

Sinopsis

PARA LOS ESCÉPTICOS DEL E-LEARNING



Índice

Nota para el lector	5
1 ¿No es eficaz?	6
2 ¿No es para mí?	10
3 ¿No tiene calidad?	14
4 ¿Demasiado solitario?	18
5 ¿Demasiado caro?	22
6 ¿Demasiado complicado?	26
Sobre Féfaur y CrossKnowledge	30

Nota para el lector

El e-learning... ¿Se usa demasiado o no lo suficiente?

Se le echa la culpa de todo (ineficaz, demasiado complicado, etc), señal de que cuestiona ciertos prejuicios que, no obstante, empiezan a tambalearse. Son tantos los beneficios del e-learning que, poco a poco, se ha vuelto indispensable. No se trata de ventajas teóricas, sino aplicables a empresas que quieren reforzar la eficacia de sus dispositivos de formación y optimizar los costes a largo plazo.

Así pues, esta publicación sobre los obstáculos que debe superar el e-learning y las posibles soluciones, ¿es inútil?

Sí, en cierto modo, porque ya hemos llegado a un punto a partir del cual parece imposible dar marcha atrás. Innumerables proyectos, empresas e historias de éxito han surgido a partir de un cambio radical adoptando dispositivos de formación de inigualable eficacia... a un coste incomparablemente bajo.

No obstante, ni el e-learning ni el blended learning ocupan aún la posición que deberían por sus múltiples cualidades. Si fuese el caso, resultaría sorprendente que su porcentaje en los gastos de formación profesional continua sea tan reducido.

Publicamos esta pequeña obra teniendo, pues, en cuenta este punto en el que se encuentra el e-learning (viendo el vaso medio vacío o ya medio lleno) y lo hacemos en tono voluntariamente desenfadado y con ilustraciones humorísticas*.

También se trata de ayudar a los defensores del e-learning y a los responsables de formación, convencidos del enorme potencial de este tipo de enseñanza para su empresa, a eliminar los obstáculos a los que aún se enfrenten.

Esperamos que disfrute la lectura.

*Dibujos de Flec

1

¿No es eficaz?

El e-learning no es eficaz. Con esta frase, los detractores de la formación a distancia parece que disponen de un argumento infalible para cerrar el debate, pero hay que mencionar que, en lo que a eficacia se refiere, a menudo se espera más del e-learning que de la formación presencial.

No se puede negar que las primeras tentativas resultaron, a veces, decepcionantes para los pioneros del e-learning, con resultados muy por debajo de las expectativas y de la inversión realizada por los departamentos de formación. ¿Vendrá de ahí la persistente fama de ineficacia?



Eficacia pedagógica

En primer lugar, es necesario definir correctamente qué se entiende por “eficacia”, limitándonos al ámbito de la eficacia pedagógica porque, en definitiva, de lo que se trata es de formación. A menudo se cuestiona la posibilidad de que los alumnos asimilen e interioricen a largo plazo los conocimientos mediante e-learning. Y todavía se descalifica más el método cuando se trata de comportamientos...

Sin embargo, el éxito que este sistema de formación logra con los alumnos en todo lo relativo a desarrollo personal y a comunicación nos demuestra lo contrario. Teniendo en cuenta el actual interés de las empresas por el bienestar en el trabajo, el e-learning es la solución ideal para desarrollar nuevos comportamientos, en confianza, sin preocuparse de lo que podrán pensar los demás alumnos.

Con respecto a la transmisión de conocimientos: ¿alguien se preocupa de evaluar la formación presencial al acabar? Así, mientras el e-learning ofrece cuestionarios muy completos y permite calibrar de manera fiable los conocimientos adquiridos, la formación presencial se limita a analizar superficialmente el grado de satisfacción de los participantes. Estas evaluaciones en línea, que se llevan a cabo en

caliente y en frío, representan una excelente oportunidad para comprender hasta qué punto se han asimilado los conocimientos.

Y no sólo eso...

