

El elearning avanza hacia el aumento de la participación y la mayor accesibilidad

Social learning, video learning, mobile learning o cloud learning son algunos de los últimos términos acuñados por el concepto del aprendizaje a distancia. Un modelo participativo en el entorno de la web 2.0 con la figura de un moderador y la participación de todos para construir el proceso de aprendizaje y una mayor accesibilidad a través de nuevos dispositivos móviles que amplían sus posibilidades de uso parecen configurarse como las tendencias de futuro del elearning.

Flexibilidad horaria y de tiempo, evitar desplazamientos y ahorro de costes han sido, desde siempre, las mayores ventajas del elearning frente a la formación tradicional. En los últimos tiempos, el aumento de la accesibilidad y su disponibilidad permanente permiten referirse a la formación online como el método de aprendizaje que permite "la democratización de la formación y el desarrollo".

Pablo Hernández, socio-director de **BlueMat.biz**, se refiere a ese concepto como una de las principales ventajas del elearning que, según él, permite "plantear modelos de desarrollo a perfiles que en muchas ocasiones no accedían a formación reglada. Además, facilita que colectivos que por no ser suficientemente numerosos no tenían oferta en el catálogo corporativo puedan compartir mejores prácticas, que en aquellas entidades o áreas en las que por la especificidad de sus conocimientos no

podían acceder a formación externa, puedan ahora autodesarrollarse o que puedan progresar los que se hallan lejos de las sedes corporativas y de los centros de formación".

José Ignacio Ustarán, director general de **Formación Digital**, explica que "un valor añadido que aporta la formación elearning frente a la presencial es la flexibilidad horaria (el alumno elige cuando), así como el evitar desplazamientos (con lo que supone de mejora medioambiental). Igualmente, el elearning se puede adaptar -existen procesos formativos totalmente online o aquellos que incorporan también formación presencial mediante blended learning-. Además, desde el punto de vista presupuestario, este tipo de metodología es más competitiva que la tradicional".

A todos esos puntos a favor, **Vincent Belliveau**, director general EMEA de **Cornerstone OnDemand** añade que "la gran ventaja para

Existen pocas tecnologías en internet a las que no se les encuentre utilidad en procesos de aprendizaje

Jordi Vila
director general de **CV&A Consulting**



Las personas, en nuestro día a día profesional y personal aprendemos todo el tiempo, realizando cualquier actividad. Para cada tipo de actividad existen uno o más procedimientos, unos más adecuados que otros, para que el aprendizaje sea eficiente. **Cada vez surgen nuevas tecnologías que encuentran su hueco en entornos de aprendizaje y que hacen más fácil y eficiente el proceso de aprender. La movilidad, los dispositivos capaces de distribuir contenidos mediales de alta calidad a gran velocidad, el almacenamiento masivo en la nube (cloud) y el aprendizaje informal a través de redes sociales son cada vez más comunes.** Existen pocas tecnologías en internet a las que, en un momento u otro, se les encuentre una utilidad en procesos de aprendizaje.

No sé si 2011, 2012 o 2013, serán los años de la consolidación del **mobile learning**, pero **cada vez hay mejores dispositivos móviles con acceso a internet.** Apple ha reconocido unas ventas de 15 millones de iPads hasta la fecha y otros tantos millones de iPhones, más tabletas y smartphones de otros fabricantes. Los puntos que quedan por resolver son la duración de baterías (cada vez mejores) y mejores tarifas por parte de los operadores (esta parte todavía muy mejorable) para que se consolide el mobile learning a nivel general. **A nivel corporativo ya se está en posición de pensar seriamente en estrategias de mobile learning para ciertos colectivos.**

El elearning y los modelos colaborativos democratizan el acceso para toda la organización de la formación y el desarrollo



