

RECORRIDOS DE APRENDIZAJE PARA LOS ALUMNOS

E-learning para empresas medianas

La tecnología puede ahorrar costos y enriquecer el proceso de capacitación. Pero requiere cierta inversión. Las cualidades, los costos y los puntos imprescindibles a considerar.

POR ALICIA GIORGETTI pymes@clarin.com

Una empresa necesita capacitar a todos sus vendedores sobre las características de un nuevo producto. ¿Cuál es la forma más económica de hacerlo? Con herramientas de e-learning que, según estimaciones, ahorran entre 35 y 50% de tiempo con respecto a la capacitación presencial, logran igual o mayor nivel de retención, eliminan gastos de viajes y hospedaje, y bajan el costo de oportunidad derivado del ausentismo de los empleados.

Una empresa necesita capacitar a todos sus vendedores sobre las características de un nuevo producto. ¿Cuál es la forma más económica de hacerlo? Con herramientas de e-learning que, según estimaciones, ahorran entre 35 y 50% de tiempo con respecto a la capacitación presencial, logran igual o mayor nivel de retención, eliminan gastos de viajes, y bajan el costo de oportunidad derivado del ausentismo de los empleados.

Pero ¿qué es e-learning? Es gestionar el conocimiento con tecnología. Está basado en un campus virtual o Learning Management System (LMS) -también, "plataforma"- donde se alojan cursos para que los empleados de una empresa accedan en forma remota. Esto se completa con tutores que guían a los "alumnos" por chat, email, videoconferencia y/o foros, y con herramientas que permiten la interacción y la colaboración entre ellos. Además, hay indicadores de



PANTALLA DE UN CURSO. FUE DISEÑADO POR E-ABC.



CAPACITACIÓN PLACENTERA. Y CON HERRAMIENTAS MULTIMEDIA COMO VIDEOS, IMÁGENES Y SONIDOS.

aprendizaje para optimizar la plataforma. Este e-learning tradicional tiene variantes: el blended learning (mezcla de actividades *on line* y presenciales) y el mobile learning (permite acceder desde dispositivos móviles).

Las primeras empresas en usar e-learning son las que necesitan capacitar a muchas personas que están dispersas. Augusto García, director de Proyectos de e-educativa, asegura que "muchas empresas incluyen a clientes y proveedores en la capacitación. Por ejemplo, capacitar a la fuerza de ventas de los distribuidores o a los repositorios. Generalmente, las empresas con dispersión geográfica del personal son las que más usan e-learning y, también, las que tienen alta rotación (como los call centers o el retail)".

En cuanto a los contenidos, Claudio Piazza,

La inversión inicial suele ser alta pero en el primer año de uso del sistema, se puede ahorrar hasta 20% con respecto a la capacitación tradicional.

director de Fased Technologies, dice que "todo lo que se puede enseñar en un aula se puede enseñar por e-learning. Como hay habilidades que se adquieren con práctica y experimentación, se desarrollaron herramientas de simulación en la modalidad *Learning by doing* (aprender haciendo) para obtener resultados óptimos".

La inversión inicial. Si el LMS va a instalarse en un servidor del cliente -proceso que puede durar entre uno y cuatro meses-, habrá que dimensionarlo según la cantidad de alumnos y el posible crecimiento, pero se puede empezar con un servidor estándar. También, se requerirá un buen ancho de banda del lado del servidor. Y, si los contenidos se van a distribuir por la intranet corporativa, conviene tener un enlace dedicado. Como aún no hay buena conectividad en muchas ciudades del interior, se suelen optimizar los cursos para que, sin perder calidad, puedan llegar a lugares con escaso ancho de banda.

Los alumnos necesitan un navegador web, una conexión ADSL o cablemodem, auriculares y, en el 90% de los casos, el Flash Player. También, se puede armar una sala para capacitación donde los empleados accedan por turnos.

El costo de licenciamiento de un LMS puede variar entre cientos de pesos y miles de dólares por mes. Hay proveedores que cobran por producto, por procesador o por alumno. "En nuestro caso, el pago es fijo -esto permite que las empresas planifiquen- y se basa en el servicio. Por \$ 520 mensuales se garantiza la disponibilidad del servicio, las actualizaciones, el soporte técnico y la mesa de ayuda. A partir de ahí, se pueden incorporar videoconferencia, integración con sistemas de RR.HH. y otras alternativas", afirma García, de e-educativa.