Las diferentes modalidades de formación no bastan para alcanzar una eficacia óptima. Lo más importante es el dispositivo en su conjunto, que ha visto su potencia multiplicada gracias a las nuevas tecnologías de aprendizaje que permiten alternar formación y aplicación, enseñanza formal e informal (Cf: el modelo 70 : 20 : 10*). Las modalidades y objetivos pedagógicos están estrechamente ligados en este sistema que opta más por el “just in time” que por el “just in case”. Se trata de un dispositivo de formación que impulsa tanto la eficacia colectiva como el desarrollo individual y que sitúa siempre al alumno en el centro del proceso de aprendizaje.

La eficacia de la formación en línea también se aprecia en la optimización, ya que se pueden reducir costes, mejorar la eficacia y aumentar la velocidad de aplicación. Esta incomparable capacidad garantizó su éxito en las empresas que querían adaptar lo más rápido posible las capacidades de sus empleados a las exigencias de los negocios. Todos los sectores tienen que actualizar continuamente las competencias del personal para no perder competitividad.

Los ejemplos son interminables, desde la creación de una red internacional de ventas antes del lanzamiento de un producto hasta la aplicación de nuevos procedimientos de higiene y seguridad en una zona industrial pasando por el cumplimiento de la legislación por parte de los representantes de la industria farmacéutica.

Por lo tanto, sí, se le exige más al e-learning que a la formación presencial y con razón. No es de extrañar que constituya un punto clave de las políticas de desarrollo de competencias: el e-learning ocupa un papel a la altura de su eficacia.

El mercado del e-learning

El mercado mundial de productos y servicios de e-learning obtuvo 32.100 millones de dólares en 2010 y debería alcanzar los 49.900 millones en 2015 (lo que supone un crecimiento anual medio del 9,2%). Estados Unidos y Europa occidental se sitúan entre los mercados más desarrollados.

Fuente : Ambient Insight

49,9 millones de dólares

*El modelo 70: 20: 10, certificado por Lombardo y Eichinger (1996), indica que el desarrollo de competencias y la adquisición de conocimientos se realizan en un 70% gracias a la experiencia profesional, en un 20% gracias a la interacción con los demás y, más concretamente, con su superior jerárquico, y en un 10% gracias a la educación "formal"(estructurada), ya sea en clase, mediante talleres o via e-learning.

2

¿No es para mí?

¡Otro argumento que da en el clavo, *a priori!* Eso es para los jóvenes, es demasiado complicado, no tengo tiempo,... Las mismas razones que dan los que, de todas maneras, siempre dejan para más adelante los cursos de formación, independiente del formato.

¿Por qué será?

No hay más que comparar estas reacciones con el interés por el e-learning de los colaboradores que tienen menos acceso a cursos. Suelen ser los primeros en aprobar la pertinencia de este enfoque formativo.



¿No es para mí?

El e-learning no tiene nada que ver con la edad

Contrariamente a lo que se piensa, el e-learning no está reservado para la generación Y. No hay que haber nacido con un ratón en la mano ni ser un crack de la informática para atreverse. Si el módulo de e-learning está bien diseñado, se adapta a cualquier perfil porque se concentra en lo esencial: los conocimientos o competencias que hay que aprender. Los vídeos, la voz en off y las actividades interactivas cautivan al alumno, suscitan interés y crean la emoción necesaria para transmitir el saber. De todo lo demás (la manera de utilizar el módulo, navegar de una pantalla a otra, responder a un test para comprobar los conocimientos adquiridos

durante el curso, etc), ide eso hay que olvidarse y ser feliz !

Demos un paso más: con la llegada de los smartphones y de las tabletas táctiles, para el e-learning ya ni siquiera hace falta un teclado y un ratón. Basta con acariciar la pantalla con la punta de los dedos para pasearse por el curso, capítulo por capítulo, sin tener que seguir un orden determinado.

Ni siquiera con una cuestión de tiempo

El argumento del tiempo ya no sirve. ¿Qué pasa? ¿Que los colaboradores sí tienen dos o tres días para participar en un curso tradicional y no los encuentran para hacer una hora de formación en línea? Todo lo contrario, la formación a distancia también está pensada para ganar tiempo, un tiempo que, estaremos de acuerdo, no siempre se aprovecha bien en los cursos presenciales, teniendo en cuenta los desplazamientos, atascos o incluso noches de hotel que hacen falta.

