

Principales tendencias en el ámbito del e-learning

Desde hace algún tiempo se viene hablando de conceptos como la inteligencia artificial, la movilidad, la realidad virtual o la gamificación, entre otros, como el futuro del e-learning. Sin embargo, ¿qué hay de cierto en ello? ¿Hasta qué punto se están cumpliendo los pronósticos que se hicieron años atrás? En este reportaje hacemos un repaso por las principales tendencias pasadas para conocer mejor lo que podemos esperar de esta modalidad de formación. Y todo ello sin dejar de lado lo que supondrá para el sector el uso masivo que se está haciendo de este tipo de herramientas durante la crisis sanitaria provocada por la extensión del coronavirus Covid-19 en nuestro país.

Echemos la vista un lustro atrás. Por aquel entonces, la economía española ya había comenzado a pisar el acelerador y a alejarse del fantasma de la crisis económica. Las empresas empezaban a recuperarse e iniciaban un periodo de bonanza que también se dejaba notar en el ámbito de la formación corporativa. Más concretamente, el sector del e-learning ya manejaba cifras importantes. Por ejemplo, según la consultora Global Industry Analysts, en 2015 esta modalidad formativa superó en todo el mundo los 107.000 millones de dólares.

Y lo mejor de todo es que se le auguraba un futuro muy prometedor, como así está siendo. De hecho, la firma analista Global Market Insights publicó el año pasado el informe *E-Learning Market Trends 2019-2025* en el que confirmaba que este mercado cerró 2018 con un volumen de negocio global de 190.000 millones de dólares, y preveía que en 2025 esa cifra rondaría los 300.000 millones de dólares, lo que supondría una tasa de crecimiento anual compuesta del 7 %. Este

dato es aún más favorable si nos centramos en el e-learning corporativo, el cual, según este documento, tendría una tasa de crecimiento anual compuesta del 8 % hasta ese año.

Y es que, según explica la empresa Docebo en su último informe *Enterprise E-Learning Trends*

El sector del e-learning empresarial está experimentando altas tasas de adopción debido a la mayor demanda de programas de aprendizaje efectivos

2020, publicado hace unas semanas, "la formación y el desarrollo están de moda y también lo están las herramientas para ayudar a respaldarlo con mayor eficiencia y escalabilidad. En esencia,

el sector del e-learning empresarial está experimentando altas tasas de adopción debido a la mayor demanda de programas de aprendizaje efectivos para empleados, socios, clientes, miembros y otras audiencias." Y esto sin tener en cuenta el impulso que la crisis generada por el coronavirus en todo el mundo puede dar al sector, como mencionaremos más adelante.

Desde entonces, además, el sector ha ido evolucionando para adaptarse a las necesidades del mercado. "En estos cinco últimos años, el perfil del demandante de formación se ha consolidado. Los estudiantes actuales o las nuevas generaciones que se han incorporado al mercado laboral piden una formación e-learning diferente. Ya no es suficiente una amplia variedad de contenidos, ahora se demanda el *engagement* del usuario. Este es el gran reto o cambio que se ha producido en los últimos tiempos", explica **Emilio Segovia, director Comercial del Área Empresas de Grupo Innopulse (Iformalia)**, quien añade: "Los *millennials*, cada vez más, exigen plataformas intuitivas, contenidos interesantes y operativas motivadoras".

Así también opina **Ruth Benito, socia directora de Factum Training**, para quien durante estos últimos años "pasar del contenido de la formación a la experiencia del alumno ha marcado una gran diferencia". Y lo argumenta: "Hasta ahora nos encontrábamos con plataformas que contenían gran cantidad de contenidos, pero en ellas los futuros alumnos perdían más tiempo en buscar lo que querían aprender que en el concreto proceso de aprendizaje. La aparición del Big Data

¿Qué últimas tecnologías/tendencias están incorporando en su empresa en el ámbito del elearning?

