

1^{er}

Barómetro de e-learning en Europa



Editorial

El barómetro europeo de e-learning, realizado por Crossknowledge, Féfaur e Ipsos, presenta por primera vez, en detalle, información comparada sobre el e-learning en los principales mercados europeos.

De este análisis se pueden sacar tres conclusiones: En primer lugar, se puede afirmar que, en efecto, existe una pauta europea de utilización del e-learning. Parece que en todos los mercados estudiados se utiliza el mismo sistema para presentar y aplicar los cursos de e-learning, independientemente del grado de madurez que tenga cada mercado y de sus particularidades culturales.

Segunda conclusión: en cuanto a la expansión del e-learning; aunque el proceso todavía no ha concluido, augura un brillante futuro. Tanto en términos estadísticos como en lo que respecta a las personas interesadas, este modo de formación se encuentra en pleno crecimiento. El estudio pone de manifiesto que, cuanto mayor es el uso del e-learning, mayores son las expectativas de ampliarlo en años venideros, sobre todo aumentando la cantidad de soportes y dispositivos.

Por último, destacar que el blended learning es el más solicitado, aunque cada vez más empresas piden cursos de e-learning en modalidad de autoservicio y sistemas para que un gran número empleados tengan acceso a plataformas interactivas. El e-learning se convierte, por lo tanto, en un elemento fundamental para impulsar el rendimiento individual y colectivo.

¡Qué mejores argumentos para convencer a las empresas que todavía no lo tenían claro!

Steve Fiehl

Director responsable de innovación
CrossKnowledge

Michel Diaz

Director adjunto
Féfaur

Antoine Solom

Director internacional
IPSOS Loyalty

Índice

Editorial.....	03
Metodología	05
Antigüedad del e-learning.....	06
Cuota de mercado del e-learning.....	08
Porcentajes de uso del e-learning	10
Evolución del e-learning.....	12
Objetivos del e-learning	14
Usuarios del e-learning.....	16
Campos de aplicación del e-learning.....	18
Recursos del e-learning.....	20
Dispositivos de e-learning	22
Factores clave del éxito y obstáculos	24
Indicadores de seguimiento.....	26
Acerca de	28

Metodología

Objetivos del 1^{er} barómetro de e-learning en Europa

En esta primera edición, el barómetro del e-learning en Europa pretende mostrar el lugar que ocupa el e-learning en las estrategias de formación. También tiene como objetivo comprender la utilización del e-learning, en torno a 3 ejes:

- Evolución y lugar que ocupa el e-learning
- Sistemas y campos de aplicación
- Condiciones de éxito e indicadores de seguimiento

Metodología

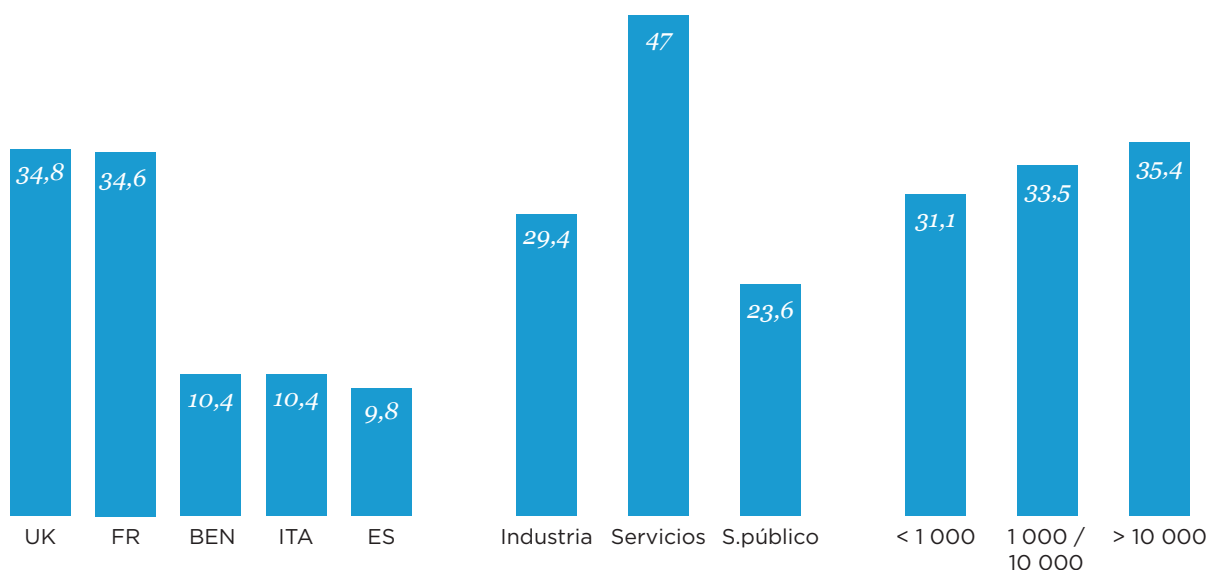
Este barómetro se llevó a cabo entre el 8 de septiembre y el 7 de octubre de 2011 en 6 países europeos: Francia, Reino Unido, España, Italia, Bélgica y Países Bajos. La realización corrió a cargo de Crossknowledge, Féfaur e Ipsos, pero también aportaron su colaboración las siguientes asociaciones profesionales: Learning and Skills Group (Reino Unido), AEDIPE (España) y AIDP (Italia).

El barómetro se ha llevado a cabo mediante un cuestionario en línea, al que respondieron 511 directores y responsables de formación. El 100% de los encuestados trabaja en empresas que utilizan el e-learning.

Tipo de muestra

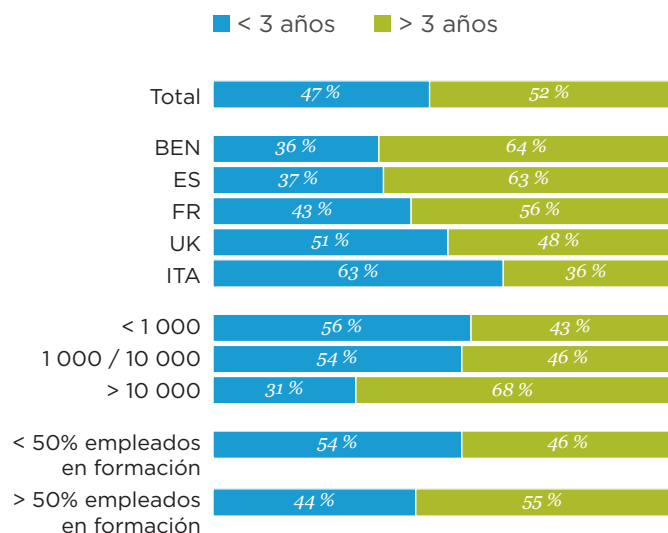
La muestra seleccionada permite efectuar un análisis pertinente por países, tamaño de las empresas o sectores de actividad.

