

VISIÓN ESTRATÉGICA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE FORMACIÓN MEDIANTE EL USO DE HERRAMIENTAS E-LEARNING EN EL MERCADO LATINOAMERICANO

Recibido: 18/06/2014 Aceptado: 27/11/2014

Royero, Giovanni

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE, Venezuela
groyero@fing.luz.edu.ve

Rubio, Patricia

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE, Venezuela
patriciarubio1711@gmail.com

Urdaneta Marisela

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE, Venezuela
marisela.urdaneta@urbe.edu.ve

RESUMEN

Las empresas deben tener un marco estratégico para construir su negocio, y dentro de éste dirigir a las personas, donde el éxito surge a partir de la diferenciación y celeridad, es necesario en las organizaciones centrar esfuerzos en diferenciarse en el capital más importante de las organizaciones: las personas que las conforman, por tanto la gerencia debe enfocarse en el desarrollo de sus competencias como una ventaja competitiva. La formación es parte de la inversión estratégica, por ello es importante definir un plan de formación que realmente permita cumplir con los objetivos planteados por la organización, evaluando y seleccionando la estrategia de aprendizaje oportuna, para garantizar que la transferencia de conocimiento sea efectiva. Las herramientas e-learning permiten capacitación con menor inversión, a través de sistemas interactivos, como aulas virtuales y juegos serios, que permiten recrear circunstancias habituales de la empresa en un mundo virtual. La investigación documental y explicativa llevada a cabo permitió ver el estado del arte del e-learning, sus tendencias y llegar a concluir que esta viene a ser una solución que rompe el paradigma tradicional del proceso de enseñanza-aprendizaje tradicional de modo sincrónico y presencial para pasar a procesos online sincrónicos y asincrónicos que se traducen en ahorro, eficacia, efectividad y eficiencia en el uso de los recursos económicos y humanos. Se sugiere considerar e-learning como herramienta de negocios que se puede incorporar en las empresas de formación como alternativa viable y extender las fronteras de ofertas de cursos a nivel internacional latinoamericano.

Palabras claves: visión estratégica, formación, estrategias de aprendizaje, e-learning.

STRATEGIC VISION FOR INTERNATIONALIZATION USING TRAINING TOOL E-LEARNING IN THE LATIN AMERICAN MARKET

ABSTRACT

Companies must have a strategic framework to build your business, and within this direct people where success comes from differentiation and speed, organizations need to focus efforts on the most important differentiating capital of organizations: the people behind them, so the management should focus on developing their skills as a competitive advantage. The training is part of the strategic investment, so it is important to define a training plan that actually allows compliance with the objectives set by the organization, evaluating and selecting appropriate learning strategy to ensure that knowledge transfer is effective. E-learning tools allow less investment training through interactive systems such as virtual classrooms and serious games, allowing recreate normal circumstances of the company in a virtual world. The documentary and explanatory research conducted allowed seeing the state of the art e-learning, trends and reaching the conclusion that this amounts to a solution that breaks the traditional paradigm of teaching-learning and traditional classroom synchronously for go online synchronous and asynchronous processes that result in savings, efficiency, effectiveness and efficiency in the use of financial and human resources. We suggest considering e-learning as a business tool that can be incorporated into training companies as a viable alternative and extend the boundaries of course offerings in Latin America internationally.

Keywords: strategic vision, training, learning strategies, e-learning.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, en las organizaciones cobra cada vez mayor importancia la relevancia que tiene la gestión del capital humano en la consecución de su visión estratégica que asocia su visión y misión así como el alcance de los objetivos que persigue. Tanto las estrategias empresariales como las de los recursos humanos revitalizan el papel protagónico que tiene la gestión humana en la competitividad empresarial.

La necesidad de consolidar una ventaja competitiva en las empresas a través de la gente se ha constituido en un acervo de mucha importancia. El tema que gira en torno a las personas es de gran relevancia en el mundo plural que compartimos. Sumado a ello se consolida la necesidad de configurar nuevos aprendizajes en beneficio y desarrollo de las personas, por supuesto traducido también en un beneficio para las organizaciones.