Palmira García Antón, directora de Talento y Liderazgo de Calidad Pascual

En Calidad Pascual apostamos por la formación online y colaborativa como formato complementario a la presencial o en el puesto de trabajo. Para ello, hemos creado la comunidad de aprendizaje *Crecemos Juntos*, donde nuestras personas comparten conocimiento y tienen a su disposición contenidos de diferente índole para consumir en cualquier momento y desde cualquier dispositivo. Esta comunidad nos es de gran utilidad para disponer de píldoras formativas que refuerzan y refrescan los conocimientos adquiridos en formaciones presenciales o en itinerarios puramente online. Además, invertimos la forma tradicional de aprender y pasamos a enseñarnos unos a otros.



Antonio Díaz, director general de E-volucionaria

En E-volucionaria contamos con una herramienta propia llamada *Workfield* que nos permite a todos los empleados acceder a contenido formativo actualizado en cualquier momento y lugar desde un dispositivo móvil. La herramienta cuenta con múltiples funcionalidades, entre las cuales destacan la localización de recursos, el acceso a cursos teóricos y prácticos, la oportunidad de evaluar la formación a través de procesos de gamificación, así como la posibilidad de acceder al historial formativo de cada usuario e identificar los cursos pendientes por hacer por el empleado.



Alberto Ogando, chief People & Organization Officer de Generali

En Generali hemos desarrollado *We LEARN*, una plataforma de e-learning de última generación encargada de gestionar e impulsar la formación de todos los empleados a escala internacional. Esta herramienta, totalmente *responsive* y accesible para los usuarios en cualquier momento y lugar, tiene como objetivo ofrecer una formación totalmente personalizada. Sobre todo, buscamos que sea efectiva, por lo que antes de crear un itinerario formativo se realiza una evaluación del grado de partida de cada empleado en cada área de conocimiento que permite iniciar la formación en el nivel adecuado. Además, está totalmente alineada con los valores del grupo.





y la analítica de datos que permiten generar patrones de comportamiento, de tal manera que cada empleado pueda recibir aquella recomendación de formación que necesita y que se adapta a su forma de aprendizaje, ha marcado una gran diferencia”, asegura.

Por su parte, **Mario Plana, socio director de Actua Solutions**, también da su punto de vista al respecto: “En los últimos años, hemos visto una mayor demanda por parte de las organizaciones de sistemas e-learning más sociales, más móviles y que aportan una mejor experiencia de usuario. Nuevos sistemas han aparecido con *interfaces* más modernos, herramientas de gamificación, vídeo learning y catálogos de cursos integrados”.

Por su parte, **Román Zabal, director de Storytelling y Contenidos de Cookie Box**, también da su punto de vista al respecto, muy similar a los anteriores: “La tendencia de los últimos años ha sido la de ir desde modelos de aprendizaje individual a colaborativos; de modelos pasivos, a otros donde el usuario tiene todo el protagonismo activo; y de modelos estandarizados, a unos mucho más personalizados en los que el contenido y la experiencia se adaptan a las motivaciones y necesidades de los usuarios”.

Tendencias pasadas

Y en esta evolución que ha experimentado la formación e-learning durante los últimos años han ido apareciendo hitos en forma de tendencias, que en muchos casos se han consolidado y en otros no tanto, en dos ámbitos principales: la tecnología y los contenidos. Vamos a ocuparnos de cada uno de ellos.

En tecnología hay que hablar en primer lugar de la evolución que se produjo del formato Flash hacia el HTML5. En palabras de **Virginia Gaitán, consultora senior de proyectos e-learning de Educativa**, “el anuncio de la discontinuidad de Flash marcó un hito hace unos años. Se habían conseguido producciones muy sofisticadas con esta tecnología y comenzar con un nuevo lenguaje suponía un nuevo desafío”, comenta. Actualmente, continúa, “el desarrollo de cursos se realiza exclusivamente con HTML5,

La aparición del Big Data y la analítica de datos permiten generar patrones de comportamiento para que cada empleado pueda recibir aquella recomendación que necesita y que se adapta a su aprendizaje

llegando a los mismos niveles de complejidad de un curso en Flash. Además, con la experiencia, hemos aprendido a abandonar los cursos teóricos y tediosos para dar paso a otros más interactivos y emocionantes, donde el alumno puede participar y vivir una experiencia de aprendizaje, maximizando así las ventajas que ofrece la formación online”.

Esta, precisamente, a juicio de **José Manuel Martín, director de Productos de Software en Netex Learning**, es “una de esas tendencias que se pronosticaban en el pasado y se han cumplido”.

