



El e-Colegio

Carlos Torres

Director

Roberto Espina

Gerente

Mercado de Industria y Consumo de Indra

LOS COLEGIOS PROFESIONALES se enfrentan periódicamente a un debate sobre su razón de ser y las funciones que deben desempeñar ante el colectivo de profesionales y la sociedad.

Este debate se ha visto renovado recientemente por la entrada en vigor a finales del 2006 de la directiva comunitaria relativa a los servicios en el mercado interior, que se conoce como Directiva de Servicios.

El objetivo de esta Directiva es alcanzar un mercado único de servicios en la Unión Europea a través de la eliminación de las barreras legales y administrativas que actualmente limitan el desarrollo de actividades de servicios entre Estados miembros. Se dispone de un plazo de transposición de tres años, y este plazo finaliza en diciembre del 2009.

En el caso de España, y especialmente en los colegios profesionales, la transposición de la Directiva de Servicios se presenta como un difícil reto y al mismo tiempo como una gran oportunidad.

Por una parte, se encamina a la eliminación de las barreras que restringen

injustificadamente la puesta en marcha de actividades de servicios, lo que puede conllevar implicaciones en las funciones a desempeñar por los colegios profesionales. Por otra, pretende simplificar los trámites que deben llevar a cabo los prestadores de servicios, mediante el uso de las tecnologías, lo que representa una gran oportunidad para la modernización de la actividad de los colegios y su integración con las administraciones públicas.

La transposición de la Directiva de Servicios se presenta como un difícil reto y al mismo tiempo como una gran oportunidad

Adicionalmente al impacto de la directiva, los colegios profesionales han venido sufriendo desde hace tiempo los efectos del incremento de la competencia en ciertas áreas, como es el caso de la formación, asesoría especializada, comercialización de seguros específicos de ciertos colectivos profesionales, etc., a lo que recientemente se ha unido el efecto de la desaceleración económica.

A la vista de este contexto cada vez más complejo y competitivo, se evidencia la necesidad de poner en marcha medidas específicas y urgentes para

hacer frente a los retos y obtener todas las ventajas derivadas de las nuevas oportunidades.

En Indra, consideramos que, al margen de otras actuaciones, aprovechar las ventajas que ofrece la tecnología es una de las medidas imprescindibles para mejorar el posicionamiento de los colegios profesionales ante su colectivo, las instituciones y la sociedad y, de este modo, reforzar su papel de actor clave y asegurar el cometido por el que fueron creados.

La tecnología permite a los colegios acercar la prestación de los servicios a los interesados para minimizar los costes y esfuerzos asociados, y ampliar su catálogo de servicios, sin un impacto desmedido en la organización.

Nuestra visión se concreta en el *e-Colegio*, ventanilla única *on-line* que centraliza los servicios que los profesionales requieren de su colegio profesional y que articulamos en cuatro líneas de actuación: tramitación digital, actividad colegial, centro de conocimiento y formación.

¿Pero, qué aporta la tramitación digital? La respuesta es bien sencilla, la posibilidad de realizar los trámites más habituales por medio de Internet.

Hoy en día la tecnología ha convertido en cotidiano este tipo de trámites en otros ámbitos como es el caso de la banca o las instituciones públicas.

Dado que las dificultades técnicas hace tiempo que han quedado superadas, no hay más inconveniente para su implementación que el análisis de los trámites que en cada colegio sean más susceptibles de ser prestados por este canal, considerando tanto el valor que aportan a los colegiados como el impacto en la disminución de los costes internos, que repercutirá en más y mejores servicios al colegiado o en reducir sus aportaciones.

En cuanto a la actividad colegial, su objetivo es poner en valor la actividad del colegio mediante la difusión de los eventos profesionales y culturales y la participación de los colegiados. En un primer paso el acercamiento a los colegiados puede lograrse publicitando el calendario de eventos y extenderse progresivamente hasta incorporar la emisión de los mismos por medio de Internet.

Asimismo, hoy en día vivimos inmersos en un exceso de información lo que alguna vez provoca el efecto contrario: la desinformación. Para comprobarlo no hace falta más que pensar en el número de entradas que devuelve cualquiera de los buscadores ante una búsqueda, por muy específica que ésta sea.