Es por ello que actualmente las compañías consideran la formación del personal como una parte de su inversión estratégica al igual que la infraestructura y el equipo, y la ubican como un componente vital en la construcción de la competitividad. Por ello, es importante definir un plan de formación que realmente permita cumplir con los objetivos planteados por la organización, y que a su vez éste contemple estrategias de aprendizajes novedosas, que garanticen que la información realmente ha sido comprendida y valorada

por el individuo, lo cual repercutirá en su desempeño y por consiguiente en el logro de los objetivos estratégicos de la empresa.

En este sentido, el proceso de aprendizaje juega un papel importante, y el mismo no es ajeno a los cambios tecnológicos, por el contrario, el aprendizaje a través de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y de herramientas e-learning conforman herramientas que son consideradas el último paso de la evolución de la capacitación.

En el caso del e-learning, palabra inglesa que según Rosenberg (2000) puede definirse como "el uso de tecnologías basadas en Internet para proporcionar un amplio abanico de soluciones que aúnen adquisición de conocimiento y habilidades o capacidades", proporciona la oportunidad de crear ambientes de aprendizaje centrados en el individuo, los cuales se caracterizan además por ser interactivos, eficientes, fácilmente accesibles y distribuidos.

Esta herramienta es cada vez más valorada, como manifiestan García y García (2001), "no como sustituto de la formación presencial tradicional, sino más como un complemento que se ha de adaptar según las necesidades y nivel de madurez del público receptor" y considerándose que puede utilizarse desde ser una actividad complementaria muy concreta y residual en los estudios preuniversitarios, a ser un modelo únicamente no presencial en la formación a distancia o formación continua empresarial conectándose así a la visión estratégica de la organización (García, 2005).

FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO: VISIÓN ESTRATÉGICA Y COMPETITIVA

La tendencia en la última década de la dirección o administración del capital humano, hay que entenderla desde el Marco Estratégico de la empresa, aquí el orden de los factores sí altera el producto. La empresa debe tener un marco estratégico para construir su negocio, y dentro de éste dirigir a las personas, es así y no al revés. El Marco Estratégico, de acuerdo a Garay (2005), es el conjunto de definiciones (Visión, Misión, Objetivos) que orientan el accionar de una empresa, las cuales le permiten encontrar, explotar y mantener ventajas competitivas, y con base en éste, se desarrolla el plan de negocio de la organización. Se puede definir como la guía de navegación, los principios y los mecanismos que se utilizarán para cumplir con los objetivos.

Se puede afirmar que las compañías más exitosas son las que definen más adecuadamente su visión, misión y objetivos, cuando se determinan claramente las políticas de la empresa y se mantienen los valores fundamentales. Es importante mencionar que, en cuanto al cumplimiento de los valores, debe haber una consecuencia con respecto a los objetivos planteados y los valores de la organización.

En el actual contexto, donde el éxito surge a partir de la diferenciación y la celeridad, donde los productos y servicios cuentan con mayor cantidad de puntos en común, se hace necesario en las organizaciones centrar esfuerzos en diferenciarse en el capital más importante de las organizaciones: las personas que las conforman, por tanto la gerencia

debe enfocarse en el desarrollo de las competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) que vinculen lo que el individuo es capaz de lograr, con los objetivos estratégicos y tácticos que la organización pretende alcanzar, de esta forma acercar a los integrantes de la empresa al negocio para conseguir la absoluta implantación de dichas metas (Levoyer, 2005).

TALENTO HUMANO, UN RECURSO INVALUABLE

El talento humano es el recurso más importante para el funcionamiento de cualquier organización. Si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará, de lo contrario se detendrá. El ser humano es social por naturaleza, es inherente su tendencia a organizarse y cooperar en relaciones interdependientes, su capacidad humana lo ha llevado a crear organizaciones sociales para el logro de sus propósitos, siendo el desarrollo de estas organizaciones y la administración efectiva uno de los logros más grandes que haya podido alcanzar.

El vertiginoso cambio en el entorno de las Instituciones implica que, más que vivir una época de cambios, vivimos un cambio de época. Las nuevas tendencias en el mundo de la economía, del trabajo y la presencia dentro de las organizaciones de una tecnología cada vez más cambiante, suponen un reto progresivamente creciente para las empresas, que sólo las mejor preparadas podrán superar para asegurar su supervivencia (Alles, 2005).

En este sentido, se ha comprobado que en ocasiones, a través de experiencias dolorosas, estar "mejor preparado" significa contar con un contingente humano integrado, sólidamente formado, motivado, comprometido, actuando coordinadamente y que aplique todo su potencial al logro de los objetivos corporativos.