Además, en su opinión, ha facilitado otra tendencia importante como es el uso masivo de los dispositivos móviles para el e-learning. “La conversión de un volumen enorme de contenido realizado en Flash a HTML5 ha facilitado que se cumpla otra de las tendencias que se señalaban en aquel momento, como era la adopción del Mobile Learning”. Este caso, además, ha sido “especialmente curioso, porque, pese a que nunca ha sido un *hype* del mercado, hoy en día nadie se plantea contratar una plataforma que no se pueda utilizar desde dispositivos móviles, ni crear un contenido que no sea *responsive*. Se ha convertido en una condición necesaria sin pasar nunca por haber sido una condición suficiente”, manifiesta el directivo.

En este punto, Segovia, de lformalia, apunta alguna cifra al respecto. “En el año 2016, el 28 % de los usuarios de cursos online accedían a través de sus teléfonos. Se esperaba que en 2020 se superara al uso del ordenador y eso se está cumpliendo”. Además, esto está calando en las empresas. Según el mencionado informe de Docebo, casi el 70 % de las organizaciones ofrece formación a través del dispositivo móvil en alguna de sus variantes. Este es el caso de **Calidad Pascual**. “Nuestras personas nos demandan la generación de contenido específicos para dispositivos móviles, que puedan consumir cuándo y dónde quieran y en formatos ágiles. Disponer de micro aprendizajes a través de infografías, vídeos cortos, módulos de aprendizaje rápido...”, confirma **Palmira García Antón, directora de Talento y Liderazgo** de la empresa.

Paralelamente, durante esos años también se habló mucho sobre la posibilidad de ofrecer las

“Los clientes nos eligen por nuestro equipo y valores”



José Luis de Federico, fundador y CEO de Bizpills Group

Aunque todas las soluciones del Grupo Bizpills (OKN Learning, B-Talent, isEazy, Bizfit, Digital Gapp, EazyFactory y Hi-Impact) están compitiendo al mismo nivel con los líderes internacionales, la oferta que existe en el mercado es infinita. En nuestro caso, los clientes nos eligen por nuestro equipo y valores, algo que se resume en tres aspectos diferenciales. El primero es dar soluciones integrales. En un único proveedor tienen una oferta global de productos y servicios, y a equipos multidisciplinares a su disposición. El segundo es por nuestra vocación de servicio. Los clientes saben que tienen la garantía de que, ante cualquier problema o necesidad específica, nuestro equipo les dará solución. Y el tercero es por nuestra continua apuesta por la innovación. Esto se traduce en mejoras trimestrales de cada uno de nuestros productos, que están pensadas para hacer la vida más agradable a nuestros clientes.

plataformas LMS (*Learning Management System*) en modelo SaaS (*Software-as-a-Service*). Según Martín Márquez, de Netex Learning, “esta tendencia se ha cumplido completamente. Hoy en día todos los fabricantes ofrecemos nuestro *software* en la nube, lo que nos facilita liberar nuevas funcionalidades de forma rápida y adaptarnos al mercado mucho más rápidamente”.

Sin embargo, hay otras tecnologías que ya hace cinco años prometían mucho y que todavía siguen sin tener una implantación masiva. “Existen algunos temas en materia de innovación que no se están desarrollando de manera efectiva ni práctica. Hablamos de la realidad virtual, la realidad aumentada o la inteligencia artificial, las cuales, pese a existir, no se están implantando en las empresas en el grado, ni a la velocidad que se pronosticaba”, asegura José Luis de Federico, fundador y CEO de Bizpills Group.

De la misma opinión es Felipe Casajús, CEO de Inserver, para quien estas son tendencias “que requerían una mayor inversión tecnológica”, y “es probable que ese haya sido su principal escollo”. Y añade: “La magia del e-learning, precisamente, radica en la posibilidad de democratizar el proceso de aprendizaje, tanto en lo referido a cuestiones geográficas como en cuanto al requerimiento de habilidades técnicas”, comenta. “La tecnología debe facilitarnos la vida, no complicarla más. Por ese motivo, todas las dinámicas y tendencias que vayan en pos de esa simplicidad triunfarán; mientras que el resto lo tendrá más complicado o estarán destinadas a fines y situaciones muy específicas”, manifiesta.