Pablo Hernández
socio-director de **BlueMat.biz**

"El elearning avanzará hacia lo que los clientes necesiten, y no es una frase hecha", asegura el responsable de BlueMat.biz. Y continúa: "Desde el punto de vista tecnológico hay una **tendencia clara hacia la externalización por ventajas de tiempo, coste, foco...** Si bien muchos de nuestros clientes nos piden la "convertibilidad" a futuro si cambian las estrategias tecnológicas o se justifica el despliegue interno por cualquier otra razón. Es también cierto que los analistas afirman que **ya hoy un 70% del desarrollo es colaborativo.** Dicho eso, cada empresa, cada área y cada colectivo es un mundo y la tecnología ha de satisfacer

sus necesidades, **no es el cliente quien debe adaptarse a las posibilidades de la plataforma.**

Hay colectivos con escasos conocimientos informáticos donde un vídeo puede tener mucho más impacto que un contenido elearning "tradicional", hay empresas donde un enorme porcentaje de la plantilla está habitualmente fuera de su puesto de trabajo con lo que los terminales móviles son su vía de conexión con la organización y deben serlo, pues, para el acceso a la información, formación y el conocimiento. **Hay áreas con conocimientos tan específicos en los que el social learning no sólo es directamente aplicable, sino que muy posiblemente sea el único elemento -o al menos el más destacado- del "mix de formación"...** Es precisa una solución que pueda adaptarse a todas esas necesidades actuales y a las que puedan surgir en el medio plazo, para plantear una **solución sólida, escalable, con recorrido** y que haga que la tecnología sea el facilitador, no el impedimento para el desarrollo.

las organizaciones es la posibilidad de individualizar la formación para cada empleado y reducir la aplicación de cursos genéricos con dudoso retorno. Para ello el complemento ideal es un buen gestor de la formación (LMS) integrado con un sistema de gestión del talento

zables, reducción de costes, mayor flexibilidad y reducción de los tiempos de aprendizaje.”

Álvaro Martín, responsable de **e-doceo**, explica los tres pilares de actividad de su solución global de elearning: la edición de software elearning, que permite crear y publicar forma-

de “Rapid learning”; y el acompañamiento personalizado, por el que sus formadores y consultores acompañan al cliente en su proyecto y le garantizan el éxito de su producción elearning en un mínimo de tiempo.

Leandro Codarín, responsable de **Global Estrategias** opina que el elearning ofrece, como ventajas, la mejora de la gestión de la formación -permite integrar los sistemas informáticos de RR HH a la misma plataforma de formación, por ejemplo-; el rediseño de los contenidos de forma más ágil; además permite involucrar a los propios trabajadores en la creación de contenidos; favorece la formación de conocimiento implícito de la organización (las empresas quieren formar parte del diseño de la solución formativa). La última ventaja es el control del proceso formativo, gracias al cual, por ejemplo, si tenemos una plantilla diversa y dispersa geográficamente, permite tener la garan-

En los últimos tiempos, el aumento de la accesibilidad y su disponibilidad permanente permiten referirse a la formación online como el método de aprendizaje que permite “la democratización de la formación y el desarrollo”

(TMS) que aplique diferentes contenidos elearning, presenciales o virtuales en función de las carencias de formación de una persona, a poder ser en base a un modelo de competencias.”

Para **Jordi Vila**, director general de **CV&A Consulting**, el elearning es “la mejor, por no decir la única forma de realizar los millones de horas de formación continua que harán falta en las empresas en los próximos años. Los puntos fuertes, o mejor dicho, los beneficios, son igualmente evidentes. El elearning ofrece una gran flexibilidad tanto en lo que se refiere a su impartición (a cualquier persona, en cualquier momento, en cualquier lugar) como al ritmo de aprendizaje (cada alumno avanza a su ritmo y en función de su disponibilidad de tiempo). Los beneficios más claros para la empresa son que permite hacer llegar la formación a cualquier lugar en empresas con plantillas geográficamente dispersas y una reducción considerable en los costes de impartición típicos de la formación presencial (viajes, dietas, tiempo fuera del puesto de trabajo, etc.)”