Garay (2005) menciona que la administración del Talento Humano tiene como una de sus tareas proporcionar las capacidades humanas requeridas por una organización, desarrollar habilidades y aptitudes del individuo para ser lo más satisfactorio a sí mismo y a la colectividad en que se desenvuelve. Las organizaciones dependen para su funcionamiento y su evolución, primordialmente con este elemento, la gente.

La capacidad intelectual es la clave, y en la nueva economía global de la información, ésta será la que lleve al poder financiero a las empresas. Hernández y Hernández (2011) refieren que en el sistema empresarial antiguo, la gente era considerada según posición, títulos universitarios o por las relaciones familiares; el talento no importaba. Hoy esto es sustituido por la destreza y capacidad de acción de los empleados. Por tanto, si no existe un talento humano capaz de innovar y aprender, las empresas fracasarán.

FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO UNA HABILIDAD DISTINTIVA

La habilidad distintiva se refiere en gestión empresarial, a aquella actividad capaz de generar valor y que resulta necesaria para establecer una ventaja competitiva beneficiosa para la organización. Las habilidades distintivas de una empresa son más fuertes cuando posee recursos valiosos y capacidades exclusivas para admirarlos.

Bateman y Snell (1999) las refieren como competencias distintivas y las definen como fortalezas específicas de cada empresa, que le permite diferenciar sus productos y servicios de los que ofrecen sus rivales y lograr costos sustancialmente más bajos que los de ellos, a su vez que le permite diferenciarse de las demás.

Ahora bien, Hill y Jones (2001) mencionan que estas habilidades se refieren a la única fortaleza que le permite a una compañía lograr condiciones superiores en eficiencia, calidad, innovación o capacidad de satisfacción al cliente. Una organización con una habilidad distintiva puede asignar un precio superior a sus productos o lograr costos sustancialmente menores con relación a sus rivales, obteniendo un índice de utilidad considerablemente superior al promedio industrial.

Por su parte, Porter (2002) menciona que las competencias distintivas se determinan mediante análisis de la cadena de valor, que permiten conocer qué actividades son necesarias para satisfacer a los clientes, sus costes y sus rendimientos correspondientes. Estas habilidades surgen a partir de dos fuentes complementarias: recursos y capacidades. En este sentido, Hill y Jones (2001) denominan como recursos a aquellos elementos que aportan algún tipo de beneficio y que pueden generar valor en la producción de bienes y servicios. Mencionan que estos se refieren a los medios financieros, físicos, humanos, tecnológicos y organizacionales de la compañía.

Desde este enfoque, el talento humano forma parte de las habilidades distintivas que puede tener una organización, pero no por sí solo, es necesario dotarlo de herramientas para que su desempeño sea el esperado y realmente logre ser parte de las ventajas competitivas de la empresa. Por ello, es importante realizar una evaluación y revisión del desempeño, lo cual permite determinar las necesidades de capacitación y formación del personal, identificar un potencial no aprovechado, direccionar el plan de formación en función a las competencias del personal y la visión estratégica de la organización.

Hoy día, las compañías consideran la formación como una parte de su inversión estratégica al igual que la infraestructura y el equipamiento, y la ubican como un componente vital en la construcción de la competitividad. Por tanto, es fundamental definir un plan de formación que realmente permita cumplir con los objetivos planteados por la organización, como mencionan Hernández y Hernández (2011), ya que los empleados generalmente informan que la mayor parte de su desarrollo ocurre en el puesto de trabajo, y no en los programas de formación que proporcionan las compañías.

A pesar de contar con grandes presupuestos, buenas intenciones y necesidades reales, muchos programas de formación no logran resultados duraderos. Muy a menudo, esto se debe a la imprecisión en las metas de la formación, producto de un plan de formación mal enfocado y otra gran parte es debido a las estrategias de aprendizajes utilizadas en la ejecución de dicho plan, puesto que finalmente no captan la atención del individuo, por tanto la información no es asimilada, comprendida y mucho menos valorada por los empleados, lo que se traduce en pérdidas en cuanto a la inversión realizada por la empresa para la ejecución de dicho plan ya que no se cumple con el objetivo trazado.

