



Mario B. Stofenmacher Director división e-Learning de Tea-Cegos

Cómo motivar a los alumnos de cursos e-Learning, qué tipo de conocimientos pueden brindarse a través de esta modalidad, se pueden medir los resultados... cómo. Éstas son algunas de las cuestiones que responde el Director división e-Learning de Tea-Cegos en esta entrevista.

Learning Review: Tea-Cegos es una consultora de recursos humanos con una fuerte especialización en el sector de la formación, ¿a qué se debe esta orientación?

Mario Stofenmacher: Nuestra empresa trabaja en consultoría, formación y selección de personal. A partir de las intervenciones de consultoría podemos identificar sobre qué se debe actuar para alcanzar un mejor y mayor nivel de éxito. A veces tenemos que actuar sobre la organización, su estrategia, etc. Y otras sobre las personas, ayudando a identificar, potenciar y canalizar su potencial. La formación nos permite realizar este trabajo.

LR: En estos momentos le están dando una fuerte preponderancia al e-Learning como herramienta de formación, ¿cuál es su definición de e-Learning?

MS: Nuestra relación con las empresas es la de socio, partner. Colaboramos en la consecución de sus objetivos. Para ello es imprescindible poder contar con variadas alternativas de intervención que nos permitan aportar la mejor conjugación de todas ellas a fin de lograr el objetivo deseado. El e-Learning y la formación blended son dos que hemos incorporado con soluciones estándar a nuestro portfolio, dado que así nos lo demandaban nuestros clientes

nacionales e internacionales.

LR: ¿Deben ser cursos integrados en acciones de formación más amplias con actividades presenciales o cree que pueden ser completamente independientes?

MS: No existen soluciones únicas aplicables para todos los colectivos. Depende del problema, la empresa, las personas, etc. En cualquier caso, lo importante es identificar claramente las necesidades de la empresa y de las personas para concebir la mejor solución, sea ésta una solución blended estándar, e-Learning "puro" o un mix con otros recursos metodológicos como videoconferencia, envío de sms, coaching presencial o virtual, etc.

LR: ¿Qué herramientas o instrumentos ponen al servicio de una empresa que quiere brindar formación e-Learning a sus empleados?

MS: Cada día estamos trabajando en conseguir que la formación se vehiculice por las vías más útiles de las que dispone tanto el empleado como la empresa. Así pues, hemos desarrollado, hasta ahora, soluciones integradas sobre móviles, DVD, podcasts, vídeocasts, foros, wikis, web específicas de trabajo colaborativo, vídeo meetings, coaching virtual, seguimiento virtual, sms, faxing y, obviamente, sobre ordenadores. Y quién sabe utilizando qué soporte nos encontraremos en unos pocos años más.

LR: Los contenidos de los cursos, ¿son estándar o pueden realizarse a la medida de las necesidades de cada empresa?

MS: El Grupo Cegos lleva más de 10 años trabajando en la realización de e-Learning a medida, desarrollando soluciones formativas adecuadas a las necesidades específicas de cada empresa. Sin embargo, el desarrollo de más calado al que nos hemos enfrentado en la empresa ha sido el que tenemos entre manos desde hace un par de años, en el que hemos desarrollado 200 módulos de e-Learning totalmente nuevos, multiculturales, todos ellos en un mínimo de 6 idiomas y algunos hasta en 9 idiomas (portugués, español, francés, italiano, alemán, inglés, árabe, chino, coreano, checo), los cuales permiten llegar con contenidos homogéneos a toda una gran organización allí donde se encuentre y en su idioma local.

"Si somos capaces de añadir una pedagogía activa que motive, invite a la participación e interactividad, si somos creativos, entusiastas y planteamos un e-Learning que se distancie del e-reading, entonces sí podemos decir que también las habilidades blandas son transmisibles a través de e-Learning."

LR: ¿Qué tipo de conocimientos son los que mejor pueden impartirse con esta modalidad?

MS: Muchas personas consideran que sólo contenidos técnicos pueden transmitirse o enseñarse a través de e-Learning. Sin embargo, si prestamos atención a lo que cada uno de nosotros hace cuando desea conocer algo nuevo, utilizando Google o Wikipedia, nos demuestra que estamos preparados para buscar y aprender de una manera "libre". Si somos capaces de añadir una pedagogía activa que motive, invite a la participación e interactividad, si somos creativos, entusiastas y planteamos un e-Learning que se distancie del e-reading, entonces sí podemos decir que también las habilidades blandas son transmisibles a través de e-Learning.

LR: ¿Cómo se debe motivar al alumno/profesional para que saque partido de estos cursos?

MS: La motivación así como el reconocimiento son fundamentales. Suelo decir que a diferencia de un curso presencial, donde la falta de la persona de su puesto de trabajo hace evidente el hecho de que esté en formación, la formación e-Learning puede pasar desapercibida y, por tanto, menospreciada dentro de la organización. De ahí la importancia de montar un buen plan de comunicación para el lanzamiento de las acciones formativas y un alto grado de compromiso por parte de la empresa.

LR: ¿Cómo se puede medir el aprovechamiento de este tipo de cursos?

MS: Podemos medir conocimientos adquiridos. En nuestro caso proponemos evaluaciones en diversos momentos. Una antes de comenzar, para conocer el nivel de cada una de las personas. Otra al finalizar, para ahora saber cuándo la persona ha aprendido y, dado que tenemos el punto de partida, establecer "en cuánto ha sido la mejora".

LR: ¿Y garantizar la transmisión del conocimiento adquirido al día a día del profesional formado?

MS: Para ello hemos desarrollados un Plan de Mejora Personal que se entrega y completa en cada uno de los cursos blended. Esto nos permite hacer un seguimiento y medición objetiva sobre cuánto y cómo ha sido capaz de llevar al día a día una vez finalizado el proceso de formación. Obviamente, éste puede acompañarse a posteriori de coaching, formación acción, etc.

LR: Llevan años trabajando en este campo, ¿cuáles son sus retos y objetivos de futuro?

MS: Continuar investigando, desarrollando y aportando soluciones a nuestros clientes. Nuestra vocación de escuchar sólo se ve completa si somos capaces de identificar las mejores soluciones para cada momento. Ése es nuestro desafío.