

Santillanaformación*

**El eLearning en la Administración Pública
y en la Gran Empresa España 2005**

Nuevas formas de aprender

El eLearning en la administración pública y en la gran empresa en España 2005

Introducción

El uso del eLearning **está empezando a consolidarse** en España dentro de las grandes empresas e instituciones, algunas de las cuales ofrecen ya más del 20% de sus programas formativos en modalidad on-line. Sin embargo, **sabemos poco del papel** que el eLearning desempeña en las grandes organizaciones españolas, la visión que los responsables de formación tienen de él, y sus previsiones de evolución futura.

Respondiendo a esta necesidad, Santillana Formación ha realizado un **estudio exhaustivo para conocer las necesidades de formación on-line de las organizaciones españolas, tanto del ámbito público como del privado, así como la evolución de sus preferencias**, con el fin de poder establecer propuestas de calidad que den respuesta satisfactoria al mercado.

Datos técnicos

Estudio **realizado por Millward Brown para Santillana Formación** durante el **primer trimestre de 2005** basado en entrevistas personales con **responsables de Recursos Humanos de grandes empresas y organizaciones**. Se han seleccionado para el estudio a las **principales empresas por tamaño** de los sectores de la energía, telecomunicaciones, finanzas y farmacia. En el ámbito público se han escogido representantes de la **Administración General del Estado, comunidades autónomas, administración local, empresas y entes públicos**.

- **Entrevistas personales en profundidad con 40 directivos de RR.HH.**
 - Entrevista cualitativa en profundidad de 60 minutos.
 - Cuestionario cuantitativo.

El estudio incluye una visión **del estado actual de la formación** en España, la **percepción que tienen las organizaciones del servicio** percibido en la formación on-line, y cuáles son sus **expectativas de servicio** para la formación a través de nuevas tecnologías.

Santillana Formación

Santillana Formación, empresa creada por el Grupo Santillana en 1998, ha logrado convertirse en una de las **empresas líderes en el diseño de soluciones de formación on-line** para el desarrollo de habilidades y competencias profesionales gracias a su amplio catálogo de cursos y sus ofertas adaptadas (servicio de consultoría, creación de contenidos, seguimiento, impartición y evaluación).

Entre sus **clientes más destacados** figuran empresas de la talla de Endesa, Repsol, BBVA, Vodafone o Eroski y organismos públicos como el Ministerio de Educación y Cultura, el INEM o la Junta de Andalucía.

Millward Brown

Millward Brown es uno de los institutos de investigación de mercado líderes en el mercado español. Es el resultado de la fusión de las dos compañías que Millward Brown tenía en España: Alef MB y Ergo MB.

Objetivo del estudio

Los objetivos del estudio son los siguientes:

- **Identificar el rol del eLearning** en el contexto de formación global actual.
- Conocer la **valoración de** la formación on-line.
- Descubrir los **principales criterios de contratación** de formación a través de nuevas tecnologías.
- **Identificar las necesidades futuras** de productos y servicios relacionados con la formación en grandes organizaciones.

Conclusiones

Papel actual del eLearning en la formación

- El e-learning ha pasado por tres fases desde su aparición en escena.
 - Lanzamiento – Revolución: Coincide con un momento de fascinación hacia todo lo que tenga que ver con las nuevas tecnologías. Se vende como una revolución de la formación y del futuro del sector.
 - Inicios – Decepción: Aparecen múltiples problemas de aceptación e implantación. Formatos y contenidos de poca calidad y problemas técnicos.
 - Situación actual – Reubicación: Los contenidos y los aspectos técnicos han mejorado claramente. Se aprecia como una metodología útil que complementa a la formación presencial.
- La apuesta por la formación en España es más decidida entre las grandes empresas que entre los organismos públicos.
- El eLearning se está empezando a consolidar como una pieza más de los programas de formación.
- Un 45% de las grandes empresas y administraciones públicas españolas destinan más del 10% de su presupuesto de formación a formación on-line.
- Las tres áreas más adecuadas para la formación on-line son: ofimática y nuevas tecnologías, contenidos propios de la organización y competencias de tipo transversal, como los idiomas.
- Los programas que combinan la metodología presencial y on-line son los más adecuados para la formación en habilidades.