En este sentido, Cejas (2005) menciona que es necesario abordar necesariamente la estrategia empresarial y su vinculación con la gestión de personas, así como los nuevos enfoques que conciben la formación como un factor estratégico y de desarrollo en las organizaciones, donde entra en juego la capacidad de conocer, detectar, formar, gestionar y optimizar las competencias de las personas que realizan su actividad laboral, entendidas las competencias como aquellas características subyacentes que poseen las personas y que se evidencian en un desempeño efectivo en su labor de trabajo.

Lo antes expuesto se puede complementar con la importancia de evaluar y seleccionar la estrategia de aprendizaje adecuada y oportuna para que el aprendizaje sea efectivo, eficiente y eficaz, siempre planificando y considerando para ello el grupo target al cual se desea dirigir la formación, es decir personal gerencial, táctico u operacional.

TRANSCENDENCIA DE LA FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL EN LOS DIFERENTES NIVELES JERÁRQUICOS DE LA ORGANIZACIÓN

La necesidad de consolidar una ventaja competitiva en las empresas a través de la gente se ha constituido en un acervo de mucha importancia. El tema que gira en torno a las personas es de gran relevancia en el mundo plural que compartimos. Sumado a ello, se consolida la necesidad de configurar nuevos aprendizajes en beneficio y desarrollo de personas (Cejas, 2005).

En este sentido, es importante considerar los diferentes niveles jerárquicos en una organización, al momento de establecer el plan de formación y desarrollo que plasman las metas y objetivos en función a la visión estratégica que desea alcanzar la empresa. Diversos autores refieren tres niveles organizativos, para este caso se toma la exposición de Chiavenato (2006), quien menciona los siguientes niveles.

1. Nivel Superior o estratégico: está representado por el nivel directivo, gerente general, accionistas, propietarios. Es la cabeza de la autoridad y del control.
2. Nivel medio o táctico: es la línea media de la organización. Aquí es donde se produce la especialización y la responsabilidad de cada individuo y está representado por los gerentes de línea hasta los supervisores.
3. Nivel inferior u operativo: las personas de este nivel deben cumplir las tareas que le fueron asignadas y con las normas establecidas, porque esto permite lograr los objetivos de la organización. Está conformado por los auxiliares personal operativo y obrero.

Aunque en el nivel superior es donde se nace y se establece la visión estratégica de la organización, es necesario e incluso obligatorio que todos los niveles estén en conocimiento de ésta y de cuál es su rol desde su puesto de trabajo para poder cumplirla. En este sentido, la formación del personal debe adecuarse a los niveles jerárquicos y de igual forma, las estrategias de aprendizaje a implementar, para que llegue la información y formación que desea transmitirse a cada grupo, permitir la focalización de acuerdo a lo

que interesa que cada uno maneje y lo más importante que permita la internalización de la información, para lograr el compromiso del equipo.

INTERNACIONALIZACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA FORMACIÓN Y DESARROLLO O CAPITAL HUMANO

La formación en función de los niveles jerárquicos debe planificarse de manera adecuada, cómo ya se mencionó previamente, considerando para ello las diferentes herramientas disponibles tanto tradicionales (presencial) cómo las que se han venido desarrollando e infiltrando poco a poco como son las no tradicionales (semi presenciales o no presenciales), apoyadas en las tecnologías de información y comunicación disponibles para la formación como el e-learning que se describe a continuación:

El e-learning se define, según la American Society of Training and Development (ASTD), de la siguiente manera:

“Término que cubre el amplio rango de aplicaciones y procesos, tales como el aprendizaje basado en la Web (Web-based learning), el aprendizaje basado en computador (computer-based learning), salones de clase virtuales (virtual classrooms) y la colaboración digital (digital collaboration). Éste incluye la entrega de contenido a través de Internet, intranet/extranet (LAN/WAN), cintas de audio y video, broadcasting a través de satélites, TV interactiva, CD-ROM y más”.

Agudelo (2013) lo define como “aprendizaje electrónico, y en tal sentido podría definirse como una modalidad educativa que utiliza medios electrónicos para llevar a cabo, total o parcialmente, las actividades del proceso enseñanza-aprendizaje”. Siendo esta modalidad educativa ideal para internacionalizar propuestas de contenido orientados a satisfacer las necesidades de instituciones u organizaciones dispuestas a invertir en la formación de su personal apoyándose en las nuevas tecnologías.

