

Aurora Campmany

## Formación 2.0: socialización del saber

*Lejos ya de los primeros pasos del elearning, cuando la formación online no pasaba de ser una mera transcripción informática de los contenidos tradicionales pensados para clases presenciales, la formación 2.0 integra cada vez más todo aquello que de beneficioso puede tener para las empresas las redes sociales, favoreciendo la creación de intranets de conocimiento en el seno de las empresas con la intención de socializar la información con el fin último, como no podía ser de otro modo en el ámbito empresarial, de la maximización de los beneficios. Gestionar el conocimiento, y no tan sólo la formación, es la finalidad de las empresas de un sector que se afianza en una nueva etapa post crisis en la que las corporaciones aprenden a valorar más y mejor su componente humano.*

El elearning, como aplicación de los beneficios de las tecnologías de la información (TICs), es un campo en constante evolución y mejora que se esfuerza por sacar el máximo provecho a los beneficios que las innovaciones tecnológicas ponen a su alcance a fin de favorecer la oferta formativa en el seno de las empresas, tan importante para la formación de profesionales cualificados y competitivos, como bien apunta **José Ignacio Ustaran Muela**, presidente de la **Asociación de Proveedores de e-Learning (APEL)**.

### Demanda al alza

La crisis económica, lejos de afectar a un sector en crecimiento, ha puesto de manifiesto la necesidad de actualizar constantemente el conocimiento al que nos aboca un mercado en cambio continuo, consumidores más exigentes y constantes cambios normativos. Hacerlo sirviéndose de los métodos que el elearning pone al abasto de las empresas es una opción más económica que la formación presencial y más pragmática, en tanto que aporta un grado de agilidad insuperable. "En la teoría es mucho más económico hacer formación online: evita costes de viaje de participantes, ponentes presenciales, preparación de salas, etc." admite **Ampa-**

**ro Castellón**, responsable de Selección, Formación y Desarrollo de **Nestlé España**. Sin embargo, apunta también que: "Lo importante además será valorar el impacto del curso. Si ahorramos dinero, pero el curso no tiene suficiente impacto en el partici-

### Se ha puesto de manifiesto la necesidad de actualizar constantemente el conocimiento al que nos aboca un mercado en cambio continuo

pante y no consigue la adquisición de conocimientos o habilidades o cambio cultural perseguido, no habrá retorno de la inversión".

"En los tiempos que corren, el ahorro económico ahora mismo es un factor realmente determinante; aunque no debe ser el único motivo de la elección una vez que consideramos la formación como una inversión y no como un coste", afirma **José Eduardo Queijo**, *Human Resources, CSR & Quality director* de **TNT**. "Normalmente se entiende que la formación online es un método más barato y con una gestión más sencilla, pero no tan eficaz como la formación presencial. En **Groupama Seguros** no están de acuerdo con esta opinión –replica **Mariano García Perucha**, director de la división de Selección, For-

mación y Desarrollo –. Dependiendo de la materia, la formación elearning puede ser mucho más eficaz y eficiente, pero siempre teniendo en consideración que no se puede plantear, planificar y programar un curso elearning con los mismos conceptos y métodos que la formación presencial".

Desde el ámbito de los proveedores dibuja el panorama **Pablo Hernández Medrano**, presidente de **BlueMat**: "Estamos en una economía cada vez más globalizada, competitiva y especializada. Las entidades deben prestar servicios con mayores niveles de exigencia en tiempos, calidad y economía de costes, debido a una base creciente de oferta disponible. Esto hace que tanto las empresas privadas como las administraciones públicas, casi independientemente de su tamaño, promuevan modelos de gestión del talento para mejorar su

posicionamiento y competitividad. En la situación actual, (...) todos los sectores de actividad son altamente intensivos en conocimiento, no únicamente el sector servicios".

**Manuel Moreno**, gerente de Formación de **SEAT**, admite que: "Utilizamos la metodología online para determinados tipos de formación y para dar respuesta a requisitos de distintos usuarios. Por el momento, no significa un porcentaje muy significativo ya que por la actividad que realizamos es imposible reemplazar la formación presencial. En algunos casos se combinan ambas tecnologías". La firma automovilística reserva la formación 2.0 para "...determinados tipos de formación como son idiomas en niveles iniciales, prevención de riesgos

## ¿Cuáles son las principales ventajas de la formación 2.0?

**Amparo Castellón**, responsable de Selección, Formación y Desarrollo de **Nestlé España**

Permite preparar a los participantes antes de la formación presencial. La formación puede llegar a más colectivos. Flexibilidad de horario (permite a los colaboradores elegir cuándo hacer el curso). Poder aprovechar el tiempo mejor y tratar más temas de los que nos permitiría una sesión presencial. Se puede actualizar la información constantemente y de forma fácil. Si es un *elearning* interactivo se puede hacer seguimiento del grado de avance y en algunos casos del grado de adquisición de conocimientos.



