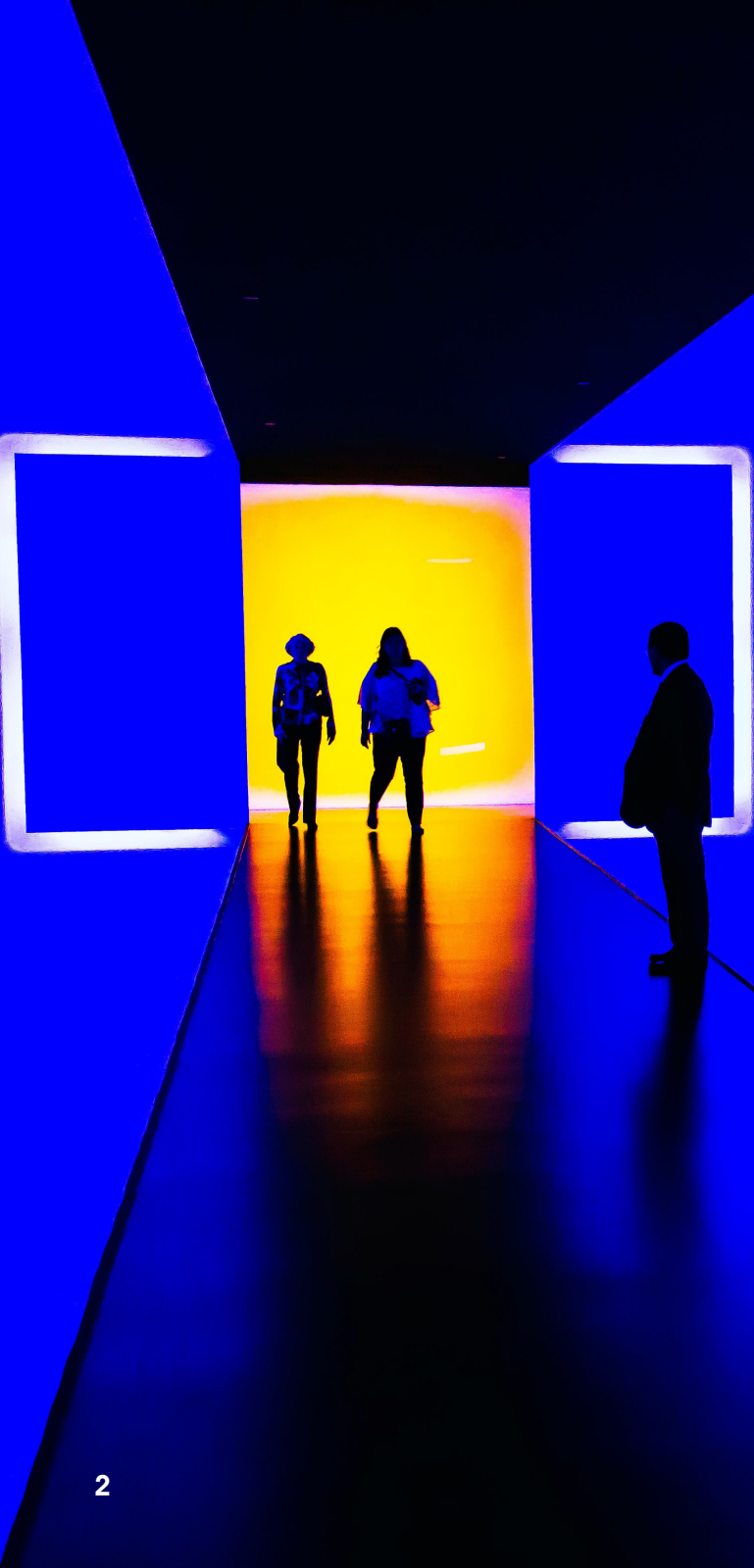




La revolución de la educación. Cifras y nuevas tendencias.

lukkapi.com/recursos/revolucion-de-la-educacion-covid

lukap



Si hay un sector que se ha visto impactado por el COVID-19, ese ha sido el sector educativo. Si bien es cierto que, de una manera u otra, ha podido mantener su actividad, el impacto va más allá; se trata de un cambio de mentalidad, de una evolución necesaria que, quien no asuma, perderá su ventaja competitiva.

