

Proyecto UNIMET en línea: Plan estratégico en la creación del campus virtual y producción de MOOC

Natalia Castañón Octavio¹
María Elena Del Valle²

¹*Centro de Aprendizaje en Línea, Universidad Metropolitana,
Caracas, Venezuela. ncastanon@unimet.edu.ve*

²*Unidad de Gestión de Tecnologías para el Aprendizaje,
Universidad Metropolitana, Caracas, Venezuela
mvillalba@unimet.edu.ve*

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo exponer la experiencia gerencial, a través de un plan estratégico como herramienta de organización, la creación del campus virtual de la Universidad Metropolitana en conjunto con la producción de MOOC. Con relación a la metodología de la investigación, se empleó una investigación descriptiva con un diseño no experimental, ya que se utilizará como herramienta el Plan Estratégico que describirá las variables del presente estudio. Las variables consideradas con relación al campus virtual y la producción de Mooc están relacionadas a los elementos de un plan estratégico: el sector, mercadeo, proceso de producción, aspectos tecnológicos, organización, viabilidad financiera y aspectos legales. El resultado de este estudio permitió concretar el campus virtual de la Universidad Metropolitana (*Proyecto Unimet en Línea*) a través de la creación de una plataforma educativa dirigida a hispanoparlantes, ofreciendo cursos cortos, estandarizados y gratuitos: enlinea.unimet.edu.ve. En conclusión, el aporte de este estudio permitirá a otras universidades iniciar y concretar la creación de campus virtuales, lo cual responde a la tendencia mundial.

Palabras clave: Campus virtual, MOOC, e-learning, lms, plan estratégico.

Unimet Project on Line: Strategic Plan in the Creation of the Virtual Campus and the Production of MOOC

Abstract

This article aims to expose the management experience, through a strategic plan as an organizing tool, the creation of the virtual campus of the Metropolitan University in conjunction with the production of MOOC. Regarding the research methodology, a descriptive research with a non-experimental design was used, and the Strategic Plan will be used as a tool and it will describe the variables in this study. The variables considered in relation to the virtual campus and Mooc production are related to the elements of a strategic plan: industry, marketing, production process, technological, organizational, financial viability and legal aspects. The results of this study allowed to realize the virtual campus of the Metropolitan University (Unimet Online Project) through the creation of an educational platform aimed at Spanish speakers, offering short, standardized and free courses: enlinea.unimet.edu.ve. In conclusion, the contribution of this study will allow other colleges to start and realize the creation of virtual campuses, which responds to the global trend.

Keywords: Virtual campus, MOOC, e-learning, LMS, strategic plan.

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace varias décadas se han vivido vertiginosos cambios en el mundo entero, la inclusión de las TIC y especialmente el internet son un ejemplo de ello. En el mundo laboral, el perfil de una persona exitosa y competitiva va a depender de sus competencias personales, sociales, profesionales e indiscutiblemente por su formación continua. En el ámbito educativo, es evidente la necesidad de responder eficientemente a las demandas de una sociedad cambiante y globalizada como la que se presenta actualmente. Los resultados de los estudios de investigación de aurion-learning.com (2015) y thetrainingzone.com (2015) destacan datos que revelan las tendencias actuales de la educación en línea, tales como:

- 42% de las compañías líderes especializadas en educación han reconocido que el aprendizaje en línea ha sufrido un incremento en ganancias.

- 81% de los involucrados en algún proceso de aprendizaje en línea están complacidos de manejar su propio desarrollo personal.
- Las organizaciones que han dado importancia al aprendizaje y desarrollo profesional de sus empleados tienen 13 veces más posibilidades de obtener ganancias.
- 3 de cada 5 organizaciones no pueden implementar grandes cambios en sus procesos debido a la falta de competencias actualizadas de sus empleados.
- 49% de las organizaciones cuentan con una planta de empleados actualizados en las competencias que necesitan.
- En el 2015 el 98% de las organizaciones recurrirá al uso de cursos en línea como parte del proceso de entrenamiento y desarrollo profesional de sus empleados.
- Para 2016 más del 90% de las organizaciones empleará videos como parte de sus estrategias de aprendizaje en línea.
- El 74% de las personas emplean actualmente algún dispositivo móvil para educación en línea.
- Actualmente el 42% del sector público emplea MOOCs para lograr sus metas de desarrollo.
- En el 2019 el 50% de las clases en todos los niveles educativos será realizada en línea.