A su vez, toda organización dentro de su visión estratégica debe considerar la planificación de formación de sus diferentes niveles jerárquicos y los sistemas e-learning que se ofrecen actualmente son variados y efectivos para alcanzar los objetivos de entrenamiento y especialización de todo el personal, teniendo presente que Agudelo (2013) expone tres clasificaciones de e-learning como son: (a) según el tipo de comunicación, (b) según la aplicación y (c) según los componentes, los cuales se describen a continuación.

Sistemas e-learning según el tipo de comunicación:

Estos sistemas son de dos tipos, los sincrónicos y asincrónicos, los primeros son aquellos que según Agudelo (2013) “emulan el proceso educativo, que se da al interior de un salón de clase, utilizando tecnología Internet. Requiere que todos los participantes estén presentes al mismo tiempo, en este caso, conectados a la red en forma concurrente”; entre estos sistemas sincrónicos tenemos el chat, la pizarra electrónica y los sistemas de presentación en línea.

En el segundo caso, los sistemas e-learning asincrónicos, según Agudelo (2013), se basan “en acciones diferidas en el tiempo por parte de los participantes. Los estudiantes y el docente pueden acceder a los materiales educativos, a las actividades e incluso al trabajo colaborativo sin restricciones de tiempo ni horario”. Ejemplo de este tipo de sistema e-learning son los foros, wikis, blogs, correos electrónicos y páginas web.

En relación a ésta clasificación, se puede considerar su aplicabilidad a los diferentes estratos jerárquicos de la organización adecuando los contenidos y niveles de dificultad del conocimiento en función del grado de profesionalización del personal y teniendo en cuenta que los mismos se pueden manejar de una manera interactiva entre participantes de un mismo nivel o diferentes niveles jerárquicos como por ejemplo el chat, foros, blogs, wikis y correo electrónico.

Sistemas e-learning según la aplicación:

Estos sistemas e-Learning se pueden aplicar de diferentes formas dependiendo de los objetivos educativos que se quieren alcanzar y del público para el cual se diseña el curso o el proceso de formación que Agudelo (2013), clasifica cómo:

1. Capacitación auto-dirigida basada en Web
2. Capacitación facilitada basada en Web
3. Curso de salón de clase dirigido por Web
4. Seminarios de grupos de discusión
5. Tutoriales guiados
6. Juegos de aprendizaje
7. Teletutorías o e-Coaching
8. Trabajo colaborativo en red
9. Ayudas al trabajo (Job aids)

Sistemas e-learning según los componentes:

Agudelo (2013) explica que esta clasificación tiene dos componentes los físicos y los conceptuales, los físicos tienen a su vez dos tipos los primeros denominados “Materiales Educativos (Courseware)” que corresponde a cursos cuyos contenidos están en formato digital y los segundos son llamados “LMS o LCMS: software basado en Web que provee las funciones necesarias para gestionar un curso”.

Indica García (2005) que estos sistemas, denominados LMS (Learning Management Systems), son ideales para impartir y dar seguimiento administrativo a los cursos en línea

y, por otro lado, los que se utilizan principalmente para la gestión de los contenidos digitales o LCMS (Learning Content Management Systems), permitiendo ambas opciones fluidez en la comunicación e interacción entre los facilitadores o docentes, alumnos y los respectivos contenidos.

García (2005) manifiesta que los Sistemas de Administración de Aprendizaje o LMS, también ampliamente conocidos como plataformas de aprendizaje, corresponden en diseño a un software implementado en un servidor web que provee módulos para los procesos administrativos y de seguimiento que se requieren para un sistema de enseñanza, simplificando el control de estas tareas.

Los módulos administrativos que conforman el sistema LMC, son amigables y permiten configurar cursos, matricular alumnos, registrar profesores, asignar cursos al alumno, llevar informes de avance y suministrar las calificaciones adquiridas. También facilitan el aprendizaje distribuido y colaborativo a partir de actividades y contenidos pre elaborados, de forma síncrona o asíncrona, utilizando los servicios de comunicación de Internet como el correo, los foros, las videoconferencias o el chat.