Ese cambio de mentalidad pasa también por un debate que da para largo y tendido. Un debate acerca de las virtudes de la educación online y de las bondades de la presencial; de la necesidad del contacto físico y de la practicidad de la educación a distancia; del valor económico entre una u otra. En definitiva, un debate acerca de los pros y contras de ambos formatos.

Si instituciones como Princeton o Harvard han anunciado ya que sus programas -al menos, durante el curso 2020-2021- se llevarán a cabo de manera online, lo que está claro es que la discusión está sobre

la mesa y no es algo que se vaya a acabar cuando empecemos a recuperar la “vieja normalidad”.

Ahora bien, toda institución académica que quiera seguir formando parte del juego deberá entender las nuevas reglas, adaptarse y ofrecer algo diferencial. De lo contrario, ni el mismísimo Harvard podrá sostener que sus alumnos -cuya mayoría destaca el networking como lo más valioso de haber realizado su programa allí- sigan pagando lo mismo por un contenido que simplemente se traslade del aula a la pantalla.

Habrà que hacer cambios, habrá que replantearse los modelos y, sobre todo, habrá que medir y entender lo que viven y sienten los alumnos, para ofrecer una experiencia diferencial.

El impacto del COVID-19 en los estudiantes

A mediados del mes de marzo, más de 1.5M de estudiantes universitarios españoles se vieron confinados en sus casas, sin posibilidad de continuar sus estudios con la normalidad habitual.

A la, por sí sola, estresante situación que provocó el coronavirus, se sumaba la incertidumbre de no saber qué iba a pasar con sus estudios, cómo iba a afectar la situación a sus carreras o qué medidas iban a tomar las universidades con respecto al curso actual.

Lo que al principio parecieron unas vacaciones anticipadas, pronto se convirtió en la nueva normalidad; una normalidad a la que los estudiantes se tendrían que acostumbrar y a la que no todas las universidades supieron dar respuesta.

De hecho, la respuesta unánime de los estudiantes ha sido esta: la falta de información por parte de sus centros de estudios ha sido evidente durante toda la pandemia, lo que ha provocado su descontento.

Los datos hablan por sí solos

Transforming the future. **Today.**

6,2

Grado de adaptación de la universidad o centro de estudios a la situación

6,2

Grado de adaptación de los profesores a la situación

5,5

Grado de preocupación por los estudiantes por parte de la universidad

-26

NPS de los estudiantes

5,5

satisfacción con respecto a la gestión por parte de la universidad

5,9

preocupación de los estudiantes con respecto al próximo curso



El proceso de contratación, a estudio

Teniendo en cuenta que, como mencionábamos anteriormente, el sistema educativo está en la obligación de evolucionar a pasos agigantados, hemos querido entender qué es lo que viven actualmente los estudiantes a la hora de decantarse por una universidad o centro de estudios u otro, para saber qué puede resultar determinante en su elección.

Partiendo de esta base, hemos podido observar que, por norma general, los jóvenes saben qué quieren estudiar, pero no saben dónde hacerlo. Este hecho es determinante para la batalla entre universidades o centros de estudios, de los que dependerá si se quedan fuera de la pelea o no.

Así bien, partiendo de un joven que no sabe del todo lo que quiere, lo que más llama la atención es comprobar que las universidades o centros de estudios tampoco se lo ponen nada fácil para aclararse. De hecho, los encuestados señalan que lo más habitual es tener que revisar una a una la oferta de cada universidad o centro, para poder tomar la decisión. Algo que, en la era de la tecnología, no parece tener mucho sentido.

59% de los jóvenes no sabe dónde quiere estudiar

60% tarda más de 2 meses en decantarse por la opción final

40% recurre a Google a la hora de informarse sobre dónde estudiar

Qué determina la elección de un centro u otro

Es lógico suponer que son muchos los factores que determinan la elección del centro de estudios o universidad. De hecho, entre los encuestados, un 16% afirma que la decisión no es exclusivamente suya. Pero si analizamos todas las respuestas, se puede observar que la reputación es un factor común para todos. El alumno cada vez tiene más información a su alcance y, además de amigos y conocidos que hayan estudiado en determinados centros, pueden acceder a mucha más información con un par de clics.

De hecho, tanto a nivel de búsquedas digitales como a nivel general sobre la información que un alumno busca, observamos que todo está relacionado con la reputación de la universidad, la posición que ocupa en determinado ranking o la opinión que otras personas tienen de ella.

