

La academia hace su propio F5 y se pone a tono con la era de la economía digital

Fecha : Viernes, 16 de Agosto de 2019

Medio : Diario Financiero

Sección : Economía

Valor publicitario estimado : \$20560000.-

Página : 10 y 11

Tamaño : 50 x 32

----- TEXTO -----

La academia hace su propio F5 y se pone a tono con la era de la economía digital

La economía digital y el aterrizaje de los millennials están alterando no sólo los contenidos, sino que también la forma de enseñar en las facultades de economías y escuelas de negocios del país.

Desde hace algunos años, según verificó Diario Financiero, entre algunas de las principales instituciones locales, sus mallas exhiben ajustes a una nueva realidad que los obliga a incorporar más datos y tecnología, con un constante F5 (actualización) en sus propuestas educativas.

Clases unidireccionales de hora y media son inviables para una generación acostumbrada a la impaciencia generada por plataformas como UberEats y PedidosYa!, grafica el profesor asistente de la Universidad del Desarrollo, Vik Murty.

El estudiante hoy quiere educación a pedido. "Esto requiere un cambio en el método y en la organización del material", añade.

Estados Unidos, Europa y Japón son ejemplos a seguir, pero aterrizados a la realidad local. "De poco sirven los modelos que no se adaptan o no consideran el contexto sociocultural donde se aplican", agrega Ricardo Úbeda, director Académico EMBA Latam de la Escuela de Negocios UAI.

También la enseñanza y la malla se deben ajustar a los requerimientos de las empresas, que darán empleabilidad a los futuros egresados. Las firmas demandan pensamiento crítico, habilidades blandas y sobre todo, ser proclives a cambios.

A veces, reconocen los profesores, cuesta mover la máquina universitaria para ponerse al día en esta carrera contra el tiempo que impone la tecnología, pues siguen afectas a anacronismos.

Roberto Álvarez, director de la Escuela de Economía y Administración de la Facultad de Economía y Negocios U. de Chile, menciona a modo de ejemplo la extensa duración de las carreras (cinco años en lugar de tres), lo que complejiza la adaptación.

"Necesitamos desburocratizar y desregularizar la forma en que trabajamos. Es increíble que en la era digital firmemos convenios que pasan por tres o cuatro partes, cuando una declaración de impuestos en línea está en 30 segundos", agrega.

"Las universidades suelen/solemos pecar de burocráticas. Es un arma de doble filo, esta lentitud permite seleccionar por lo general correctamente qué y cómo enseñar, pero quizás tarde. Ser más rápido podría llevar a enseñar "modas", sin contenido fundamentado", advierte Úbeda.

"Hoy hay muchísimo más para enseñar que hace diez años, pero también es mucho más difícil decidir qué enseñar, dada la complejidad y la velocidad de estos avances", complementa.

Lo que piden las empresas

Con el despliegue de la economía digital, el perfil de los trabajadores está cambiando. José Miguel Sánchez dice que se requieren personas que manejen el lenguaje actual, que sepan programar y que sean creativos en el tipo de soluciones "porque hoy los problemas son más complejos e

interdisciplinarios".

Para Úbeda, son claves las llamadas habilidades blandas: liderazgo, resolución de problemas, comunicación, actitud emprendedora, pensamiento estratégico, trabajo colaborativo y adaptabilidad al cambio. Los conocimientos "duros" se dan por hechos.

Vik Murty, de sus conversaciones con las empresas, rescata que mencionan la alfabetización tecnológica, las habilidades y la comunicación. "A menudo, los empleadores necesitan de los graduados recientes más rigor y confianza, necesarios para poder abordar tareas inciertas y multidisciplinarias", agrega.

Álvarez indica que los nuevos graduados deben tener un grado de adaptabilidad que no se requería hace diez años. "En nuestra facultad y escuela lo tenemos internalizado. Incorporamos en los cursos el espíritu crítico y eso facilita adaptarse a este mundo tan cambiante desde el punto de vista tecnológico.

Imagen foto_00000004

U. Chile: cambios curriculares y nuevos cursos

La última gran reforma curricular en la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile data de 2013. Desde entonces se ha ido incorporando la economía digital en dos dimensiones: con cambios curriculares, que se ajustan cada cierto tiempo; y la forma en que se enseña, aprovechando la experiencia de los profesores más jóvenes que vienen o se capacitan en el exterior.

"Eso implica el desarrollo de ciertos cursos en ciertas áreas que usan más este tipo de herramientas, en particular, manejo de datos, comercio electrónico, inteligencia de negocios, y marketing digital", detalla el director Roberto Álvarez.

Dichas temáticas las desarrollan a través de cursos y electivos que se pueden tomar en pregrado y posgrado.