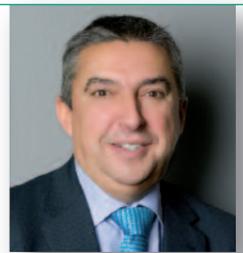
**Ramón García Espeleta**, responsable de Social Elearning de "la Caixa"

El *elearning* tiene muchas ventajas. En primer lugar, la disponibilidad permanente que tiene la plataforma. Eso sumado a los nuevos medios de que disponemos (*smartphones*, *tablets*, portátiles...) tiene como resultado que el empleado puede formarse cuando y donde quiere. Como consecuencia, puede gestionar mejor su tiempo y, por tanto, conciliar mejor la vida personal y laboral.



**Mariano García Perucha**, director de la división de Selección, Formación y Desarrollo de **Groupama Seguros**

En nuestra opinión la formación 2.0 cuenta con un amplio abanico de ventajas, destacando, por ejemplo, la inmediatez en la divulgación de la formación, el ahorro de los costes o la homogeneidad de la formación para todos los colectivos. Además, permite desarrollar planes de formación, control y seguimiento individualizados.



## Ofrecemos soluciones de formación flexibles y adaptadas a las necesidades de cada cliente

**José Ignacio Ustaran Muela,**  
director general de **Formación Digital**



Nuestra capacidad de innovación, fruto de los desarrollos tecnológicos en los que estamos trabajando, nos permiten estar en la vanguardia de los últimos modelos de formación. La consecuencia directa es la diversificación de escenarios de aprendizaje y, por consiguiente, esta capacidad productiva nos convierte en una empresa capaz de ofrecer soluciones de formación flexibles y adaptadas a las necesidades de cada cliente. Además nuestra diferenciación también tiene que ver con nuestro método de formación basado en un *elearning* de calidad en el que se ponen en juego recursos diversos, tanto materiales como humanos, para facilitar el aprendizaje del alumno y para tratar de asegurar un adecuado desarrollo del proceso formativo.

laborales, normativas estratégicas de la empresa o píldoras informativas”

Por su parte, **Vincent Belliveau**, *SVP and General manager Europe Middle East and Africa* de **Cornerstone OnDemand**, destaca el sector financiero como el principal demandante de sus servicios. “Históricamente ha sido un consumidor importante en buena medida gracias a sus necesidades de cumplimiento regulatorios que le obligan a una constante formación, certificación y puesta al día de sus empleados. Ahora, a pesar de la crisis, su demanda sigue creciendo y siendo muy importante, quizá incluso superior, ya que tienen la necesidad de demostrar más que nunca que cumplen con todas las regulaciones y la presión de reducir sus costes en formación”. Desde **la Caixa** confirma esta tendencia **Ramón García Espeleta**, responsable de Social Elearning: “El porcentaje de formación online para nuestra red de oficinas es del 75% del total de horas formativas. Generalmente, la formación online se combina con una parte de formación presencial, que también tiene ventajas, especialmente en el aprendizaje de habilidades relacionales, gestión de equipos y liderazgo. En un grupo como “la Caixa”, que tiene más de 26.000 empleados, el coste que tendría llegar a todos los empleados con una formación presencial sería enorme. Por tanto, el argumento es económico. Sin embargo, para mí es aún más importante el ahorro de tiempo y que el propio empleado pueda gestionar su tiempo de formación”.

**Jordi Vila**, socio director de **CV&A Consulting**, comparte el optimismo de sus colegas: “El mercado en el que estamos sigue con cierta vitalidad a pesar de la actual situación económica. Seguimos teniendo una demanda creciente, sobre todo en el entorno corporativo por la significativa reducción de costes que significa el cambio de impartición de formación presencial a online”. Para **Leandro Codarín**, responsable del departamento de Elearning en **Global Estrategias/Demos Group**, “... tres sectores: banca, telefonía y energía, incrementaron fuertemente la demanda de soluciones de formación en habilidades directivas, en gestión del cambio y de atención al cliente”. Construcción e industria copan la cartera de clientes de **IMF Formación**, apunta **Carlos Martínez**, director general de Grupo. Desde **Actua Solutions**, **Mario Planas**, socio director, dice: “Trabajamos con diversidad de sectores: farmacéutico, financiero, automoción, seguros, turismo, educativo..., si bien los clientes proceden principalmente del sector corporativo, la gran empresa, generalmente multinacionales (McDonald’s, Pfizer, Grifols, Novartis, Gestamp, TUI, MC Mutual, IESE, etc.)”. Agentes sociales, administraciones públicas y grandes empresas son, según José Ignacio Ustaran, director general de Formación Digital, sus principales demandantes. Según **Miguel del Cerro**, director de Marketing y Relaciones Institucionales de **Avanzo**, “es cierto que las empresas demandan cada vez más servicios online, que si hace ocho años era un subproducto de la formación, hoy for-