Este documento presenta todos los resultados en porcentaje de respuestas.



Antigüedad del e-learning

▼ ¿Desde cuando utiliza su empresa el e-learning?



Primera conclusión: se da un buen equilibrio, en lo que a antigüedad se refiere, entre las empresas que utilizan el e-learning desde hace más de 3 años (52%) y las que lo aplican desde hace menos tiempo (48%). Entre los países más “avanzados” destacan los del Benelux y España, con un 64% y 63% de respuestas, respectivamente. Estos países cuentan, desde el año 2000, con una oferta de e-learning que se beneficia además de ventajas fiscales.

Aunque Francia no se ha descolgado del pelotón, sí ha acumulado retraso con respecto a sus homólogos europeos, como veremos, en lo que respecta a la penetración del e-learning. Una de las causas es el predominio de la formación presencial, muy anclada en el dispositivo de formación continua desde los años 1970.

Cabría esperar que el e-learning se haya implantado antes en las empresas británicas, pero no es el caso.

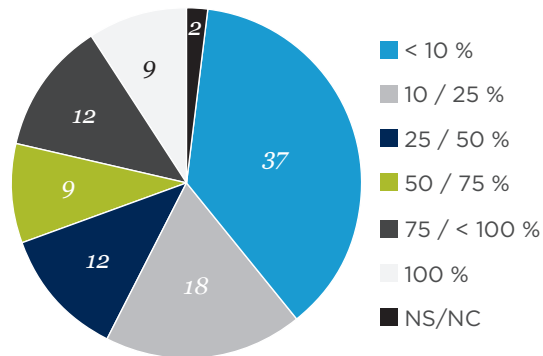
Otro dato importante confirma los resultados de otros estudios realizados en diferentes países: las grandes empresas son las que empiezan a utilizar antes el e-learning. No es sorprendente: la cantidad de empleados es mayor y existe además la necesidad de sincronizar la adquisición de competencias con los intereses del negocio,

“Claramente las grandes empresas adoptaron antes el sistema: el 68% de las empresas de más de 10.000 empleados usa el e-learning desde hace más de 3 años”

en todo el mundo y al menor coste posible. Por todas estas razones, las grandes empresas comenzaron a interesarse por el e-learning a principios de 2000.

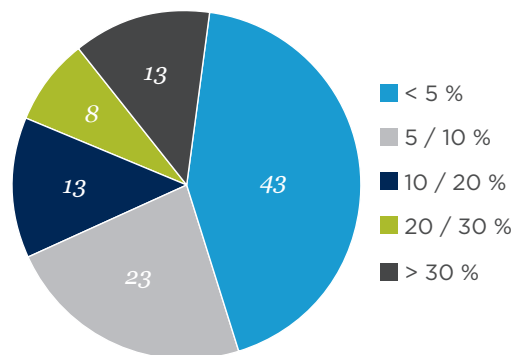
Porcentajes de uso del e-learning

▼ En 2010, ¿cuántos empleados han realizado al menos un curso en e-learning?



Para comprender estas cifras, hay que tener en cuenta que el e-learning es un sistema de enseñanza relativamente reciente. No obstante, se puede constatar que, en 2010, un 30% de las empresas había ofrecido al menos un curso de e-learning a más de la mitad de sus empleados.

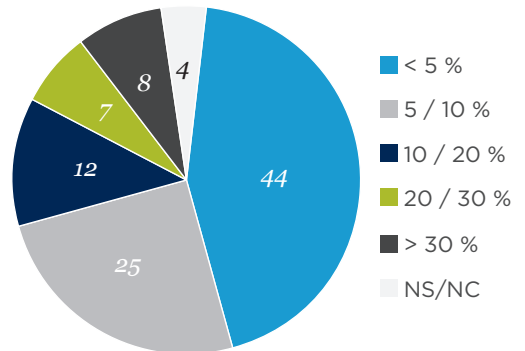
▼ ¿Qué porcentaje representa el e-learning con respecto a todos los cursos de formación que ofrece su empresa?



En un 20% de los casos, el e-learning ya representa más del 20% del tiempo total dedicado a la formación.

▼ ¿Qué porcentaje de su presupuesto de formación representa el e-learning?

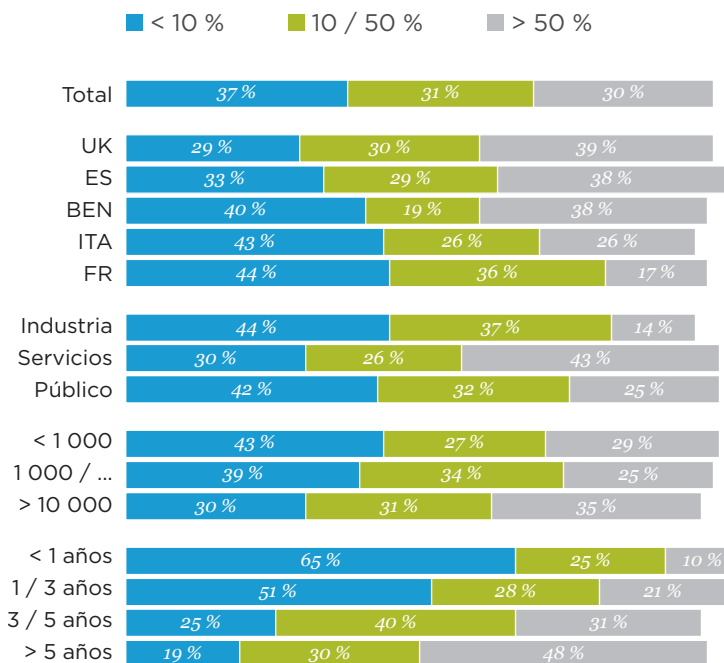
Con respecto a los presupuestos, la mayoría de las empresas encuestadas todavía dedican menos del 10% del gasto total al e-learning. Hay que tener en cuenta la dificultad que supone para las empresas, acostumbradas a gestionar los costes de cursos presenciales, incluir el nuevo modelo de inversión en sistemas de e-learning.



Penetración del e-learning

▼ En 2010, ¿cuántos empleados han realizado, al menos, un curso de e-learning?