Por este motivo, uno de los servicios que los profesionales valoran más positivamente es la capacidad de acceder de forma remota a contenidos de alto valor añadido, específicos de su actividad profesional y con un enfoque eminentemente práctico.

Este planteamiento es el que subyace en otra de las líneas de actuación, el Centro de Conocimiento, aglutinador de la experiencia de la profesión mediante diversos mecanismos: asesoría especializada, foros específicos de determinadas materias, directorio de expertos, principales actores del sector y un centro documental que reúna los documentos más relevantes para la actividad de los profesionales (normativa, informes técnicos, escritos académicos, ponencias, etc.), que permita su localización de una forma sencilla y posibilite la suscripción a los contenidos de interés.

Por último, ¿qué mejor canal que el *e-Colegio* para proveer de formación especializada?

Dado que en los colegios se aglutina el conocimiento práctico del ejercicio de la profesión y las dificultades crecientes que conllevan los desplazamientos, consideramos que el canal *eLearning* es una de las mejores vías para incrementar la difusión de este conocimiento.

Este canal ofrece un coste ajustado para los profesionales, y permite, a su vez al colegio ampliar su influencia al ámbito nacional y, por qué no, incluso al internacional y con ello potenciar notablemente sus ingresos.

Sin embargo, el desafío radica en ser capaces de generar unos contenidos en los que se materialice el ejercicio de la profesión y contribuyan a resolver los problemas a los que se enfrentan los profesionales en su quehacer cotidiano. Si el planteamiento se limita a la incorporación



Carlos Torres.



Roberto Espina.

de un catálogo de cursos estándar, la iniciativa tendrá que hacer frente a multitud de competidores con costes muy ajustados por lo que tendrá muy complicada su viabilidad.

Con este enfoque que se ha esbozado, el *e-Colegio* aporta ventajas sustanciales tanto a los colegiados como al colegio. En relación al colegiado, conviene destacar la simplificación de los trámites colegiales al poder realizarlos por medio de internet, el ahorro de tiempo frente a la atención presencial, la disminución de los costes de desplazamiento y generación de documentación, la posibilidad de planificación personal, ya que el *e-Colegio* se encontrará disponible a cualquier hora del día, el acceso a una comunidad virtual integrada por un número elevado de profesionales especializados, etc.

En el caso del colegio, al margen de la mejora del posicionamiento y del incremento de los ingresos derivados de

nuevos servicios, las ventajas vendrán derivadas de la automatización de ciertas funciones y la eliminación de tareas con mínimo valor añadido.

No obstante, para acceder a estos beneficios la plataforma internet deberá estar integrada con el resto de sistemas de información con los que cuente el colegio, de modo que se evite la duplicidad de tareas y permita liberar cierta capacidad que podrá ser aprovechada para mejorar la atención, desarrollar nuevos servicios o para reducir los costes.

En nuestra experiencia en este ámbito adquirida en las colaboraciones con distintos colegios, hemos detectado ciertos factores de éxito que conviene tener en cuenta a la hora de embarcarse en este tipo de iniciativas.

Es vital contar con el respaldo de la máxima dirección, ya que estos procesos impactan decisivamente sobre la organización y los procesos operativos y contar con un socio de confianza que aporte un servicio integral y permita al colegio centrarse en la estrategia.

El socio elegido debe tener las capacidades adecuadas en el ámbito de la consultoría para apoyar al equipo directivo en el ámbito tecnológico con objeto de desarrollar la aplicación e integrarla con otros sistemas y, por último, ser capaz de proveer soluciones compartidas en un modelo de externalización, de modo que se minimicen los costes.

Entre las características de la aplicación debe primar la sencillez en la operativa y el diseño atractivo e intuitivo, de modo que se fomente su uso por parte de los usuarios y se minimice la necesidad de formación previa. La forma de operar debe, en la medida de lo posible, reproducir la atención presencial para minimizar los errores y la necesidad de soporte.

En cuanto a la puesta en marcha, nuestra recomendación es un enfoque paulatino, para que tanto los usuarios como la organización se vayan habituando progresivamente.

Y para finalizar, volvemos al inicio de la reflexión: ¿desafío, oportunidad? En nuestra opinión, sobre todo el *e-Colegio* es ya hoy una realidad. ■