Grandes corporaciones y empresas de menor tamaño se benefician de esas ventajas, según **Gracia Sánchez del Real**, directora de **Infinity**: “En estos momentos el elearning es una herramienta poderosa para grandes corporaciones -dice-, ya que permite que sus empleados tengan acceso a una formación a la carta, no tan demandante en tiempo y desplazamientos y de una gran variedad de temas importantes para la empresa y para el empleado. Además, muchas empresas impulsan sus Intranets con los servicios de elearning, apoyándose en ellos para ofrecer otros mensajes corporativos y de cultura empresarial. El elearning para este tipo de empresas ofrece grandes ventajas pues en grandes grupos de usuarios la inversión en formación virtual se puede amortizar en poco tiempo. Pero, además, en otro tipo de empresas de menor tamaño también el elearning se está convirtiendo en una ficha clave para los recursos humanos. Aún con menos usuarios, el elearning permite formar de forma muy concreta, con programas ampliables relacionados con la empresa y con las habilidades que ésta requiere, pero también se está empleando como una forma de recompensar al empleado con temas formativos adicionales de interés para su carrera profesional”

Diego Mate, director ejecutivo de **Thalentic** afirma que “partiendo de nuestra visión de lo que significa elearning, modalidad de formación que incorpora las plataformas TIC a los procesos de integración de conocimientos y habilidades en el puesto del trabajo en concordancia con la estrategia de la organización, aquellas empresas que apuestan por esta modalidad formativa se encontrarán con las siguientes oportunidades: desarrollo de habilidades en menor espacio de tiempo, cursos y contenidos reutili-

ciones elearning y blended-learning; la producción de contenidos a medida añadiendo creatividad pedagógica e integrando contenidos en 2D o 3D, animaciones flash, videos y conceptos

El elearning avanza hacia un escenario en el que el usuario, el que se forma, es el que decide

Gracia Sánchez del Real
directora de **Infinity Group**



Creemos que el elearning sobre todo avanza hacia un escenario en el cual el usuario, el que se forma, es el que decide. Elearning **tiene que ser sinónimo de simplicidad, conveniencia y motivación**. Y la empresa debe aprovechar esto en su beneficio, para tener a sus recursos humanos interesados y motivados por aprender y mejorar. Por eso **lo ideal es poder formarse en cualquier sitio y desde cualquier dispositivo**, esta es para nosotros **la tendencia más potente en estos momentos**.

Por eso en **Infinity Group** hemos creado un grupo de trabajo dedicado exclusivamente a la investigación y desarrollo de proyectos en **mobile learning**, para poder dar el salto hacia el elearning en cualquier lugar y ayudar a las empresas en este sentido.

En estos momentos tenemos nuevos smartphones con sistemas operativos mucho más potentes que hacen que esto sea posible y las tarifas de acceso a Internet en móvil facilitan que las empresas puedan acceder a una conexión constante con sus empleados. Trabajar con **iPhone, con dispositivos Android o con Blackberrys** hace posible que con tres desarrollos **se pueda cubrir a una gran parte del personal al que se quiere formar**.

Además en este año pasado irrumpen con gran fuerza las Tablets, que están ya empezando a formar parte del parque tecnológico de la empresa en diversas áreas. **Formar a la fuerza de ventas por ejemplo, basando el desarrollo en que todos los comerciales llevan encima una tablet (ya sea Apple o con sistema Android) es algo que en este año 2011 es posible y un proyecto de éxito seguro**.

Los nuevos entornos de aprendizaje obligan a trabajar conjuntamente a pedagogía e I+D+i

Diego Mate
director ejecutivo de **Thalentic**

El elearning ha pasado en los últimos años y con especial relevancia en este último, de comprenderse como una modalidad en la que se publicaban distintos contenidos formativos en plataformas de teleformación a observarlo como un servicio en el que se deben integrar distintos elementos para dotar de valor añadido a la formación que se realiza a través de esta modalidad.