(en % del total de empleados)



Evidentemente, estas cifras varían en función del país, del sector de actividad, del tamaño de la empresa y, sobre todo, de la fecha en que se empieza a utilizar el e-learning.

Cabe destacar que la cantidad de empleados que habían hecho un curso mediante e-learning en 2010 es mayor en las grandes empresas y en el sector servicios.

En el sector bancario, por ejemplo, la mayor importancia del e-learning se explica, en particular por: i) la rápida evolución de los productos, servicios y reglas en este ámbito, que exigen la aplicación de cursos de formación rápidos y en masa, ii) la cantidad de equipos informáticos que usan los empleados, mayor que en otros sectores, iii) el nivel inicial de estudios de los empleados, iv) además del porcentaje de movilidad, superior a la media.

“En el sector servicios aumenta el uso del e-learning”

Seguramente no resulte sorprendente observar el retraso del sector industrial, sobre todo por culpa de la organización del trabajo y del equipamiento “limitado” de los puestos de trabajo en el entorno industrial.

En Francia, sólo un 17% de las empresas (frente al 40% en Reino Unido, España y los países del Benelux) ha ofrecido formación a un 50% o más de sus empleados mediante e-learning. Aunque también cabe preguntarse si las empresas francesas que respondieron a la encuesta tuvieron en cuenta al hacerlo los cursos de e-learning incluidos en itinerarios

formativos mixtos (Blended Learning), muy utilizados en este país.

Si no es el caso, el retraso relativo será menor. En todo caso, siguen sin estar claras las razones de la aparente dificultad que tienen las empresas francesas para aplicar el e-learning más a menudo.

Si se comparan factores como el tamaño de las empresas y la antigüedad, el porcentaje de e-learning aumenta considerablemente en el segmento de las grandes empresas que utilizan sistemas a distancia desde hace más de 3 años.

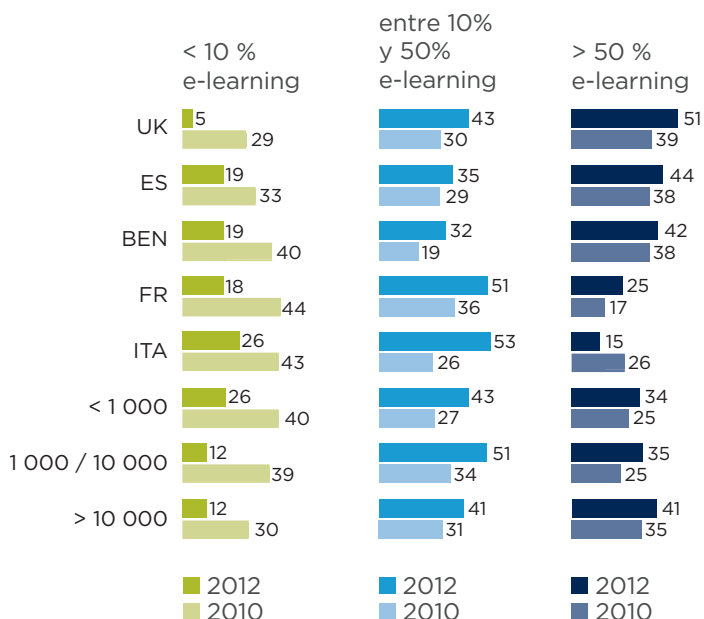
Evolución del e-learning

Las empresas encuestadas pronostican un amplio crecimiento del e-learning en 2012. El porcentaje de empresas que ofrecen “poca” formación a sus empleados mediante e-learning (menos del 10%) se reducirá en gran medida, pasando del 37% en 2010 al 15% en 2012.

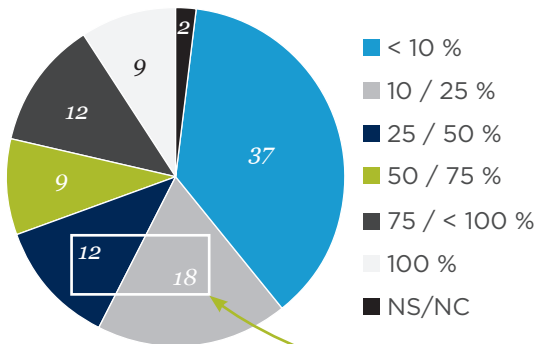
Por el contrario, una cantidad cada vez mayor de empleados realizará cursos en e-learning a partir de 2012. El porcentaje de empresas que forman entre un 10% y un 50% de sus empleados mediante este sistema pasará del 30% al 45% de la muestra entre 2010 y 2012.

Este dato es una muestra de madurez: después de haber comprobado los beneficios del e-learning en una reducida cantidad de trabajadores, las empresas lo utilizan para resolver problemas de formación en un público objetivo mucho más amplio.

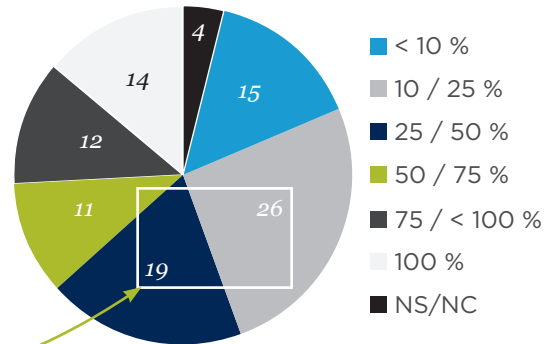
▼ Evolución prevista para 2012 por países y por tamaño de las empresas



▼ ¿En 2010, cuántos empleados siguió por lo menos una formación del e-learning?



▼ ¿Cuáles son sus objetivos para 2012?



El estudio por países pone de manifiesto las diferencias entre ellos. Las empresas británicas, en concreto, desarrollan ampliamente el uso del e-learning: el 51% ha ofrecido al menos un curso a más del 50% de sus empleados (frente al 39% en 2010). Por lo tanto, aunque estas mismas compañías habían adoptado el e-learning más tarde que sus homólogas europeas, encabezarán su uso, con diferencia, en 2012. Una demostración clara del “pragmatismo anglosajón” que, una vez comprobada la eficacia de un sistema, intenta aplicarlo rápidamente a gran escala. Las empresas francesas e italianas también recurrirán cada vez más a los cursos en e-learning: el porcentaje de las que formará a distancia entre un 10 y un 50% de los empleados pasará de un 36% (2010) a un 51% (2012) en Francia y de un 26% a un 53% en Italia.

