

La formación cae en las redes 2.0

Publicado el 27-11-2009 por Tamara Vázquez. Madrid.

Diferentes compañías adaptan sus estrategias de formación a la 'filosofía 2.0', creando campus virtuales a través de los que gestionan el conocimiento de los empleados.



La revolución que las redes sociales suponen para las organizaciones va más allá de aspectos puramente vinculados al reclutamiento y la selección de personal. En la dimensión formativa, este fenómeno también representa un cambio fundamental para la empresa, que organiza y gestiona el conocimiento de sus empleados sobre la base del principio de la colaboración.

En este contexto, diferentes compañías nacionales están imitando acciones formativas surgidas al otro lado del Atlántico que se basan en medios sociales -como blogs o *wikis*-, y en redes como [Facebook](#), [Twitter](#) y [LinkedIn](#). Es el caso de [Acciona](#), que este mismo mes ha lanzado su propio campus virtual, una comunidad de aprendizaje online cuyo contenido inicial parte de 1.200 recursos disponibles en diferentes formatos (aulas virtuales, vídeos, presentaciones, casos multimedia, *podcast*, resúmenes de libros de gestión, etcétera), que irán creciendo gracias a la participación activa de los trabajadores.

Más diálogo

Según explica Alfonso Callejo, director de recursos humanos de esta organización, "uno de los objetivos del campus es promover la implicación de todos los empleados en un plano de igualdad de oportunidades. Si tienen la voluntad, pueden aprender". Esta idea concuerda con el lema escogido para lanzar la campaña [RE acciona](#): el campus permite que los 35.000 empleados de la organización actúen, comenten y opinen. En otras palabras, facilita que, si realmente quieren, se impliquen en su formación. Que reaccionen.

Estas plataformas digitales impactan directamente en los programas de formación tradicionales. "No sólo organizan contenidos, sino que potencian el diálogo de los alumnos, que entienden y valoran este espacio como un elemento útil para su formación y desempeño profesional", explica [Marcello Rinaldi](#), responsable de *social learning* de [Avanzo](#), uno de los principales proveedores de este tipo de portales en España. En su opinión, si bien Estados Unidos -la cuna de Internet- lidera la iniciativa 2.0 global, España es el país más prometedor de la Unión Europea en lo que a redes sociales se refiere. "De acuerdo con datos de Red.es, el 60,5% de la población española es usuaria habitual de comunidades online, lo que explica en parte la difusión de este tipo de entornos formativos", reconoce.

[Indra](#) es otro ejemplo de gran multinacional que se ha subido al carro de los campus virtuales. En junio de 2007 puso en marcha su iniciativa *Web Univerhsus*, un portal de formación que, a su vez, es una red social y que ha conseguido canalizar el talento de todos sus colaboradores a través de cinco canales de

aprendizaje actualizados diariamente. Como en el campus virtual de Acciona, sus contenidos se estructuran en dos bloques. El primero incluye material didáctico facilitado por escuelas de negocios y consultoras, y el segundo, una serie de recursos prácticos que refuerzan y complementan lo aprendido en la unidad anterior.

Interactividad

El conocimiento se transmite a través de cursos online, manuales en pdf, aulas virtuales, *screencast* y formación a través de píldoras enviadas directamente a los móviles corporativos de los empleados, que pueden acceder a la documentación cuándo y cómo quieran, así como valorarla, añadir comentarios o suscribirse a las novedades. "En Indra creemos que la globalización de los mercados y la incorporación de las nuevas generaciones serán un motor de crecimiento para este tipo de soluciones formativas", dice Begoña Celis, directora de procesos de Recursos Humanos de la firma.

En todo caso, este tipo de portales no sólo suponen un impulso en el plano formativo, sino que se convierten en una herramienta de fidelización y atracción de talento. "Además de ayudar a retener a los empleados, estas comunidades refuerzan la imagen de marca como empleador, porque la firma demuestra que apuesta por las nuevas tecnologías y por la democratización de la formación", apunta Gerardo Lara, director de Mercado de Trabajo de Acciona. En su opinión, lo realmente importante es que "estas comunidades abren un mundo de posibilidades para la colaboración, a través de espacios abiertos de aprendizaje que fomentan que se comparta el conocimiento". Para Marcello Rinaldi, los campus virtuales representan una tendencia clara en las organizaciones. "Si la web 2.0 ha cambiado la forma en que nos comunicamos, su entrada en la empresa supone un nuevo modo de gestionar las relaciones y de organizar el conocimiento, generando un valor real que se puede medir", explica. En su opinión, entramos en la era de la *Empresa 2.0*, que reconoce el valor del profesional como un agente activo capaz de contribuir con su experiencia y capacidades en la gestión de la organización.