En este sentido **el acceso a internet a través de los dispositivos móviles, la tendencia a desarrollar servicios distribuidos y la explosión en el uso de las redes sociales, hacen que sea necesario aunar e integrar productos y contenidos para poder dar respuesta a las metodologías didácticas aplicables en este nuevo escenario** que para nosotros se define como PLE (**Personal Learning Environments**), entornos personales de aprendizaje conformados por todas las herramientas y servicios que se utilizan en Internet como usuario y las infraestructuras tradicionales del elearning, **proceso de integración en el que actualmente trabajan conjuntamente nuestros departamentos de pedagogía e I+D+i**.

tía de que todas las personas reciben una formación con igual calidad.

Las redes sociales revolucionan el sector

Para José Ignacio Ustarán, de Formación Digital, las redes sociales han supuesto una auténtica revolución. "Hemos pasado de un modelo unidireccional a otro bidireccional y finalmente multidireccional –asegura-. El proceso de aprendizaje en este entorno se va construyendo a través de todas las personas que participan en este proceso de aprendizaje".

Coincide Pablo Hernández, de BlueMat.biz: "Hemos pasado de una situación tradicional en la que la formación estaba basada en gran medida en metodologías presenciales impartidas sobre todo por proveedores externos, a otra con mayor peso de la formación elearning

a sus "outperformers", ¿viesen como lograban esos resultados excepcionales y se lo hiciesen llegar al resto?", se pregunta.

Diego Mate, de Thalentia, opina que "las redes sociales actúan más como difusor que como una plataforma en la que se puedan desarrollar verdaderos procesos de formación, más allá de un direccionamiento por parte de una figura directiva de la comunidad integrada en la red, para que ante la existencia de un hilo conductor claramente identificado, se puedan ir construyendo y estimulando aspectos como el reconocimiento, desempeño profesional y sentimiento de pertenencia a una comunidad laboral. Dejando a un lado la focalización exclusiva en el término Red Social y tomando como referencia el término PLE (Entorno Personal de Aprendizaje) podemos contemplar algunos de los cambios que producirán en un corto espacio

de tiempo: Los usuarios navegan a través de internet, buscan información (google, wikipedia, Twitter, ...), se suscriben (netvives, RSS, ...) encuentran información y aprenden (scribd, slideshare, viemo, youtube,...) plasman estos conocimientos adquiridos (wordpress, blogger), gestionan esa información (delicious, hootsuite), acceden rápidamente a contactos profesionales (Linkedin, digg), editan y comparten documentación (googledocs), se comunican de forma instantánea (skype, googletalk)".

Álvaro Martín, de e-doceo opina que "las redes sociales suponen un claro punto de inflexión en el sector. Ahora se pretende dar formación, precisamente, a través de una red social. Las redes sociales han descubierto un entorno en que los integrantes se mueven con gran interés, interactúan e intercambian información de manera constante. La gente pasa muchas

"Las redes sociales suponen un claro punto de inflexión en el sector. Sus integrantes se mueven con gran interés, interactúan y comparten información de manera constante"

pero generada aún fuera de la entidad, a la actual en la que se enfatizan las tareas tutorizadas, la compartición de mejores prácticas, las sesiones sincrónicas donde un experto transfiere conocimientos a otras personas de la organización", dice. "No es sólo que tecnológicamente se usen entornos colaborativos, redes sociales, aulas virtuales... es que ha pasado a llevar la voz cantante la organización, no "entidades externas de quienes depende nuestra mejora". Obviamente no es un proceso "binario" donde deban desterrarse todos los métodos tradicionales. Muy posiblemente podamos mejorar la actividad comercial de un cliente con contenidos que mejoren sus técnicas y habilidades, pero ¿cuánto mejorarían si identificasen

El elearning avanza hacia un modelo participativo 2.0 y hacia una mayor accesibilidad

José Ignacio Ustarán
director general de Formación Digital



Se puede decir que el elearning avanza en dos direcciones: Por un lado, hacia un **modelo participativo en el entorno de la web 2.0, con la figura de un moderador y la participación de todos para construir el proceso de aprendizaje**. Por otro, hacia una mayor accesibilidad. Hace unos años hacer elearning significaba sentarse en la mesa ante un ordenador. **Hoy en día las barreras han desaparecido totalmente**, podemos acceder a esta metodología, desde el metro, en un campo de fútbol... El elearning se ha adaptado a la evolución de la tecnología y por tanto **en cualquier momento y lugar es posible afrontar un proceso de aprendizaje**.