Valoración de la formación on-line

- Las grandes empresas tienen más experiencia con programas de eLearning, y el 95% de ellas tienen iniciativas de formación on-line en marcha.
- Los organismos públicos se enfrentan a una mayor resistencia de sus empleados y tienen una visión restrictiva del eLearning, centrada en ofimática e inglés.

- Un 80% de las organizaciones cree que la formación on-line es adecuada a sus necesidades.
- Los cursos de catálogo se valoran por ser más baratos que los cursos a medida, haber sido contrastados en el mercado y no requerir trabajo adicional del cliente.
- Los cursos a medida serían la opción preferida si no fuese por su alto precio y la implicación que requieren por parte del cliente.
- La nota media que obtiene la formación on-line es de 3,53 sobre 5.

Criterios de contratación

- Los criterios considerados para contratar un programa de formación on-line son el número de alumnos potenciales, su dispersión geográfica, los costes de la solución, la adecuación de la metodología al tema y a los alumnos y el planteamiento pedagógico.
- Para elegir el proveedor, los aspectos más importantes son las experiencias previas con ese proveedor, sus referencias en proyectos similares, la calidad de los contenidos, y el coste.

Tendencias futuras

- Un 80% de las organizaciones piensa contratar servicios de formación on-line en el futuro próximo.
- Se establece un límite en torno al 40% como porcentaje máximo de formación on-line dentro de una organización.
- Aparece un mayor protagonismo de los programas de formación mixtos.
- Se demanda una mayor personalización de los contenidos.
- Continúa aumentando la externalización en la gestión de la formación.

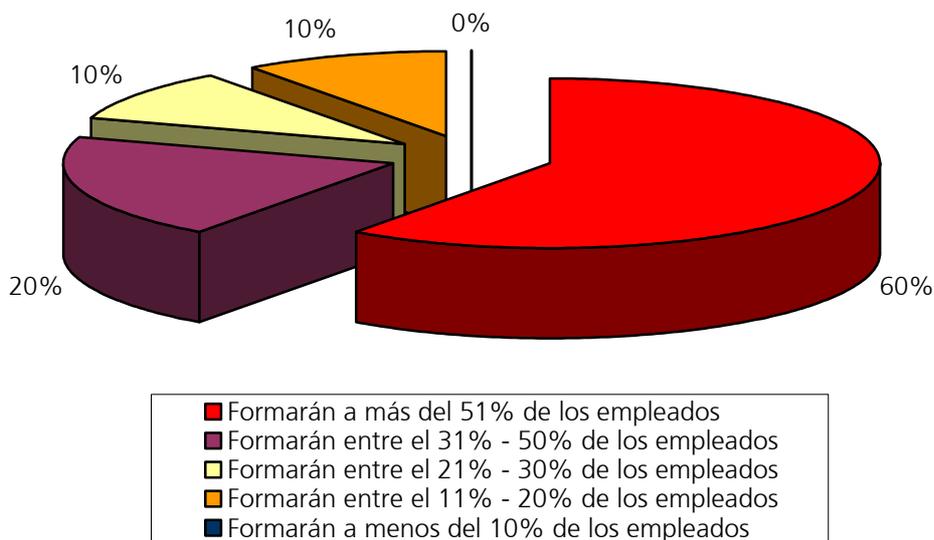
Resumen ejecutivo

Papel actual del eLearning en la formación

Las empresas y administraciones públicas españolas han pasado en los últimos años de ver **la formación como servicio universal** que constituye un fin en sí mismo y cuyo objetivo es abarcar al máximo número de personas, a verla **como un servicio específico** que busca conocer las necesidades del empleado para mejorar su desempeño en el puesto de trabajo e intenta personalizar la formación para ofrecer a cada persona lo que necesita. Esta evolución ha culminado en una visión más cualitativa de la formación, centrada en un aprendizaje activo, concreto, práctico y útil.