ma parte esencial del diseño estratégico de nuestros productos”. En su caso: “El perfil de nuestros clientes es el de grandes compañías; trabajamos con muchas de las grandes compañías españolas y casi todas las multinacionales con presencia en España, pertenecientes a los más variados sectores, por lo que no hay uno especialmente demandante”.

Bien al contrario, **Mario Stofenmacher**, director de la división de elearning Solutions by Cegos de **Tea Cegos**, evita hablar de un sector concreto. “Los proyectos de desarrollo son transversales, por fortuna están presentes en todos los sectores y sobre todo son característicos de empresas que apuestan por el valor de los RRHH como herramienta de diferenciación, más que de sectores. El aspecto diferencial sectorial son aquellos mercados que por volumen y dimensión de sus organizaciones, cuentan con plantillas muy numerosas, diversidad de centros o dispersión geográfica, en este sentido sectores como el energético, el financiero o la administración pública son sectores de gran demanda”. En esa misma línea, **Luis Sebastián García Moreno-Fraile**, presidente de **InGaFor**, apunta que, más que de un sector en sí, “...deberíamos hablar del tama-

## Cornerstone On Demand permite la gestión completa del talento

**Vincent Belliveau,**  
*SVP and General manager Europe Middle East and Africa* de **Cornerstone OnDemand**



Cornerstone OnDemand no sólo ofrece una solución para lanzamiento de cursos elearning, sino que permite la gestión completa del talento, integrando el resto de los procesos de RRHH con la formación, mejorando la detección de necesidades y ajustándola a las necesidades propias de cada empleado en base al modelo de competencias de la empresa. Combina la formación elearning con el resto de modalidades: formación presencial, virtual, social, etc. bajo el concepto de *blended learning* o formación mixta. Nuestra solución se ofrece únicamente en modo *cloud* –todos nuestros clientes, más de 7 millones de usuarios, comparten una misma aplicación e infraestructura–lo que permite una evolución constante de la funcionalidad que es accesible para los clientes de forma instantánea. Además, mientras que parte de nuestra competencia cubre un nivel de funcionalidad similar al nuestro, pero lo ha logrado adquiriendo otras empresas e integrando varios productos en uno, nosotros hemos construido nuestra propia plataforma por completo, lo que nos permite ofrecer una experiencia mucho más interactiva y coherente.

**Manuel Moreno,**  
gerente de Formación de **SEAT**

La principal ventaja de la formación 2.0 es la flexibilidad horaria. Además, también supone una menor necesidad de instalaciones y de recursos.



**José Eduardo Queijo,**  
*Human Resources, CSR & Quality director* de **TNT**

La formación online aporta ventajas para una compañía como TNT con gran dispersión geográfica, el alcance puede ser el mismo y al mismo tiempo y en corto espacio de tiempo, de esta manera se puede conseguir una optimización de costes muy importante. Además permite que cada uno se organice como quiera en función de cuándo le viene mejor recibir este tipo de formación, dentro del tiempo establecido para cada programa.



## Nuestra oferta se diferencia por su respaldo, alcance y amplitud

**Leandro Codarín,** responsable del departamento de e-Learning en **Global Estrategias/Demos Group**



Respaldo porque formamos parte de Demos Group, una de las cinco principales consultoras de formación del mundo, y en un 2011 difícil, hemos dado formación a 350.000 personas en 16 países y facturando más de 100 millones de euros.

Actualmente, dirigimos nuestras estrategias y actividades hacia grandes cuentas internacionales, Global Large Accounts, dando un alcance global a nuestros proyectos, garantizando que la calidad de la formación sea igual en todo el mundo gracias a que sabemos qué y cómo gestionar proyectos formativos para grandes clientes.

Y amplitud, porque nuestros productos y servicios dan apoyo en toda la cadena de valor de la formación corporativa, desde el diseño de soluciones de formación y consultoría, pasando el desarrollo tecnológicos propio hasta el *outsourcing* de la formación.