Estos datos deben ser capitalizados y comprendidos por las instituciones de educación superior y responder a las necesidades del entorno. Es por ello que la Universidad Metropolitana propone el proyecto Unimet en Línea, inicialmente como una plataforma educativa de formación en línea, dirigida a hispanoparlantes y gratuita. Ahora bien: ¿cómo concretar esta idea? ¿Cómo llevarlo a cabo y hacerlo realidad?

2. EL PROYECTO DEL CAMPUS VIRTUAL: UNIMET EN LÍNEA

La Universidad Metropolitana es una institución privada sin fines de lucro fundada en 1970, ubicada en Caracas-Venezuela. Su misión es “formar profesionales reconocidos por su alto nivel ético, sólida formación integral, por su capacidad emprendedora, de liderazgo, trabajo en equipo, con dominio de al menos un segundo idioma y comprometidos

con el desarrollo del sector productivo y de la sociedad en general” (<http://www.unimet.edu.ve/irj/portal/anonymous>). Actualmente ofrece catorce carreras en pregrado y 8 postgrado, contando con un total de alrededor de 6.000 estudiantes.

En su afán por ser una Universidad de vanguardia se propone el proyecto Unimet en Línea, es decir, la salida del campus virtual de la institución. Cuando se refiere a la creación de un campus virtual son infinitas las referencias bibliográficas e información al respecto. Sin embargo, para efectos de este artículo se abordarán dos aspectos claves: *plan estratégico*, pues indica los pasos a seguir para poder hacer realidad una idea y *campus virtuales y Moocs*, pues es la tendencia actual especialmente siendo una iniciativa que comenzó en Estados Unidos ganando mucha visibilidad y despertando interés en Europa.

2.1. Plan estratégico

Un plan estratégico es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión, es decir, su imagen futura (Ackoff, 1981). Según Saiz De Vicuña (2012), el plan estratégico de una organización se refiere al plan maestro en el que la alta dirección toma las decisiones estratégicas que permitan lograr una institución más competitiva y conectada con el entorno. En líneas generales, los elementos de un plan estratégico son: *el sector, mercado, proceso de producción, aspectos tecnológicos, organización, viabilidad financiera y aspectos legales*.

El concepto de un plan estratégico y sus elementos han sido las bases para concretar y llevar a cabo el proyecto *Unimet en Línea*, es decir, la creación del campus virtual de la Universidad Metropolitana.

2.2. Campus virtuales y MOOCs

Open Educational Resources (OER) (Recursos Educativos de Acceso Abierto) tienen el potencial para ampliar el acceso a la educación y mejorar la calidad y rentabilidad de la enseñanza y aprendizaje. El método más exitoso para lograr una implementación práctica de OERs son los *Massive Open Online Courses* (MOOCs) (Cursos masivos en línea de acceso libre o abierto). Es por ello que la Universidad Metropolitana propone desarrollar el campus virtual a través del proyecto denominado: *Unimet en Línea*.

Campus virtual es un espacio para la enseñanza, aprendizaje e investigación creado mediante la confluencia de múltiples aplicaciones de

la TIC: Internet, Web, comunicación electrónica, video, video-conferencia, multimedia y publicaciones electrónicas (Van Dusen, 1997). Estos espacios suelen también denominarse aula virtual, universidad en línea (on-line), eCampus, eUniversidad, ciberaula y campus tecnológico. Los sistemas de información y proceso utilizados como soporte de un campus virtual se denominan con el término genérico *Managed Learning Environment* (MLE). Los MLEs más habituales son los Learning Management Systems (LMSs). Los MLEs son herramientas que facilitan a los profesores la gestión y administración integrada de los cursos en que imparten docencia. Incluyen, normalmente un entorno web, funciones y planificación de aprendizaje, gestión y seguimiento de los alumnos, comunicación sincrónica, asincrónica, y la publicación de materiales docentes (Fernández, Cristóbal, Navarro, Fernández-Pampillón, Merino, Peralta y Roldán, 2008). Para este estudio se hizo una revisión exhaustiva de los LMSs actuales y la decisión estuvo basada más en variables pedagógicas que en las tecnológicas como se reflejará en los resultados.

Ahora bien, en este marco contextual no se puede obviar los Moocs que han despertado un gran interés durante estos últimos años dentro del mundo docente. Los Moocs se definen como cursos en línea de acceso abierto y dirigidos a un número ilimitado de participantes (Gómez, 2014). Estos se caracterizan por ser cursos en línea, sin requisitos de acceso formales, de difusión masiva, sin límite de participantes, usualmente sin coste para los inscritos en caso que el usuario no esté interesado en el certificado. Los Moocs son una tendencia que consideran tres aspectos: acceso masivo, producción del curso y viabilidad financiera. Este artículo expondrá las opciones consideradas al respecto.