“Contamos con la mayor herramienta de análisis de competencias existente en el mercado”

Guillermo San Román, regional director South Europe de Cornerstone OnDemand



Cornerstone combina un robusto LMS con una moderna LXP dotándolos del contenido necesario para cubrir las necesidades formativas de los empleados. Mediante el Machine eLearning y la Inteligencia Artificial dará la capacidad a las compañías de dotar del contenido relevante a cada empleado según la situación personal de cada uno. Todo ello inmerso en una gestión global de talento donde las habilidades sirven como la nueva moneda. Con la compra de la compañía Clustree, tenemos la mayor herramienta de análisis de competencias existente en el mercado, con una ontología de más de 50.000 competencias registradas que nos permitirá detectar fácilmente necesidades de competencias en los distintos estados del viaje del empleado por la empresa, dotándolo siempre de la formación que necesita, lo cual redundará en un mayor éxito y compromiso de los empleados con la organización.

Y las cifras van en esa dirección. Por ejemplo, según el informe de tendencias en e-learning de Docebo, solo el 9,6 % y el 4 % de las empresas están usando tecnologías de soporte para utilizar

Y lo mismo ha sucedido con el Big Data, “otra de las grandes palancas sobre las que se quería crecer de manera exponencial”, según Segovia, de lformalia. Sin embargo, “las expectativas por su uso eran enormes y, como pasa en muchas ocasiones, los resultados todavía son un poco decepcionantes”, puntualiza el directivo.

Casi el 70 % de las organizaciones ofrece formación a través del dispositivo móvil en alguna de sus variantes, algo ya imprescindible

El ámbito de los contenidos

Y por el otro lado, los contenidos, la forma de presentarlos y de organizarlos también han experimentado una gran evolución, con muchas tendencias de entonces totalmente asentadas hoy en día. Una de ellas es la conocida como microlearning o micropíldoras formativas, las cuales, según constata el estudio *Learning Management Tech 2018*, de Brandon Hall Group, es la tendencia en e-learning más implantada de todas, con un porcentaje del 53,9 %. Así lo manifiesta también Segovia, de lformalia: “Es

la realidad virtual y la realidad aumentada, respectivamente, en sus formaciones. En cuanto a la inteligencia artificial, el estudio confirma que el 40 % de las empresas la ha implementado en alguna de sus formas a lo largo del último año.



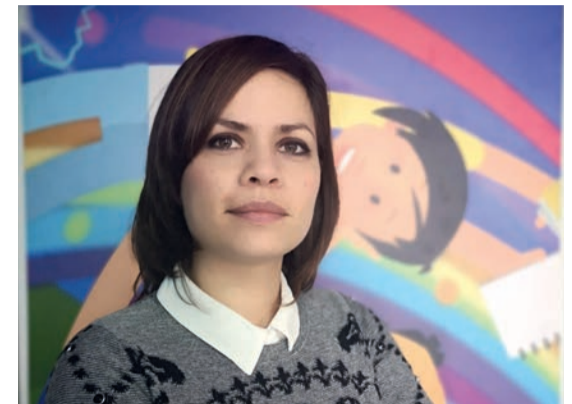
“Diseñamos experiencias digitales ad hoc basadas en lo que a los usuarios les motiva”

Román Zabal, director de Storytelling y Contenidos de **Cookie Box**



Cookie Box diseña experiencias digitales *ad hoc* basadas en lo que a los usuarios les motiva y les da placer, para generar aprendizaje real y el cambio de comportamiento buscados. Esto es, mediante una gamificación y un *storytelling* considerados con todo su rigor, no como capa exterior y meramente estética. Se ha trabajado mucho la gamificación como competición, pero eso solo funciona para el jugador de tipo *killer*. ¿Qué pasa con la gente que lo que quiere es compartir y colaborar? ¿Y con los que realmente les gusta es explorar, descubrir? ¿Y con los que quieren expresarse, crear algo nuevo? Las experiencias de aprendizaje digital deben diseñarse usando motivadores y palancas más inclusivas y poderosas. Y, claro, deben conllevar una medición precisa y segmentada de los resultados para ajustar lo que haga falta de manera ágil.