Las posibilidades que ofrece el e-learning cuando una persona debe viajar también suman puntos a favor de una formación “donde quiero” y “cuando quiero”, muy en la línea de la nueva ATA WAD* (Any Time, Any Where, Any Device) y garantizan una libertad sin parangón a la hora de elegir el momento de formarse.

El mercado del LMS

El crecimiento del mercado mundial del LMS (Learning Management System) en 2012 se sitúa en un 14,7 %, según un informe de Bersin & Associates.

Fuente : Bersin & Associates

14,7%

Es simplemente cuestión de organización... y de motivación

Es comprensible que esta nueva manera de gestionar el tiempo pueda parecer difícil. Con la formación presencial, está bien claro: el empleado no vendrá a trabajar mientras dure el curso. Es mucho tiempo, ¡pero al final nos apañamos! Cuando se trata de formación en línea, las cosas se complican. “Si estoy haciendo un curso delante del ordenador, ¿estoy en formación o en el trabajo? ¡A ver cómo le explico al jefe que no me puedo ocupar de una urgencia si me está viendo conectado al ordenador!”

La solución, una vez más, es organizarse e informar. La formación a distancia, en mucha mayor medida que la presencial, requiere una organización sólida. Planificar significa comprometerse personalmente: “Este período de tiempo se lo voy a dedicar a mi formación”. Así, sus compañeros tendrán clara su agenda y, además, es una buena oportunidad para hablar de la formación con su superior jerárquico.

Al final, el reto al que se enfrenta el responsable no es tanto elegir el tipo de formación, sino ajustarla a la situación

del empleado para que se adapte a sus principales motivaciones y le ayude a mejorar su eficiencia.

El e-learning: una oportunidad para modernizar los papeles...

Por lo tanto, sí, ¡el e-learning también es para mí! Incluso constituye una excelente oportunidad para modernizar el contrato de formación. Reivindico mi responsabilidad como alumno, teniendo en cuenta que los conocimientos y las competencias son mi principal activo. La ayuda de mi superior jerárquico siempre será bienvenida porque, al fin y al cabo, ¿acaso su papel no es precisamente el de apoyar a los empleados en su desarrollo?

Con respecto al formador, quizás esto sea lo más paradójico: desempeña un papel central y se convierte además en auténtico moderador de una formación que va más allá de las aulas. La interacción con el formador y entre estudiantes por fin puede tener continuidad temporal.

*En cualquier momento, en cualquier lugar, en cualquier soporte.

3

¿No tiene calidad?

En honor a la verdad, se decía muy a menudo, herencia de una época en la que la confianza en las nuevas tecnologías había relegado la calidad a un segundo plano, tanto en lo que respecta a contenidos (con un grafismo muy sencillo y tan largos que desanimaban hasta al más motivado) como en lo relativo a los dispositivos, conectados a una tecnología todavía en pañales. Las cuestiones de ingeniería, duración, interactividad, pertinencia e impacto no se tenían realmente en cuenta aún.

Ahora podemos reconocerlo: ¡la calidad brillaba por su ausencia en las primeras versiones de e-learning! Ahora que las cosas han cambiado tanto, se puede confesar abiertamente.



Más que una evolución

Se acabaron los módulos de más de una hora, hoy por hoy son frecuentes los módulos de quince, diez o incluso cinco minutos, con una tendencia cada vez mayor hacia el micro-learning. Los contenidos se centran en lo esencial, los tres o cuatro mensajes clave que debe recordar el alumno, adaptándose a sus horarios sin dificultad.

Se acabaron también los contenidos feos y aburridos con la excusa de que la formación es algo serio, no estético. ¿Quién ha dicho que no se pueden combinar las dos cosas? Por suerte existen módulos en el mercado que marcan la pauta en lo que a calidad de e-learning se refiere: escenarios, secuencias, métodos pedagógicos, simulaciones, grafismo avanzado, pertinencia de las breves e instructivas evaluaciones. El concepto sigue inspirando a los creadores de contenidos a medida y, de manera más general, de sistemas de formación.

No se puede negar que, tanto en contenidos generales como específicos, los niveles de calidad que se han alcanzado hoy en día pueden satisfacer a las empresas y empleados más exigentes. Y cuando no sea el caso, los creadores de contenidos ya no tienen excusa: las herramientas y el saber hacer están disponibles desde hace mucho.