El Informe Horizon ya apuntaba en 2010 y vuelve a confirmarlo en 2011, que los dispositivos móviles son uno de los pilares fundamentales en los que se sustentarán los próximos desarrollos educativos. Las razones parecen evidentes. Al igual que se han abaratado los dispositivos móviles, las tarifas de datos resultan cada vez más económicas. Pero incluso **al margen del tipo de acceso a datos que tengamos contratado, se abre ante nosotros una amplia variedad de iniciativas que promueven el acceso gratuito a redes wifi en aquellos lugares en los que se congregan muchas personas**. Por ejemplo, la red de autobuses públicos urbanos de Madrid comenzó a incorporar WIFI gratuito hace unos meses.

El mobile learning y el video learning mejoran la disponibilidad y la calidad de los contenidos y su consumo y el cloud learning permite acceder a contenidos siempre actualizados

Vincent Belliveau
director general de EMEA de Cornerstone OnDemand



Sin duda el mundo del elearning y la formación en general está en constante redefinición. **Cualquier avance que signifique mayor calidad, mejor aprendizaje y mayor facilidad de acceso a los contenidos permite aumentar el retorno de la inversión** e impactar positivamente en los resultados de la compañía.

En esta línea, **el mobile learning y video learning son aspectos que mejoran la disponibilidad y calidad de los contenidos y su consumo, por lo tanto impactan en los ratios de finalización de cursos y por tanto en el grado de formación de la plantilla**.

El cloud learning permite acceder a contenidos siempre actualizados, sin necesidad de alojarlos en los sistemas propios de la compañía, en cualquier lugar, sin tener que invertir en grandes infraestructuras, ni realizar proyectos largos y complejos de tecnología. **Cuando el cloud learning se gestiona utilizando un sistema de formación (LMS) que está también en el cloud (Software-as-a-Service) se obtiene la máxima flexibilidad, eficiencia y rapidez** en la obtención de resultados para el negocio.

Como en la mayoría de los casos, **un buen contenido (elearning) sin un buen continente (sistema de formación LMS) no da buenos resultados**. La mejor forma de maximizar el valor del elearning, sea en la modalidad que sea, es contar con un sistema de gestión de la formación (LMS) que permita asignar a cada persona la formación necesaria en base a sus carencias y al tipo de usuario que sea (móvil o no).

Las compañías aún no tienen claro si deben evolucionar sus productos *mobile* hacia *Android* o hacia *Iphone*

Álvaro Martín
responsable de **e-Doceo España**



El avance del elearning se dirige hacia un entorno virtual de visita cotidiana. Todas las posibilidades -video elearning, mobile elearning, social elearning...- estarán presentes, pero la base de todo ello será que las plataformas sean un espacio de visita habitual. Un entorno 2.0 potencia esta idea. Lo importante es que la plataforma de formación sea un lugar útil, entretenido y que ofrezca soluciones variadas a las necesidades de los integrantes de la comunidad. Además, el entorno elearning permite romper con las fronteras y las grandes distancias, proponiendo un lugar de relación y aprendizaje ameno e interactivo.

Cada año parece que vaya a producirse el salto definitivo a este sector de las telecomunicaciones móviles, sin embargo es todavía bastante dependiente de los sistemas de navegación para móviles que se instalen definitivamente como líderes en el mercado. Las compañías, por ejemplo, todavía no tienen claro si deben hacer evolucionar sus productos *mobile* hacia *Android* o hacia *Iphone*. Sin embargo todas estamos preparadas para dar el salto en cuanto se identifique claramente el camino a seguir.