La otra dimensión tiene que ver con la forma en que se enseña, pues la brecha digital es importante. "Desde hace seis años tenemos un centro de enseñanza y aprendizaje que ha ido potenciando nuevas metodologías para que los profesores vayan incorporando la digitalización en sus cursos y los estudiantes aprendan a estudiar", comenta.

Imagen foto_00000008

UDD: más asignaturas optativas

"Hemos estado modificando profundamente nuestro plan de estudios de la Facultad de Economía y Negocios en los últimos dos años de varias maneras, para incorporar el contexto de la economía digital moderna y el conjunto de herramientas necesarias para tener éxito en este entorno de cambio rápido y continuo", señala el profesor Vik Murty.

Por ello, han ajustado sus mallas con varios requisitos agregados que abordan 'b.i.t.s.' (Business Innovation and Technology Strategy) como una clase de tercer año requerida; han sumado varias asignaturas optativas relacionadas con el comercio omnicanal, el liderazgo en un mundo digital, el marketing digital y más. Y utilizan un enfoque interdisciplinario en muchas clases desde el primer año para abordar los negocios, la tecnología y los problemas asociados a las personas, como en el curso 'Human vs. Technology'.

Equilibrar la enseñanza experiencial con casos nuevos y capacitación interdisciplinaria es un desafío a juicio de Murty y eso requiere investigadores fuertes y profesionales de carrera exitosos.

Imagen foto_00000001

Adolfo Ibáñez: ajuste de mallas en posgrados

Desde hace cuatro a cinco años paulatinamente y con actualizaciones, la U. Adolfo Ibáñez ha ido incorporando la economía digital en sus currículum, de acuerdo con el director, Ricardo Úbeda.

Sus mallas se han ajustado especialmente en posgrados. "La economía digital en sí no es una materia o un ramo específico, sino que es transversal a todo lo visto en un posgrado", añade.

El nuevo enfoque se basa en tres aspectos: uno, es poder ver materias específicas dedicadas a tecnología y digitalización (IA, IOT, Big Data, BlockChain, gemelos digitales o Edge Computing), así como los cambios en modelos de negocio digitales y blended. El segundo es la permanente actualización de contenidos de lo que serían los "ramos clásicos" para incorporar todos los avances en la materia. El tercero es la realización de "Bootcamps" transversales a todos sus MBA (actuales y egresados), donde con actores y protagonistas de la industria se actualizan, debaten y reflexionan sobre estos temas. Fuera de los programas regulares, la UAI cuenta con charlas y conferencias para la revisión de este fenómeno.

Imagen foto_00000002

UC: nueva malla desde 2020

El decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas UC, José Miguel Sánchez, precisa que la economía digital impacta en lo que enseñan de tres maneras: en pregrado, para Ingeniería Comercial buscan un lenguaje común y eso básicamente tiene que ver con programación. "Nuestra nueva malla curricular para la carrera, que se implementará el próximo 2020, se hará cargo de esto, desde el primer semestre, donde enseñaremos a todos nuestros alumnos a programar", comenta.

Segundo, este contexto les impulsa a replantearse cómo desde la economía y desde la administración de empresas se hacen cargo de los desafíos del desarrollo científico y tecnológico. "Eso implica pensar los problemas nuevos que aparecen, por ejemplo, entender bien el funcionamiento de las plataformas o los desafíos que la robotización plantea para el mercado del trabajo", detalla.

Tercero, es el método, y aquí la clave son los datos. "Por naturaleza, tenemos muchos cursos de análisis de datos, pero la nueva malla para Ingeniería Comercial incorporará estos procesos a todos los ámbitos, como marketing, finanzas", agrega.

Imagen foto_00000005

UDP: hacia más competencias tecnológicas

La Facultad de Economía y Empresa de la UDP actualizó sus planes de estudio con especial énfasis en la importancia de las tecnologías de información, expone su decano Fernando Lefort.

"En la economía actual la información y su adecuado uso se han convertido en el activo estratégico más valioso de las empresas y organizaciones", dice.

Ingeniería Comercial incorporó en el perfil de egreso y plan de estudios competencias tecnológicas para que tomen decisiones a partir del análisis, visualización y producción de información relevante, aplicando herramientas tecnológicas y capacidades de programación. Asimismo, identifican las oportunidades que ofrece el impacto disruptivo de las nuevas tecnologías en la sociedad para generar propuestas de valor innovadoras. En el caso de la carrera de Ingeniería en Control de Gestión, los estudiantes deben ser capaces de comprender la gestión de los sistemas de información. Para lograr este objetivo, se han establecido una serie de cursos que van desde la importancia del Excel como instrumento básico de la ingeniería, hasta temas más contemporáneos como análisis y explotación de datos y sistemas de predicción.