Pero hay opciones más económicas. Una es utilizar el modelo Software as a Service (SaaS), que terceriza el hardware y el software. Es el caso de la empresa de seguros San Cristóbal SMSG, donde hace dos años implementaron la plataforma e-educativa, desarrollada por la rosarina e-educativa. Desde allí imparten cursos a 800 personas distribuidas en todo el país, basados en textos, videos y archivos flash, de audio, PowerPoint, ejecutables y PDF. Alfredo Cherara lidera el proyecto y cuenta que "la aplicación está instalada en un servidor del proveedor y se accede desde nuestro portal institucional. Esto permite hacer cambios en un curso mediante un acceso web y que estén inmediatamente disponibles para todos. Lo único que se necesita es cualquier navegador web, aunque los exámenes *on line* y la creación de páginas de texto enriquecido (función del tutor/administrador) solo pueden hacerse con

OPINION

Gabriela Sacco
Presidente de Educic y ejecutiva de Escuela Internacional de Desarrollo, Educación y Capacitación (Eidec)



Las claves del e-learning

En el pasado, fue una estrategia de capacitación innovadora, y despertó dudas sobre su eficiencia y su efectividad. Hoy, en pleno auge de la Web 2.0, no es adecuado pensar el e-learning de esa forma. Los cambios tecnológicos, productivos y comunicacionales requieren entender la capacitación como un recurso que aporta dinamismo y competitividad a las empresas. Y el e-learning debe ser concebido como un medio eficiente para gestionar y transformar el conocimiento implícito, en explícito. El mito indica que sólo las grandes empresas implementan e-learning, porque es caro. Pero, hay plataformas de e-learning que sólo requieren unos cientos de pesos de inversión mensual y otras que sí insumen mayor inversión. La diferencia no suele estar en la generación de experiencias más o menos ricas de aprendizaje: los costos suben cuando, por ejemplo, esas plataformas deben interactuar con sistemas de gestión ya implementados. Si una empresa quiere que las acciones de capacitación sean registradas por su sistema de gestión de personal, o que los

empleados ingresen a la intranet y a la plataforma de e-learning con la misma clave, el sistema llevará más programación, y el costo se elevará. La recomendación es comenzar con soluciones de e-learning escalables, que permitan aumentar la complejidad, según las necesidades. Otra sugerencia es mantener independencia de proveedores. Es decir, poder incluir cursos de diversos proveedores y hasta pensar en escenarios propios de aprendizaje. Un tercer punto a considerar es cuidar que la plataforma de e-learning incluya herramientas 2.0 (blogs, wikis, foros de discusión, chat y todo lo que promueva la interacción y el trabajo colaborativo) y que esté basada en la norma Scorm, o que permita definir recorridos de aprendizaje. Otra opción es contratar un servicio por el cual la Pyme acceda a cursos mediante Internet. Esto permite contratar a un proveedor, o institución educativa, y ofrecer un mismo curso en todas sus sucursales, logrando la participación de todos los empleados y el monitoreo, en tiempo real, de la experiencia de aprendizaje.

Internet Explorer. Funciona con vínculos de 512 Kbps, pero depende del formato de los cursos: no es lo mismo video que animaciones flash".

Previamente, capacitaban a sus empleados en forma presencial. Ante la necesidad de sumar cursos, y luego de un par de años de análisis, comprendieron que, por la gran dispersión geográfica, esta modalidad les permitiría cumplir el Plan Anual de Capacitación.

El ejecutivo agrega que el proveedor les brindó consultoría y que "la implementación fue inmediata y sin grandes inconvenientes. Hoy le contratamos la tecnología, el diseño de contenidos y el soporte técnico. Pero se pueden ejecutar cursos de otros proveedores si están diseñados bajo SCORM". Este es un estándar adoptado por la industria que permi-

Además del costo del LMS, influyen la base de datos, la administración del software, la adaptación necesaria, el entrenamiento y los upgrades.

te que cursos basados en él puedan correr en cualquier LMS compatible con la norma.

En cuanto a la inversión, Cherara explica que pagan una tarifa plana “de alrededor de \$ 1.500 mensuales sin importar la cantidad de cursos o alumnos. El mayor importe está en el desarrollo de cursos propios”.

Código abierto o propietario. La otra opción que baja costos es usar una plataforma *open source*. No obstante, en San Cristóbal SMSG evaluaron varias “pero creemos que aún el software libre no garantiza la seguridad de la aplicación”, dispara Cherara.

