

# Análisis de contenidos de las plataformas de e-learning

*En los últimos años ha crecido considerablemente la oferta de formación on line, con el argumento de «cuando quiera, donde quiera, quien quiera». Pero la oferta on line tiene que superar ciertos retos y vencer algunas resistencias frente a la formación tradicional. En cualquier*

*caso, es bueno saber qué ofrecen realmente las plataformas de e-learning a los profesionales. Esta investigación arroja luces sobre el particular.*

Juan Miguel Alcorlo Jurado, Ángel Barrasa Notario, Cristina González Rodríguez y Juan Eusebio González Fraile, del Centro de Investigación de Recursos Humanos (CIRH).

## FICHA TÉCNICA

**Autores:** ALCORLO JURADO, Juan Miguel; BARRASA NOTARIO, Ángel; GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, Cristina, y GONZÁLEZ FRAILE, Juan Eusebio.

**Título:** Análisis de contenidos de las plataformas de e-learning.

**Fuente:** Capital Humano n.º 154, pág. 73. Abril 2002.

**Localización:** 39/2002.

**Resumen:** En los últimos años ha crecido considerablemente la oferta de formación *on line*, con el argumento de «cuando quiera, donde quiera, quien quiera». Pero la oferta *on line* tiene que superar ciertos retos y vencer algunas resistencias frente a la formación tradicional. En cualquier caso, es bueno saber qué ofrecen realmente las plataformas de e-learning a los profesionales. Esta investigación del Centro de Investigación de Recursos Humanos arroja luces sobre el particular. Sobre una muestra de más de 80 plataformas se han estudiado aspectos como: Carácter del tipo de acciones que ofrecen, Áreas de formación en plataformas de e-learning generalistas y especializadas, Diversidad de la oferta formativa, Metodología formativa, Estimación económica, Información de la metodología a seguir en el curso, Recursos pedagógicos, Control de calidad formativa, Servicios ofertados al alumno y Servicios del campus virtual.

**Descriptor:** Formación / e-learning.



**D**irectores y responsables de Recursos Humanos están de acuerdo en que uno de los pilares más importantes en que se fundamenta la ventaja competitiva de sus empresas es el valor de su capital intelectual y la capacidad para generar nuevos conocimientos y aprendizajes.

Ante esta situación, se hace necesario disponer de los empleados mejor cualificados y formados y así la demanda de formación continua es cada vez mayor. En este sentido los responsables de formación ven en la formación tradicional un medio hoy en día insuficiente, convirtiéndose

el e-learning en una poderosa ventaja competitiva.

¿Y en qué consiste? Pues en adquirir el aprendizaje y la formación necesaria mediante la utilización, adaptada, de las tecnologías de la información y comunicación. Sus ventajas se centran en la posibilidad de formar a gran cantidad de empleados a un reducido coste. Hay estimaciones que lo sitúan alrededor del 70 por ciento de ahorro respecto a la formación tradicional presencial. Otra ventaja se centra en la posibilidad de adquirir conocimientos y aprendizaje en cualquier momento y lugar, adaptándose a las

necesidades profesionales de los alumnos.

El slogan adoptado por las empresas de e-learning: «cuando quiera, donde quiera, quien quiera», representa el alcance de esta modalidad formativa, teniendo en cuenta que en un 80 por ciento de la fuerza profesional emplea ordenadores personales en sus trabajos diarios y que los diversos obstáculos técnicos son superados cada vez por las nuevas aportaciones tecnológicas consiguiéndose una mayor rapidez de conexión.

Las empresas y la industria de e-learning así lo han entendido en estos últimos años, provocando un crecimiento exponencial en el mercado. Este crecimiento viene refrendado tanto por el incremento del número de alumnos como por el incremento económico en esta actividad. En el mercado americano se prevé un presupuesto de 7.100 millones de dólares para 2002 en el sector de capacitación de empresas, con una previsión de 2,2 millones de alumnos virtuales, y en el mercado europeo la firma de estudios de mercado International Data Corporation (IDC) prevé un volumen de negocio para finales de año que alcance los 707 millones de dólares (más de 800 millones de euros), que aumentarían hasta los 3.952 millones de dólares (casi 4.500 millones de pesetas) en 2004.