3. MARCO METODOLÓGICO

El Objetivo general del presente estudio es elaborar un plan estratégico para la creación del campus virtual de la Universidad Metropolitana (*Proyecto Unimet en Línea*). En tal sentido se expondrán a continuación los elementos metodológicos considerados.

Con relación al tipo de investigación, según Hernández *et al.* (2003) la investigación descriptiva “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes para cualquier fenómeno que se analice” (p. 80). El tipo de investigación que se empleó consiste en una investigación exploratoria-descriptiva, ésta “tiene como objetivo la descrip-

ción precisa del evento de estudio. El propósito es exponer el evento estudiado, haciendo una enumeración detallada de sus características” (Hurtado, 2008). En el presente estudio se describirán los elementos de un plan estratégico asociados a la creación de un campus virtual y producción de Moocs.

En este mismo sentido, toda investigación debe tener un diseño de investigación que según Hernández *et al.* (2003) es definido como “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación” (p. 120). El presente estudio es una investigación no experimental ya que se basa en la observación de los fenómenos y la recolección de información en su contexto.

En lo que se refiere a las variables, éstas están definidas según Hernández *et al.* (2003) como “un término que puede asumir diferentes valores dentro de una proposición o hipótesis” (p. 71). En este sentido las variables a estudiar en esta investigación son: estructura organizativa, aspectos tecnológicos, proceso de producción, mercadeo, legal y finanzas.

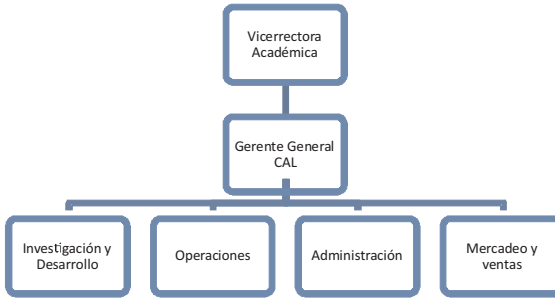
Por último, la recolección y análisis de los datos se llevó a cabo a través de experiencias de otras universidades, consulta con expertos y referencias bibliográficas, utilizando un patrón para el análisis.

4. RESULTADOS

Los resultados que a continuación se expondrán son las decisiones tomadas para la creación del campus virtual de la Universidad Metropolitana: *el proyecto Unimet en Línea*. Estas decisiones se llevaron a cabo con un grupo interdisciplinarios y una vez analizadas en profundidad cada uno de los elementos, el contexto y las posibilidades reales de la institución. En los siguientes apartados se refleja cada una de ellas:

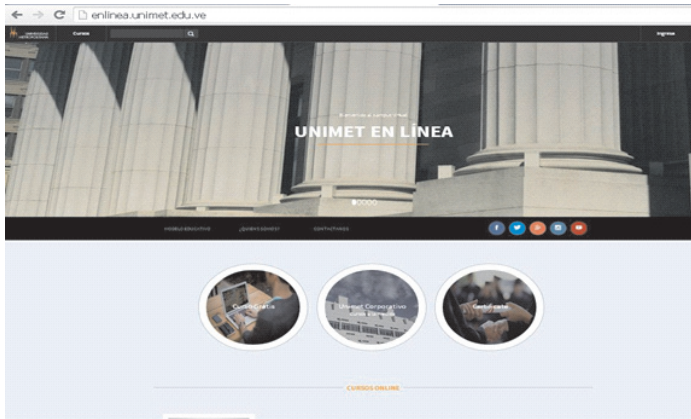
4.1. Estructura organizativa

Después de más de dos años de consideraciones para la creación del campus virtual, se vio la necesidad imperiosa de crear una **unidad programática** que asuma el desarrollo de la educación virtual como programa académico, generando así orientaciones para todas las actividades relacionadas con la educación en línea. Esta unidad se denomina Centro de Aprendizaje en Línea (CAL), reporta directamente al vicerrectorado académico y cuenta con la siguiente sub-estructura:



4.2. Aspectos tecnológicos

La clave del proyecto está centrada en MLE y LMS. El MLE se desarrolló como un entorno web en html5:



Después de un análisis de todas los LMS del entorno, en base a razones pedagógicas y educativas se decidió utilizar el LMS de TEACHLR (<https://teachlr.com/>), desarrollada por emprendedores venezolanos que tiene un sinfín de bondades tecnológicas y financieras, pero sobre todo se adapta al modelo educativo de la Universidad Metropolitana: formación centrada en el estudiante, herramientas de seguimiento y métricas en el desempeño, define trayectoria y avance del estudiante, fomenta el intercambio del conocimiento, incentiva la comunicación entre estudiante y profesor, cada estudiante va a su verdadero ritmo de aprendizaje (el usuario decide cuándo comenzar y cuándo culminar), fomenta la necesidad de la educación continua, diversificación de metodologías didácticas, entre otros.