Como cabía esperar, la apuesta por la formación en España es más decidida entre las **grandes empresas**, casi un 70% ofrecerá formación a más de la mitad de su plantilla en 2005, que entre los **organismos públicos**, en los que el porcentaje que formará a más de la mitad de su plantilla se reduce a un 40%. En consonancia con esta tendencia, los presupuestos de formación superiores a los 6 millones de Euros son más abundantes en el sector privado que en el sector público.

Porcentaje de empresas que van a formar a empleados en el 2005 según la proporción de empleados que van a ser formados

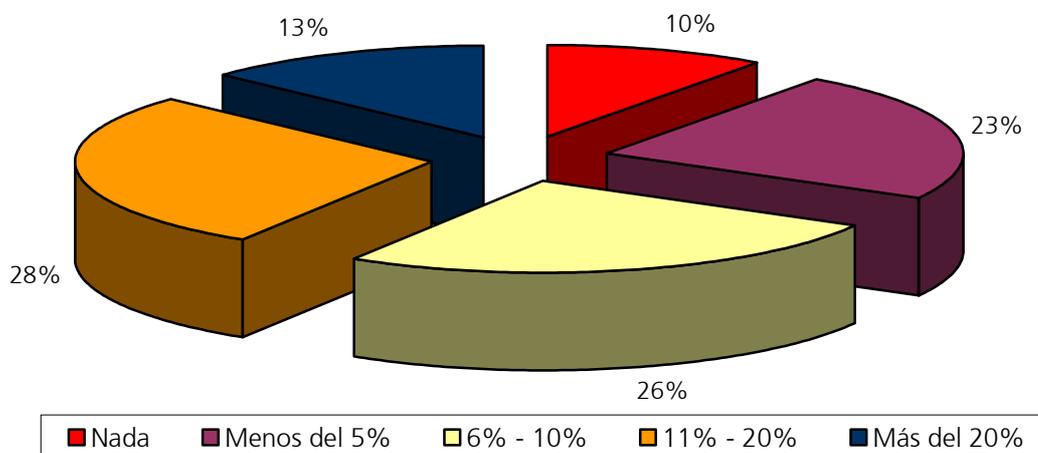


En lo que respecta a la **formación on-line**, se identifican **tres fases en su implantación** en España:

- **Lanzamiento – Revolución:** Coincide con un momento de fascinación hacia todo lo que tenga que ver con las nuevas tecnologías y en las empresas se empezaba a desarrollar con fuerza el soporte informático a todos los niveles. Se vende como una revolución de la formación y del futuro del sector.
- **Inicios – Decepción:** Aparecen múltiples problemas de aceptación e implantación en las iniciativas pioneras. Hay grandes decepciones fruto de los formatos y contenidos de poca calidad y de la abundancia de problemas técnicos.
- **Situación actual – Reubicación:** Los contenidos y los aspectos técnicos han mejorado claramente, se está aprendiendo cuáles son los valores añadidos de la formación on-line y se explora la posibilidad de la formación mixta. El eLearning se aprecia como una metodología útil que complementa a la formación presencial.

En paralelo a esta evolución, el uso del eLearning como herramienta de formación **está empezando a consolidarse** en España dentro de las grandes empresas e instituciones. Se confirma que las organizaciones españolas ven el eLearning como **una pieza más de su programa** de formación, de **gran utilidad** en algunas situaciones, pero **no aplicable a cualquier contenido** ni a cualquier población de alumnos. En muchos casos, se detectan fases experimentales de implantación de cursos on-line en las que se permite al alumno escoger entre esta metodología o la alternativa presencial.

Porcentaje del presupuesto de formación destinado a formación on-line



La formación on-line supone entre un **5% y un 20% del presupuesto de formación de las grandes instituciones**, con un 45% de los entrevistados destinando más del 10% de su presupuesto a formación on-line.