ño de la empresa. Las grandes empresas son las que adoptan antes el sistema *elearning*. Tienen una mayor cantidad de empleados y deben sincronizar la adquisición de conocimientos de los trabajadores con los intereses de la propia organización. Son principales demandantes de nuestros servicios aquellas organizaciones con una rápida evolución de sus productos y servicios, que necesiten cursos de formación rápidos y para muchas personas, que tengan un nivel superior a la media de movilidad, que utilicen a diario equipos informáticos y que el nivel inicial de formación de los empleados sea mayor que en otros sectores”

### La importancia del reporting

En sintonía con los tiempos cada vez más cualquier decisión empresarial demanda una medición del retorno de la inversión. Todo se mide, todo se sopesa, y la formación no se escapa de esta tendencia. Afortunadamente, hoy las aplicaciones específicas para el desarrollo de programas de *elearning* ofrecen la posibilidad de producir informes. Como afirma José I. Ustaran, director general de Formación Digital, “Toda organización que invierte en formación necesita un feedback sobre los resultados obtenidos tras el proceso formativo y nuestros clientes no son una excepción”. Desde CAE, su director José Barquero nos explica “Nuestros clientes, buscan y encuentran en nuestras soluciones

## Otorgamos certificados oficiales de la mano de la Universidad CEU San Pablo

**Carlos Martínez,** director general de **Grupo IMF FORMACIÓN**



Podemos determinar varias ventajas, una de ellas es, sin duda, la oficialidad de las certificaciones que otorgamos a nuestros alumnos de la mano de la Universidad CEU San Pablo, que hace mejorar en imagen y competitividad de nuestras empresas clientes y de los alumnos que las cursan. Por otro lado, tenemos más de 300 cursos con contenidos propios, que se están en un continuo proceso de actualización y de mejora, con fuerte especialización en temas como Recursos Humanos, Prevención de Riesgos Laborales, Energía, Medioambiente y Marketing Online a lo que sumaría sin duda nuestro sistema pedagógico y nuestros materiales de estudio. Por último, somos una entidad formativa con amplia presencia geográfica, disponiendo de nueve sedes en España, una en Portugal y una en México. Próximamente abriremos en Colombia, China y en Perú.

herramientas que ofrecen los mejores resultados, de utilidad, motivación y aprendizaje efectivo y medible que se materializa en la fidelización que logran nuestros clientes con sus alumnos a través de las soluciones que les ofrecemos, basadas en la calidad, la innovación y la máxima efectividad”

Álvaro Martín Sancho, responsable de e-doceo España, señala que “la medición de resultados y seguimiento es una de las claves de la formación online”, y que, según su experiencia, “todo ello se

consiste en aprender y ser capaz de compartir con los demás esos conocimientos. Al final lo que estamos haciendo es un entorno de desarrollo de las personas y de desarrollo del talento a través del aprendizaje, del intercambio de conocimiento” nos explica Miguel del Cerro, de Avanzo. Y añade “Uno de los grandes factores diferenciales de nuestro entorno virtual Conecto es que se trata de una red social con una plataforma LMS. Esto quiere decir que cualquier recurso incorporado a esa platafor-

### Todo se mide, todo se sopesa, y la formación no se escapa de esta tendencia

gestiona a través de las plataformas donde se imparte esta formación, las plataforma LMS”. Generalmente, tal y como añade Martín Sancho “es el cliente el encargado de dicho seguimiento y, por tanto el responsable de dicho seguimiento. Por otro lado, como en cualquier otro tipo de formación, los resultados están directamente relacionados a factores clásicos, como la calidad de la formación, el seguimiento por parte de los formadores o la necesidad/obligación/interés para el alumno en la realización de dicha formación”

“Nuestros clientes quieren saber qué está haciendo cada uno de los asistentes al programa de formación, cómo lo está haciendo, y cómo podemos dinamizar y motivar a los participantes para que actúen de forma activa. Piensa que hoy estos modelos de aprendizaje no se limitan a “aprender”, sino que consisten en fomentar la participación;

ma va a dejar huella, de modo que en todo momento podemos tener un seguimiento completo de todo lo que ha hecho cualquiera de las personas integradas en un programa de formación. Eso permite que nuestros tutores, nuestros dinamizadores, puedan incentivar a aquellas personas menos participativas, menos activas en el aprendizaje”