4.3. Proceso de producción

La creación de un campus virtual implica la concepción y desarrollo de innumerables procesos/protocolos. A efectos de este documento se van a describir dos procesos: la producción de Moocs y la obtención de certificados.

El proceso de un Moocs ha exigido la estandarización de los cursos y para ello se lleva a cabo, en línea generales, el siguiente proceso:

- Contacto con el profesor.
- El profesor completa la guía de propuesta del Moocs.
- Una vez aprobado el tema del curso con una descripción básica, se le entrega al profesor la guía definitiva del diseño de instrucción de elaboración de un curso en línea y sus respectivos entregables: guiones de videos, material de lectura, presentaciones y elementos de la evaluación.
- Una vez revisados por la directora de producción de Moocs y llevado a cabo los ajustes se comienza con el proceso de producción.
- El proceso de producción consiste en digitalizar, llevar todo a multimedia y muy especialmente la grabación y edición de los videos para lograr los más altos estándares de calidad.
- Ajuste y salida del curso.

Con relación al proceso de producción del certificado, el siguiente flujo grama muestra la ruta para llegar a este objetivo:



4.4. Mercadeo

El mercado objetivo de Unimet en Línea consiste en dos segmentos:

- Individuos mayores de 25 años, profesionales. Se selecciona este segmento partiendo de la base que el perfil demográfico de los consumidores será similar a los consumidores de cursos abiertos en línea.
- Empresa y gobierno. El objetivo inicial en el área corporativa son principalmente empresas (nacionales o multinacionales) por su necesidad en el entrenamiento corporativo en línea. Para ambos se definió una estrategia de mercado que básicamente consiste en: retail, banca, tecnologías de información y comunicación, y educación.

La estrategia de mercadeo de Unimet en Línea es lograr que la oferta se adapte a la demanda a través de alianzas con el sector privado, que validen la importancia de desarrollar capacidades y adquirir nuevos conocimientos consumiendo los productos y servicios ofrecidos por la plataforma.

La información demográfica que se obtiene de usuarios de Moocs sugiere que la intención primordial por la que los individuos se deciden a tomar estos cursos es conseguir, o bien mejoras laborales, o mejores oportunidades de empleo. El diseñar cursos para empresas dará el estímulo que necesita el individuo para consumir un producto que lo situará en una mejor posición para acceder a un puesto de trabajo. En definitiva, este enfoque reconoce el valor que el mercado laboral le da al desarrollo de ciertas capacidades y adquisición de nuevos conceptos. El paradigma que el valor de la educación está en quien emite el título, y la Universidad Metropolitana reconoce ese cambio resaltando la importancia que tiene para el mercado laboral.

Los canales de mercadeo de *Unimet en Línea* serán:

- Las redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram.
- Presentación a empresarios del proyecto.
- Elaboración de tríptico y afiches.
- Colocación de banner en la página principal de la Universidad Metropolitana: www.unimet.edu.ve

El lanzamiento se estima para el mes de octubre de 2015 con el desarrollo de una estrategia de los canales de comunicación como son: prensa, radio y TV.

4.5. Legal

El aspecto legal para el campus virtual de una institución superior tiene muchas aristas. Se deben considerar todas las leyes implicadas como por ejemplo la ley del comercio electrónico. Sin embargo, todo sitio de este tipo debe contener un “aviso legal” que en líneas generales al menos contemple:

- Responsabilidades.
- Condiciones.
- Almacenamiento de la información.
- Uso de la información.
- Limitación en la divulgación.
- Protección de la información.
- Cookies y usos.
- Compromisos de confidencialidad.
- Derechos del usuario.
- Modificación aviso de privacidad.
- Aceptación de términos y condiciones.

