresivo en los últimos años.

Los universitarios y jóvenes son los usuarios mayores. El alumno de la formación on line español tipo es un varón entre 25 y 45 años, con formación superior y con experiencia en el manejo de ordenadores.

Entre los alumnos (casi 1000) de EOI más de un 70% son varones. Este porcentaje se acentúa en los cursos Master (72%) e incluso este porcentaje se eleva si el master estudiado es el MBA (90%). Se observa una cierta tendencia a que suba el porcentaje de mujeres, pero ésta es muy paulatina. La edad media de los alumnos es de 34 años, con un 55% de ellos en la horquilla 28-34 años. Un 78,6% del alumnado es titulado superior, y entre ellos, predominan los ingenieros (53,5%). Por tanto este tipo de formación va más encaminado a personas que no buscan su primer empleo, sino más bien una mejora del mismo, es decir un desarrollo profesional mas a largo plazo.

Los programas que se han enfocado a la creación o mejora de empleo, por parte de EOI, son los abarcan los sectores o áreas de la empresa siguientes: Gestión Ambiental en la empresa, Creación y Consolidación de PYMES, Gestión de la

Calidad, Gestión Internacional de la empresa, Creación y Gestión de Empresas de Ocio, Administración y Dirección de Empresas en general y también el área de los Recursos Humanos en particular.

Los alumnos declaran que deciden realizar los cursos on line, fundamentalmente, para incrementar sus conocimientos, aunque más de un 10% lo hace para fundar una empresa o conseguir un trabajo.

El hacerlo en formato on line es, esencialmente, por imposibilidad de hacerlo en un curso presencial, bien sea por distancia geográfica o bien por imposibilidad de compatibilizar una jornada laboral con la asistencia a clases presenciales, que son, en principio, y mientras no exista una mayor cultura hacia lo virtual, los dos vacíos que puede cubrir la formación on line frente a la tradicional.

La valoración de los cursos ha mejorado con el paso del tiempo (como era de esperar en una nueva forma de hacer las cosas), pero la documentación es el aspecto que se encuentra con una calificación más baja. Los alumnos de master son mucho más críticos que los de cursos del FSE en cuanto a metodología, documentación y sesiones presenciales, mientras que los del FSE se quejan de la duración y de los periodos de descanso.

Las preguntas al profesor son la herramienta docente preferida por los alumnos, muy por encima de las clásicas de internet (foro, chat y tablón). Esto nos hace llegar a la conclusión que para cualquiera que se dedique a la formación on line debe ser mas una premisa que una conclusión, y es que, lo realmente importante son los contenidos, el profesorado, la documentación y por supuesto el alumno y sus necesidades de formación, y que las plataformas y las herramientas informáticas dentro del proceso de formación son sólo eso, herramientas que ayudan a su último objetivo y que deben ser lo más ágiles y, como se dice en términos informáticos, lo mas “amigable” posibles.



Sólo el 1,5% de los alumnos encuestados precisan que el curso es malo o muy malo, mientras el 38,3% piensa que es muy bueno. Al calificar las mujeres son más críticas que los varones, y los cursos del FSE obtienen peores puntuaciones que los master.

No todas las materias que se imparten tienen la misma utilidad. Aunque las respuestas difieren sustancialmente según el tipo de curso y el sexo, el marketing es la considerada cómo la más útil.

Los cursos son especialmente valorados por los alumnos que habitan en pequeños núcleos urbanos, suponemos que es debido a que tienen a su alcance una oferta mucho menor que la existente en las grandes zonas urbanas. Oferta a la que hasta ahora les era prácticamente imposible acceder, y con ésta nueva modalidad pueden hacerlo evitando los desplazamientos a los centros donde se imparten las enseñanzas requeridas y la pérdida de tiempo que ello supone.

Un dato fundamental para este estudio es que más de un 60% de los alumnos valora los cursos como “útil” o “muy útil” de cara a mejorar el puesto de trabajo. El porcentaje es de un 50% cuando se trata de encontrar un nuevo puesto de trabajo. Hay que destacar el hecho de que un 25% de los alumnos los considera poco o nada útiles para encontrar trabajo. La distribución por áreas geográficas no es uniforme, siendo Levante la peor valorada y Madrid la mejor. El máximo aprovechamiento de los cursos se centra en los alumnos de Master, habitantes de pequeños núcleos urbanos o alumnos con niveles de formación inferiores.

De los alumnos que declararon la creación de su propia empresa como objetivo principal (7%), un 78,6% declara que el curso les ha ayudado en la creación de la misma. El porcentaje se eleva hasta el 85,7% en las mujeres, o hasta el 90% en el año 2002. Un 18% de los alumnos estaba desempleado al iniciar el curso.

Entre los aspectos a mejorar, destaca la aplicabilidad de los cursos del FSE, la documentación, la capacidad de la plataforma y los proyectos.