Los proveedores tienen claro que hay que cuidar la calidad pedagógica que exigen los departamentos de formación, así como la estética visual que quieren los alumnos y las direcciones de comunicación para los proyectos de formación de una determinada marca.

Una revolución...

No obstante, aunque los avances en la creación de módulos de formación a distancia han sido espectaculares, la mayor transformación se ha dado en la ingeniería pedagógica. El esquema canónico de e-learning en aperitivo, presencial como plato principal y e-learning de postre se está quedando anticuado. Aparecen dispositivos de lo más sofisticado e innovador que crean un nuevo equilibrio entre formación presencial / a distancia, sincronizada/ asincrónica y formal/informal. A los departamentos de recursos humanos y formación se les ofrece también una fantástica oportunidad para combinar formación, información y colaboración, sobre todo con la posibilidad de abrir redes sociales de empresa. ¡No hay nada mejor para que los grupos de alumnos colaboren entre sí!

Porque permiten una individualización masiva adaptándose al perfil y al ritmo de aprendizaje de cada cual, porque incluyen elementos colaborativos y

El mercado de las tabletas

Se espera que el mercado de las tabletas se multiplique por dos entre 2011 y 2012, pasando de 60 millones a casi 119 millones de unidades vendidas en el mundo.

Fuente : Gartner

119 millones de unidades

Los primeros jueces son los empleados y los gerentes, así que lo mejor será preguntarles a los que han probado este producto de calidad, con el plus de la individualización, si quieren dar marcha atrás.

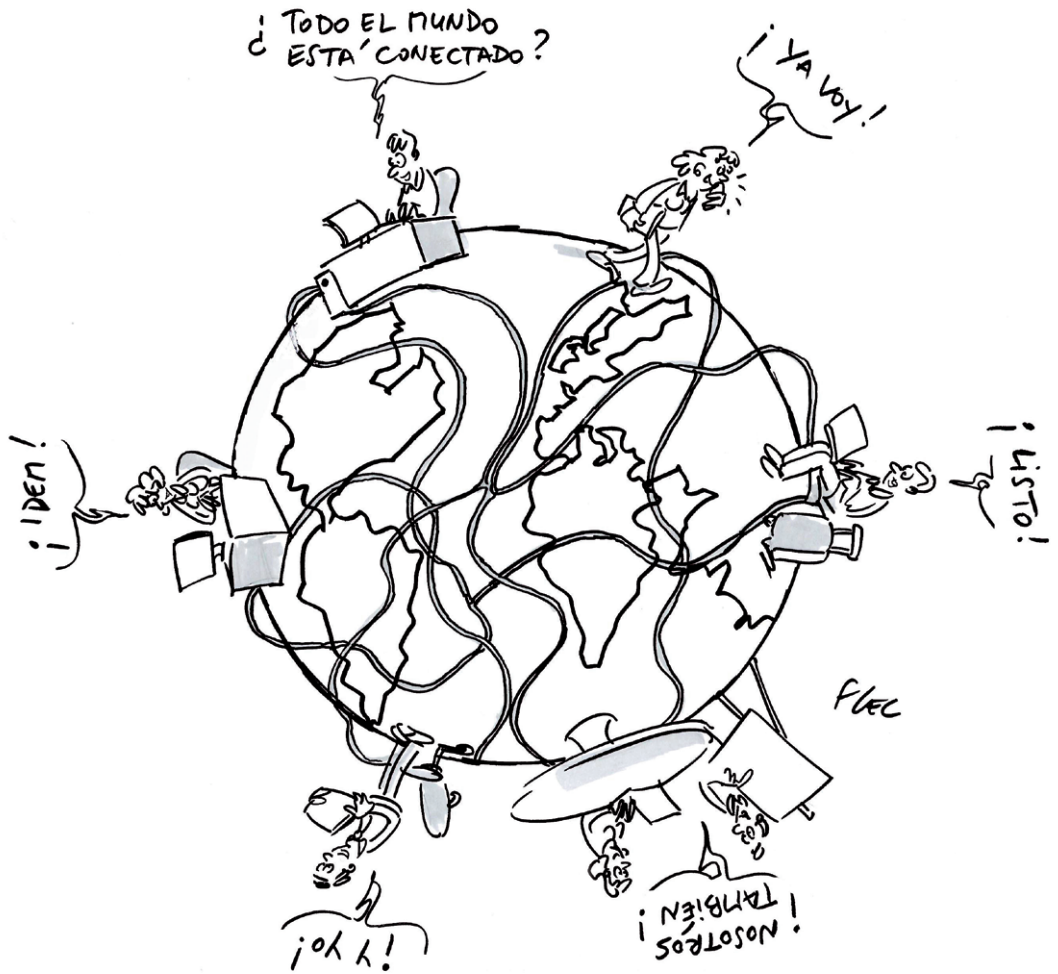
lúdicos, porque hacen un seguimiento de las expectativas de cada alumno y, más concretamente, sirven de apoyo a las políticas colectivas de desarrollo de competencias, las nuevas tecnologías abren la puerta a una nueva generación de procesos de aprendizaje. Los portales de formación más modernos ofrecen un entorno en el que el aprendizaje, por un lado, lo “genera” el propio estudiante y, por otro, cuenta con el apoyo de los departamentos de formación, los tutores, los superiores jerárquicos y sus compañeros.