“Apostamos por una formación que genere un cambio real en alumnos y empleados”



Virginia Gaitán, consultora senior de proyectos e-learning de **Educativa**

Nos gusta definirnos como “socios tecnológicos” de nuestros clientes. Nos comprometemos para que el proyecto sea un éxito logrando que nuestros clientes pongan el foco en su negocio.

Apostamos por una formación que genere un cambio real en alumnos y empleados, poniendo mucho empeño en la creatividad y el impacto gráfico, la tecnología y el modelo pedagógico. Nuestro equipo trabaja cada día para desarrollar nuevas funcionalidades y mejorar todos nuestros productos y servicios. En definitiva, lo que nos diferencia es la capacidad para aportar soluciones tecnológicas creativas a cualquier proyecto. Para ello contamos con productos maduros y vanguardistas, desarrollados con tecnologías propias que brindan a nuestros clientes la seguridad de que “todo funciona sin problemas”. Por ello nos sentimos orgullosos de hacer al e-learning más simple, más fácil.

la fórmula que cada vez más se está imponiendo en el mercado. Las nuevas generaciones buscan resultados a corto plazo, las disponibilidades de tiempo son escasas y las posibilidades que ofrece la tecnología ayudan a que sea la operativa más demandada por los consumidores de teleformación. Así lo ejemplifica García Antón, de Calidad Pascual: “Nuestro gran reto es la escasez de tiempo y compatibilizar nuestras responsabilidades del día a día con la formación”. Por tanto, continúa, “ya no es viable la dedicación a tiempo completo a un itinerario o curso de aprendizaje. Necesitamos, y estamos generando, metodologías diferentes que nos permiten crear formaciones más cortas e intensivas para aprender más en menos tiempo”.

Y lo mismo sucede en **Generali**: “Es importante ofrecer una formación totalmente flexible, de forma que el empleado pueda acceder a ella en el

momento que mejor se adapte a su carga laboral y su vida privada, así como a través de cualquier dispositivo. Sin duda, una de las claves es que sea 100 % flexible y se adapte a las necesidades de los usuarios en todo momento”, explica **Alberto Ogando, Chief People & Organization Officer** de la empresa.

Las cifras, además, les dan la razón. Según el citado informe de Docebo, el 87 % de los millenials afirma que, para ellos, el desarrollo profesional es muy importante en su trabajo, pero la mayoría sienten que su experiencia de aprendizaje es aburrida y no relevante.

Para evitar esto, esas micropíldoras formativas, en muchos casos, están basadas en el vídeo, que es otra de las tendencias pasadas que ha acabado por imponerse hoy en día. “El uso del vídeo se ha convertido en un recurso indispensable, porque permite crear contenido impactante, emocionante o explicativo, logrando una retención mucho mejor”, según Gaitán, de Educativa.

Pero no es el único. La gamificación también está sobradamente implantada hoy en día. Así lo ratifica Casajús, de Inserver: “Somos una empresa centrada en la construcción de soluciones tecnológicas a través de dinámicas de gamificación y GBL, por lo que nos podemos permitir confir-

Hoy en día todos los fabricantes ofrecen *software* en la nube, lo que facilita liberar nuevas funcionalidades de forma rápida y adaptarse al mercado rápidamente

mar que esta tendencia no solamente ha triunfado, sino que continúa aumentando sus posibilidades. La aplicación de mecánicas de juego en entornos no lúdicos no solo ameniza el aprendizaje, sino que también lo facilita. Las tasas de finalización, aprendizaje y recomendación de los participantes en nuestros cursos gamificados supera el 90 %”, revela el directivo.

La empresa **E-volucion**, a través de su **director general, Antonio Díaz**, constata esta afirmación:

“La gamificación tiene un papel fundamental y, por ese motivo, la continuaremos potenciando. Es una medida que tiene muy buena acogida en toda la plantilla y los niveles de satisfacción son muy elevados”.