No obstante, el e-learning tiene que superar ciertos retos y resistencias frente a la formación presencial. Uno de ellos es el de la interactividad, tanto entre alumno y docente, como entre los propios alumnos, este factor ha sido determinante a la hora de evaluar el éxito de los cursos, no hay que olvidar que el medio de cultivo en donde se desarrolla el aprendizaje es la interacción social que conlleva. Las nuevas tecnologías de

## En el mercado americano se prevé un presupuesto de 7.100 millones de dólares para 2002 en el sector de capacitación de empresas, con una previsión de 2,2 millones de alumnos virtuales

la información propician un contacto continuo entre los actores del proceso de enseñanza y aprendizaje. Ahora bien, no sólo es cuestión de tecnología, sigue siendo fundamental el valor de los contenidos y la competencia del docente (profesor virtual), de ahí la importancia de contar con referencias en este sentido a través de la información que ofrecen las plataformas de e-learning, a saber: entidad formativa que respalda los contenidos y profesores, homologación de estos como docentes especializados en e-learning, existencia de coordinadores técnicos y tutores.

Por todo ello, se hace necesario que la plataforma posibilite la combinación eficaz de todas las herramientas interactivas empleadas en e-learning a través de redes (internet, intranets y extranets), ya sean:

- Asincrónicas.
  - E-Mail: Entre profesor y alumnos y entre los alumnos.
  - Listas de correo: Exclusiva para el grupo que cursa simultáneamente un curso.
  - News (Tablones de Anuncios): Mensajes para ser compartidos por el resto de los participantes.
- Sincrónicas.
  - Chat: Puede realizarse sobre un tema determinado en un espacio libre tipo «cafetería».
  - Pizarras compartidas: Espacio gráfico que permite que entre profesor y alumnos puedan escribir y/o dibujar.
  - Aplicaciones compartidas: Posibilidad de que el profesor y alum-

nos compartan la ejecución de un mismo programa y sus respectivos archivos.

– Audioconferencias: Envío de audio desde el entorno del profesor hacia los alumnos con la posibilidad de preguntar por parte de éstos.

– Videoconferencias: Envío de vídeo/audio, desde el entorno del profesor hacia los alumnos con la posibilidad de preguntar por parte de los alumnos.

Una vez realizadas todas estas matizaciones pasamos a ver cuál es la situación, en este momento, en el mercado español.

## METODOLOGÍA

Para realizar el estudio se han identificado el mayor número de plataformas de formación *on line* disponibles en español en la red y que representen una utilidad para los responsables de los departamentos de formación de las empresas, como facilitadoras del perfeccionamiento técnico y desarrollo profesional. Por ello, se han descartado aquellas que ofrecen una formación exclusivamente reglada. El estudio se centra en un total de 81 plataformas analizadas.

Una vez identificadas, se ha llevado a cabo un proceso de análisis sistemático con cada una de ellas, bajo unos criterios previamente definidos, atendiendo a acaparar la cobertura más amplia posible de la oferta formativa que ponen a disposición de los usuarios, con el fin de obtener la mayor información acerca de las plataformas.

Descripción genérica:

- Las plataformas estudiadas están encaminadas a ofertar cursos de

**Las plataformas estudiadas están encaminadas a ofertar cursos de perfeccionamiento dirigido a empresas, mediante masters, cursos de especialización, informática e idiomas**

perfeccionamiento dirigido a empresas, mediante masters, cursos de especialización, informática e idiomas.

- La inscripción se realiza a través de un formulario, normalmente extenso, que da acceso a información posterior, así como a las formas de pago del curso. Estas son variadas, desde cheques bancarios a ingresos en una cuenta específica o tarjetas de crédito.

- El espacio del que disponen los alumnos en la red para realizar la formación son el aula virtual o el campus virtual. En las aulas los alumnos encuentran contenidos, trabajos, actividades a realizar. En algunos casos reciben información y resuelven las dudas de forma sincrónica con el profesor y se relacionan con sus compañeros de curso. En el campus es frecuente encontrar cafeterías, chats, foros de debate, tableros de anuncios, descarga de material, etc., donde los alumnos de la comunidad educativa pueden relacionarse con sus compañeros, encontrar enlaces con fuentes documentales, intercambiar información, etc., procurando un espacio dinámico en las interrelaciones entre alumnos, atractivo y potenciador del aprendizaje.

- Las plataformas donde se realiza la formación en idiomas poseen muchos elementos multimedia, debido a las características propias que tiene la enseñanza de un idioma. Utilizan sonido, interactividad de los elementos de la pantalla, juegos, ejercicio de redacción, traducción y escucha.