García (2005) indica que el alumno interactúa con la plataforma o sistema LMC, a través de una interfaz web que le permite seguir las lecciones del curso, realizar las actividades programadas, comunicarse con el profesor y con otros alumnos, así como dar seguimiento a su propio progreso con datos estadísticos y calificaciones. La complejidad y las capacidades de las plataformas varían de un sistema a otro, pero en general todas cuentan con funciones básicas como las que se han mencionado. Entre las plataformas comerciales más comunes se encuentran Blackboard (<http://www.blackboard.com>) y WebCT (<http://www.webct.com>), mientras que las más reconocidas por parte del software libre son Moodle (<http://moodle.org>) y Claroline (<http://www.claroline.net>).

Este tipo de sistema bien puede utilizarse dentro de las organizaciones para todos los niveles que la conforman desde el jerárquico superior (estratégico) hasta las bases (tácticas y operativas), siempre que los contenidos estén debidamente orientados en función del grupo o nivel organizativo al cual se dirija. El beneficio inmediato que tiene este sistema para verificar el aprendizaje es la evaluación continua de los participantes en cuanto a la interactividad que tendrán con los docentes y entre sus compañeros cuando los módulos estén diseñados para tal fin.

Los resultados o calificaciones finales obtenidos por los participantes, permitirán cuantificar la efectividad del proceso de enseñanza aprendizaje. Adicionalmente, este método permite acceder online a cualquier hora y desde cualquier lugar siendo atractivo ofrecerlo internacionalmente a las organizaciones interesadas en los contenidos específicos, generándose así una oportunidad de negocio más allá de las fronteras municipales, estatales y nacionales.

El segundo tipo de sistemas e-learning basado en la Web son los Sistemas de Administración de Contenidos de Aprendizaje o LCMS, que según García (2005) “tienen su origen en los CMS (Content Management System) cuyo objetivo es simplificar la

creación y la administración de los contenidos en línea, y han sido utilizados principalmente en publicaciones periódicas (artículos, informes, fotografías...)”. En los CMS, generalmente, lo que se hace es separar los contenidos de su presentación y facilitar un mecanismo de trabajo para la gestión de una publicación web. Los LCMS siguen el concepto básico de los CMS, que es la administración de contenidos, pero enfocados al ámbito educativo, administrando y concentrando únicamente recursos educativos y no todo tipo de información.

Rengarajan (2001) define los LCMS como aquellos sistemas diseñados en base a la web que es utilizada para crear, aprobar, publicar, administrar y almacenar recursos educativos y cursos en línea. García (2005) expresa que los principales usuarios son los diseñadores instruccionales que utilizan los contenidos para estructurar los cursos, los profesores que utilizan los contenidos para complementar su material de clase e incluso los alumnos en algún momento pueden acceder a la herramienta para desarrollar sus tareas o completar sus conocimientos.

Boneu (2007), indica que los LCMS agregan técnicas de gestión de conocimiento al modelo de los LMS en ambientes estructurados y diseñados para que las organizaciones puedan implementar mejor sus procesos y prácticas, con el apoyo de cursos, materiales y contenidos en línea. Permiten una creación muy eficiente por parte de sus desarrolladores, expertos colaboradores o instructores que participan en la creación de contenidos.

El proceso de trabajo dentro de un LCMS requiere de control en cada fase del contenido, esto conlleva un proceso editorial para controlar la calidad de los contenidos creados, así como para permitir y organizar su publicación. Cabe destacar, que tanto los LMS como los LCMS se pueden generalizar como sistemas de gestión de aprendizaje ya que los primeros gestionan la parte administrativa de los cursos, así como el seguimiento de actividades y avance del participante; mientras que los segundos gestionan el desarrollo de contenidos, su acceso y almacenamiento.

Finalmente, Agudelo (2013) en su clasificación según el concepto, tiene como segundo tipo los sistemas e-learning conceptuales que tendrán tres componentes básicos, como son: (a) Objetos de aprendizaje (OA): que corresponde a la unidad mínima de contenido que puede considerarse como una unidad significativa de aprendizaje. Su tamaño o alcance puede ser variable, aunque se considera óptimo que un OA cubra un solo objetivo de aprendizaje. (b) Estructuras de contenidos: es la taxonomía curricular que agrupa los objetos de aprendizaje y por último, (c) Diseño educativo: que atañe a la organización de los elementos curriculares que darán vida al curso.