Tendencias futuras

A pesar del desarrollo de estas tendencias, el e-learning todavía tiene que seguir madurando en nuestro país, tal y como menciona **Guillermo San Román, Regional director South Europe de Cornerstone OnDemand**: “En España todavía quedan empresas que no han implantado una solución de e-learning, y solo el 20 % de ellas imparte formación digital a sus empleados. Nuestro país tiene una tarea pendiente en cuanto a la mejora de competencias digitales de sus ciudadanos en general. En concreto, son las pymes las que menos están implantando este tipo de sistemas. El e-learning se ha consolidado como el perfecto suplemento de formación presencial de una manera más flexible, más continua y reforzando la motivación de los empleados”, opina.

Ahora, además, es posible que el e-learning haya conseguido el impulso que necesitaba debido al Estado de Alarma decretado por el Gobierno como consecuencia de la pandemia provocada por el coronavirus Covid-19. Así, por ejemplo, opina Benito, de Factum, para quien esto ha sido “un acelerador necesario tanto para las empresas productoras de e-learning como para los consu-



“Transformamos la formación presencial en e-learning en tan solo siete días con calidad”



Ruth Benito, socia directora de **Factum Training**

En Factum creemos que cada empresa es única, y por ese motivo necesita una formación e-learning a la medida. Nos diferenciamos de la competencia en que transformamos la formación presencial en e-learning en tan solo siete días, con los más altos estándares de calidad. Factum cuenta con una productora de vídeo propia que le permite crear micropildoras e-learning en tiempo récord y herramientas innovadoras que permiten convertir la plataforma de formación en un sistema e-learning adaptativo. Es decir, es capaz de entender las necesidades formativas de los alumnos y ofrecerles los contenidos que son relevantes para su formación, gracias a pruebas de evaluación que nos permiten conocer qué competencias tienen que desarrollar y sus perfiles y motivaciones de aprendizaje que, junto a la gamificación, nos permiten generar experiencias de aprendizaje únicas.

midores de estas soluciones”. Gaitán, de Educativa, opina igual: “A raíz de los últimos acontecimientos derivados de la crisis sanitaria por el coronavirus, vemos un incremento importante de la demanda en el sector, ya que muchas empresas se han visto forzadas a cambiar su modelo de formación presencial al online”. Por su parte, Zabal, de Cookie Box, también lo confirma. “En las últimas semanas la oferta y la comercialización de formación online han tenido un *boom* extraordinario, lógicamente. Los agentes dedicados a la formación han acelerado para poner sus cursos

“La experiencia y conocimiento alcanzados nos hacen ser firma de referencia en el sector”

Emilio Segovia, director Comercial del Área Empresas de **Grupo Innopulse (Iformalia)**



Grupo Innopulse (Iformalia) nace en el año 2005. Por tanto, son más de quince años en el mercado. La experiencia y conocimiento alcanzados nos hacen ser firma de referencia en el sector. El conocimiento de la normativa o legislación española nos hace ser de gran ayuda para nuestros clientes. No muchas empresas, por ejemplo, son capaces de asesorar en materia de automatización de procesos de gestión de formación, aplicación de procesos formativos online de éxito y cumplimiento de normativa FUNDAE como lo hacemos nosotros. Y así, podríamos poner otros muchos más ejemplos. Y es que ese carácter nacional, con más de 50 personas y el centro de desarrollo en España, hacen que podamos adaptar nuestro *software* a las necesidades del cliente y al cumplimiento estricto de normativas. No que el cliente se adapte a nosotros. Haciendo del e-learning y la automatización de procesos de gestión de formación nuestro *core* de negocio, ayudamos a nuestros socios en otras muchas necesidades que tienen tintes formativos (*onboarding*, plan de carrera, desarrollo competencial, detección de necesidades, automatización de inscripciones según perfil en píldoras formativas, firma digitalizada para el control de presencia...). En definitiva, podemos dar un paso más.

de formación online a disposición de los clientes, cuyos usuarios se han puesto en muchos casos a teletrabajar de un día para otro”, comenta, y prosigue: “Ahora bien, esta velocidad no favorece que se haga con la calidad de diseño de experiencia que todo proceso formativo requiere para ser relevante y, por lo tanto, eficiente. En cualquier caso, va a haber un antes y un después del coronavirus en el elearning”, sentencia.