Es verdad que la aplicación de este tipo de dispositivos puede parecer compleja desde un punto de vista tanto pedagógico como tecnológico pero, ¡no se conquistó Zamora en una hora!

4

¿Demasiado solitario?

Muy cierto, si nos ceñimos a los hechos, a menudo se hace esta objeción, pero no suele venir de los estudiantes. La mayoría de las veces son los actores de la formación los que sacan, dicho sin connotaciones peyorativas, este discurso sobre la soledad del alumno durante el curso en e-learning.



¿Demasiado solitario?

Formación a distancia y formación presencial: ¿hermanos enfrentados?

E-learning contra formación presencial... La pelea sería desigual, porque los rivales no juegan en la misma liga. Por un lado, los programas de preparación a distancia “aplastan” a la presencial porque son capaces de formar rápidamente, de manera eficaz y por un coste razonable. Intenta dar cursos en aulas a miles de colaboradores repartidos por todo el mundo, en diez idiomas diferentes y en menos de una semana!

Por otro lado, parece que la formación presencial es la única que merece llamarse

“formación” porque le ahorra al alumno la tortura del imposible aprendizaje en solitario. Además, el hombre es, ante todo y sobre todo, un “animal social”, que aprende de los demás, con ellos, entre ellos. La verdad tiene más matices e incluye, como suele suceder, lo mejor de los dos mundos. Con ejemplos se explica y se demuestra.

La solicitud del mánager...

Pongámonos en el lugar de un mánager que quiere prepararse para las entrevistas individuales de evaluación de sus colaboradores. Formación tradicional: consigo que me ofrezcan un curso en abril (interno o externo), las entrevistas empezarán a finales de octubre. El método me gusta, con juegos de rol, y análisis de casos, somos varios, el profesor conoce bien el tema, hay momentos de júbilo, otros en que nos partimos de risa. Perfecto. Llega el mes de octubre y reviso los apuntes que tomé: el éxito del curso se ha evaporado. ¿Y ahora qué? Es precisamente en este momento cuando necesito intercambios y apoyo. Otra solución: un itinerario e-learning con tutorías (o con orientación, da igual el término) – empiezo (digamos, a mediados de septiembre) con un autodiagnóstico para establecer el nivel y proponer una selección de módulos de e-learning muy ajustada a mis necesidades. Además,

El mercado de juegos serios

El mercado mundial de juegos serios alcanza los 1.500 millones de dólares. Se calcula que el porcentaje de crecimiento anual durante el período 2010-2015 será de un 47%.

Fuente : IDATE (Institution De l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe)

**1,5 millones
de euros**

el curso se completa con intercambios por email o chat con el coach / tutor en caso necesario, una primera entrevista individual, balance con el tutor para ver qué ha funcionado, qué hay que mejorar, etc ¿Soledad? ¿Qué soledad? Tengo asesoramiento, orientación y apoyo exactamente cuando lo necesito.

que me acompañen a la máquina del café, sino que todos pueden escucharla y participar. Además, cualquiera puede pedir un consejo a un colega y encontrar una respuesta a sus preguntas. Será, sobre todo, una conversación múltiple que no se acabará con el curso, sino que perdurará en el tiempo.