Los alumnos demandan una formación abierta, simple y efectiva

Leandro Codarín
responsable de **Global Estrategias**



La primera generación del elearning en España, hace ya varios años, puso de manifiesto el potencial de las tecnologías para digitalizar contenidos y distribuir la información. Más tarde se dio una evolución hacia un formato interactivo con recursos multimedia. En una nueva generación, hace ahora unos tres años, se introdujo el concepto central de la participación de los usuarios en debates o en la creación de contenidos.

Todos estos años hemos visto una evolución tecnológica de la formación online. **Social learning, video learning, mobile learning...** son conceptos en los que el aprendizaje es el elemento común y en todos ellos el factor pedagógico debe adquirir mayor importancia.

En cuanto a qué factores permiten el **engagement** de los usuarios, los alumnos demandan una formación abierta, simple y efectiva. **Aprendemos en 360 grados en internet** y las personas quieren itinerarios cada vez más flexibles. La **flexibilidad horaria** en la que se adquiere la formación, la **practicidad de su aprendizaje** y la participación y la **guía de un experto** que reduce los tiempos de aprendizaje y consolida mejor el conocimiento que se adquiere **son factores a tener en cuenta.**

Por lo que veo, sin duda el **mobile learning** será un concepto importante y con demanda creciente en el futuro y eso va acompañado de la penetración del uso de internet en el móvil. **Sin embargo, creo que este 2011 no será todavía el año de la consolidación del mobile learning.**

El elearning debe ofrecer la mejor tecnología a formadores y usuarios

José Barquero,
director de **CAE**

El camino que debe seguir el elearning debe ser el del aprovechamiento de la mejor tecnología para ofrecer las mejores soluciones a formadores y usuarios.

En CAE llevamos 30 años con una filosofía muy clara, que es la de **estar a la vanguardia de la más avanzada tecnología formativa a fin de disponer de unas herramientas que realmente aporten soluciones en la gestión de la formación**, al mismo tiempo que los usuarios disfrutan de los mejores contenidos y las máximas facilidades.

Las empresas que apuestan por el elearning, cuentan con comodidad, flexibilidad, rentabilidad... Pero, además, **si saben elegir unas buenas herramientas y contenidos, pueden obtener una interactividad e inmediatez que supera cualquier otro tipo de formación.**

El formador necesita herramientas que, además de aportar las mayores innovaciones, ofrezcan al mismo tiempo la máxima facilidad de uso y, también, que sean **soluciones que se adaptan a la forma de trabajar de la entidad que imparte la formación, de manera que se puedan gestionar íntegramente y faciliten el seguimiento y la comunicación continua con los alumnos o empleados.**

Tampoco podemos obviar el engagement que se debe lograr con los alumnos. Los contenidos han de aportar siempre el valor de la utilidad. Apostamos por **metodologías con una calidad pedagógica que elimina por completo la idea de abandono por parte del usuario.** Conseguimos que el alumno realmente aprenda, y lo hace con **contenidos agradables y accesibles, apoyados por soluciones enmarcadas en el aprendizaje colaborativo y herramientas que permiten la presencia proactiva del formador a lo largo de todo el proceso.**

horas navegando por ellas y, por tanto, aprendiendo a través de la información accesible en la red social".