Esta aceleración/masificación del uso del e-learning afecta a empresas de todos los tamaños, tanto las grandes como las PYMES. De hecho, las empresas de menos de 1.000 empleados que forman entre un 10% y un 50% de sus empleados mediante este sistema pasarán del 27% al 43% entre 2010 y 2012. La tendencia se confirma en empresas de entre 1.000 y 10.000 empleados, que aumentan el porcentaje de

formación de empleados en e-learning, pasando del 34% al 51%.

En resumen, se puede decir que ahora las empresas de cualquier tamaño confían en el “enfoque e-learning”. Durante años sólo las de mayor tamaño aplicaban este método, que poco a poco fueron presentando a sus socios y empresas subcontratadas, proponiéndoles cursos en e-learning sobre sus productos y procesos.

Además, la progresiva aparición de grandes catálogos de contenidos e-learning completos y listos para usar ha abaratado su coste. Las empresas más pequeñas, que ya no podían permitirse prescindir de sus empleados durante formaciones largas, consideran el e-learning como un sistema más compatible con las necesidades operativas.

Objetivos del e-learning

El 45% de las empresas esperan optimizar los costes de la formación mediante el e-learning. El incierto clima económico seguramente refuerce esta tendencia, como hemos podido comprobar en anteriores ocasiones.

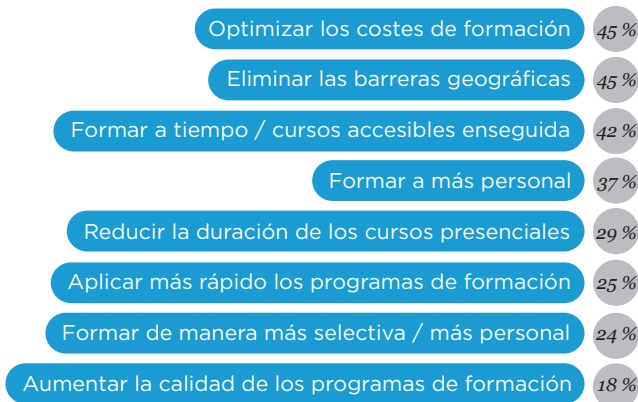
Un 37% de ellas espera también que los cursos en e-learning eliminen las barreras físicas de la formación presencial, para poder ofrecérsela a un mayor número de interesados.

Hay que tener en cuenta ambos datos porque, aunque muchas empresas quieren mantener o reducir los costes totales de formación, también esperan poder ofrecer cursos a más empleados. Las necesidades giran, por lo tanto, en torno al coste horario de los cursos y, aunque un 29% de las empresas ESPERAN que el e-learning contribuya a reducir la duración de la formación presencial, también quiere optimizar los costes. Estas respuestas ponen de manifiesto los límites de esta última en lo que a reducción de costes se refiere, sobre todo porque sus principales componentes ya se optimizaron entre 1990-2000 (presión sobre el coste de los formadores, reducción del tiempo de formación presencial, aumento del tamaño de los grupos, etc). Los cursos a distancia, gracias a su estructura de costes fijos y su lógica de inversiones previas, participan en la ruptura del modelo económico de formación.

La posibilidad de proponer varios formatos de e-learning (módulos, videocasts, e-learning móvil, juegos serios, cuestionarios, etc.), de duración cada vez más corta, acelera la reducción de los costes horarios de formación y permite aumentar la cantidad de estudiantes. Su uso a través de dispositivos móviles (smartphones, tabletas digitales, etc.) se enmarca también dentro de esta tendencia y probablemente las nuevas secuencias pedagógicas sean todavía más cortas, de tipo micro-learning.

La desaparición de los obstáculos geográficos representa un objetivo tan importante como el de la optimización de costes. Los dos están vinculados, dado que gracias al e-learning las empresas consiguen reducir de manera significativa los gastos de desplazamiento y de alojamiento. Esta eliminación de barreras físicas guarda asimismo relación con dos necesidades: i) los cursos de formación "just in time" (42%),

“Un doble desafío: reforzar la eficiencia de la formación y optimizar costes”



◀ ¿Qué objetivos prioritarios asigna al e-learning?

Los criterios de personalización de los cursos y de aumento de la calidad de los programas de formación ocupan el escalón más bajo en la jerarquía de necesidades, lo que pone de manifiesto la prioridad que dan las empresas a las ventajas operativas y a los beneficios intrínsecos del e-learning y de la formación blended: la reducción de costes, el aumento del público objetivo y del territorio que se puede abarcar, una aplicación más rápida y el acceso a la formación en el momento que se necesita.

Audiencia del e-learning

El e-learning ya no sólo se dirige a un grupo reducido de profesionales. Cada día más empleados lo utilizan, sobre todo en empresas que cuentan con este sistema desde hace tiempo. Se confirma así la teoría de que el e-learning puede cubrir las necesidades de todos los públicos.

El e-learning empieza a generalizarse en dos vertientes: las empresas que hasta ahora no lo utilizaban comienzan a interesarse y, además, se amplía al conjunto de los empleados tras una fase de experimentación que deja claro su interés para aquellos que pueden sacarle el mejor partido: comerciales, directivos y recién contratados.