Para Leonardo Rodríguez, director de Investigación y Desarrollo de e-ABC, “no hay diferencias entre una plataforma *open source* y una propietaria, más allá del modelo de licenciamiento y desarrollo. En ambos casos hay soluciones de calidad y variedad de prestaciones. Un software *open source* ofrece un TCO (Total Cost of Ownership) menor y puede ser adaptado a las particularidades de una Pyme. Pero, es difícil estimar cuánto más económico es porque depende de muchos factores. Hay cientos de LMS propietarios de diversos valores y modelos de comercialización: solo SaaS, solo licencias o modelo mixto. Entre los que venden la licencia hay también diferentes políticas: desde la venta por un valor cerrado (como comprar un paquete Office) hasta la venta de licencias por usuario con un *fee* anual. También entran en juego los *upgrades* y el soporte técnico que, si es SaaS, pueden estar incluidos. Si la licencia se instalará en servidores propios, también influye el costo de la base de datos porque muchos sistemas propietarios soportan solo bases de datos comerciales. Otros, igual que los *open source*, admiten también las de licencias libres, como MySQL o PostgreSQL. Por último, los sistemas *open source* evolucionados ofrecen ventajas con respecto a los propietarios: no depender de un proveedor, actualizaciones más frecuentes, gran número de extensiones que suman funcionalidades y gran comunidad de usuarios”.

Los cursos. Casi no hay limitaciones en cuanto a temas: desde idiomas, técnicas de venta y resolución de conflictos hasta normas de seguridad, entrenamiento en Sistemas y comercio exterior. Pero el costo de desarrollar cursos multimedia puede ser cuatro veces el de desarrollar cursos tradicionales. No obstante, depende de la duración del curso, de si hay material para desarrollarlo y de cuántos cursos se contraten. Según Piazza, de Fased Technologies, “existen dos alternativas: que quien contrata el desarro-

llo del curso provea los contenidos a virtualizar o que pida un curso determinado y el proveedor lo desarrolle íntegramente (diseño y contenidos). Es un trabajo artesanal. Un curso muy básico en recursos multimedia y programación parte de \$ 2.000 promedio por hora de curso. Cursos con personajes, actuaciones, locución y simulaciones pueden costar hasta \$ 10.000 por hora o más”. Por su parte, García, de e-ducativa, dice que “se puede pensar que un curso tipo puede requerir 30 horas de producción de contenidos a \$ 200 cada una”.

La Escuela de Negocios de la Fundación Formación Empresaria brinda capacitación a Pymes y emprendedores. Los cursos se dictan on line (mediante un campus virtual provisto por Geminisnet) o por blended learning. Walter Franchini, su director académico, afirma que para desarrollar los cursos “hay que definir un programa y crear un diseño didáctico que fije el formato y alcance de los contenidos. Muchas veces la empresa quiere llevar el material de sus cursos internos al formato virtual pero hay que adaptarlo tanto en lo visual como en lo estructural, y esto requiere especialistas en pedagogía on line. Si solo se piensa en tener archivos digitalizados, se habla de educación a distancia, no de e-learning. A medida que se desarrollan los contenidos, hay que capacitar a quienes gerenciarán el proyecto en lo tecnológico, en la comunicación y en las tutorías. Es clave porque necesitará manejar herramientas interactivas para ofrecer varias vías de contacto a los alumnos”.

Para no fracasar. Para que un proyecto de e-learning sea exitoso, todas las áreas que intervienen -Sistemas, RR.HH., Ventas, Marketing- deben trabajar juntas. También hay que dimensionar correctamente el tiempo y la cantidad de personal que va a requerir por parte de la empresa cliente.

Y no es posible evitar la sensibilización de los futuros usuarios. Alfredo Cherara, de San Cristóbal SMSG, admite que tuvieron “cuestionamientos pero hicimos un trabajo previo de concientización del personal y se contuvieron con el transcurso de los dictados. A los empleados mayores les resulta más difícil usar herramientas informáticas para leer. Lo resolvimos entregando un archivo final con el contenido teórico. Y con un soporte que en 24 horas contesta consultas”.

Según Franchini, de la Fundación Formación Empresaria, “el error es creer que estos proyectos solo dependen de la tecnología y usar un LMS sin interactividad ni multimedia. Es la mejor forma de lograr una rápida deserción de alumnos”. ◀

INFOPLUS

Edutic

Asociación de Entidades de Educación y Tecnologías Educativas de la República Argentina
(011) 4328-3027
www.edutic.org.ar

e-ABC

(011) 4311-4153
www.e-abclearning.com

e-ducativa

(0341) 440-2514
www.e-ducativa.com

Escuela Internacional de Desarrollo, Educación y Capacitación (Eidec)

(011) 4328-3138
www.eidec.com.ar

Geminisnet

(011) 5279-4708
www.geminisnet.com.ar

Fased Technologies

(011) 5032-3693
www.fased.com.ar