Nuevas Tendencias e-learning:

En la última década han surgido nuevas propuestas de sistemas e-learning entre las cuales ha venido obteniendo un gran auge el que se denomina gamificación (denominado gamification en el medio anglosajón) y corresponde al uso de mecánicas de juego en entornos y aplicaciones no lúdicas con el fin de potenciar la motivación, la concentración,

el esfuerzo, la fidelización y otros valores positivos comunes a todos los juegos. Se trata de una nueva y poderosa estrategia para influir y motivar a grupos de personas.

El nacimiento y desarrollo de la web 2.0 ha permitido activar la creación de comunidades en torno a todo tipo de redes sociales, medios digitales o webs corporativas. Aun así, no siempre es fácil estimular la actividad dinámica y frecuente entre los miembros de una comunidad o incluso dentro de una misma organización u organizaciones con objetivos comunes.

Cuando se tiene en una organización una visión estratégica adecuada en la formación de su personal y enfocadas en gamificación, conlleva a una correcta implementación de estrategias que permite pasar de la mera conectividad al engagement (o compromiso), logrando que los trabajadores de la empresa participen de manera dinámica y proactiva en acciones que generalmente requieren un esfuerzo de la voluntad.

La integración de dinámicas de juego en entornos no lúdicos no es un fenómeno nuevo, pero el crecimiento exponencial del uso de videojuegos en los últimos años ha despertado el interés de expertos en comunicación, psicología, educación, salud, productividad -y casi cualquier área de actividad humana- por descifrar las claves que hacen del videojuego un medio tan eficaz. En estos últimos años ha comenzado también la expansión en el estudio de su aplicación a otros ámbitos no necesariamente lúdicos. Gamificación es el término escogido para definir esta tendencia.

El objetivo general de gamificación es influir y motivar a los usuarios para conseguir que logren adquirir hábitos y alcanzar objetivos. Para lograrlo, se incentiva al jugador a participar, compartir e interactuar en alguna actividad de forma individual o con la comunidad. Una gamificación eficaz, dinámica y con una rica experiencia puede ser utilizada para llevar a cabo una variedad de objetivos en todo tipo de ámbitos y sectores.

Se define la gamificación cómo la aplicación de las mecánicas y dinámicas de los juegos en ámbitos que originariamente no son lúdicos —como por ejemplo el marketing, la formación o la gestión de proyectos— con el fin de involucrar a la persona que participa y aumentar su motivación, concentración, esfuerzo y fidelización de forma que una actividad aparentemente tediosa, un proceso complejo o un producto se haga más atractivo gracias a la buena predisposición de las personas en relación al juego.

Existen beneficios y riesgos en el uso de la gamificación. De esta manera, se cuentan como beneficios:

1. Aumentan la participación de las personas usuarias o clientes.
2. Aumentan la fidelización a la marca y su atracción de talento.
3. Motivan a los equipos integrando sus progresos en dinámicas de juego.

4. Sean utilizados como herramientas de formación, gestión de proyectos o para un cambio de hábitos.

En cuanto a los riesgos que se tienen a introducir ésta metodología de formación se tiene:

1. Aún está extendida la idea de que trabajo y diversión son conceptos antagónicos. Esto puede generar resistencias a la gamificación.

2. Todo juego se rige por unas normas, pero si está mal diseñado, la persona usuaria puede, no sólo desentenderse, sino también cuestionar las propias normas.

3. El estímulo de la competencia en el juego tiene que ser amable, buscando el progreso de los equipos, en ningún caso feroz e individualista. Si se introducen elementos de promoción o premios de gran valor, el juego empieza a no ser tan divertido.

Dentro de la gamificación se incluyen los juegos serios (serious games), los cuales no son nuevos ya que realmente éste término se conoce desde 1970 cuando aparece en el libro escrito por Clark Abt (con ese mismo nombre: Serious Games), pero es en el siglo XIX cuando despegó el diseño de éstos gracias a los avances tecnológicos, informáticos e internet que permite darle a los juegos serios una gran cantidad de aplicaciones para la formación de profesionales y técnicos de las diferentes áreas del conocimiento.

En general, se explica que la gamificación orientada en el capital intelectual de las organizaciones puede ser utilizada en formación mediante simuladores, juegos inmersivos tridimensionales para enseñar idiomas, juegos tácticos militares y juegos creando juegos. También se desarrolla la gamificación para la captación de talentos lo cual puede ser de gran importancia para las organizaciones para incorporar a sus filas personal que se identifica con la visión estratégica inmersa en el juego asociada a la de la empresa. Otras opciones de desarrollo están diseñadas para la gestión de proyectos, gestión de tiempo y cambio de hábitos en el personal de la compañía.