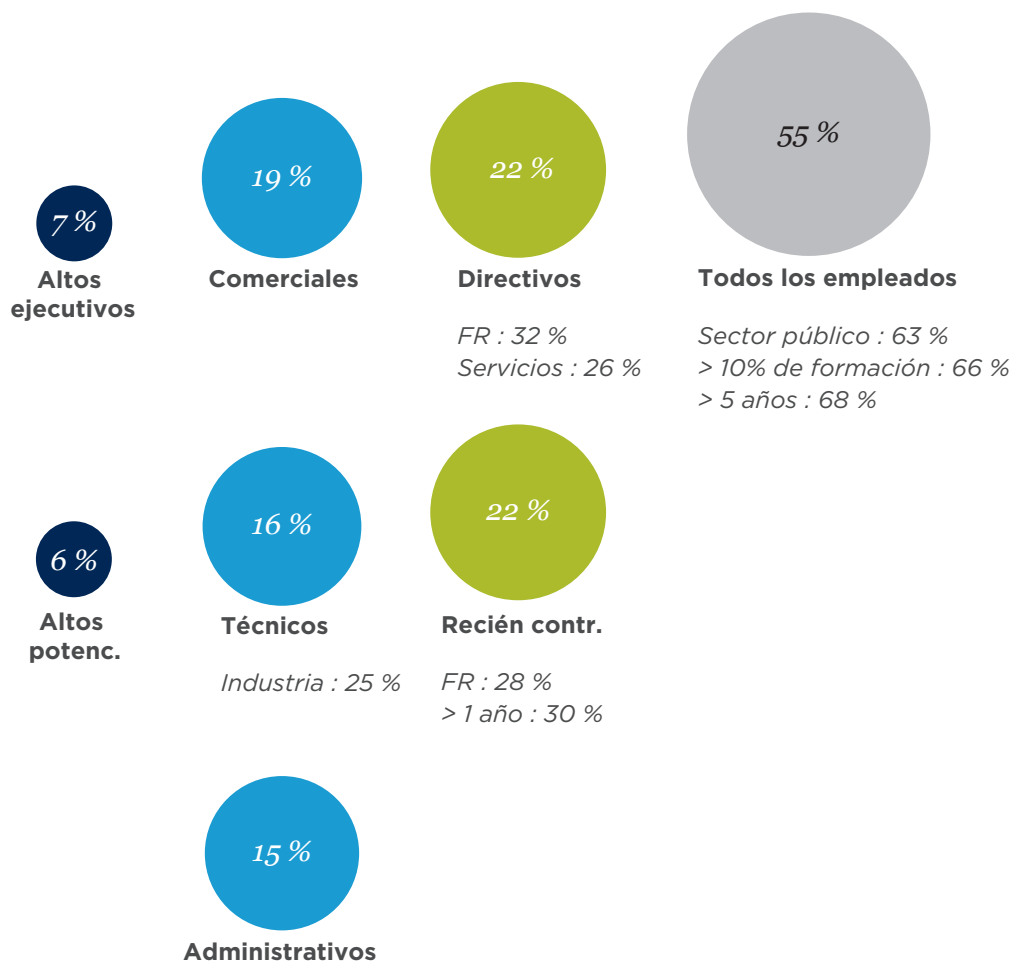
Los puestos de comerciales suelen ser los que más acceso tienen a los cursos en e-learning. Este hecho tiene la ventaja de ofrecer una formación en el momento preciso, por ejemplo cuando se lanza un nuevo producto, y de manera homogénea. Además, los cursos suelen estar disponibles en varios idiomas. Este comentario puede aplicarse tanto a las grandes empresas como a las PYMES.

Los directivos también son grandes consumidores de e-learning. Este grupo aspira a recibir más formación, más rápida y organizándose de manera autónoma. Cada vez más directivos eligen ellos mismos la formación que seguirán sus empleados, sobre todo en e-learning, con lo cual no es de extrañar que sean los principales usuarios.

En el ámbito de la gestión del talento, la formación inicial para aumentar la capacidad profesional de los recién contratados se apoya cada vez más en e-learning, sobre todo por la rapidez con que se puede empezar a utilizar, la facilidad de personalización y su alta calidad pedagógica. Esta tendencia a formar a los nuevos empleados a distancia crece conforme aumentan los años de uso del e-learning en la empresa. En este ámbito, las empresas francesas son punteras.

Las tendencias descritas deben analizarse teniendo en cuenta los temas de formación propuestos en e-learning, que cubren cada vez más ámbitos, con más cursos completos a la carta y mejor adaptados.

▼ En su empresa, ¿qué grupo(s) tiene(n) preferencia en los cursos en e-learning?



Ámbitos de aplicación del e-learning

Los ámbitos prioritarios de aplicación del e-learning en las empresas son básicamente los mismos que los de la formación continua tradicional.

Los ámbitos prioritarios de aplicación del e-learning en las empresas son básicamente los mismos que los de la formación continua tradicional.

El mayor porcentaje corresponde a la formación profesional: 67% de las empresas utiliza el e-learning en este ámbito. Como veremos, es el tema principal de los contenidos que se confeccionan a medida.

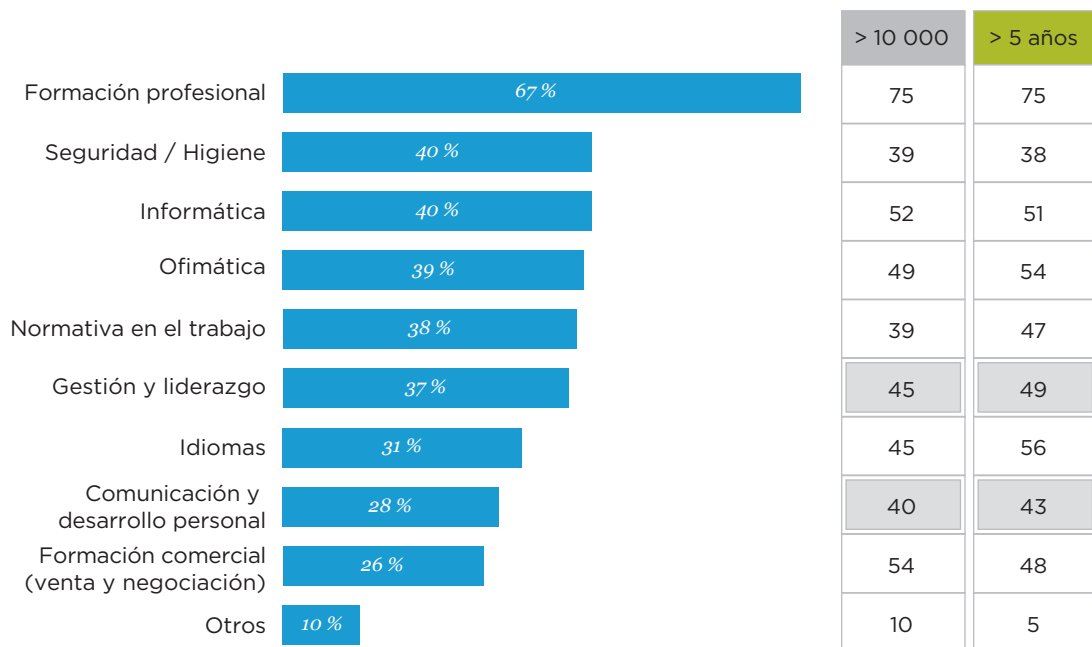
No obstante, desde hace varios años están apareciendo nuevos catálogos de contenidos e-learning ya completos dedicados a oficios y ramas profesionales concretas. Estos cursos suelen partir de la base de proyectos a medida, ampliándolos después, de manera más general, a todo el sector. A menudo se imparten con tutorías o dentro de una formación mixta (blended learning).