Los compañeros, ¿dónde están?

Sí, pero sigue siendo una relación tutor-alumno, exclusivamente. Los demás alumnos, mis compañeros, ¡han desaparecido! Es poco frecuente que, en una empresa de cierto tamaño, sólo asista un manager al curso. Así pues, efectivamente existirá un grupo de personas físicas interesadas y el mundo real no es tan flexible como parece: los intercambios entre managers sobre temas tan delicados como las entrevistas individuales no son muy frecuentes. Sin embargo, en los grupos virtuales, ocurre todo lo contrario. ¿Paradójico? Quizás no tanto. Encontrar los despachos de cada colaborador y definir su aportación exacta es complicado. Resulta mucho más sencillo si esa aportación se hace a través de un “learning portal” comunitario, es entonces mucho más fácil responder y abrir un diálogo colectivo. Este tipo de conversación se puede continuar sin necesidad de esperar a la pausa de media mañana, no me limitaré a compartirla con las dos o tres personas

Hacia un enfoque multimodal

La soledad es cosa del pasado, por lo menos en los dispositivos multimodales, los llamados “blended learning” han moldeado como nunca los grupos de aprendizaje y la mediación del profesor / tutor quien, dicho sea de paso, conoce las expectativas de los alumnos antes del curso y fomenta los intercambios, por ejemplo a la hora de compartir conocimientos o, a decir verdad, cada vez que el alumno corra el riesgo de sentirse solo. Lo cierto es que, detrás del miedo a sentirse solo, se esconde a menudo el pánico a no estar a la altura. Aquí no pasará eso, al contrario: se ofrece asesoramiento individual e intercambios colectivos serios.

Last but not least... los cursos multimodales también se adaptan bien a los grupos presenciales, razón de más para guardar este miedo a la soledad en el baúl de los recuerdos.

5

¿Demasiado caro?

El e-learning, ¿por qué no? Pero, ¿nos lo podemos permitir? Es verdad que, teniendo en cuenta los números que se manejaban cuando se lanzaron los primeros proyectos, sin ton ni son, había que tener cuidado con los costes del e-learning...

Diez años más tarde, el mercado de la formación ha distancia ha madurado y se ha profesionalizado considerablemente. La experiencia adquirida, tanto por parte de los prestatarios como de las empresas, permite abordar los costes teniendo en cuenta todos los parámetros del proyecto.



En los comienzos del e-learning...

Teníamos un presupuesto sólido, habíamos dejado incluso un margen amplio, y ahora nos piden una ampliación. ¿Para el departamento de informática? ¿Para recursos humanos? ¿Para quién? Da mala imagen porque al precio de la plataforma –normalmente prestablecido, pero que puede necesitar una extensión (nunca se sabe si el proyecto estaba bien calibrado con respecto a la cantidad de usuarios, servicios, parámetros, actualizaciones, etc...) – se suma el coste que implica crear contenido a medida.

El precio sube aún más si el encargo no se limita a un solo módulo, sino que se quiere crear un patrimonio consistente, con el que se pueda sustituir toda una serie de cursos presenciales del plan de formación empresarial. Teniendo en cuenta los presupuestos, “¡imposible pasar de un experimento! Si queremos aplicarlo a gran escala, inos va a costar millones!”. Por no hablar del tiempo que se gasta en interno para ocuparse de esos proyectos. ¿A qué responsable de formación no le dio vértigo la carga de trabajo que, a fin de cuentas, tuvo que dedicarle su equipo al e-learning?

Muchas vivencias se han acumulado durante este proceso, experiencias reales que dan fe de algo que, en parte, ya es historia.

¿Ya es historia?

No exactamente, sobre todo para las empresas a las que todavía les cuesta definir y aplicar su estrategia de e-learning. Otras, en cambio, dan muestras de madurez y la formación a distancia ya no representa un coste elevado. Es una buena noticia, porque la optimización de costes es uno de los principales motivos para invertir en e-learning.