CONCLUSIONES

En la presente investigación documental-descriptiva se evidenció en la bibliografía consultada la importancia que tiene la formación del personal de toda organización para potenciar sus competencias que involucran conocimientos, habilidades y actitudes, todos orientados con respecto a los objetivos que se requieren alcanzar en función de la visión estratégica de la empresa.

El trabajo a su vez, permitió explorar el estado del arte del e-learning como metodología viable para la formación del personal que conforma toda la organización, desde el nivel jerárquico superior, el intermedio táctico y el base u operativo con el fin de alinear los procesos formativos para impulsar el desarrollo de la organización considerando la especialización de su talento humano de forma que permita estar

preparados ante cualquier eventualidad facilitando el enfrentar los riesgos del mercado y la competencia.

De las clasificaciones ofrecidas por la autora Agudelo (2013), se considera que la correspondiente al tipo de comunicación mediante los tipos sincrónicos y asincrónicos se engloban todas las posibilidades de e-learning que existen en la actualidad incluyendo las tendencias de g-learning y juegos serios.

La formación en la actualidad es considerada como una parte de la inversión estratégica de toda organización y el e-learning viene a ser una solución que rompe el paradigma tradicional del proceso de enseñanza-aprendizaje tradicional de modo sincrónico y presencial para pasar a procesos online sincrónicos y asincrónicos que se traducen en ahorro, eficacia, efectividad y eficiencia en el uso de los recursos económicos y humanos.

Por último, se sugiere considerar el e-learning como una herramienta que se puede incorporar en las empresas de formación como una alternativa viable a la formación tradicional y extender las fronteras de ofertas de cursos a nivel internacional latinoamericano y luego el resto del mundo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agudelo, M. (2013). E-Learning. Documento en línea. Disponible en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/file.php/310/MaterialesEducativos/e-Learning.pdf>. Consulta: 03/007/2013.
- Alles, M. (2005). Dirección Estratégica de Recursos Humanos, Gestión por Competencia Argentina. Editorial Granica S.A.
- Bateman, T. (1999). Administración: Una ventaja competitiva. México. Editorial McGraw-Hill.
- Benavides, O. (2002). Competencias y Competitividad. Diseño para Organizaciones Latinoamericanas. Colombia. Editorial McGraw-Hill.
- Boneu, J. (2007). Plataformas abiertas de e-learning para el soporte de contenidos educativos abiertos. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento. Volumen 4, número 1. (Pp. 36-47).
- Cejas, M. (2005). La formación por competencias: una visión estratégica en la gestión de personas. Revista Visión Gerencial. Año 4, número 1. (Pp. 11-22).
- Chiavenato, I. (2006). Administración de Recursos Humanos. Colombia. Editorial McGraw-Hill.

- Garay, M. (2005). Políticas y estrategias gerenciales para el desarrollo del talento humano en instituciones de crédito educativo en América Latina y el Caribe. Colombia. Universidad de la Sabana.
- García, F. (2005). Estado actual de los sistemas e-learning. Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. Volumen 6, número 2. (S/p).
- García, J. y García, J. (2001) Los espacios virtuales educativos en el ámbito de Internet: Un refuerzo a la formación tradicional, Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 3. Documento en línea. Disponible en: http://www3.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_03/n3_art_garcia-garcia.htm. Consulta: 03/11/2013.
- Hernández, F y Hernández, Z. (2011). Visión estratégica en la administración del talento humano en las organizaciones. Tesis de grado. Universidad de Oriente. Venezuela.
- Hill C. (2001). Administración estratégica, un enfoque integrado. Colombia. McGraw-Hill.
- Levy- levoyer C. (2005). Gestión de las competencias, cómo analizarlas, cómo evaluarlas, cómo desarrollarlas. España. Editorial Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Porter, M. (2002). Ventaja Competitiva. México. Grupo Editorial Patria.
- Rengarajan, R. (2001). LCMS and LMS: Taking advantage of tight integration. Click 2 Learn. Documento en línea. Disponible en: http://www.e-learn.cz/soubory/lcms_and_lms.pdf. Consulta: 03/10/2013.