Para Gracia Sánchez del Real, de Infinity, "la socialización de Internet es una tendencia que está arrasando completamente en la forma de comunicarse de las personas y por tanto de nuestros empleados. De hecho muchos de ellos dedican mucho tiempo valioso de la jornada laboral buceando en las redes sociales con objetivos personales. La clave es poder utilizar esa potencia a favor de los objetivos de la empresa, tanto de formación como de comunicación de sus empleados. Las empresas que están usando esta tendencia creando sus propias redes sociales y favoreciendo el uso de las herramientas sociales dándole un enfoque corporativo, son las que verdaderamente están aprovechando este impulso. En un entorno de

aprendizaje más tradicional este tipo de enfoques no tiene lugar. Sin embargo el crear una corriente de intercambio a través de la Intranet, de Redes Sociales corporativas o de espacios de gestión del conocimiento donde los empleados colaboran y se ayudan los unos a los otros utilizando las técnicas más puras de la Red Social de entretenimiento, es un enfoque claramente enriquecedor. Si esto lo unimos a contenidos adecuados y a un estilo de elearning activo y provechoso para nuestros recursos, ¿es interesante para nuestra gente?" se pregunta, y afirma: "Seguro que sí".

Para Vincent Belliveau, de Cornerstone OnDemand, el social learning significa un cambio de paradigma en la formación. "Se dice que el 80% de lo que un trabajador aprende lo hace fuera de los cursos formales", asegura. Y continúa: "Desde el punto de vista de generación de con-

tenidos, el empleado se convierte ahora en un potencial generador de contenidos altamente ajustados a la realidad de su empresa que compite directamente con los proveedores tradicionales de cursos genéricos de elearning. Por lo tanto es clave ampliar los sistemas de gestión de la formación (LMS) para que incluyan el aprendizaje social basado en la colaboración y permitan reutilizar el contenido creado por los usuarios para ampliar los cursos formales. La captura de todo este conocimiento informal que normalmente reside en la cabeza de unos cuantos empleados clave tiene un gran valor

Apostamos por un modelo basado en la combinación de formación formal e informal

Ricardo Álvarez,

director de Marketing y Expansión de **Netex**



Se tiende a mezclar cuestiones de formato y/o tecnológicas con cuestiones de modelo. Nosotros apostamos por un modelo que está basado en un **proceso natural de aprendizaje, combinando formación formal e informal. El 70-80% de lo que aprendemos, lo aprendemos de modo informal.** Pero también es cierto que la formación formal es soporte y catalizadora de la informal. Desde la perspectiva del formato y del diseño, estamos firmemente convencidos de que **los productos y soluciones de elearning deben de ser sencillos, flexibles, adaptables (dispositivo), muy usables...** en definitiva, ágiles. Por último, **tecnológicamente entramos en una etapa de madurez de las tecnologías móviles: las tabletas han supuesto el paso definitivo y claramente han llenado el hueco entre PC y teléfono. La entrega del servicio se hará en el 80% de los casos sobre sistemas externalizados (ASP, SaaS...).**

para el negocio, no sólo para la formación sino para la propia viabilidad de la organización. Un claro ejemplo, el proceso de incorporación de nuevos empleados tiene un componente de formación tradicional, pero combinado con las redes sociales permite conectar más rápidamente al nuevo empleado con las personas con las que deberá colaborar, de las que puede aprender más rápidamente lo necesario para ser productivo antes”

Lograr ‘enganchar’ al usuario

Una de las claves para conseguir el tan ansiado *engagement* del usuario al aprendizaje consiste en que le aporte verdadero valor, en formar a los empleados en función de sus carencias para lograr que mejoren en su puesto de trabajo, consigan sus objetivos, sean valorados y retribuidos en consecuencia a su esfuerzo. “No más cursos genéricos sin un claro valor para el empleado”, reclama Vincent Belliveau, de Cornerstone OnDemand.

“La condición necesaria es que los contenidos sean accesibles, agradables....pero la suficiente es que les aporten valor, que les resuel-

van un problema, una necesidad -dice Pablo Hernández, de BlueMat... y para ello es preciso estar integrado con el sistema de Recursos Humanos para saber quién es quién, quién depende de quién, en qué área trabaja, qué

sabe, qué debería saber... con el ERP para saber sus objetivos, en qué proyectos está involucrado, crear comunidades colaborativas homogéneas donde se compartan intereses, necesidades y conocimientos... En un entorno de este tipo, una aportación de un experto de dos párrafos de texto específica para esa audiencia puede tener mucho más impacto que una píldora generalista aunque esté magníficamente creada. En esto se resume nues-

tro modelo de redes sociales corporativas: la identificación y difusión del conocimiento interno, lo que propicia una adecuación óptima entre las aportaciones y las necesidades de los profesionales”