Pero, si eso no fuera suficiente, cada vez más son los propios proveedores de este tipo de soluciones quienes apuestan por ofrecer mucho más que un simple *software*. Estas empresas prestan a sus clientes un servicio global en materia de formación, desarrollo de carrera de sus empleados... Nos cuenta como se implementa esta demanda **Leandro Codarín**, de **Global Estrategias**: “Los resultados de una formación están condicionados por los factores internos y externos de una organización, y por tanto, para medir los resultados debemos conocer la

## No somos una empresa de producto, ofrecemos servicios de consultoría independiente

**Jordi Vila,** socio director de **CV&A Consulting**



Nuestra principal diferencia es que no somos una empresa de producto, sino que ofrecemos servicios de consultoría independiente y por tanto no estamos atados a utilizar una tecnología concreta en nuestros proyectos. Nuestra misión es ayudar a nuestros clientes a concebir, implementar y operar entornos de aprendizaje adecuados específicamente a sus necesidades. Es cierto que CV&A es *Moodle partner* y utilizamos esta herramienta en la mayoría de nuestros proyectos de *elearning* por su gran adaptabilidad, pero no tenemos obligación de hacerlo si Moodle no es la herramienta que resuelve el problema de nuestros clientes. Como *partners* de Moodle no tenemos la obligación de cumplir una cuota de ventas y, por tanto, no forzamos la implantación de Moodle si no es necesario.

situación inicial de la organización a través de nuestra herramienta PAT (Pre-Assesment Tool) que nos indica los factores críticos sobre los cuales diseñar la solución de formación. El complemento de esta herramienta de evaluación inicial, es elTIS (Training Impact System) un conjunto de herramientas para medir el impacto de la formación, incluyendo análisis cuantitativos y cualitativos. También es global la oferta de BlueMat: "Resultan claves en el panorama actual (...) indicadores para maximizar la utilidad del presupuesto disponible para formación y desarrollo, identificando claramente quiénes deben ser los destinatarios de la misma con procesos masivos de evaluación, las áreas en las que son precisos recursos de desarrollo, el nivel de los mismos, la metodología óptima en función del caso, el colectivo, la rotación..., la satisfacción de los usuarios anteriores, los proveedores idóneos para cada área de conocimiento, modelos de aplicabilidad, rentabilidad y productividad, siguiendo el modelo de Kirkpatrick, o cruzando los datos de actividades de desarrollo e inversión en las mismas, con los resultados fehacientes del ERP, para poner en sintonía ambos mundos y que se retroalimenten entre sí". En Actua Solutions se hace hincapié en que: "El factor diferencial que más aprecian nuestros clientes es nuestra oferta integrada de servicios, nuestra vocación por hacer nuestros sus proyectos y establecer una relación de partnership con ellos. No nos limitamos a ofrecer una plataforma de formación 2.0, sino que realizamos también la consultoría inicial, el diseño del plan de implantación, asumimos la implantación y puesta en marcha del LMS, nos ocupamos de su mantenimiento, *hosting*, etc. También ofrecemos formación y soporte a los equipos internos para la producción de contenidos con herramientas de autor como Articulate, o bien producimos los contenidos a medida para nuestros clientes."

Respecto a su experiencia como cliente, Amparo Castellón, de Nestlé España, nos cuenta que en la compañía "...el elearning se comienza a utilizar como herramienta de trabajo preparatorio en algunos cursos presenciales y como parte del trabajo posterior al curso, para mejorar el impacto de la formación".

Haciendo referencia al servicio de consultoría global que ofrece su organización, Vincent Belliveau, de Cornerstone OnDemand explica que: "La integración de los procesos de RRHH mejora y optimiza el funcionamiento de los departamentos de RRHH e incrementa la calidad del servicio que estos



ofrecen al negocio, pasando de ser agentes puramente administrativos a consultores estratégicos".

En cuanto a la necesidad de medir resultados de la formación para confirmar el retorno de la inversión, Mario Stofenmache, de Tea Cegos, apunta: "En este momento gracias a nuestra tecnología podemos medir no sólo conectividad, tiempos, interacción, sino también medir el avance en competencias pre y post así como acercarnos al ROI de la formación en las organizaciones." "InGaFor cuenta con un exclusivo ERP de manufactura propia, Ingaforum, que ofrece cifras fidedignas e inmediatas sobre los resultados de la evaluación de satisfacción del alumnado y la de adquisición de conocimientos mediante test de autocomprobación. También se controla el porcentaje de finalización y el tiempo empleado de conexión" nos cuenta Luís Sebastián García Moreno-Fraile, presidente de la compañía. Por su parte, IMF Formación "Trabaja cuestionarios de calidad con diferentes ítems, en los que se valoran aspectos fundamentales que influyen directamente en la percepción del servicio". Sin embargo, Jordi Vila, de CV&A, admite que "En entornos

corporativos medir el ROI es muy complicado. Desde un punto de vista cualitativo ofrecer métricas que nos permitan medir una mejora de la pro-

## Apostamos por la producción a medida y la formación *just in time*

**Luís Sebastián García Moreno-Fraile,**  
presidente de InGaFor



Somos una escuela de negocios, con catálogo propio, por lo que nuestros productos están desarrollados por profesionales, demandantes al mismo tiempo del servicio.