Los temas de higiene y de seguridad, así como normativa en el trabajo que suelen requerir, también son temas muy abordados en el e-learning. Son asuntos que conciernen a la casi totalidad de los empleados de un departamento o de una empresa y cada vez más a menudo su conocimiento es obligatorio. Las empresas quieren y tienen que proporcionar la formación necesaria porque, de lo contrario, se enfrentarían a importantes sanciones legales. No obstante, esta tendencia tiene menos peso en Francia (Seguridad/higiene: 25% de los encuestados - normativa en el trabajo: 28%) que en Reino Unido (57% y 53% de los encuestados respectivamente). Las empresas francesas todavía abordan estos asuntos mediante sistemas de formación tradicionales, privándose así de los beneficios que podría aportarles el e-learning en lo que respecta a reducción de costes, rapidez (sobre todo en este caso), trazabilidad y evaluación de progresos.

Tradicionalmente, se ha elegido el e-learning para cursos informáticos y de ofimática pero, al mismo tiempo, vemos que las grandes empresas lo utilizan cada vez más para temas de gestión, liderazgo, comunicación y desarrollo personal. Esta tendencia se acentúa en aquellas que disponen de e-learning desde hace más de 5 años y se refuerza en los planes de desarrollo de competencias de saber hacer, planes a los que las empresas conceden una

“Un abanico de temas cada vez más amplio en las grandes empresas”

▼ ¿Para qué temáticas / campos de aplicación utiliza hoy por hoy el e-learning en su empresa?



importancia cada vez mayor.

No resulta sorprendente comprobar que los idiomas representan un porcentaje ínfimo del e-learning en Reino Unido, teniendo en cuenta que el inglés es el idioma en el que las empresas (de países no anglófonos) invierten más.

Recursos de e-learning

En relación con el porcentaje de formación profesional mencionado anteriormente, los cursos a medida en e-learning siguen siendo los más utilizados, junto con las evaluaciones en línea. Cabe destacar que los dos porcentajes son muy similares.

En realidad, los módulos a medida y las evaluaciones en línea se complementan cada vez más: la mayoría de los módulos (a medida o ya listos) incluyen una evaluación (la mayoría de las veces obligatoria, para comprobar el nivel).

El aumento de los módulos a medida y de las evaluaciones en línea confirma el valor que les conceden las empresas. No obstante, el porcentaje de módulos ya completos, un 37% del total, sigue siendo importante y continúa creciendo, dado que el 25% de las empresas tienen previsto aumentar su uso.

Otra conclusión del barómetro: los espacios interactivos y los videocasts se utilizan ya en gran medida y, sorprendentemente, las empresas tienen previsto incluso intensificar su uso a corto plazo. Sin ninguna duda en este resultado han influido las aplicaciones 2.0, tan al gusto de la generación Y, así como su impacto en lo que se refiere a capitalización de los conocimientos e intercambio de buenas prácticas.

En lo que respecta al desarrollo de la modalidad e-book en las empresas, habrá que intentar evaluar el impacto de los lectores que han sacado al mercado las grandes librerías en línea y los nuevos hábitos de lectura que surgirán.

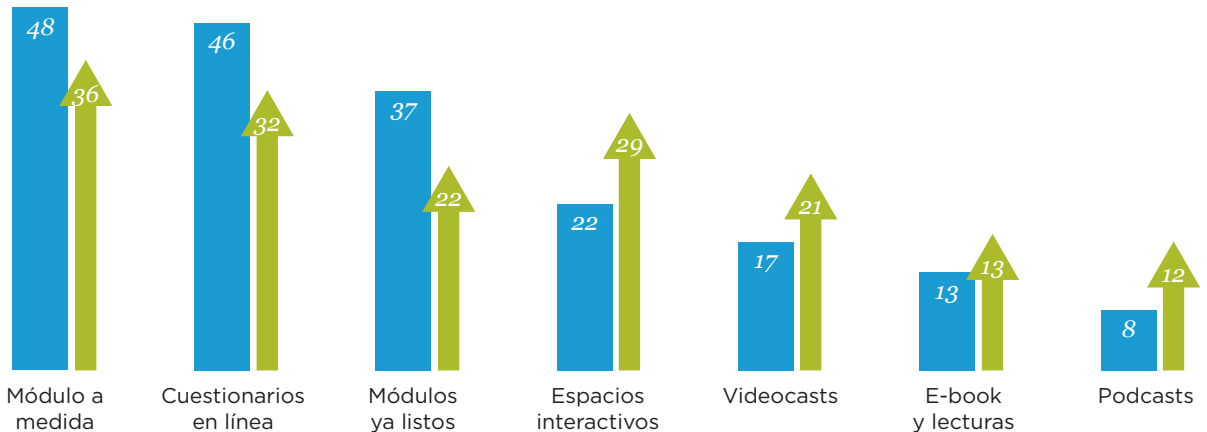
Otra importante constatación es el vínculo entre el tiempo que hace que la empresa dispone del e-learning y la cantidad de modalidades que utiliza. En otras palabras, las empresas comienzan por una pequeña selección de cursos y lo amplían conforme van conociendo el sistema, creando dispositivos cada vez más sofisticados, sobre todo desde el punto de vista pedagógico.

En resumen, cuanto más “se entrenan” las empresas, más amplían y utilizan el e-learning, en todas sus variantes, incluidas las más recientes.

“Un significativo aumento del uso de espacios interactivos”

▼ ¿Con qué frecuencia utiliza este tipo de recursos /actividades pedagógicas en su empresa?

▼ ¿Tiene previsto aumentar la frecuencia en los dos próximos años?



■ % Utilización "A menudo" + "Muy a menudo"

■ % de ampliación "sí, seguro"

Dispositivos de e-learning

El blended learning es el dispositivo más apreciado entre el 76% de los encuestados, en todos los países incluidos en el panel. Los resultados del blended learning parecen cumplir las expectativas, dado que el 47% de las empresas tiene previsto aumentar su uso a corto plazo.

