



Por María Luján Morfi

Para elaborar el panorama del e-Learning en formación corporativa, es necesario prestar atención no sólo a los porcentajes y cifras de inversión, sino también a los agentes concretos que demandan soluciones de este tipo.

Es un hecho conocido que el uso de la formación en modalidad e-Learning está creciendo considerablemente en las grandes empresas alrededor del mundo. A esta conclusión se puede llegar teniendo en cuenta algunos datos recogidos a lo largo de los años por Eurostat :

- El porcentaje de empresas que utilizan e-Learning para la formación de sus empleados creció de manera variable pero constante en los distintos países que componen la Unión Europea entre los años 2003 y 2009.
- Algunos ejemplos significativos son el caso de Italia, que ascendió del 4 al 17%, Portugal, del 16 al 33%, Francia, del 10 al 23%, y España, del 22 al 33%.
- Este último país aplica soluciones e-Learning principalmente en tres áreas: grandes empresas, administración pública y agentes sociales. En el primer caso, el gasto durante 2008 superó los 1.000 millones de euros.
- El área de formación principal es el de las TICs, seguida por la Prevención de Riesgos Laborales, Productos, Servicios y Procesos, Liderazgo y Habilidades Directivas, Idiomas, Calidad y Medio Ambiente.

Todos estos datos nos indican que durante la última década se ha experimentado un fenómeno de expansión que coincide con un cambio en el rol asignado al área de RRHH de las empresas, a partir del cual se destacó la importancia de una correcta gestión y retención del talento, y la mayor presencia de la tecnología como herramienta “amigable” para la formación en el ámbito laboral. Los resultados prácticos de estas tendencias pueden encontrarse en las experiencias de una variedad de reconocidas empresas internacionales.

¿Por qué eligen e-Learning?

Cuando se le consultó por los beneficios del e-Learning para la capacitación corporativa, Elliott Masie remitió a una investigación realizada en grandes empresas de los Estados Unidos, Gran Bretaña y Asia, en la cual se revelaron las principales razones por las cuales las organizaciones han optado u optarían por utilizar la tecnología informática para sus actividades de formación. A diferencia de lo que podría esperarse, el primer motivo no es que permite formar sin necesidad de que los trabajadores se ausenten del trabajo para asistir a cursos presenciales, sino la posibilidad de acceder a una mayor cantidad de empleados más rápidamente. Por ejemplo, la utilización de Internet o Intranet en una empresa (inclusive si se trata de una multinacional con empleados distribuidos por todo el mundo), puede permitir la transmisión de información en unas pocas horas. Otro beneficio que menciona Masie es que el

e-Learning puede ser utilizado como una herramienta para gestionar el conocimiento, permitiendo recabar información de los empleados que lo utilizan e identificar así perfiles de habilidades.

Las empresas también destacan otros factores como la facilidad de adaptación y actualización de los contenidos y recursos a las necesidades propias, la inversión realizada íntegramente en la formación y no en gastos administrativos, la flexibilidad para formar a personas con distintos niveles de conocimientos y un ahorro general por el mayor aprovechamiento del tiempo.



FedEx. La empresa de transportes express se orientó hacia la formación en línea desde 2002 y en la actualidad el 26% del equipo de trabajo de FedEx Argentina utiliza este servicio. En todo el continente americano, casi 800 empleados de la empresa tomaron 4944 horas de alguno de los 773 cursos online disponibles en el último año, y los preferidos fueron los relacionados con las áreas de comunicación, ventas e informática. La Universidad Corporativa FedEx también ofrece formación para el desarrollo personal fuera del trabajo, bajo el sistema 24-7 (24 horas del día, 7 días a la semana). La filosofía de la empresa se basa en un círculo virtuoso: un personal capacitado dará un buen servicio a los clientes, contribuyendo así a generar más ganancias que puedan luego reinvertirse en los recursos humanos.



Chevrolet - General Motors. Desde 2004, la filial brasileña de una de las principales compañías de automoción del mundo utiliza el programa Pulsar Chevrolet para el entrenamiento a distancia de toda su red de concesionarios locales. El programa llega a 15 mil personas, incluyendo empleados de las áreas de ventas y servicios. La iniciativa tiene como objetivo principal centralizar la información de entrenamiento y tornarla disponible con una significativa reducción de costes. Se utiliza el Portal de Internet para realizar los cursos online en el horario que cada persona prefiera, además de proporcionar una opción de aulas virtuales con un instructor en tiempo real. Los beneficios más importantes que la empresa ha obtenido son la integración, debido a la posibilidad de acceso a las instancias de capacitación para todos los profesionales, y la velocidad de diseminación de la información.



Colgate La compañía considera la educación y el entrenamiento como elementos fundamentales para cumplir con las necesidades corporativas y avanzar en el desarrollo

personal de sus profesionales. Para lograr incrementar las habilidades de sus 36 mil empleados, la empresa ofrece más de 150 cursos en 25 idiomas diferentes que incluyen educación presencial en el aula, en el puesto de trabajo y a través de e-Learning. Los empleados pueden elegir entre una amplia variedad de cursos específicos para las necesidades de sus puestos, que van desde liderazgo, finanzas, recursos humanos, marketing e investigación, hasta ventas, salud y seguridad.



Telefónica. Telefónica utiliza el e-Learning como una herramienta estratégica para alinear a toda la organización hacia valores compartidos y contribuir al desarrollo de sus empleados. Desde 2005 hasta la actualidad, la empresa puso en marcha una variedad de proyectos tales como la iniciativa global Telefónica Learning Services (antes Educaterra), la creación del Portal de Formación, la localización de contenidos a los tres idiomas corporativos, el Aula Virtual como estrategia de b-Learning, la plataforma “a+ mobile”, entre otros. Los objetivos que el Grupo manifestó respecto al e-Learning son: homogeneizar las capacidades y competencias de los empleados del grupo, incrementar el uso integrado de los servicios del grupo relacionados con las nuevas tecnologías, mejorar la eficacia de los empleados mediante una oferta formativa amplia y de calidad, y flexibilizar el acceso a la formación. Por su parte, los empleados valoraron la disponibilidad de contenidos, el ahorro de tiempo en su desplazamiento y la adaptación de la formación a sus necesidades individuales.



Pfizer. La necesidad de la compañía farmacéutica era contar con un sistema de evaluación del desempeño para el personal agente de ventas. Para ello, recurrió a los servicios de una empresa de e-Learning local y optó por utilizar el recurso del Role Play. Se realizaron filmaciones en las que un actor, que representaba al doctor o cliente, interactuaba con el representante de venta. Luego, los expertos se encargarían de calificar el desempeño en base a criterios prefijados. Los vídeos fueron cargados en una plataforma online, a la cual se podía acceder vía Internet desde cualquier lugar del mundo y a cualquier hora. La plataforma permitía no solo documentar la experiencia profesional acumulada, sino también servir como herramienta de capacitación para presentar habilidades reales de la venta del producto específico que interesa a la empresa.



Kodak. A partir del año 2001, la compañía de productos fotográficos se plegó al e-Learning para proporcionar formación a sus 80 mil empleados distribuidos en 150 países. Con una inversión del 40% del presupuesto anual destinado para formación a distancia, la iniciativa se valió de una plataforma online que ofrece cursos pensados para las necesidades específicas de los empleados, como el entrenamiento en el software de imágenes ERP de Kodak. El traslado de los sistemas de formación presencial a la modalidad online le permitió a la empresa

mejorar la accesibilidad a la información de los trabajadores y disminuir los costes por la reducción de gastos en instructores, material y traslados en el largo plazo.