Igualmente se elabora un contrato con cada profesor que contempla:

- Los profesores que diseñen un curso para Unimet en Línea cobrarán por:
 - Diseño del curso: el profesor debe responder lo solicitado en la “guía de diseño de instrucción de cursos en línea” y se calcula que tendrá una dedicación de 86 horas que se cancelarán a costo/hora profesor titular.
 - Una vez que el curso genere ingresos a través de la adquisición por parte del usuario de los certificados, el 30% es para el profesor. Esto con la obligación de: atender los correos electrónicos de los participantes, intervención en los foros, reporte de reclamo, dudas o sugerencias del usuario.
- El curso es de la Universidad Metropolitana.
- El profesor sólo puede promover su curso a través de Unimet en Línea.

4.6. Aspectos financieros

Las variables financieras que se tomaron en cuenta para este proyecto fueron: datos macroeconómicos, gastos generales y de administración, investigación y desarrollo, ingresos, costos de producción, activo físico y gastos de personal y plataforma tecnológica.

El ejercicio de proyección de ventas se realizó tomando en cuenta las fuentes principales de ingresos: servicio corporativo, compra del certificado y generación de tráfico.

El resultado del estudio financiero indica que el campus virtual es viable financieramente, se obtiene el punto de equilibrio al tercer año y genera ingresos extraordinarios a la institución al cuarto año, ante un escenario conservador. Estos ingresos pueden ser variables en función del volumen de usuarios que requieran su certificado y la capacidad de atención y respuesta al servicio corporativo.

5. CONSIDERACIONES FINALES Y TRABAJOS A FUTURO

Este artículo intenta resumir todos los elementos implicados en la creación de un campus virtual, reto que todas las Universidades a corto, mediano o largo plazo van a tener que concretar, pues la tendencia mundial así lo exige.

Cada uno de los elementos expuestos ha sido cuidadosamente estudiado y han permitido que el campus virtual de la Universidad Metropolitana sea una realidad en un período de ocho meses. De los aprendizajes de este proceso cabe resaltar:

- El foco tiene que estar en el servicio educativo/pedagógico y no en la tecnología misma.
- Visión internacional del proyecto.
- Asesoría legal precisa y cuidadosa. En esta materia cada país se rige por sus propias leyes y no existen acuerdos internacionales al respecto. Ello hace suponer que las universidades de la región tendrán que aliarse (como ya lo han hecho otras universidades) a través de consorcios/convenios que permitan operar en cada región de LATAM.

- Pareciera que la verdadera viabilidad económica de proyectos como estos es el servicio corporativo. Sin embargo, no hay que perder de vista el compromiso de formación y acceso a la información que tienen las instituciones de Educación Superior.

El reto a futuro es aumentar de manera importante la oferta de cursos (Moocs) de calidad y optimizar el servicio educativo a nuestros usuarios.

Referencias Bibliográficas

- ARKOFF, R. 1981. *Creating the corporate future: plan or be planned for*. Editorial Wiley.
- FERNÁNDEZ-VALMAYOR, A; CRISTOBAL, J; NAVARRO, A; FERNÁNDEZ-PAMPILLÓN, A; MERINO, J; PERALTA, M; ROLDÁN, Y; (2008); El campus virtual de la Universidad Complutense de Madrid. **Pixel-Bit, revista de medios y educación**, Vol. 12, No. 32, pp 55-65.
- GÓMEZ, T. 2015. Los MOOCs y su papel en la educación universitaria. **Más que universidad-Gestión y finanzas universitarias**. <http://finanzasuniversitarias.edunomia.es> (2014). Accedido el 30 de marzo de 2015.
- HERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, C. y BAPTISTA, P. 2003. **Metodología de la Investigación**. Mc Graw Hill/Interamericana. Editores. S.A.
- HURTADO, J. 2010. Metodología de la investigación. **Guía para la comprensión holística de la ciencia**. Quirón Ediciones.
- KENNARD, J. 2015. Insight: Nearly half of young people want better business skills. TrainingZone. <http://www.trainingzone.co.uk/news/insight-nearly-half-young-people-believe-they-need-better-business-skills> (2015). Accedido el 28 de marzo de 2015.
- VANDUSEN, G. 1997. The virtual campus: technology and reform in higher education. **ASHE-ERIC higher education report**, Vol. 25 N. 5.
- S/A. 2015. Misión y visión de la Universidad Metropolitana. **Universidad Metropolitana**. <http://www.unimet.edu.ve/mision/>. Accedido el 18 de febrero de 2015.
- SAIZ DE VICUÑA, J. 2012. **El plan estratégico en la práctica**. Esic Editorial.
- SWEENEY, S. 2014. Corporate responsibility report. **Aurion Learning**. <http://www.aurionlearning.com/news/aurion-learning-launch-second-annual-corporate-social-responsibility-report.aspx> (2014). Accedido el 18 de febrero de 2015.