Proponemos varios formatos *elearning*, *bllearning*, *mlearning*, desde nivel de Master, a módulos, o videocast, favoreciendo la optimización de los costes, la personalización de las acciones formativas y la eliminación de barreras geográficas, ayudando a las organizaciones a reducir de una manera importante los gastos de desplazamiento y alojamiento.

Apostamos por la producción a medida y la formación *just in time*, en el momento en que se necesita.

Estamos en posición de poder cubrir todas estas necesidades, nuestra experiencia nos avala con más de 500 cursos creados, con un equipo específico para la creación y desarrollo de contenidos JIT, y con la experiencia de una media de 20.000 alumnos por año.

## Concebimos itinerarios formativos cercanos al formando y a su realidad

**Mario Stofenmacher,**  
director de la división de *Elearning Solutions* by Cegos de Tea Cegos



El valor del Grupo Cegos es la pedagogía, probablemente somos uno de los pocos proveedores que desarrollan contenidos con carácter multinacional, recogiendo y modelizando las mejores prácticas en las organizaciones y luego generando las diferentes versiones multimodales. Este proceso de I+D nos permite tener un catálogo superior a los 400 módulos, en más de ocho idiomas y con todo un catálogo de recursos *blended*, de apoyo, tutoría y seguimiento. Este proceso ha sido merecedor del E-learning Impact Award al mejor catálogo. Es esta calidad y capacidad la que nos permite concebir itinerarios formativos cercanos al formando y a su realidad, permitiendo a las organizaciones ofrecer una formación ajustada a las necesidades de las personas.

## Intentamos que el acompañamiento sea un rasgo distintivo de nuestra forma de trabajar

**Alvaro Martín Sancho,**  
responsable de e-doceo España



La naturaleza de nuestra oferta contribuye a una diversidad de clientes, ya que ofertamos desde las herramientas para producir y gestionar un proyecto elearning con el acompañamiento necesario hasta la creación del proyecto completo desde e-doceo. Entre estas dos ofertas existen múltiples caminos de colaboración intermedios. Consideramos que nos diferencia, por un lado, nuestras herramientas y, por otro, el acompañamiento que damos a todos nuestros clientes. Somos conscientes que este mundo del elearning es bastante nuevo y además consideramos que tiene muchísimas posibilidades. Por tanto, nos gusta ayudar a nuestro clientes a que sus proyectos progresen lo mejor posible. Intentamos que este acompañamiento sea un rasgo distintivo de nuestra forma de trabajar.

ductividad, mayores ventas, mejor servicio, etc., en función de la formación impartida es casi imposible porque esas mejoras no dependen de la formación como único factor sino de un conjunto de factores, aunque es evidente que el aprendizaje es clave”

### Formación colaborativa, el futuro

El devenir de la formación online en el seno de las empresas pasa por una doble tendencia que a primer golpe de vista puede parecer contradictoria: de un lado, por el establecimiento de redes sociales

## En un estudio que ha publicado recientemente Nielsen se apunta que en dos años buena parte de las personas va a utilizar los sistemas *mobile* como sistemas fundamentales de aprendizaje

donde compartir la información y, por otro, por el establecimiento de itinerarios muy personalizados.

Respecto a este último punto, Vila, de CV&A, afirma que: “Cada vez los sistemas tenderán a ofrecer experiencias de aprendizaje más centradas en cada usuario, en lo que denominan PLE (*Personal Learning Environment*). Esos entornos no serán simplemente una plataforma sino un conjunto de aplicaciones y sistemas integrados que conformarán un ecosistema de herramientas de aprendizaje. (...) permitirá a los usuarios acceder realmente en cualquier momento y en cualquier lugar a sus PLEs” En

## Podemos adaptarnos sin condicionantes de ningún tipo a la demanda del cliente

**Miguel del Cerro,**  
director de Marketing y Relaciones Institucionales de Avanzo



Tenemos varios puntos fuertes que han reportado a Avanzo el reconocimiento de que hoy gozamos en el mercado. Uno de ellos es que toda, absolutamente toda, la tecnología es nuestra. Contamos con un poderoso departamento de I+D+i del que ha salido tanto cualquiera de los editores de contenidos online como el sistema de aprendizaje colaborativo que hoy ofrecemos, Conecto.