Por tanto, ante este auge, es factible que las tendencias que ahora se ven como el futuro de esta modalidad de formación se asienten en los próximos meses. Entre ellas, destaca, por ejemplo, el uso del *blockchain*. “Aunque quizás sea pronto aún para vislumbrar todos los beneficios reales que aportará, ya podemos señalar algunas de sus ventajas, como verificar la identidad de la persona que realiza la formación, emitir certificados digitales o crear un currículo digital”, afirma Benito, de Factum.

Otra de ellas es la utilización del Learning Analytics y del Machine Learning aplicado al aprendizaje online; es decir, el uso de datos para obtener información procesable para mejorar el proceso de aprendizaje. Esto, según Martín, de Netex Learning, “facilita ofrecer *dashboards* inte-

ractivos. Ya no hablamos de informes, sino de formas de visualización de datos que se convierten en herramientas que nos muestran lo que sucede. Por otro lado, nos permite implementar algoritmos, añadir inteligencia a los datos. Todo ello facilita, por ejemplo, hacer recomendaciones

La realidad virtual, aumentada o la IA no se están implantando en las empresas en el grado ni a la velocidad que se pronosticaba

de contenido que sea relevante para el usuario a través del análisis predictivo, lo que permitirá ofrecer una formación personalizada basada en los intereses del usuario, la posición que ocupa en la empresa o los datos históricos de que se disponen”, argumenta. Y todas esas recomendaciones vendrán de la mano de los asistentes virtuales (*chatbot*) que guiarán el proceso de aprendizaje como apunta Plana, de Actua Solutions: “De todas las promesas detrás de la próxima ola de nuevas tecnologías, la inteligencia artificial será la más transformadora. Machine learning, learning analytics y adaptative learning serán fundamentales para ofrecer una formación personalizada y relevante en función de las necesidades del empleado”, comenta, y agrega: “El surgimiento de herramientas de aprendizaje contextual y *chatbots* alcanzarán otro nivel”.

En otras palabras, se está fomentando lo que ya se conoce como *Learning Experience Platforms* (LXP), las cuales ponen el foco en la experiencia de usuario y no en el administrador que gestiona la formación. “Nos hemos acostumbrado a Netflix y a Spotify con un interminable catálogo de contenidos, donde no tiene sentido buscar. Son los propios sistemas los que recomiendan contenido a los usuarios basado en sus intereses. Y los nuevos sistemas de aprendizaje siguen el mismo patrón”, apunta el directivo de Netex Learning.

“Somos *partners* de Totara, una alternativa clara e innovadora a los LMS propietarios”

Mario Plana, socio director de **Actua Solutions**



Como *partners* de Totara ofrecemos una solución de código abierto para gestionar *blended learning*, social learning y realizar procesos de evaluación del desempeño de los empleados de una forma flexible e integrada. Al ser un producto *open source*, sus más de 2.000 clientes tienen total libertad para extender sus funcionalidades de acuerdo con sus necesidades cambiantes e integrarlo fácilmente con el resto de las plataformas de negocio. De hecho, Totara es una alternativa clara e innovadora a los LMS propietarios: más costosos y con menor capacidad para adaptarse y evolucionar. Por último, diseñamos experiencias de aprendizaje únicas gracias a nuestra experiencia como *partners* de Articulate, Vyond y Go1. Desarrollamos el proyecto íntegramente o formamos a departamentos de Formación para que lo hagan de manera independiente.

“Aprovechamos la tecnología aplicada al e-learning aportando al usuario una experiencia digital única”

Felipe Casajús, CEO de Inserver



Si tengo que destacar alguna característica concreta de nuestros servicios sería el hecho de que están muy enfocados al objetivo de aprovechar todo el poder de la tecnología aplicado a nuestros proyectos e-learning, aportando al usuario una experiencia digital única.

Otro aspecto que nos diferencia del resto de empresas es que hemos conseguido integrar el flujo de información del formato SCORM con nuestras plataformas Moodle, por lo que hemos aumentado enormemente la cantidad de datos con los que podemos jugar para construir informes útiles para el control del proceso formativo y mecánicas de gamificación (insignias, puntos, clasificaciones, etc.).

