

Cambio de hábitos de consumo y nuevos modelos de negocio en la educación

DITHER FABIAN BALDERAS GALINDO

Asociación Mexicana de Educación Continua y a Distancia (AMECyD)

RESUMEN

El presente trabajo muestra la influencia de nuevas aplicaciones educativas y los principales cambios en los hábitos de consumo impulsados por el uso de la internet, destacando a las generaciones millennial y centennial y su inclinación por la inmediatez. El objetivo de este trabajo es identificar algunas de las principales herramientas digitales y/o aplicaciones que cada día tienen mayor auge para capacitarse y certificarse. Los nuevos proveedores de educación están implementando estrategias innovadoras de negocio, basadas o soportadas en lo que se denomina economía colaborativa, la cual, pone a disposición tanto del estudiante como de los profesores, plataformas donde los profesores podrán ofertar cursos, certificaciones, actualizaciones, etc. y por otro lado, los estudiantes podrán hacer uso de esos contenidos a bajo costo, acceso ilimitado y por medio del uso del móvil, principalmente. Se comenta también sobre la importancia de desarrollar un Ecosistema Digital cuyos principales objetivos sean la omnipresencialidad, ampliar y diversificar el acceso y la difusión de los contenidos educativos por medio del uso de canales digitales pertinentes, que permitan ofrecer soluciones al momento que los estudiantes lo requieran; estos ecosistemas deberán estar sustentados en análisis previos, aplicando estrategias como la empatía y lograr una inmersión que logre identificar los problemas verdaderos que vive un estudiante. Finalmente, se muestra el fenómeno VICA, el cual explica lo volátil, incierto, complejo y ambiguo que es el mercado en estos momentos, lo que obliga a las instituciones a implementar estrategias claras, flexibles, ágiles, dinámicas y siempre basadas en la empatía, siempre identificando y centrando en las problemáticas reales del estudiante, del entorno y del empleador.