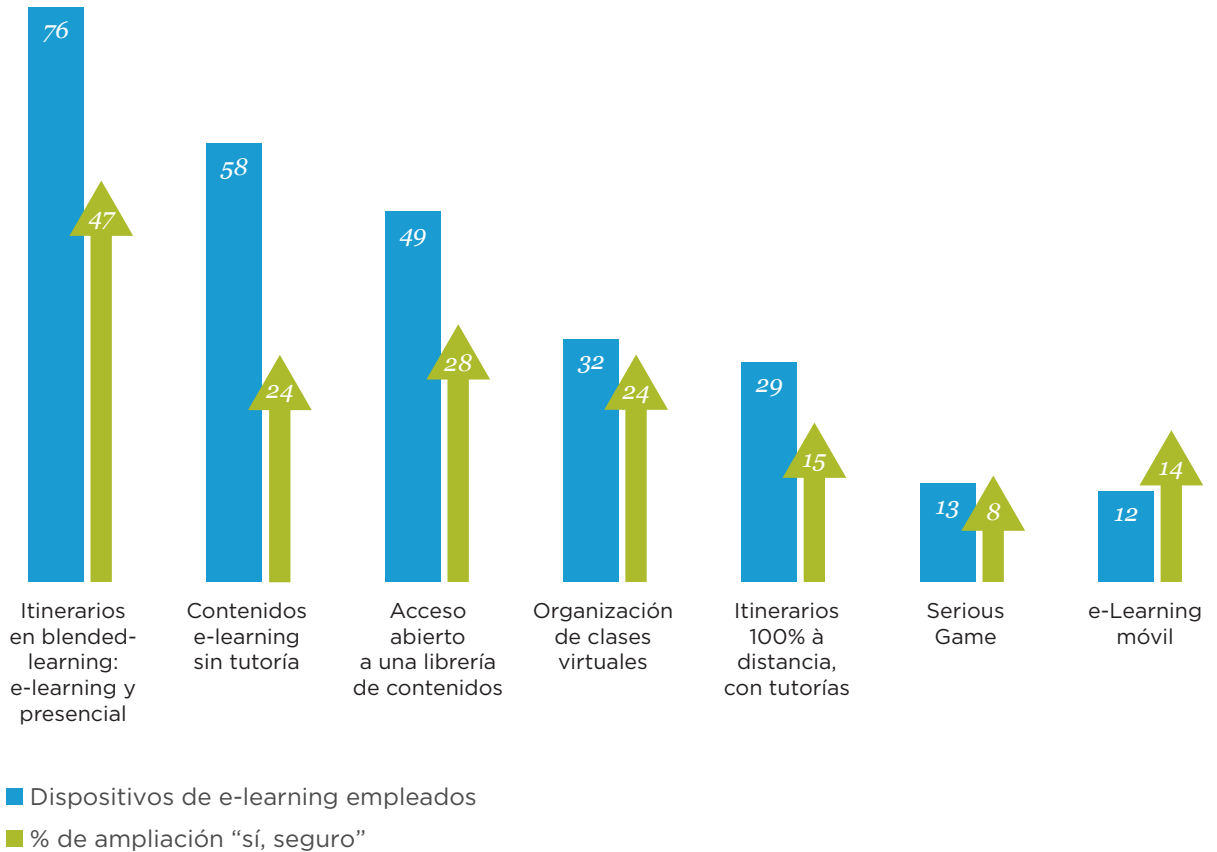
Como complemento de esta modalidad de formación, un gran número de empresas utiliza el e-learning sin tutoría, lo que demuestra que los empleados pueden auto-formarse con este dispositivo, de concepción más sencilla y más fácil de aplicar que los sistemas en blended learning. Este fue uno de los argumentos aducidos hace 10 años para explicar el fracaso de las primeras tentativas de e-learning -la falta de apoyo a los estudiantes-, pero no parece que siga tan vigente hoy en día. La madurez de los estudiantes, que buscan un curso “en el momento preciso”, en las vastas librerías de contenidos en autoservicio y la calidad de los contenidos explican en gran medida esos buenos resultados.

La organización de clases virtuales se impone poco a poco, pero con firmeza, aunque las empresas que desean aumentar su frecuencia son todavía minoritarias. Además de los obstáculos técnicos (el ancho de banda sobre todo), la pedagogía de una clase virtual, diferente de la que se puede aplicar en una reunión o en un curso presencial, todavía tiene que desarrollarse.

Conviene recordar que casi un 30% de las empresas utiliza itinerarios 100% a distancia, con tutorías, lo que supone un buen equilibrio entre el sistema presencial (con apoyo humano) y a distancia (con la optimización de costes). El siguiente punto seguramente no resulte sorprendente para quienes observen el mercado: las empresas no se muestran demasiado entusiastas respecto a los Juegos Serios (solo un 13% los utiliza). El learning móvil tampoco se usa mucho todavía, pero su potencial de crecimiento es claramente superior. Por un lado, el desarrollo de los juegos de aprendizaje suele resultar complicado y caro, porque se crean a medida y tienen que pasar meses entre la idea inicial y su aplicación efectiva; por otro lado, los módulos cortos, son fáciles de aplicar, accesibles desde un Smartphone o desde una tableta digital, cuyo mercado, según diversos estudios, está experimentando un gran crecimiento. Parece que las empresas prefieren el segundo enfoque, a pesar de que el mercado francés se mantenga en parte gracias a los poderes públicos, que toman como referente el éxito de la industria francesa de videojuegos.

▼ ¿Qué tipo de dispositivo de e-learning se utiliza en su empresa?

▼ ¿Tienen previsto ampliarlo en los próximos dos años?



Factores clave de éxito y obstáculos frente al e-learning

Aunque las empresas casi siempre recurren al e-learning por razones operativas (optimización de costes, mayor acceso a la formación, etc.), el éxito de los programas propuestos depende de la calidad de los dispositivos empleados. Se evalúan los contenidos, pero no sólo eso, también se analiza la calidad del dispositivo en su conjunto.

Para que el e-learning tenga una buena acogida, resulta fundamental la adecuación de los contenidos a las necesidades del negocio y que se tengan en cuenta los problemas de organización. De hecho, el no tomarlas en consideración (falta de tiempo, de disponibilidad) es uno de los principales obstáculos para la implantación del e-learning.

Los problemas técnicos aparecen como una constante en diversos estudios: ancho de banda insuficiente, ordenadores que no tienen bastante potencia o problemas de elección y con los parámetros de la plataforma LMS (Learning Management System), que es un sistema de información completo. En ocasiones, los responsables de formación / recursos humanos no se desenvuelven bien ante estas cuestiones y el diálogo con el departamento de informática no siempre es fluido.

Otros factores clave del éxito, desde el punto de vista de los usuarios, están relacionados con el apoyo pedagógico y el seguimiento mientras que, paradójicamente, un 58% de las empresas que utilizan el e-learning no cuentan con tutorías (cf. página 22).