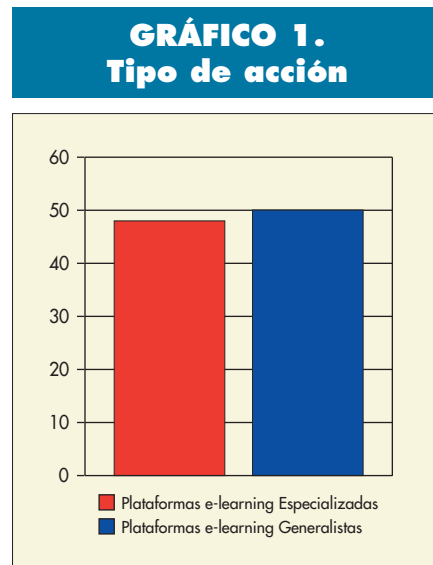
- Respecto a las plataformas con cursos de informática, la carga de elementos multimedia es menor. Suelen aparecer imágenes que acompañan al texto a modo de ejemplo visual que representa el interface de la pantalla con los contenidos que ésta tiene.

## RESULTADOS

1. Carácter del tipo de acciones que ofrecen.

La presencia en la red de plataformas que ofertan una información

especializada o de carácter generalista se distribuye de forma similar,



Fuente: Elaboración propia.

siendo ligeramente favorable las que ofrecen diversidad de áreas formativas.

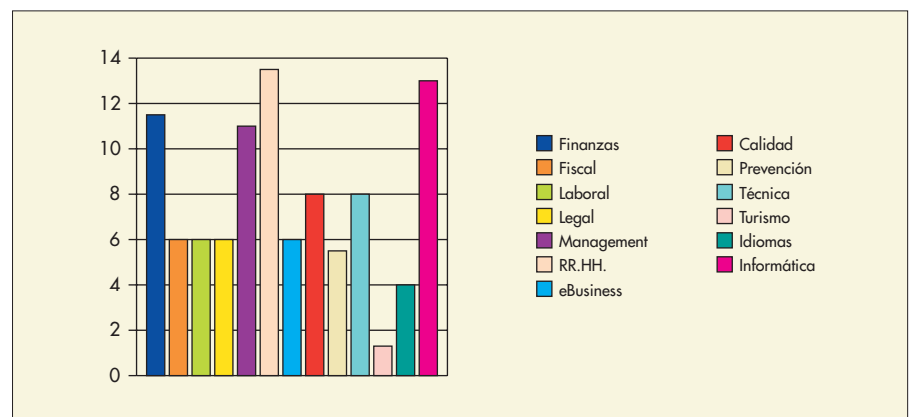
2. Áreas de formación en plataformas de e-learning generalistas.

Entre ellas destaca la formación en Recursos Humanos representado en un 13,9 por ciento, seguido de contenidos relacionados con informáticas, finanzas y dirección de empresas (Management).

3. Áreas de formación en plataformas de e-learning especializadas.

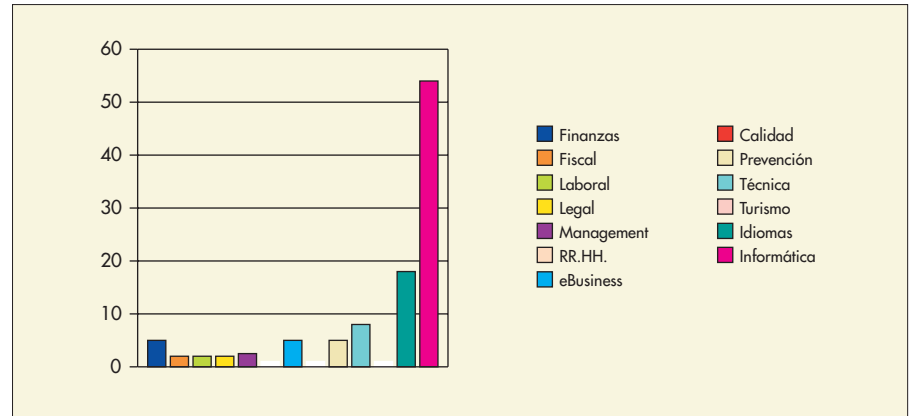
En lo que respecta a las plataformas especializadas, destacan muy por encima de las demás las de in-

## GRÁFICO 2. Porcentaje de áreas de formación en las plataformas e-learning generalistas



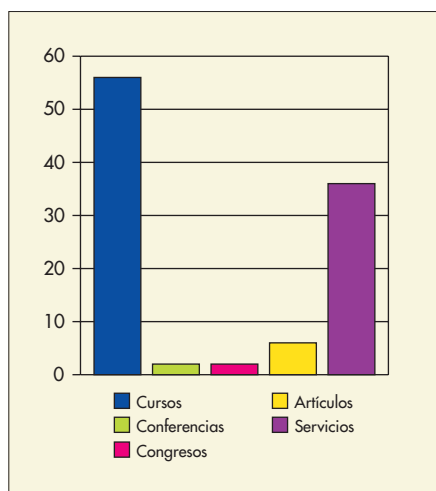
Fuente: Elaboración propia.

