



NUEVO INGRESO

A la 'caza' de más y mejores universitarios

Antes de matricularse, los alumnos evalúan cada vez más la calidad de los centros, que cuentan ya con ambiciosas estrategias de captación

Hace un par de décadas, los alumnos que aprobaban Selectividad se matriculaban en la facultad más cercana que impartiese la titulación escogida. Las universidades recibían a esos estudiantes que geográficamente les correspondían y así, *grosso modo*, se repartía el alumnado.

Ahora la movilidad está más generalizada, las universidades han ido aumentando en número (entre públicas y privadas, 81 imparten docencia actualmente) y, en cambio, los alumnos son menos numerosos que antaño. Por eso, su captación ha dejado de ser tarea exclusiva de las instituciones privadas y, ahora, quien más y quien menos lleva a cabo acciones dirigidas a mostrar sus virtudes y a cazar matriculaciones.

Para María Dolores Merchán, directora del Servicio de Promoción, Información y Orientación de la Universidad de Salamanca, «la proliferación de universidades privadas que tienen una mayor capacidad para adaptarse a las demandas del momento» es un motivo más que justifica estas campañas.

Sea por la disminución demográfica de la población en edad universitaria, por la implantación de los grados *Bolonia* —más variedad y un año más cortos que las antiguas licenciaturas— o por el incremento de las tasas académicas, el hecho es que los alumnos no sobran.

Según el avance de datos referidos al curso 2015/2016 que facilita

el Ministerio de Educación, en las universidades españolas estudiaron títulos de grado y sus equivalentes en vías de extinción (primer y segundo ciclo) 1.329.081 alumnos. Son 32.000 menos que el año anterior y se suman cuatro años consecutivos de descenso.

«Por eso, no es suficiente con esperar a que los alumnos se matriculen, sino que debemos enseñarles dónde estamos, qué estudios ofrecemos y qué servicios van a encontrar en la universidad más allá de los meramente académicos», concluye Merchán.

EL VALOR DEL TALENTO

La atracción de talento está detrás de muchas acciones de captación por parte de las instituciones.