¿Cómo lo hacen? Para empezar, se preocupan de los gastos en contenidos a medida (casi la mitad del total), poniendo un poco de orden en la cartera de proyectos: muchos de ellos se realizan ahora en interno. Una de las principales ventajas de los nuevos instrumentos de rapid learning, potentes y conviviales, es que, gracias a ellos, los diseñadores pedagógicos, los tutores y los expertos en contenidos de la empresa pueden crear módulos e-learning con total autonomía. Su apoyo es palpable: los servicios de formación, centralizados o externos, adoptan en masa estos programas. Además, los propios estudios han aumentado en gran medida su productividad, con lo que resulta más barato recurrir a sus servicios.

Por otro lado, los catálogos de contenidos e-learning ya completos abarcan actualmente un amplio abanico de necesidades y temas variados. ¿Para

qué comprar “a medida” y caro, si se puede ahorrar y mantener la calidad con los “genéricos”? Los juegos serios no se quedan atrás, itambién existen ya listos para usar!

Con respecto a las plataformas de LMS, se está desarrollando rápidamente el SaaS - Software-as-a-Service -, una fórmula de suscripción con la que se evita comprar la licencia del programa. Gracias a este sistema, las empresas disponen de un precio “todo incluido”, sin costes inesperados y proporcional, o casi, a la cantidad real de usuarios.

Una crítica a los profesionales...

A la formación tradicional también se le recriminaba el precio, pero los tutores se defendían con un argumento a prueba de bomba: “Si cree que la educación es cara, pruebe con la ignorancia”. No vamos a continuar buscándole las cosquillas a la formación en este momento, cuando ya se puede evaluar su rentabilidad, gracias al blended learning o, por lo menos, el grado de cumplimiento de las expectativas. Ahora les toca a los profesionales de la formación, internos o externos, demostrar, con los modelos actuales, que el e-learning definitivamente no es tan caro.

El barómetro del e-learning en Europa

El 45% de las empresas consultadas afirman que el objetivo prioritario del e-learning es optimizar costes.

Fuente : barómetro del e-learning en Europa publicado en diciembre de 2011 por CrossKnowledge, Féfaur e IPSOS

45%

6

¿Demasiado complicado?

Nos hemos reservado lo mejor, es decir, lo más difícil, para el final. ¡El reparo es considerable! La impresión de complejidad que nos producen las nuevas tecnologías de aprendizaje, más conocidas como e-learning, es muy normal, teniendo en cuenta la cantidad de posibilidades que ofrece. Combinar contenidos, tecnologías, servicios... ¡no es fácil saber por dónde empezar!



Abordar la complejidad con pragmatismo

Entonces, ¿cómo se hace? Para empezar, no hay que hacerlo de golpe. La transformación tiene que ser racional, progresiva y aplicando el sentido común. La empresa tiene que elegir lo que incluirá en su dispositivo de formación y comprenderlo. La reingeniería de programas supone añadir nuevas modalidades: una lista que incluye más de una decena de programas diferentes. La elección dependerá de los objetivos pedagógicos, los intereses de la empresa, los medios de que dispone y el contexto. Todo ello sin olvidar el aspecto económico, porque de lo que se trata es de optimizar el dispositivo de “blended learning”. Una vez que se han puesto en marcha los primeros programas, se pueden aplicar más rápido al resto de cursos, aprovechar la experiencia adquirida y aumentar poco a poco la complejidad hasta conseguir resultados aún más eficaces.

Estos nuevos enfoques requieren ciertas capacidades, es cierto, hay que conocer el aporte de cada elemento en la economía general de un proyecto de formación, conseguir un conjunto armonioso, garantizar la difusión de estos itinerarios de formación personalizados mediante una plataforma y dar a conocer los nuevos dispositivos con campañas de comunicación.

¿Y cuál es el papel de la tecnología?

Curiosamente, en lo que a tecnología se refiere, las cosas son hoy por hoy mucho más sencillas. Es cierto que existen muchos formatos (vídeo, módulos, test, debates, etc) y soportes (PC, tabletas, teléfonos inteligentes...), pero las infraestructuras con las que cuentan actualmente las empresas tienen la capacidad suficiente para acoger los contenidos de un mix-learning moderno. Con la llegada de la fibra óptica, las redes han ampliado su ancho de banda más que nunca: ¡éxito garantizado!