## GRÁFICO 3. Porcentaje de áreas de formación en las plataformas e-learning especializada



Fuente: Elaboración propia.

**GRÁFICO 4.  
Oferta formativa**



Fuente: Elaboración propia.

formática, con un 53,48 por ciento, seguidas por la formación en idiomas, con un 16,28 por ciento.

#### 4. Diversidad de la oferta formativa.

La diversidad en la oferta formativa se centra en la impartición de cursos y oferta de servicios paralelos a través del campus virtual co-

**Sólo el 20 por ciento de los cursos ofertados en la red cuentan con la posibilidad de interactividad entre alumnos y profesores, ya sea de forma sincrónica o asincrónica**

mo es el caso de «kiosko», «biblioteca», «cafetería», y foros. Es mínima la oferta de conferencias y congresos virtuales.

#### 5. Metodología formativa.

La metodología que ponen a disposición de los alumnos para impartir los cursos se centra, en un 40 por ciento, en Enseñanza Asistida por Ordenador (EAO), complementadas con las posibilidades que ofrece internet y el correo electrónico para mejorar la transferencia de contenidos.

La sigue la Telecomunicación, en un 30 por ciento. En este caso, la posibilidad de interactividad entre alumnos y tutor y/o alumnos se hace patente al tener posibilidad de utilizar herramientas telemáticas como foros, chats o videoconferencias.

#### 6. Estimación económica.

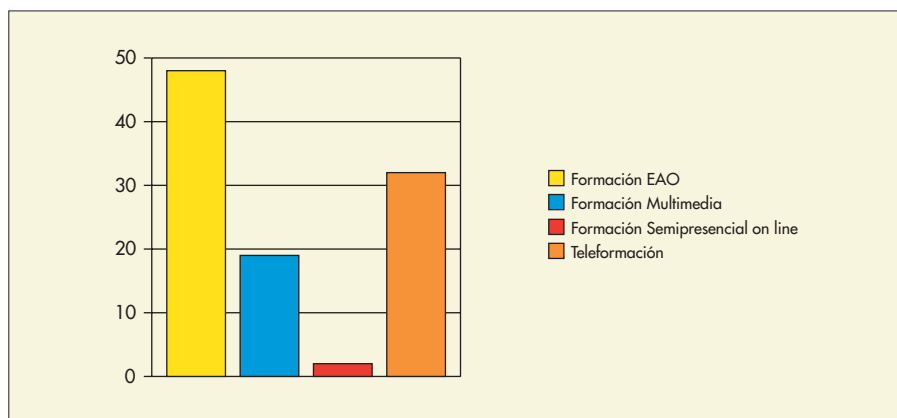
En este apartado el 40 por ciento de las plataformas ofrecen datos sobre el coste de los cursos. El coste viene predefinido por unidad didáctica preestablecida o por las horas de duración de la formación.

El precio varía entre gratuitos, habitualmente en el sector informático, de 6 a 9 euros (entre 1.000 y 1.500 pesetas) por hora y los de larga duración, entre 600 y 900 euros (100.000 y 150.000 pesetas) por curso.

#### 7. Información de la metodología a seguir en el curso.

Destaca que sólo el 40 por ciento de las plataformas estudiadas ofrecen información sobre la metodología que se va a seguir en la impartición del curso. Es posible que este dato represente uno de los elementos característicos para generar la desconfianza del alumnos virtual potencial.

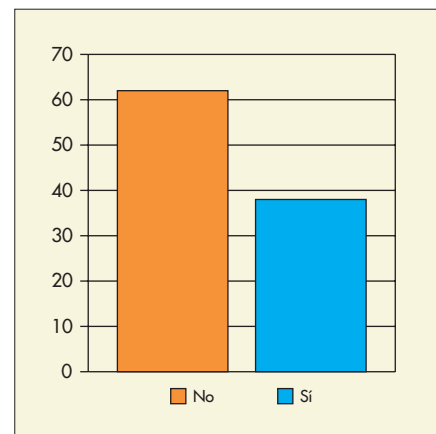
**GRÁFICO 5.  
Metodología**



Fuente: Elaboración propia.