“Los estudiantes consideran que la calidad es el principal factor de éxito”

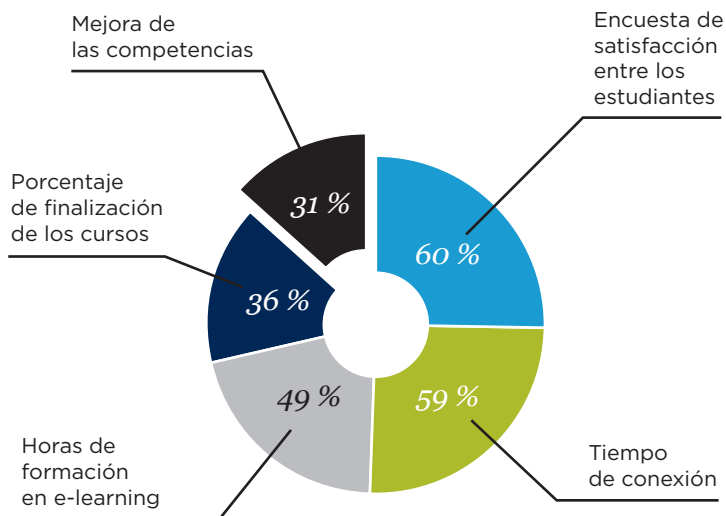
▼ Según su experiencia, ¿cuáles son los factores clave del éxito del e-learning desde el punto de vista de los estudiantes?

Factores de éxito	Calidad pedagógica de los dispositivos utilizados	61
	Adecuación de los contenidos a las necesidades del negocio	59
	Toma en consideración de posibles problemas de organización	46
	Seguimiento de los estudiantes	34
	Implicación de los superiores jerárquicos directos	29
	Información sobre el proyecto	23
	Obtención de un título / certificado al acabar la formación	10
Obstáculos	Falta de tiempo / falta de disponibilidad	63
	Problemas técnicos relacionados con los ordenadores o con la red	44
	Oposición cultural	35
	Falta de seguimiento	30
	Falta de apoyo de la jerarquía	30
	Contenidos que no se corresponden con el puesto	22
	Calidad de los contenidos pedagógicos deficiente	15
	Utilización complicada	14

▲ ¿Cuáles son los principales obstáculos que señalan los estudiantes?

Indicadores de seguimiento del e-learning

▼ ¿Qué indicadores utiliza para hacer un seguimiento de los dispositivos de e-learning en su empresa?



El indicador de evaluación que más utilizan las empresas son las encuestas de satisfacción entre los estudiantes. Esta práctica es todavía mayor en las empresas donde más del 10% de los cursos se hacen en e-learning, lo que se explica sobre todo por la “disponibilidad” de sistemas de evaluación en línea, a través de los LMS, para cualquier tipo de formación (e-learning, blended o presencial).

El porcentaje de finalización es otro de los principales indicadores de seguimiento, sin duda relacionado con las formaciones de puesta en conformidad y, de manera más general, con los cursos de adaptación de las competencias a las necesidades del negocio. Es importante que las empresas puedan demostrar, por ejemplo durante una inspección, que los empleados que dispongan de determinadas autorizaciones han completado la correspondiente formación.

Particularidad francesa: las empresas francesas dan más importancia a la cantidad de horas de formación en e-learning y al tiempo de conexión, dado que pueden incluir esos gastos en las partidas de formación. La diferencia es notable con respecto a los británicos, que se preocupan menos por las horas que por la cantidad

	FR	UK	< 10 %	> 10 %
Encuesta de satisfacción	56	63	55	70
Porcentaje de finalización	54	62	52	70
Horas de formación en e-learning	69	34	50	47
Porcentaje de conexión	60	15	39	31
Mejora de las competencias (comprobado mediante cuestionarios de autoevaluación)	23	36	25	43

de cursos anuales, el porcentaje de acceso y, sobre todo, la eficacia.

Las empresas inglesas evalúan la eficacia de sus cursos de formación comprobando la mejora de las competencias, algo que ocurre con mucha menos frecuencia en Francia. En general, en toda Europa, la evaluación de mejora de competencias se realiza el doble en empresas que dedican más del 10% de sus cursos de formación al e-learning que en las otras.

Se puede deducir un segundo efecto positivo del e-learning en las empresas: se consigue reanimar el antiguo debate sobre la evaluación para terminar planteándose el impacto de los nuevos métodos y sistemas en las competencias de los empleados y el negocio en general.

Sobre nosotros



Con más de 2,5 millones de usuarios, CrossKnowledge es el líder europeo de formación a distancia y ayuda a las organizaciones a transformarse, mediante el desarrollo de cada empleado.

Dependiendo de las expectativas y necesidades de cada cliente, CrossKnowledge propone soluciones integrales, con formatos pedagógicos exclusivos, contenidos de referencia en todo el mundo y una serie de servicios de apoyo. Estos sistemas garantizan un proceso de aprendizaje único para el interesado y un elevado retorno sobre la inversión.

CrossKnowledge colabora con empresas de todos los tamaños en 25 países, directamente o a través de su red de socios. Entre los clientes del grupo se encuentran Schneider Electric, Sodexo, Lafarge, CocaCola Enterprise, Jaguar Land Rover, Carrefour, BBVA, Vodafone, Repsol, Cepsa, Mutua Madrileña, Endesa, Mapfre, Gas Natural Fenosa, entre otros.

www.crossknowledge.com

FēFaUR

Creada en 2006 por Michel Diaz y Aude Dellacherie, Féfaur es la primera consultoría y asesoría independiente, especializada en e-learning, del mercado francés y uno de los líderes europeos.

Féfaur asesora y apoya a las empresas y organismos de formación a la hora de establecer y aplicar su estrategia de e-learning.

Además, esta consultoría publica estudios económicos y técnicos sobre la oferta y la demanda de e-learning, de reconocido prestigio en el mercado francés.

www.fefaur.com



Con presencia en 66 países, Ipsos es el n^o3 mundial en estudios de mercado.

El objetivo de Ipsos Loyalty es ayudar a sus clientes a crear relaciones duraderas, tanto con sus propios clientes como con sus empleados, estudiando su nivel de satisfacción y de fidelidad. Ipsos proporciona herramientas a medida para conseguirlo, además de un asesoramiento orientado a la selección de estrategias para mantener la clientela.

La empresa propone sistemas personalizados y resultados operativos que se pueden aplicar directamente. De esta manera, los clientes pueden evaluar el impacto concreto de las mejoras aportadas, tanto en la gestión de clientes como en los recursos humanos.

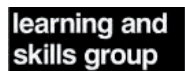
www.ipsos.fr/ipsos-loyalty/erm-gestion-de-la-relation-salariee

CROSSKNOWLEDGE 



FēFaUR

En colaboración con :



Asociación Española
de Dirección y Desarrollo
de Personas
AGRUPACION CENTRO

Este documento es propiedad de CrossKnowledge. Todas las marcas y logotipos, registrados o no, son propiedad de sus respectivos titulares. Este documento no tiene valor contractual. Creación y realización: Indexel