



Reportaje a [Ignacio Aliende](#) Autor del libro "eLearning Easy" [Edición 1 LR ESPAÑA](#)

LEARNING REVIEW ESPAÑA entrevistó al autor de la obra "eLearning Easy. Cómo aprovechar la teleformación en la empresa sin meterse en un lío", Ignacio Aliende, especialista en eLearning.

Este libro de bolsillo detalla cómo elegir la metodología de teleformación apropiada a su realidad, e integrarla con los contenidos, la tecnología y la atención al usuario. "En España y Latinoamérica, supongo que en el resto de los países igual, sigue existiendo bastante desconocimiento, sobre todo por parte de los tomadores de decisión a la hora de saber cómo estructurar proyectos e-learning. La idea era hacer algo suficientemente superficial para que encajara en la idea de lo que es un libro de bolsillo; algo muy sencillo de entender a la hora de lanzarse a estructurar un proyecto e-learning." Esta fue la respuesta del autor cuando lo consultamos sobre las razones que lo llevaron a realizar esta obra.

Learning Review: Este libro, ¿ayuda a impulsar el eLearning en las Pymes? ¿Cómo observa su desarrollo en España en este sector?

Ignacio Aliende: Ahí hay un tema más complejo. Evidentemente tiene que ir de la mano de asociaciones empresariales, asociaciones sectoriales, sindicatos, asociaciones de empleados, no necesariamente organizaciones de interés empresarial que promuevan entre sus empresas este tema entre los directivos, pues entiendo que empresas de 5, 10 trabajadores nunca van a tener su campo, pero sí pueden funcionar perfectamente asociados con otras organizaciones.

LR: ¿Esto se está impulsando en España en algunas asociaciones o todavía está muy inmaduro dicho desarrollo?

IA: La empresas privadas en mediana y gran escala tienen un impulso menor del que deberían tener en e-learning. Es decir, sigue sin tener mucho sentido que empresas multinacionales, en donde los empleados trabajan con varios idiomas, tienen una organización distribuida, y donde todos trabajan con ordenador, el porcentaje de formación y de comunicación que se hace a

través del Internet siga siendo muy bajo. Eso es una pena. Entonces, respondiendo a tu pregunta, verdaderamente yo creo que si alguien está haciendo algo a la hora de promocionar el e-learning son este tipo de asociaciones que cuentan con ciertos fondos públicos o privados, lo cual permite hacer ciertas inversiones a través de las cuales el sector e-learning en España, a mi punto de vista, saca sus ingresos.

Integrando e-Learning

LR: En el libro dedica un capítulo completo a la venta del e-Learning (marketing interno) para los usuarios; ¿qué porcentaje de criticidad le asignaría a estas acciones en un proyecto de e-Learning?

IA: Yo creo que en un proyecto e-learning, como en cualquier otra cosa que quieras implantar (un sistema informático nuevo, un software nuevo, un proyecto de evaluación de desempeño, una reestructuración de organización, o cambiar un cuadro de mando), necesitas que la gente lo entienda. Creo que evidentemente ese último capítulo va dedicado a ello, es decir, cómo hacer ver a las personas que esto va a traer ventajas, cómo destacarlas y cómo seducir a los directivos para que tomen esta decisión. Porque considero que en el mundo hispano, y por lo menos en el mundo español, los directivos de las empresas siguen estando bastante divorciados con la función de recursos humanos, y el e-learning es parte de esa función de recursos humanos.

LR: ¿Cómo observa que se esté integrando el e-Learning a las estrategias de desarrollo de capital humano en las empresas españolas?

IA: Creo que ha crecido y que sigue creciendo, pero a un ritmo que hay que "pegarle" un empujoncito. Si miramos las cifras, en los últimos estudios que han salido en España, el sector que más está utilizando e-learning es el financiero, lo cual parece lógico porque han sido años muy buenos para poder invertir en las personas. Son empresas distribuidas geográficamente, trabajan con ordenador, con un nivel cultural al menos medio, y evidentemente eso facilita que sea un sector que haya crecido. Aún así, solamente se baraja entre un 30 y 35 por ciento de la dedicación en horas a la formación en el lugar de metodologías de teleformación, no necesariamente e-learning porque sigue cohabitando con la tradicional formación a distancia de envíos de documentos en papel.

“En el mundo hispano, y por lo menos en el mundo español, los directivos de las empresas

siguen estando bastante divorciados con la función de recursos humanos, y el e-learning es parte de esa función de recursos humanos”, asegura Aliende.

Según los cálculos que más o menos he podido hacer, existe una media de empresas que tienen entre el 15 y el 20 por ciento de la dedicación a las formaciones por e-learning; con lo cual, refleja que ha venido creciendo. Confío en que con el abaratamiento de la banda ancha y la posibilidad también de tener banda ancha en los hogares, va a ir hacia arriba. Al final, lo que un poco busca el libro es eso: quitarle el miedo a las personas que tengan una mínima capacidad de decisión para pensar también en clave e-learning.

LR: ¿Qué pasos faltan dar en esa línea aún, que ya estén transitando organizaciones de otras regiones más desarrolladas?

IA: Hace poco tuve una reunión con la Directora de Formación de lo que son las cajas de ahorro en El Salvador. Ellos tienen un proyecto de teleformación y cuentan con buena banda ancha, y con materiales que evidentemente no pueden ser igual de creativos como podemos tener en territorios donde las proveedoras de comunicación son más anchas, pero sin embargo, lo tenían muy bien conseguido. ¿A qué voy? Hay que tener las ideas claras cuando uno construye un programa de éstos; no se trata de hacer grandes maravillas si después no funcionan las cosas que necesitamos para el escenario y para la organización en la que estás trabajando.

Al final, lo importante es que las personas que trabajamos en este tema entendamos lo que es el e-learning, y no ofrezcamos siempre la misma solución, de materiales multimedia, de temas masivos, de que la persona debe aprender autoformación, sino que adaptemos para cada necesidad una solución manejando los distintos factores que intervienen en e-learning. Lo que pasa es que a veces hacen más hincapié en la calidad de los contenidos... pero combinar esos elementos, conocer un poco más cuáles son los resortes que permiten que el e-learning funcione, y manejarlos para crear una solución que tenga que ver con la necesidad, es lo importante. No siempre crear la misma solución y pensar que lo podemos vender a cualquier cliente ante cualquier situación.