Toda nuestra oferta la hemos desarrollado nosotros mismos (contamos desde un departamento de audiovisuales donde grabamos vídeos, entrevistas y presentaciones, hasta un canal propio de TV por Internet...). Con ello quiero decir que uno de nuestros grandes puntos a favor es que hemos hecho una importante inversión en desarrollo tecnológico porque tenemos una visión muy clara de las ventajas que reporta, a nosotros y a nuestros clientes, contar con tecnología propia. Cualquier cosa que hagamos podemos adaptarla sin condicionantes de ningún tipo a la demanda del cliente.

el mismo sentido se expresa Leandro Codarín, de Global Estrategias: “Avanzamos hacia una formación personalizada, tanto en los itinerarios formativos como en recursos didácticos, donde es clave la actitud hacia el aprendizaje continuo para desarrollar el potencial de cada uno y de nuestra red profesional. Ello se traduce en una evolución de Formación, dejando su rol de gestores de cursos para ser centros de producción y gestión del conocimiento de la empresa”

Por su parte, tanto BlueMat como CornerStone o Actua Solutions ponen el acento en la vertiente colaborativa: “Vamos a un modelo integral de gestión del talento, en entornos profundamente colaborativos con redes sociales internas que integran toda la cadena de valor de la empresa extendida y que propician una “cultura 2.0”, cuyas características son *anything, anytime, anyhow, anywhere*— nos dice Pablo Hernández”. Está de acuerdo Belliveau, de Cornerstone: “Se incentivará el uso de las redes sociales internas. Es importante para Formación capturar todo el conocimiento que circula dentro de la empresa. Hoy contamos con tecnología que permite fomentar el *social learning* dentro de las empresas, mediante blogs, vídeos, comunidades de expertos”..

“A nivel de oferta tecnológica, primarán los sistemas que ofrezcan la posibilidad de compatibilizar el formal learning con el informal learning, fomentando ámbitos colaborativos. En el primer caso, primará la capacidad de hacer un seguimiento de lo que

## Requiere de calidad e innovación para estar siempre por delante de las exigencias del sector

**José Barquero,**  
director de CAE



La formación en general, y sobre todo el elearning en particular, requiere de la máxima calidad en el desarrollo metodológico para obtener el éxito esperado. Por eso, cada vez que aplicamos una nueva mejora en las soluciones elearning, nuestra empresa ya está desarrollando nuevas adaptaciones y avances para seguir respondiendo a todas las exigencias de la formación elearning. De esta manera, llevamos más de 30 años situando nuestras soluciones siempre por delante de las demandas que surgen en cada momento.

La innovación, la experiencia y el saber hacer, con una metodología propia dedicada a ofrecer soluciones exclusivas para la formación elearning, son las claves que diferencian la oferta de CAE dentro del mercado y que podemos ofrecer por ser desarrolladores y por mantener una filosofía clara de estar siempre a la vanguardia de la tecnología más avanzada aplicada a la formación.

En CAE estamos preparados para responder ante situaciones de máxima exigencia en calidad, tanto en soluciones básicas como plataformas, cursos y aulas virtuales, así como en soluciones avanzadas en las que hemos integrado varias herramientas para que haya una interacción entre alumnos y profesores que es clave en este sector. Por tanto, las opciones de integración que permiten nuestras diferentes soluciones también nos diferencian. Ofrecemos un LMS en constante evolución que permite la gestión más completa de la formación. Hemos desarrollado una solución virtual *classroom* que permite la transferencia de conocimiento de persona a persona sobre todo tipo de dispositivos, como tablets iPad. En contenidos, contamos con el catálogo de cursos online más completo, en todas las materias que demanda el mercado en cada momento y actualizados constantemente.