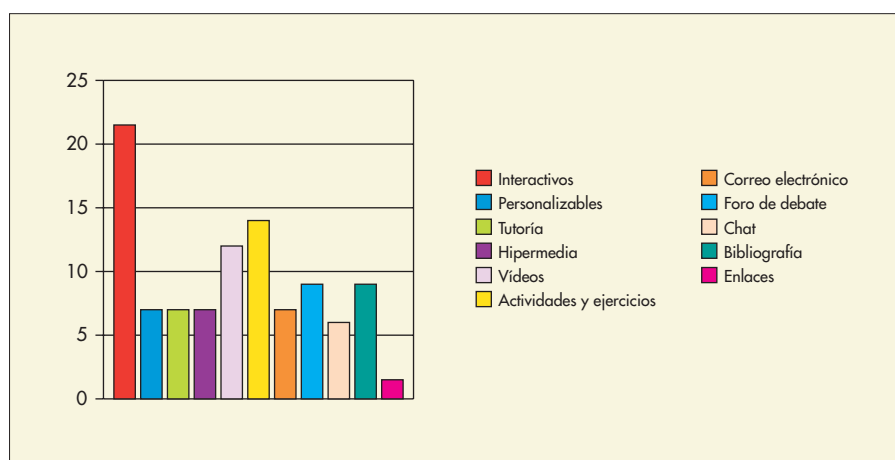
**El aseguramiento de la calidad de las acciones formativas que se imparten se centra básicamente en la expedición de certificados y no en todos los casos (48 por ciento)**

**GRÁFICO 6.  
Información metodológica sobre el curso**



Fuente: Elaboración propia.

## GRÁFICO 7. Recursos pedagógicos de los cursos



Fuente: Elaboración propia.

### 8. Recursos pedagógicos.

Sobre la totalidad de cursos ofertados en la red sólo el 20 por ciento cuentan con la posibilidad de interactividad entre los protagonistas

de la actividad formativa. Ya sea de forma sincrónica o asincrónica, por lo que la mayoría de los cursos están diseñados en formato multimedia. Los contenidos de los cursos se complementan con actividades y

ejercicios en un 14 por ciento de los casos.

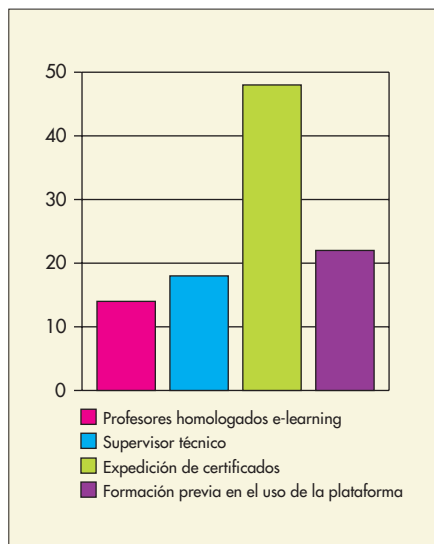
Destaca la baja presencia de herramientas que favorece el intercambio de conocimiento y experiencias como son: foros, chats, videoconferencias, etc., que no superan el 10 por ciento de implantación en los cursos ofertados.

### 9. Control de calidad formativa.

El aseguramiento de la calidad de las acciones formativas que se imparten se centra básicamente en la expedición de certificados y no en todos los casos (48 por ciento).

La presencia de una entidad educativa homologada y acreditada que aporte respaldo a los contenidos de los cursos, el contar con profesores con solvencia docente y homologados en e-learning, disponer de supervisor técnico que asegure el per-

