

Por [Iñigo Babot](http://babot.info) - <http://babot.info>



Germán Ruipérez (España) Director del Laboratorio de Ingeniería Didáctica de la UNED (España) y de la Cátedra de eLearning de la UCJC (Madrid)

La recesión económica está beneficiando al eLearning, pues, según las tendencias que estamos observando en algunas universidades españolas, los posgrados innovadores, con una mayor implicación del eLearning, tienen comparativamente una mejor aceptación que el resto.

Por otra parte, la crisis económica ha coincidido en España con el Plan Bolonia, cuyos planteamientos metodológicos se aproximan mucho a los convencionales de la Enseñanza a Distancia (EaD) y del eLearning, lo que ha supuesto un importante empuje del eLearning en las universidades españolas.

En resumen: el eLearning está siendo percibido como una oportunidad de sobresalir en un escenario globalizado muy competitivo, donde sólo podrán ser líderes aquellas universidades con soluciones virtuales avanzadas, adaptadas a la generación de estudiantes 2.0, que demanda cada vez más tecnología en su aprendizaje.



Manuel Vidal-Quadras (España) Director General ABA English.

Creo que el efecto inmediato de la crisis para el eLearning es negativo porque los plazos de decisión de proyectos se alargan y algunos de los presupuestos se reducen o incluso se cancelan.

Sin embargo, creo que a medio y largo plazo aparecerán efectos muy positivos: en primer lugar las organizaciones tendrán que mejorar la calidad y extensión de la formación a sus

empleados; en segundo lugar tendrán que controlar y rentabilizar su inversión en formación; y por último, tendrán que afrontar la internacionalización, y el inglés como idioma de negocios será imprescindible.

Creo que el eLearning, y en nuestro caso el eLearning de inglés, ya está solucionando estos retos y de esta forma creo que veremos un gran crecimiento del mercado en los próximos años.



Laura Gallo (Argentina) Responsable del área de eLearning en organismo de la Administración Pública Nacional Argentina

La crisis es una oportunidad que cada organización, en función de su visión, objetivos estratégicos y, sobre todo, del grado en que su propuesta de capacitación esté alineada con éstos, podrá aprovechar para favorecer la inserción del eLearning.

La situación de crisis potencia las ventajas reales de la enseñanza virtual, pero esto sólo es visible para los niveles directivos, cuando existe un convencimiento de que el cumplimiento de la misión va de la mano con la formación y desarrollo de los Recursos Humanos.

Es fundamental contar con profesionales que diseñen una implementación de eLearning con un impacto rápido y visible, de manera que los propios destinatarios se conviertan en aliados estratégicos sobre los cuales seguir construyendo y repensando la propuesta, tanto en su dimensión didáctica como tecnológica.



José Antonio Latorre (España) Jefe de Formación y Calidad. Departamento de Formación. Diputación de Alicante.

Aunque no tengo datos que lo confirmen, me atrevería a decir que, efectivamente, la crisis está beneficiando la penetración del eLearning. Sin embargo, desde mi punto de vista no es tanto

por una cuestión de costes (habría que volver a discutir lo de que el eLearning es siempre más barato que lo presencial), cuanto por el estado de ánimo colectivo y actitudes y comportamientos “depresivos” que está generando la actual situación económica.

Intento explicarme: en el ámbito público, se está cuidando mucho la imagen que se proyecta. Hay gastos en los cursos presenciales: comidas, programas, materiales docentes, etc. que pueden entenderse como superfluos; en este sentido se están potenciando y valorando mucho más aquellas acciones formativas que (como en eLearning) no se ven desde fuera.



Maricela Ballatore (Argentina) Consultora en Mejora del Desempeño de AXG Tecnonexo.

En organizaciones donde la formación es una variable de ajuste ante la crisis, podrán pasar dos cosas: se suspenderán los proyectos de formación o se sustituirá la formación “cara” (presencial) por formación “barata” (eLearning).

Si todo lo que se espera del eLearning es que sea más barato, las inversiones que se hagan serán de baja calidad poniendo en riesgo la “imagen” de los proyectos virtuales. En aquellas organizaciones que consideren la inversión en formación como estratégica y diseñen soluciones que permitan convertir dicha inversión en resultados de negocio, la crisis será una oportunidad.

Muchas organizaciones deben adaptarse y, para ello, deberán transformar el desempeño de sus empleados. El eLearning, como metodología de capacitación, ofrece lo necesario para acompañar esa transformación.



Cristóbal Suárez (Perú)
Coordinador del Observatorio de Formación en Red Scopeo (Universidad de Salamanca).

La actual crisis financiera y económica es el impulso para consolidar la imagen social del eLearning no sólo como complemento educativo –para algunos curioso e insubstancial–, sino como una auténtica oportunidad formativa. Junto a la presunción de bajo coste para la entidad que la ofrece, las ventajas sustentadas en la flexibilización del estudio para quien la recibe, son un binomio de buenas razones para apostar por el eLearning como variable competitiva en tiempos de crisis. Como el fin de algo no es más que el inicio de nuevos procesos, el eLearning forma parte del abanico de alternativas con que las personas, las instituciones y la sociedad global buscan replantear sus procesos de cualificación. El eLearning es un camino, personal y corporativo, de cara al equilibrio.

¿QUIERES RESPONDER A ESTAS CUESTIONES? ¿QUIERES SUGERIR NUEVAS PREGUNTAS PARA PLANTEAR EN FUTUROS PANELES? ¿QUIERES SER PANELISTA?
Hazlo a: ibabot@ibbmconsultores.com