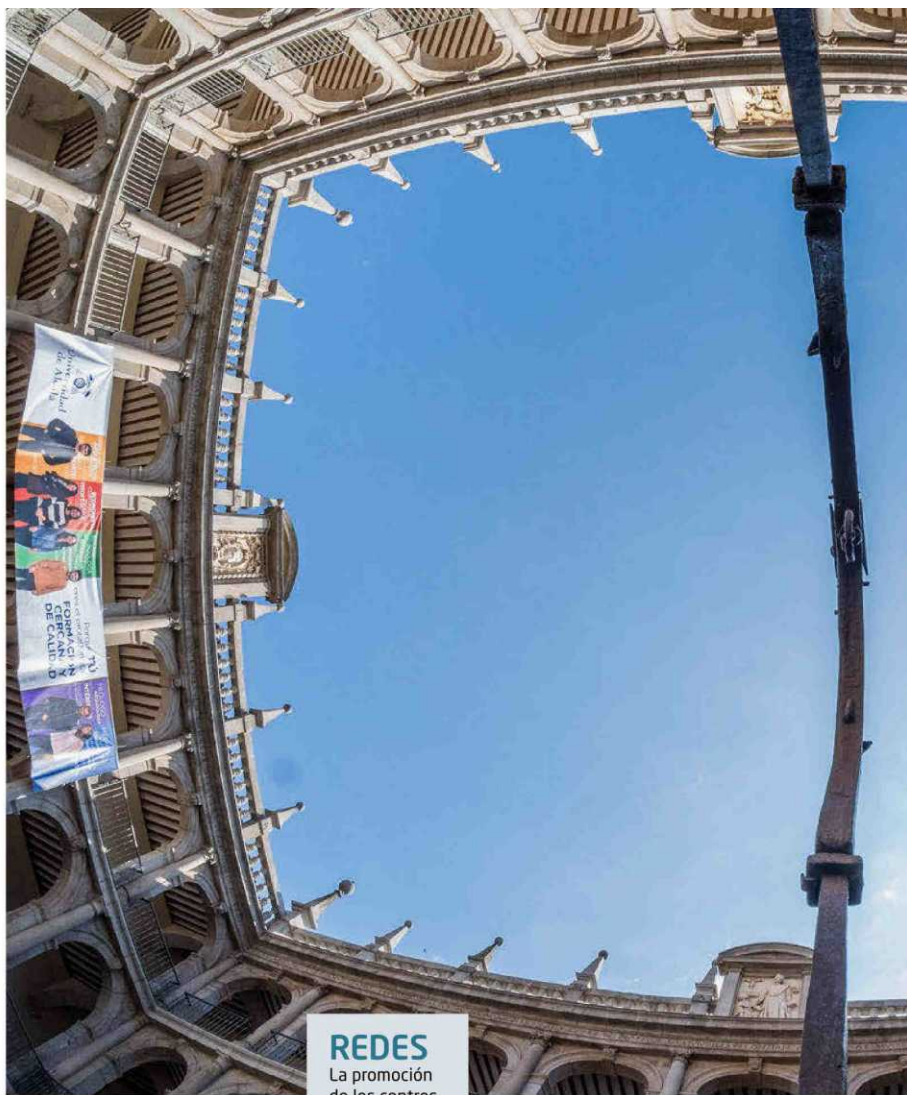
En Madrid, la Universidad Europea cuenta con la iniciativa *Call of Future*. Se trata de un programa gratuito de alto rendimiento para futuros universitarios que reúne durante cuatro días a una selección de 50 estudiantes en sus instalaciones. Allí se preparan para enfrentarse sin miedo y con éxito a las Pruebas de Acceso a la Universidad.

Con *Top Program*, otro de sus proyectos, buscan completar la formación universitaria de sus alumnos a través del máximo desarrollo de sus competencias personales y profesionales. Se dirige a estudiantes con expedientes destacados en Bachillerato y un alto nivel de inglés.

La Universidad incentiva a estos alumnos con ayudas económicas para sufragar el coste de la

formación durante todos los cursos, siempre que cumplan con los criterios de excelencia.

La Universidad de Salamanca (USAL), por su parte, organiza Olimpiadas para estudiantes preuniversitarios en disciplinas como Matemáticas, Física, Química, Filosofía, Economía, etc. «El objetivo es premiar el esfuerzo de los estudiantes, y detectar a los mejores.



REDES

La promoción de los centros no descuida las redes sociales. La última jornada de puertas abiertas de la Universidad de Alcalá llegó a ser 'trending topic' nacional.
 / JUAN R. VELASCO

Así conseguimos que sepan que existe una titulación en la Universidad que se adapta a sus cualidades y aptitudes», explica María Dolores Merchán, de la USAL.

Esta universidad, además, lleva a cabo otras iniciativas para la captación de nuevos alumnos, como las visitas a institutos de Salamanca, Ávila, Zamora y Cáceres. La USAL contacta con centros de



Secundaria, Bachillerato y FP para informar a sus estudiantes de su oferta académica y de los servicios que ofrece, como becas, alojamiento, atención psicológica, deportes, etc.

También organiza conferencias para padres de estudiantes de 2º de Bachillerato con información burocrática y de salidas profesionales, y está presente en ferias es-

pecializadas tanto en España como en Latinoamérica.

La Universidad de Santiago de Compostela organiza el programa A Ponte, a través del cual sus profesores e investigadores acuden a los institutos para presentar la institución durante el primer cuatrimestre de cada año.

Además, para intentar captar talento, homenajea en un acto a los

estudiantes que sacan más de un 9 en Selectividad. «Ese día, reunimos aquí a unos 300 alumnos y a sus familias», explican desde la USC. Y parece que da resultado, puesto que algo más de la mitad de todos ellos se matriculan allí.