## Somos *partners* de nuestros clientes

**Pablo Hernández Medrano,**  
presidente de **BlueMat**



Somos *partners* de nuestros clientes. Partimos de la necesidad estratégica que se quiere abordar. Para cumplir esos objetivos, los únicos miembros con los que cuenta la organización son sus profesionales, las personas que la integran, y para gestionar altos volúmenes de estos, perfiles habitualmente muy heterogéneos, con alta dispersión geográfica, requerimientos de desarrollo, etc., es precisa una solución tecnológica que permita desplegar con garantía de éxito la solución prescrita. Así pues, las características básicas de BlueMat son: el planteamiento de soluciones integrales capitalizando toda nuestra experiencia y mejores prácticas, para abordar objetivos estratégicos; e involucrar a las personas como condición necesaria de éxito para el proyecto, capitalizando todo su potencial con un esquema integral de gestión del talento a fin de prescribir la plataforma tecnológica óptima para garantizar el éxito de la iniciativa.

totalidad de las empresas el aprendizaje ya no es sólo lo que aprendo y lo que comparto, sino también desde dónde lo aprendo. En poco tiempo, en este entorno tan cambiante y evolutivo, considero que en un horizonte de dos o tres años, todas las empresas van a incorporar una plataforma colaborativa pensada para que el conocimiento se adquiera a través del

intercambio y desde todo tipo de terminales móviles. En un estudio que ha publicado recientemente Nielsen se apunta que en dos años buena parte de las personas va a utilizar los sistemas *mobile* como sistemas fundamentales de aprendizaje”

A nivel tecnológico, InGaFor pone el acento en que: “La evolución de los sistemas de aprendizaje se concentra en dos claves importantes: interactividad e inmediatez. La posibilidad de elegir el momento y el lugar; la rapidez y rentabilidad en la formación de grandes colectivos; la unificación de métodos con diferentes soluciones de comunicación; las facilidades en la gestión y el seguimiento de la formación; la utilización de comunidades de aprendizaje; la evolución de los Juegos Serios ; y la medición del impacto de la formación (ROI)”. Interactividad e inmediatez que serán posibles gracias a, como apunta Tea Cegos:

“La tecnología de soporte visual, ordenadores, tablets, etc.” que marcará un camino en tanto y en cuanto la tendencia será cada vez más “la formación está allí donde esté el formando” y, por tanto, con dispositivos más pequeños y versátiles” Carlos Martínez, de IMF Formación, cree que “el futuro apuesta por las tecnologías en el aprendizaje, que facilitan el proceso de adquisición del conocimiento y su aplicación práctica, y todo ello accesible desde cualquier dispositivo móvil y en cualquier momento. Los contenidos deben ser autoinstructivos y virtualizados con tecnologías accesibles para poder estudiar en cualquier momento que se disponga”

En referencia a la evolución del *elearning*, Jose I. Ustaran, de Formación Digital, suma a la ubicuidad del aprendizaje y el aprendizaje social, la gamificación. A su parecer “...varios sectores que consideran dicha tendencia como una nueva forma de atraer usuarios. El objetivo es mejorar la experiencia de usuario y dinamizar el consumo añadiendo esta capa lúdica. En el ámbito educativo, la incorporación de estas dinámicas procedentes de los juegos representa una pieza esencial que poder incrementar el *engagement* de los alumnos y, por ende, la consecución de unos objetivos formativos”

Y es que, tal y como finaliza Martín Sancho, “el *elearning* todavía se considera una solución en sí misma, y no lo es. Es un vehículo con grandes posibilidades para difundir formación y educación. Consideramos que el futuro es que se asuma totalmente esto, y se dé más importancia a los contenidos y a quienes los crean”. Esperemos, entonces, cuáles serán esas grandes posibilidades en un futuro no muy lejano ■

## TOTARA LMS es la revolución en el mercado de las plataformas e-learning para el sector corporativo

**Mario Planas,**  
socio director de **Actua Solutions**



En este momento nuestras soluciones más innovadoras son, por un lado Totara LMS, la versión corporativa de Moodle que estamos ya implantando en algunos clientes, y por otro Articulate Storyline, un *software* de autoría recién nacido en el que la compañía Articulate, con más de 15.000 clientes en el mundo, ha trabajado durante varios años. Articulate Storyline va a ser un producto de referencia a nivel mundial gracias a su capacidad para generar contenido interactivo y simulaciones a través de un interfaz tan sencillo e intuitivo como PowerPoint y permitiendo su distribución en dispositivo móviles (iPads y *smartphones*).

Por su parte, Totara LMS es un *software* que ya está luchando a nivel mundial con los grandes del LMS, y que incluso está sustituyendo en grandes empresas a los grandes LMS propietarios, porque se trata de una iniciativa *open source*, con todas las ventajas que ello supone, sobre todo a nivel de costes, pero también de facilidad en la implantación e integración con otros sistemas, así como en el mantenimiento evolutivo, mucho más sencillo en este tipo de aplicaciones *open source*.

