



Ángel Luis Muñoz Nieto, director del Departamento de Ingeniería Cartográfica y del Terreno y responsable del proyecto GET UP en la Universidad de Salamanca, asistió a la reunión (atrás, tercero por la izquierda). :: USAL

La USAL asiste en Irlanda a la reunión del proyecto europeo Erasmus + 'GET UP'

Impulsa el desarrollo empresarial de los jóvenes en el ámbito del geomarketing

:: REDACCIÓN / WORD

SALAMANCA. La Universidad de Salamanca asistió en Irlanda a la cuarta de las reuniones transnacionales del grupo de trabajo del proyecto europeo Erasmus + 'GET UP', iniciativa que persigue poner en marcha una herramienta de aprendizaje digital para promover el espíritu empresarial en los jóvenes mediante el uso de nuevas tecnologías en el ámbito de la geoinformación y capacitarles de conocimientos y mecanismos específicos para diseñar modelos de negocio adecuados.

GET UP, proyecto que responde al Plan de Acción para el Emprendi-

miento promovido por la Comisión Europea y lanzado en diciembre de 2017 en el marco del programa Erasmus +, trata sobre el geomarketing como una herramienta de emprendimiento y está formado por especialistas de seis universidades, instituciones y empresas de Irlanda, Portugal, Italia, Grecia y España.

La USAL forma parte del consorcio a través del Grupo TIDOP, el Departamento de Ingeniería Cartográfica y del Terreno y el nuevo Grado en Geoinformación y Geomática que se imparte en la Escuela Politécnica Superior del Campus de Ávila.

Durante la cuarta reunión transnacional del grupo, recientemente celebrada en el Galway Technology Centre, se expusieron los resultados de los módulos didácticos elaborados por cada uno de los socios que, tras un proceso de revisión por

pares, se incorporarán en una primera edición piloto del curso de e-learning. La toma de decisiones de carácter técnico y académico al respecto fue el principal objetivo de la reunión.

El equipo de la Universidad de Salamanca, además de coordinar las acciones de difusión a través de la página web y las redes sociales diseñadas al efecto, será el socio encargado de supervisar el control de calidad de esta acción de pilotaje a través de la articulación de encuestas dirigidas tanto a los profesores como a los alumnos.

En el encuentro se fijaron, también, los plazos y el calendario que tiene como meta la impartición de estos cursos en febrero de 2020, así como se acordaron las fechas para celebrar la próxima reunión del consorcio en Roma a finales de enero de 2020.

El componente innovador de este proyecto es el geomarketing, basado en conceptos de inteligencia locacional. El manejo de geoinformación (información que tiene asociada la componente geográfica) mediante técnicas geomáticas, principalmente el análisis SIG, permite encontrar la mejor ubicación para una acción emprendedora basándose en la intersección de datos espaciales con otros factores y variables. Para ello se cuenta con el respaldo de un conjunto de técnicas de análisis de la realidad económica y social. Esto supone el empleo de herramientas de mapeo y análisis espacial en la nube, herramientas que conectan con la geomática, una de las principales líneas de investigación del grupo TIDOP y de la actividad académica de la Escuela Politécnica Superior de Ávila.