Con respecto a la integración entre plataformas de LMS y entre sistemas de Talent Management y SIRH, tampoco hay que preocuparse. Los productos que ofrece el mercado actual son cada vez más abiertos y los proveedores le propondrán esquemas de integración simplificada. También se habla mucho de SaaS y de Cloud que, lejos de complicar la situación, le garantizarán una mayor libertad de elección. Siempre se puede cambiar de opción, lo que limita los riesgos para la empresa, todo lo contrario de lo que sucedía con los grandes ERP.

¿Gestionar la complejidad u orientar el cambio?

Para gestionar esta situación compleja hay que apoyar y orientar el cambio, es decir, tener en cuenta el factor humano, obviamente esencial. Hay que encontrar los argumentos más adecuados (sí, existen) para convencer a todos los implicados en el nuevo dispositivo de formación. No se puede negar que habrá opiniones en contra y reparos: hay que escucharlos y ocuparse de ellos, porque pueden ayudar a mejorar el dispositivo. Con respecto a los alumnos, lo prioritario será el acompañamiento y la comunicación para que anclar a largo plazo el e-learning: campañas temáticas, marketing para atraer y mantener el interés, creación de grupos, vídeos de

los directivos, avances, presentaciones multimedia de lanzamiento, kits de conexión, detalles, emails de animación...

Con respecto a la red de recursos humanos / formación, ¡abran paso a los campeones! Aproveche sus primeros proyectos y animeles a promocionarlos entre sus compañeros. Gracias a estos nuevos dispositivos, con los que se puede combinar la formación, los objetivos empresariales y la relación con los directivos, los responsables de formación pueden ser más prácticos, ofrecer un asesoramiento más avanzado e impulsar la noción de "business partner".

La dirección general probablemente sea la más fácil de convencer. El e-learning es una muy buena baza para agilizar una organización y mejorar su eficacia. En ese sentido, la dirección general tiene que adaptarse rápidamente a los futuros desafíos, agrupar a los empleados en torno a la estrategia de la empresa y modificar el recorrido en tiempo real, para adaptarse a un entorno cada vez más complicado. Así pues, no podrá hacer objeciones al e-learning si tiene que ofrecer formación a escala mundial y en plazos récord a la mayor cantidad posible de alumnos, dispersos desde el punto de vista geográfico y lingüístico.

El mercado del rapid learning

Según un informe de Bersin & Associates sobre la aplicación de sistemas de rapid learning en Estados Unidos, los imperativos del negocio la optimización de costes y la capacidad de formar un mayor número de colaboradores son las principales razones mencionadas por las empresas que utilizan el rapid learning.

Fuente : Bersin & Associates

FēFaUR

Fundado en 2006 por Michel Díaz y Aude Dellacherie, Fēfaur es el premier centro independiente de estudios y asesoramiento del mercado francés y uno de los líderes europeos.

Fēfaur asesora a empresas y organismos de formación sobre la definición y aplicación de su estrategia de e-learning.

Fēfaur publica estudios económicos y técnicos sobre la oferta y la demanda de e-learning, muy respetados en el mercado francés.

www.fefaur.com



Con más de 3 millones de usuarios, CrossKnowledge es el líder europeo de formación a distancia. CrossKnowledge ayuda a las organizaciones a concluir con éxito su transformación gracias al desarrollo de cada uno de sus colaboradores.

Dependiendo de la situación particular de cada cliente, CrossKnowledge propone soluciones integradas, con formatos pedagógicos exclusivos, contenidos que tienen en cuenta el entorno mundial y una gama de servicios de acompañamiento. Estas soluciones garantizan una experiencia de aprendizaje única a cada persona y una alta rentabilidad a la organización.

CrossKnowledge se dirige a empresas de todos los tamaños y está presente en 25 países directamente o a través de su red de socios. Entre los clientes del grupo se encuentran AkzoNobel, AXA, Belgacom, BBVA, BNP Paribas, Carrefour, EDF, Geodis, Jaguar Land Rover, Schneider Electric, Sodexo, Thales, Valeo, ...

www.crossknowledge.com

FēFaUR

CROSSKNOWLEDGE 