Según se desprende de las opiniones vertidas, hoy en día las organizaciones españolas aprecian el eLearning como una **metodología útil que puede complementar**, pero nunca sustituir, a la formación presencial. Aprecian **mejoras en los contenidos y las cuestiones técnicas** y creen que el mercado ha ido **comprendiendo el valor añadido que tiene este tipo de formación** y dónde es más adecuado utilizarla.

Las tres áreas que se identifican como **más adecuadas** para el uso de formación on-line en grandes organizaciones son:

- **Ofimática y nuevas tecnologías:** Se utiliza para aprender el mismo medio tecnológico en el que posteriormente se va a trabajar.
- Materias y **contenidos propios** de la organización: El eLearning permite ofrecer información muy puntual, actualizada y de forma rápida.
- **Competencias de tipo transversal** general: La formación on-line permite llegar rápidamente a poblaciones muy grandes y dispersas, como ocurre con la formación en idiomas o en riesgos laborales.

La primacía de este contenido es similar a las tendencias observadas en estudios anteriores y en mercados internacionales, y es fácilmente explicable por el alto número de profesionales que pueden ser usuarios de formación en estas áreas, lo que reduce notablemente el precio por alumno de los cursos y consecuentemente el riesgo asumido.

Entre las **áreas menos adecuadas** para la formación on-line según los participantes en el estudio destacan las **habilidades directivas, comerciales y de atención al cliente**, ya que este tipo de formación se beneficia más del apoyo de la interacción presencial entre el alumno y el formador.

Los **programas mixtos** que combinan formación presencial y on-line son escogidos como los programas más adecuados en la formación en habilidades porque la **formación on-line** previa **nivela** los conocimientos de los participantes y hace **más operativas** las sesiones presenciales, con lo que se **reduce el número de sesiones** necesarias, mientras que las sesiones presenciales ofrecen el contexto social necesario para desarrollar las habilidades e intercambiar ideas.

Valoración de la formación on-line

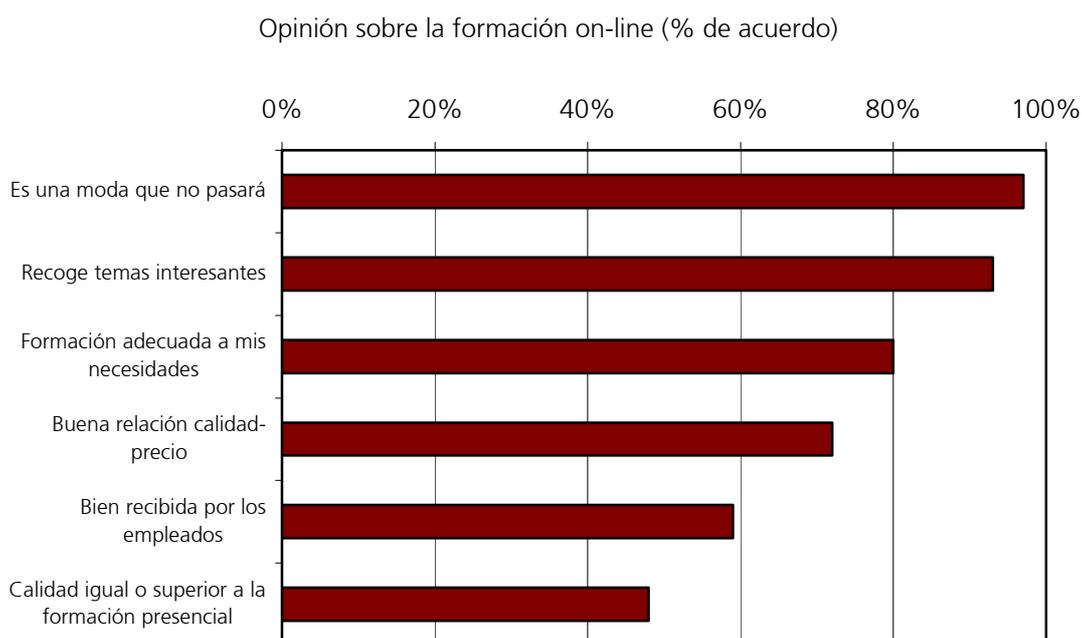
El **conocimiento de la formación on-line** que tienen las grandes organizaciones es amplio, a pesar de que muchas de ellas sólo tienen una **experiencia corta** en el uso de esta metodología. En general, las **grandes empresas tienen más experiencia** con programas de eLearning y una visión más amplia de la metodología ya que ofrecen cursos on-line para contenidos de todo tipo. Sólo un 5% de las grandes empresas no tiene iniciativas de formación on-line en marcha. Sin embargo las **administraciones públicas** tienen una **experiencia más limitada**, se enfrentan a una **mayor resistencia** de sus empleados ante esta metodología y tienen una **visión más restrictiva de su uso**, centrado fundamentalmente en cursos de ofimática e inglés.