PUERTAS ABIERTAS

Las jornadas de puertas abiertas se constituyen como auténticos escaparates de una universidad y, por eso, cada vez más se organizan en un ambiente tanto lúdico como divulgativo.

La USAL organiza las suyas cada mes de abril. Durante una semana, abre todos sus centros universitarios para que los estudiantes de Bachillerato conozcan sus instalaciones, pisen las aulas, los laboratorios y los talleres.

En junio le toca el turno a la Universidad de Alcalá de Henares (UAH) que, en la última edición, alcanzó los 2.500 visitantes y dejó un rastro de 5,5 millones de tuits, hasta el punto de convertirse en *trending topic*.

Además de ofrecer información sobre sus titulaciones y servicios, las jornadas de puertas abiertas buscan visitantes a través de distintas actividades. Por ejemplo, la UAH programó una lectura continuada de *El Quijote*, visitas guiadas, asesoramiento por parte de estudiantes veteranos, conciertos, exposiciones y hasta un taller de caricaturas.

En Galicia, la Universidad de Vigo (Uvigo) lanzó en junio una curiosa propuesta para captar estudiantes con el lema *Aquí todo é posible*. Elaborada por alumnos y titulados de su Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de Pontevedra, la campaña tenía el objetivo de atraer a los mejores alumnos y así mantener su alta tasa de ocupación en los grados. Se impulsó a través de los medios de comunicación y, cómo no, de las redes sociales.

La Universidad Autónoma de Barcelona, en su última edición, celebrada en febrero, también apostó por las redes para comunicar su oferta y servicios. Estrenó una *webapp* sobre las jornadas de puertas abiertas y hasta organizó un concurso en Instagram. Las jornadas recibieron alumnos de 400 centros educativos, para los que se organizaron más de 200 charlas impartidas por profesores.

Sólo un 4,3% de extranjeros pese a ser el primer destino Erasmus

Nuestro país es el destino favorito por los alumnos para realizar una Erasmus pero, en cambio, no engancha a los estudiantes de grado al mismo nivel que otros países europeos. Según el Ministerio, en virtud del avance de datos facilitados, en 2015/2016 estudiaban grados y primer y segundo ciclo casi 60.000 alumnos extranjeros, lo que supone el 4,3% del total de universitarios.

Las instituciones buscan atraer talento internacional a través de distintas iniciativas. La Ramon Llull (URL) ha ofrecido, en la última edición de su Summer School, 13 cursos (en inglés) fundamentalmente dirigidos a alumnos extranjeros. Además, cuenta con diversos programas enfocados a la movilidad de los investigadores. La Universidad de Santiago de Compostela (USC), a través de su Oficina de Relaciones Exteriores, dependiente de la Vicerrectoría de Internacionalización, tiene

presencia en muchos foros extranjeros, sobre todo en Latinoamérica. Cuenta con el programa Erasmus Mundus y tiene alumnos de EEUU, Japón, México, Jordania, Túnez, Brasil, Colombia, etc. La Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) suma un total de 19.872 estudiantes de grado y posgrado. Un 20% de ellos son foráneos. Uno de sus programas enfocados a la captación de alumnado internacional acaba de inaugurarse, gestionado por su centro International School. Se trata del Global Bachelor, un programa de tres años de duración que permite que los alumnos de la Universidad Paris-Dauphine realicen los dos primeros cursos de su titulación en España. Su plan de estudios está centrado en las ramas de Economía y Gestión y está orientado sobre todo a estudiantes latinoamericanos. La intención es formar en español, inglés y francés a estudiantes del Lycée Français y a estudiantes de todo el mundo. / M. M.



Un grupo de estudiantes de diversas nacionalidades posa con las banderas de sus países de origen. / ANNA MURASHOVA PHOTO