El *storytelling* es nuestra vía preferida hacia la pedagogía, permitiéndonos crear cursos que, desde luego, no lo parecen. Al usuario le da la impresión de estar en un juego donde debe sobrevivir a un naufragio o rescatar a los reinos de la invasión de un ejército enemigo; pero, en realidad, están aprendiendo e incorporando dinámicas que mejorarán habilidades como el liderazgo o la identificación de sesgos discriminatorios.

Nuestro objetivo consiste en aprovechar nuestra experiencia con las tecnologías educativas para el aprendizaje de las necesidades formativas actuales, y la experiencia nos dice que lo conseguimos.

“Ofrecemos un ecosistema completo, desde herramienta de autoría a plataforma LMS de nueva generación”



José Manuel Martín, director de Productos de Software en Netex Learning

En Netex nos caracterizamos por ofrecer experiencias innovadoras en el ámbito de la formación online. Por eso tratamos de aplicar las últimas tecnologías al mundo de la formación desde la perspectiva que nos dan nuestros más de veinte años en el sector. Ofrecemos al cliente un ecosistema completo, desde herramienta de autoría a plataforma LMS de nueva generación y le facilitamos un conjunto de servicios orientados a la puesta en marcha y el apoyo constante de nuestros expertos. En Netex, tenemos vocación de producto, por eso nuestros más de 500 clientes se benefician de nuevas funcionalidades constantemente, lo que les permite disponer siempre de un ecosistema de soluciones al día y alineado con las necesidades del momento.

Así también opina San Román, de Cornerstone: “Gracias a las plataformas LXP, podemos ofrecer a los empleados la formación de una manera mucho más personalizada, asignando formación a cada cual en función de quién es, de sus preferencias, de su plan de carrera y en distintos formatos”. Es en lo que están trabajando, por ejemplo, en Calidad Pascual: “Nuestro siguiente paso será la personalización a través del análisis de los datos que generan estas formaciones, para ofrecer una experiencia de aprendizaje mucho más personalizada y adaptada a las necesidades de cada persona”, explica García Antón. Además, según subraya San Román, de Cornerstone, “la formación se presentará *‘in the flow of work’*, de manera que cuando alguien esté realizando una tarea y necesite saber algo, sea en ese momento cuando le aparezca la píldora formativa sin que tenga que salirse de la aplicación en la que está trabajando para poder formarse”.

Y a esto se une otra tendencia que consiste en ofrecer formación e-learning orientada a unas habilidades específicas. “En un momento en el que la mayoría de las empresas están inmersas en un proceso de *reskilling* de sus empleados ante las dificultades de encontrar personas con las *skills* requeridas de cara al futuro, la mayoría opta por formar a su plantilla en las habilidades que necesitan”, según Martín Márquez, de Netex. Así también lo pone sobre la mesa Casajús, de Inserver: “Cada vez son más las empresas de e-learning que desarrollan productos genéricos sobre habilidades específicas que se requieren en los profesionales del mundo actual. Estos casos dan facilidades a aquellas empresas que no tengan presupuestos tan amplios dedicados a su formación, ya que comprando un número de licencias pueden acceder a formaciones completas, de alta calidad, que forman en cualidades actuales”.

Además, según De Federico, de Bizpills Group, “veremos cómo las diferentes aplicaciones y he-

rramientas se integran entre sí para hacer sistemas e-learning más completos y especializados”; y confirma que “la inteligencia artificial se convertirá en el centro neurálgico del e-learning”, con un cambio de paradigma en temas de *“user experience*, basado en *interfaces* de lenguaje natural y buscadores inteligentes”.

En definitiva, la idea es crear experiencias más personalizadas para cada usuario. “El efecto *woow* es lo que se pretende alcanzar. Ya no es suficiente con la calidad o el contenido, la experiencia de usuario es la prioridad. Hemos de sor-

El microlearning, o micropíldoras formativas, es la tendencia en e-learning más implantada de todas, con un porcentaje del 53,9 %.

prender al alumno”, explica Segovia, de Iformalia. Y como tal, lo confirma García Antón, de Calidad Pascual: “Visualizamos el futuro del aprendizaje como espacios digitales donde la persona es protagonista de su propio desarrollo y contribuye activamente a formar a otros, compartiendo retos, formas de hacer, capacidades, herramientas y experiencias”, concluye. ■