Diferencias entre el sector privado y el público en formación on-line

Sector privado	Sector público
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor experiencia. <ul style="list-style-type: none"> ○ La mayoría tienen proyectos en marcha. ○ Utilización de la metodología para cursos muy diversos. ○ Visión positiva del futuro. • Visión de la formación desde la empresa: <ul style="list-style-type: none"> ○ Beneficia a la empresa. ○ Eficacia. ○ Rendimiento. ○ Mejora de resultados. • Mayor capacidad de evaluación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Experiencia previa. ○ Valor cualitativo de la propuesta. ○ Valor económico de la propuesta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia limitada. <ul style="list-style-type: none"> ○ Mayor resistencia de los empleados a la metodología. ○ Aplicación de la metodología sólo para idiomas y ofimática. ○ Visión moderadamente positiva del futuro. • Visión de la formación desde el individuo. <ul style="list-style-type: none"> ○ La formación beneficia al individuo. ○ Promoción interna. ○ Mejora del clima laboral. ○ Reciclaje. • Evaluación más rígida. <ul style="list-style-type: none"> ○ Criterios objetivos del concurso. ○ El valor económico de la propuesta cobra mayor importancia.

Las conclusiones del informe **confirman la percepción general del mercado** sobre la valoración de la formación on-line en las organizaciones.

En lo que respecta a la visión que tienen las organizaciones de la formación on-line, un 50% la consideran bastante útil o muy útil, siendo la nota media obtenida por este tipo de formación de 3,53 sobre 5. Un 80% de las organizaciones españolas creen que **la formación on-line es adecuada a sus necesidades**, mientras que un 95% lo identifica como **una moda que no pasará** y que recoge temas interesantes en su oferta. Siete de cada 10 organizaciones **valora la relación calidad-precio** que ofrece la formación on-line.



Todas las organizaciones consultadas conocen a un amplio número de proveedores de formación on-line, y es frecuente que contraten sus programas con distintas compañías según las fortalezas en la oferta de cada una de ellas.

Los **cursos de catálogo on-line** son una opción interesante para estas organizaciones, porque son **más baratos** que las propuestas a medida, llevan tiempo en el mercado y han sido **contrastados** y **no requieren trabajo adicional** por parte del cliente. Sin embargo, el estudio también cita que los cursos de catálogo suelen ser **demasiado generales** y **poco interactivos** .

En lo relativo al desarrollo de **cursos a medida** , sería la **opción preferida** de las organizaciones si no fuese por su **alto precio** , la **dificultad de coordinar el trabajo** entre el cliente y el proveedor, y que **requieren de mucha implicación** y trabajo por parte del cliente.

Según las organizaciones consultadas, para que un programa de formación on-line sea eficaz, se deben dar las cuatro características siguientes:

- **Adecuación de la materia a la metodología** on-line.
- **Formato atractivo y pedagógicamente válido.**
- **Apoyo institucional** a la formación on-line por parte de la organización.
- **Mantener alta la motivación** de los alumnos.