Para Diego Mate, de Thalentia, “los contenidos formativos, la tutorización proactiva y el aprendizaje colaborativo y el seguimiento, evaluación y reorientación son elementos decisivos en el elearning que deben ser comprendidos y dominados por el equipo encargado de su desarrollo, tanto pedagógico como funcional para conseguir que los alumnos sientan el proceso formativo como una experiencia funcional”.

“Para que un alumno se sienta comprometido con su formación es necesario que quiera hacerlo, que sea capaz de hacerlo y que le sea útil”, resume Jordi Vila, de CV&A Consulting.

La forma en la que se ofrece el contenido formativo y el entorno 2.0 consiguen incrementar, en opinión de Álvaro Martín de e-doceo, el *engagement* en la formación online.

José Ignacio Ustarán, de Formación Digital, explica que, en su caso, basan su metodología formativa en el ya conocido paradigma de “aprender haciendo” (learning by doing) y en generar interacción y conversaciones entre los alumnos, ya que éstas constituyen experiencias de aprendizaje muy motivantes y enriquecedoras.

Para conseguir el *engagement* la condición necesaria es que los contenidos sean accesibles y agradables, pero la suficiente es que aporten valor

Por su parte, en Infinity Group trabajan también con su propia metodología que denominan “Active Learning” y está basada en una mezcla de técnicas pedagógicas y de producción multimedia enfocadas a que el contenido que tratamos tenga un impacto en el usuario y fomente la interacción con él, favoreciendo el aprendizaje ■

redaccion@equiposytalento.com

El futuro del elearning pasa por el video learning, el social learning, el mobile learning y el cloud computing

Marcello Rinaldi

responsable Social Learning de **Grupo Avanzo**



Vivimos en un entorno cambiante. **El Informe Horizon es una publicación imprescindible para toda persona involucrada en temas de formación digital, elearning, mobile learning y gestión del conocimiento, ya que traza la hoja de ruta de la evolución de estos sectores.** Indudablemente las tendencias en acto que de forma más fuerte están modificando el sector de la formación digital podemos resumirlas en cuatro pilares.

Social Learning. 2010 ha regalado muchas sorpresas a las empresas del sector, tanto a Avanzo (donde soy responsable de la solución “Connect-o”), como a las demás. También cada vez más se decide implantar productos de redes sociales como Jive SBS o SocialText para proyectos de formación. **El concepto de LMS ha perdido fuerza y cada vez más se requieren entornos colaborativos para aprender, no entornos para “recibir” contenidos.**

Video Learning. Es un aspecto clave, ya que **proporciona fuerte *engagement* en los alumnos y es capaz de transmitir de forma rápida conceptos y procesos.**

Mobile Learning. Por fin creemos que **ha llegado su momento:** gracias a la disponibilidad de **dispositivos más avanzados y friendly a un precio asequible.** 2011 puede ser el año clave para la consolidación de este tipo de formación en nuevos contextos. Empezaremos por una formación a través de dispositivos como un iPhone, un Android phone, etc pero **lo más interesante quizás no lo veremos en 2011, sino un poco más allá: todas las aplicaciones de Realidad Aumentada aplicadas a la formación serán una de las épocas más entretenidas de la historia de este sector.**

Cloud Computing. Poco a poco, estamos dejando todo en “la nube”. Puede parecer un simple detalle tecnológico, pero no lo es. Es como decir que entre una formación digital basada en Cd-Rom y una basada en Internet hay poca diferencia. **La evolución de todos los entornos de formación hacia una perspectiva “cloud” generará nuevas formas de diseñar entornos de formación y nos obligará también a volver a definir el concepto de entornos “abiertos vs. cerrados”.**