## GRÁFICO 8. Control de calidad formativa de las plataformas e-learning



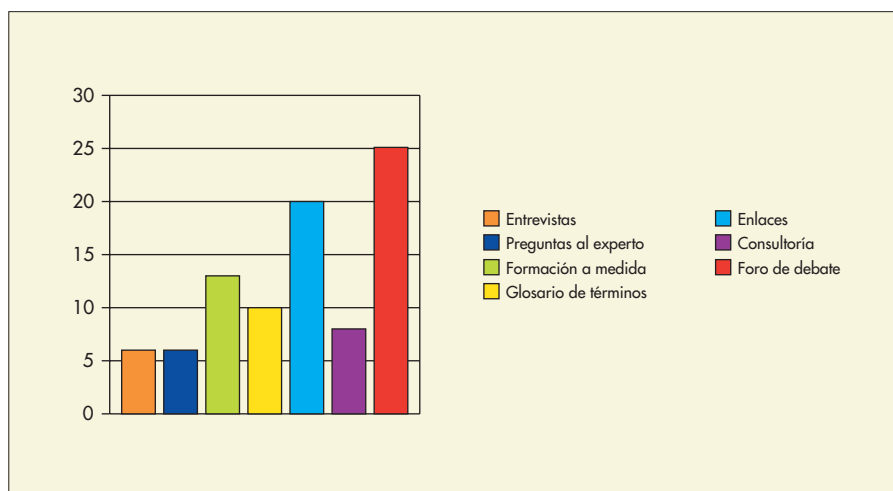
Fuente: Elaboración propia.

fecto funcionamiento de la plataforma y tutores que evalúen la transferencia del aprendizaje, es baja, no representando el 20 por ciento sobre el conjunto de las plataformas estudiadas.

### 10. Servicios ofertados al alumno.

Los servicios complementarios a las acciones formativas que se imparten en la plataforma se centran

## GRÁFICO 9. Servicios que ofrecen al alumno



Fuente: Elaboración propia.

básicamente en la creación de foros de debate y en la posibilidad de enlaces relacionados con las áreas formativas.

La oferta de formación a medida, aun representando un 13 por ciento, está orientada a la formación en informática, con tendencia a incrementarse.

### 11. Campus virtual.

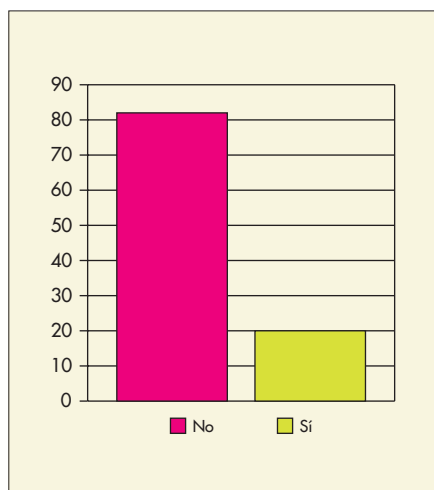
El campus virtual, concebido para procurar espacios de intercambio de información y relación entre

alumnos y profesores, está presente en el 20 por ciento de las plataformas y normalmente cuando éstas están vinculadas a instituciones universitarias o educativas especializadas en impartición de masters.

### 12. Servicios del campus virtual.

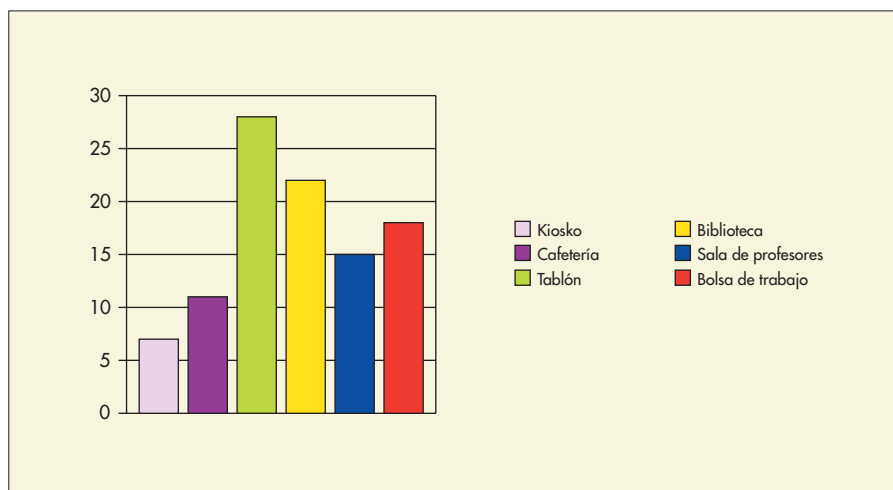
Entre los servicios más habituales de que disponen destaca el «Tablón de Anuncios» (con un 30 por ciento), la «Biblioteca» y la «Bolsa de Trabajo», que normalmente contiene un enlace con una plataforma de selección *on line*. □

## GRÁFICO 10. Campus virtual



Fuente: Elaboración propia.

## GRÁFICO 11. Campus virtual. Servicios que se ofrecen



Fuente: Elaboración propia.