Criterios de contratación

Las grandes organizaciones españolas tienen en cuenta las variables más habituales entre sus homólogas internacionales a la hora de **decidirse por un programa de formación on-line**:

- El **número de alumnos potenciales** que van a recibir el curso.
- La **dispersión geográfica** de los alumnos.
- Los **costes directos e indirectos** de la solución.
- La **adecuación del tema y de la población de alumnos** al uso de la metodología on-line.
- El atractivo del **planteamiento pedagógico**.

En lo que se refiere a la elección de un proveedor concreto, los aspectos más importantes para las organizaciones entrevistadas son:

- La **experiencia previa** que el cliente haya tenido con el proveedor, y las **referencias de proyectos similares** que el proveedor pueda aportar.
- La **calidad de los contenidos ofertados**, y que su diseño se adapte a las necesidades concretas del cliente.
- La **confianza que se tenga en que el proyecto se pueda llevar a cabo**, tanto a nivel de contenidos y de su calidad, como a nivel técnico y de soporte a usuarios.
- El **coste** es un valor muy importante, y cuando los otros condicionantes son similares, se suele optar por el proveedor más barato.

Tendencias futuras

Un 80% de las organizaciones consultadas va a **contratar servicios de formación on-line en un futuro próximo**, y una **mayoría prevé aumentar la cantidad de formación on-line que ofrece**, aunque suelen situar un **límite en la proporción de formación que se va a ofrecer en formato on-line** en el futuro que oscila entre el 40% y el 50%.

Entre las **tendencias identificadas** más importantes, destaca un **mayor protagonismo de programas de formación mixtos** que combinan la metodología on-line y la presencial, una **personalización cada vez mayor de los contenidos**, que se adaptan tanto al puesto de trabajo como a las características del trabajador, y la **externalización de la gestión**, que persigue delegar las funciones ajenas al profesional de formación.

Predomina la exigencia de **mayor calidad en los contenidos** de formación on-line, y la opción por **cursos más cortos, modulares y baratos**. También se demanda que los cursos de catálogo sean más útiles para toda la empresa, y que sean más creativos.

El curso on-line ideal para las organizaciones consultadas tiene las siguientes características:

- **Pedagógicamente impactante:** Incorpora los contenidos adecuados, es creativo e interactivo y utiliza diseños novedosos.
- **Dinamizado:** La figura del tutor y su papel en la motivación continua de los alumnos es muy valorado.
- **Tecnológicamente adecuado:** Tanto el curso como la plataforma donde se hospeda están adaptados al entorno tecnológico del alumno y de su organización.
- **Reconocido y recompensado:** El alumno está previamente motivado para terminar el curso, se siente apoyado por su organización, y es recompensado si lo concluye satisfactoriamente.
- **Reforzado con clases presenciales:** Las clases presenciales tienen un efecto motivador importante, y sirven para repasar los conceptos clave del programa on-line en un entorno de formación con el que el alumno está muy familiarizado.

Conclusiones finales

- Aprovechar las ventajas de las NN.TT. en los planes de formación es una **asignatura pendiente** de las organizaciones españolas, muchas de las cuales han empezado a utilizarlo hace muy poco tiempo.
- El eLearning se percibe como una **metodología útil con potencial** para el futuro, pero sigue siendo una metodología poco conocida, lo que provoca miedos y reservas al realizar las primeras implantaciones.
- La **flexibilidad**, el **ahorro de costes**, el **interés pedagógico** y la posibilidad de **dar servicio a un colectivo geográficamente** disperso son las **principales ventajas** de la formación on-line señaladas por las organizaciones españolas.
- La **falta de contacto social**, la **mentalidad conservadora** en algunas organizaciones, la **necesidad de motivación** del alumno, las **barreras tecnológicas** y la **baja calidad** de algunos contenidos son por este orden los **principales obstáculos** de la formación on-line que perciben las organizaciones.
- Las **ofertas de mayor calidad**, con **cursos más cortos y baratos**, **catálogos más diversificados** y la **resolución de los problemas tecnológicos** que se les plantean a los alumnos serán los **elementos clave en el éxito futuro** de programas de formación que usen nuevas tecnologías.