



[Sebastián Miguel Cristóbal](#) Director de Desarrollo Corporativo de Instituto de Formación Online (IFO)
Por María Isabelle Nieto Ramos

Learning Review: ¿Cuál es el estado del arte de la formación on-line en España? ¿Cuál ha sido el incremento en la demanda de e-learning?

Sebastián Miguel Cristóbal: Aunque el crecimiento es cuantitativamente menor al de otros países con una mayor tradición en la aplicación de estas metodologías, estimo que cualitativamente los pasos dados son similares a los de otros mercados, existiendo compañías con una permanente preocupación por el desarrollo de nuevos escenarios metodológicos que nada tienen que envidiar e, incluso, pueden superar a los productos de otros mercados.

Con respecto al incremento cuantitativo de la demanda, los datos disponibles indican cifras ascendentes, con un incremento aproximado del 20 % durante el año 2.007.

LR: ¿Cuáles son las áreas de mayor demanda de formación profesional a distancia?

SMC: Con respecto al tipo de contenidos, sigue siendo la formación sobre herramientas, productos y servicios específicos de las compañías, la que provoca una mayor demanda. Muy a la par, sigue teniendo una gran importancia la formación en TIC. En alza se encuentran las temáticas relacionadas con habilidades, especialmente para aquellas compañías que, como es nuestro caso, están trabajando en el desarrollo de escenarios virtuales que subsanan los antiguos problemas que el e-learning tradicional tenía para la transmisión de este tipo de contenidos. Otras áreas como idiomas o calidad mantienen su crecimiento sostenido.

Con respecto a los sectores, depende mucho de la especialización de cada compañía. Si bien, a nivel general, los agentes sociales, siguen manteniendo los mayores niveles de contratación, hay casos -como es el nuestro- donde la experiencia en sectores como PYMES y sanidad tienen una importancia totalmente equiparable al volumen de contratación de empresas o

administraciones públicas.

LR: ¿Cómo cree que afectará la crisis financiera en las proyecciones de inversión en e-learning y mercado TIC Español?

SMC: Bueno, los datos generales parecen indicar que el próximo 2.009 no será un buen año para las inversiones y, lamentablemente, todos los que llevamos años trabajando en este sector, sabemos que cuando las cosas no van bien, no es precisamente la formación la gran beneficiada. Sin embargo, para nosotros, la situación, en este momento, es solo de incertidumbre, pues la propia crisis genera oportunidades de negocio para las empresas que han sabido dimensionarse adecuadamente, han dado valor a la investigación, subvencionada o no, y se encuentran posicionadas en sectores emergentes. Sinceramente, pienso que este es nuestro caso y que, por ejemplo, nuestros programas de emprendedores tienen ahora mucho más valor. Por lo tanto, pienso que quienes hayan hecho los deberes en el pasado y no solo hayan mirado los números y las cifras, no tendrán graves problemas para superar el momento actual y, ciertamente, esperamos que sea esta la situación en la que se encuentren la mayoría de las compañías. Lo que es bueno para nosotros, es bueno para el sector.

LR: ¿Conoce si ha habido un descenso de la formación presencial? ¿A qué se debe?

SMC: Evidentemente, sin quitarle valor a la formación presencial -no podemos olvidar que nuestra principal inversión en investigación va dirigida a la generación de entornos virtuales que simulan la propia formación presencial-, es obvio que la masiva implantación de las nuevas tecnologías de comunicación y, sobre todo, de la emergente aparición de entornos colaborativos en la red, disminuye la necesidad del "contacto físico", generando nuevos planteamientos en la transmisión de conocimiento. La tecnología no sustituye, sino que ayuda y enriquece.

Por otra parte, las nuevas generaciones que, paulatinamente, se van incorporando al mercado de trabajo, están habituadas al uso de estas herramientas en su vida personal, se sienten cómodas trabajando con ellas, llegando incluso a demandar su uso para la comunicación laboral.

Finalmente, criterios económicos, son también determinantes a la hora de disminuir el gasto en

formación presencial. Este criterio es, a veces, equivocado, pues una formación a distancia, de alta calidad, no siempre supone un coste menor, aunque es cierto que suele disminuir los costes colaterales de la presencial.

Como conclusión, son varios los factores que hacen que la formación presencial tenga una tendencia bajista. Ahora bien, si yo tuviese que elegir uno de ellos diría que se corresponde con la "tendencia de una nueva vida", donde ya no nos relacionamos como antes, no vemos la televisión como antes, no buscamos la información, ni leemos como antes. Es un camino que no tiene retorno y nuestra misión es humanizarlo en la mayor medida posible.

LR: ¿Cuáles son los contenidos académicos digitales más utilizados?

SMC: Aunque nuestro mercado académico está centrado en proyectos relacionados con Escuelas de Negocio y Formación Profesional y, en menor medida con la formación universitaria y secundaria, entendemos que los contenidos académicos han de seguir la línea del "Play Learning", con entornos amigables de aprendizaje, donde el alumno asimila conocimientos de manera equiparable a como se entretiene en su entorno cotidiano. Es cierto que estos contenidos requieren un esfuerzo importante en innovación metodológica, pero nuestra experiencia nos dice que dicho esfuerzo merece la pena, consiguiendo unos excelentes resultados en la motivación y participación de los alumnos, que directamente se convierten en facilidad para la asimilación de los conocimientos.