En conclusión, podemos decir que la enseñanza on line tiene un futuro prometedor, que cumple con los objetivos de capacitar y ayudar a buscar empleo y fundar empresas, y que la línea emprendida, a salvo de algunos aspectos a mejorar, es la adecuada.

## **7. BIBLIOGRAFIA**

- “Mitos de la educación a distancia y las Nuevas Tecnologías”. R.Aparici. [www.fae.ufmg.br](http://www.fae.ufmg.br)
- “Herramientas para la creación, distribución y gestión de cursos a través de Internet”. R. De Benito. Edutec: revista Electrónica de Tecnología Educativa. Núm 12 Junio 2000.
- “Informe sobre el estado de la teleeducación en España”. A. Azcorra ; C.J. Bernardos; O. Gallego; I. Soto. Dpto de Tecnologías de las Comunicaciones. Universidad Carlos III. Madrid. 2001.
- “Educación Virtual: Aulas sin paredes”. R. E. Bello. [www.educar.org](http://www.educar.org)
- “Formación on line, una nueva herramienta estratégica”. Ana Colmenarejo. Expansión y Empleo, 15 marzo 2002.
- “Plan de Acción del e-learning: Concebir la educación del futuro”. Comisión de las Comunidades Europeas. Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo. 28 de Marzo 2001COM (2001) 172 final. Bruselas.
- “¿Elearning en las Administraciones Públicas?”. F. Dugo PWC. [www.e-learning.es](http://www.e-learning.es) 5 Marzo 2002.
- “La formación on line y sus mitos. R. Fernández Díez de la Lastra. Revista Capital Humano.Mayo de 2001.
- “Entornos virtuales de Enseñanza-Aprendizaje: El Proyecto GET”. M. Gisbert; J. Adell; R.Rallo; A. Bellver. Teleformación .edu/articulos.
- “Formación On Line ”. Global Estrategias. Madrid Sep/Oct 2001.

- “Situación del e-learning en España”. Grupo Doxa Madrid 2001.
- “La expansión de un imperio del e-learning”. E. Minguélez. Ganar.10 enero 2002.
- “E-learning, cuándo compensa”. A. Núñez. Actualidad Económica 18 enero 2002.
- “Enseñamos conocimiento, no cambiamos actitudes”. N. Olmo. Actualidad Económica. 12 febrero 2002.
- “¿Necesita tu compañía e-learning?”. H. A. Peláez Riggsbee PWC. www.e-learning.es 6 febrero 2002.
- “Aplicaciones habituales del e-learning en España”. Soluciona.Grupo Unión Fenosa Madrid . Conferencia organizada por AEDIPE. Madrid 30 Mayo 2002.
- “Llegar a la comprensión mediante el uso de las TIC”. Martha Stone. Ciclo de conferencias sobre el “uso de las TIC y la educación virtual”. Organizadas por Edulab. 6 junio 2001.
- “La educación sí ocupa lugar en Internet”. Francisco de Vera. Cinco Días Diario de Economía y Empresas, 12 Octubre 2000.

**Páginas web visitadas**

- [www.aui.es](http://www.aui.es)
- [www.aefadi.es](http://www.aefadi.es)
- [www.aefol.es](http://www.aefol.es)
- [www.apel.es](http://www.apel.es)
- [www.unidusedorf.de](http://www.unidusedorf.de)

- [www.capella.edu](http://www.capella.edu)
- [www.cnice.mecd.es](http://www.cnice.mecd.es)
- [www.cepade.edu](http://www.cepade.edu)
- [www.duke.edu](http://www.duke.edu)
- [www.educared.net](http://www.educared.net)
- [www.educar.org](http://www.educar.org)
- [www.educaweb.com](http://www.educaweb.com)
- [www.directivos.net](http://www.directivos.net)
- [www.e-learning.es](http://www.e-learning.es)
- [www.eoi.es](http://www.eoi.es)
- [www.eada.es](http://www.eada.es)
- [www.esic.es](http://www.esic.es)
- [www.evdn.com](http://www.evdn.com)
- [www.edu.helsinki.fi](http://www.edu.helsinki.fi)
- [www.ibm.com](http://www.ibm.com)
- [www.ict.net](http://www.ict.net)
- [www.iede.es](http://www.iede.es)
- [www.ie.edu](http://www.ie.edu)
- [www.iese.edu](http://www.iese.edu)
- [www.noticiasdot.com](http://www.noticiasdot.com)
- [www.uopoline.com](http://www.uopoline.com)
- [www.rrhmagazine.com](http://www.rrhmagazine.com)
- [www.teleformacion.edu](http://www.teleformacion.edu)
- [www.uoc.es](http://www.uoc.es)
- [www.uc3m.es](http://www.uc3m.es)
- [www.uned.es](http://www.uned.es)
- [www.universia.net](http://www.universia.net)
- [www.cem.itesm.mx](http://www.cem.itesm.mx)
- [www.ubvirtual.com](http://www.ubvirtual.com)
- [www.vnulearning.com](http://www.vnulearning.com)