Asimismo, otro dato a tener en cuenta a la hora de decantarse por un centro de estudios es la futura empleabilidad que tendrá el alumno. De hecho, cabe destacar que los jóvenes valoran con un 8,6/10 el hecho de que el centro de estudios o universidad que elijan, cuente con un programa de desarrollo de carreras profesionales.

Búsquedas genéricas



Búsquedas online

Principales búsquedas

- Ranking universidades España + año
- Ranking universidades mundo
- Ranking universidades + grado
- Universidades privadas + lugar
- U-ranking + año + país

Más búsquedas

- La mejor facultad en...
- La peor facultad en...

La educación online aumenta en adeptos

Transforming the future. **Today.**

Aunque vemos complicada la desaparición de la educación tradicional, sí es cierto que los modelos semipresenciales o la educación online van ganando adeptos. Así, aunque todavía es pronto para hablar de grandes cambios, casi un 20% de los estudiantes encuestados se plantea ya optar por modalidades online o semipresenciales.

En este sentido, las universidades y centros de estudios no presenciales despiertan, cada vez más, el interés de los estudiantes. De hecho, si analizamos los resultados de los motores de búsqueda, es notable el incremento de consultas acerca de la universidad online que se ha registrado.

Si tenemos en cuenta el punto anterior, en el que observábamos la importancia de la reputación a la hora de elegir dónde estudiar, es interesante ver cómo universidades puramente digitales se cuelean entre entidades con siglos de historia. Esto es una muestra más de ese cambio de mentalidad que ya se venía desarrollando y que, por supuesto, la situación actual ha acelerado.

Últimas búsquedas

- Preinscripción universidad 2020 (+500%)
- Notas de corte 2020 (+250%)
- Preinscripción universidad Madrid (+250%)
- Universidad Católica de Murcia (+200%)
- Universidad Udimia (+190%)
- Universidad privada Sevilla (+160%)
- Universidad Católica de Ávila (+110%)
- Universidad UOC (+90%)
- Mejor Universidad del mundo (+90%)

Fuente: Google Trends, periodo analizado: últimos 90 días

Tendencias durante el año

- Universidad online España (140%)
- Enseñanza virtual Universidad de Sevilla (+250%)
- Universidad de la Rioja online (+160%)
- Aprobado general Universidades (aumento puntual +3350%)

Fuente: Google Trends, periodo analizado: últimos 12 meses

Se han multiplicado las búsquedas sobre grados y másters online

x2



Fuente: Google Trends, periodo últimos 12 meses

Como en muchos otros campos, la educación también ha pasado por una época en la que lo online estaba peor visto que lo presencial. Así, si la modalidad online empezó como algo que se consideraba “más fácil” o que requería “menos esfuerzo”, esa tendencia está cambiando.

Aunque en los inicios la universidad online o a distancia se asociase con una intensidad menor y su demanda tuviese un incremento notable vinculado a estudios habilitantes, en este momento las búsquedas han pasado de estar centradas en “la más fácil” o “universidad online sin exámenes” a “la mejor universidad online”. Esto quiere decir que el paradigma también ha cambiado y que ahora se tiene en cuenta la universidad online y se pregunta por su reputación.

Como es lógico pensar, desde que empezase el confinamiento, el interés sobre modalidades de estudios online se ha disparado y, lo que es más llamativo, es que se ha mantenido pese a la desescalada.

Contactos



María Hernanz

Socia-Directora en Lukkap

maria.hernanz@lukkan.com

[María Hernanz](#) es licenciada en Derecho y ADE por ICADE y programa superior en Marketing Research e Investigación de mercados por ESIC. Socia-directora en [Lukkap Data&Analytics](#), Cocreadora de la metodología existente de medición cuantitativa de experiencias, lleva más de 8 años participando activamente en la transformación de personas y empresas.



Cristina Serrano

Directora en Lukkap

cristina.serrano@lukkan.com

[Cristina Serrano](#) es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la UCM y máster en Dirección de Marketing y Gestión comercial por ESIC. Responsable de la unidad de negocio digital en [Lukkap Customer Experience](#), Cristina cuenta con más de 10 años de experiencia en desarrollo de negocio digital.

Transforming the future **Today**