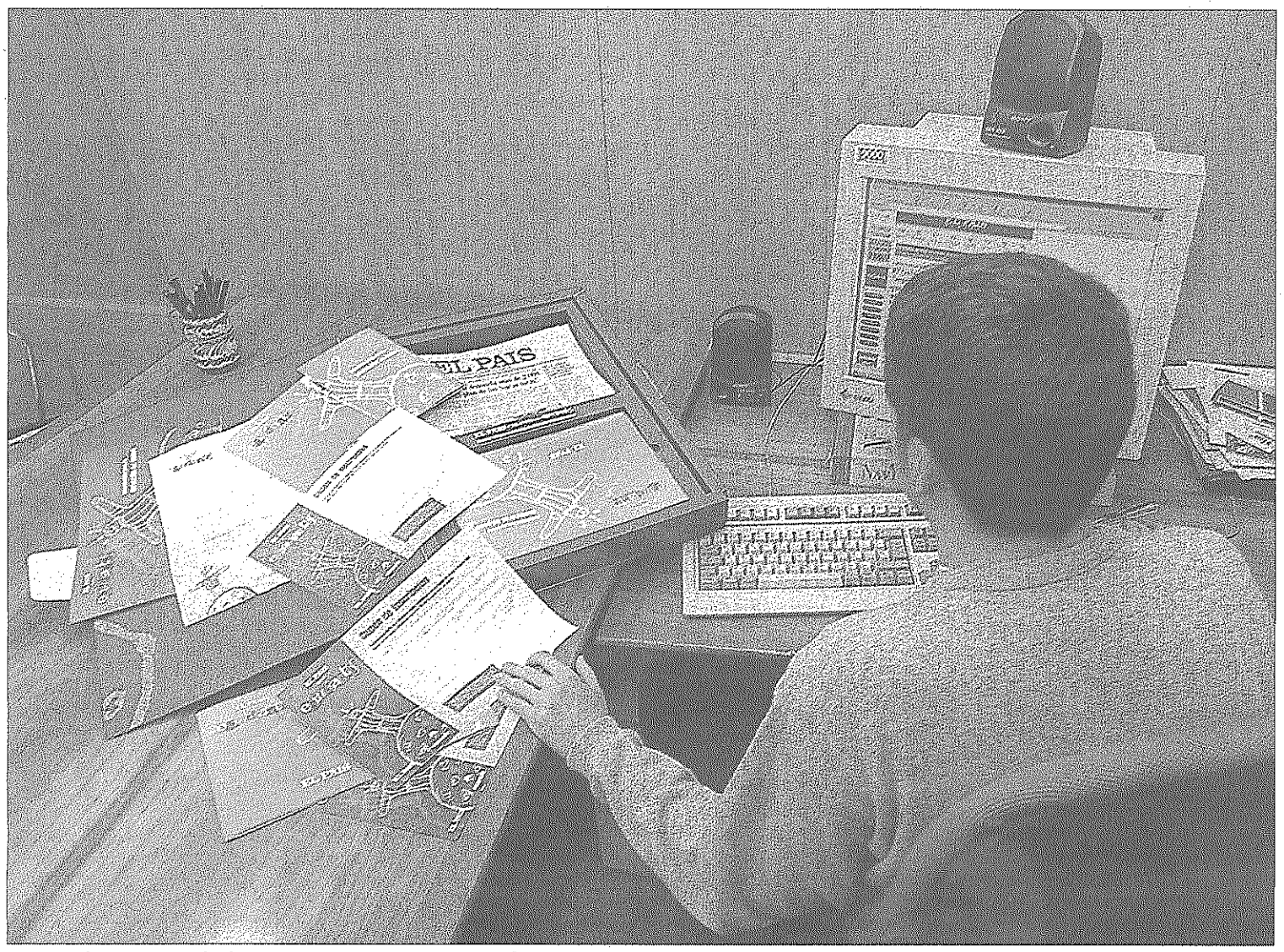

Las grandes empresas invierten entre 400 y 650 euros en formar a cada unos de sus empleados al año. / GORKA LEJARCEGI

Aprenda jugando y esquive el paro

La formación on line crece a medida que las empresas recortan sus presupuestos

CARMEN SÁNCHEZ-SILVA

¿Sabía usted que, ante la crisis económica, lo más habitual es que las empresas reduzcan los presupuestos destinados a la formación de sus empleados, en tanto que muchos trabajadores y parados elevan el gasto dedicado a ella? Es curioso. Pero buena parte de las principales escuelas de negocios españolas corroboran que sus ingresos por los MBA que imparten no se han resentido, sino al contrario, principalmente porque muchos profesionales han decidido tirar de su propio bolsillo, mientras que la denominada formación *in company* (la que se desarrolla a medida de la empresa) ha pisado el freno de forma drástica. Aprender no ocupa lugar para mejorar el puesto de trabajo.

Y no sólo las escuelas de negocios, el Centro de Estudios a Distancia (CCC) asegura que los cursos de formación profesional han aumentado casi un 50% entre septiembre de 2007 y de 2008, porque "en tiempos de crisis la demanda de aprendizaje gira hacia planes de formación que dan acceso al empleo, y que es la formación la que establece las diferencias profesionales en momentos difíciles".

"Los presupuestos de formación se reducen en la medida que se están recortando los ingresos de la empresa. Por eso tenemos que ajustar los costes porque no podemos perder a un cliente que nos ha costado tanto que compre nuestros "servicios". La fórmula es ser más eficiente y eficaz", explica Miguel Ángel Rodríguez Muñoz, director general de élogos, empresa líder de servicios de formación a distancia, con una facturación de 34,2 millones de euros en 2007 y una previsión de 51 millones para este ejercicio, tras la integración de Actúa y Telephone Teaching en su grupo.

Igual opina Francecs Fábregas, responsable de GEC, compañía participada por La Caixa: "con los mismos presupuestos tenemos que sacar más rendimiento". Fábregas asegura que,

> Enseñar a los trabajadores a distancia es un 30% más económico

como consecuencia del recorte, las organizaciones españolas "están pidiendo más recursos on line, que salen más baratos". Según GEC, la formación a distancia supone unos ahorros de entre el 30% y el 40% sobre la enseñanza presencial. Principalmente porque se ahorran gastos de viaje, de impresión y distribución del material en papel, el coste del formador... un conjunto de costes variables de los que las empresas pueden prescindir. (En el cuadro adjunto puede verse un ejemplo elaborado por la compañía, que no incluye los costes fijos).

El ahorro de la enseñanza virtual

Ejemplo de presupuesto formativo para empresas de entre 2.000 y 5.000 personas distribuídas por la geografía nacional - internacional

	Acumulado en 4 años
Volúmenes previstos	
Personas a formar	8.770
Horas de formación	122.780
Costes del modelo presencial	
Gastos de viaje	3.069.500
Catering y logística	890.160
Formador	815.330
Administración de la formación	340.000
Inversión en cursos (actualizar y nuevos)	480.000
Impresión y distribucion de material	383.700
Reservas salas externas	77.490
Total costes variables formación	**6.056.180**
Metodología formativa combinada	
Primer año (80% presencial, 10% on-line y 10% comunidad virtual)	
Cuarto año (30% presencial, 40% on-line y 30% comunidad virtual)	
Costes del modelo combinado	
Costes de formación presencial	
Gastos de viaje	1.592.850
Catering y logística	461.920
Formador	423.080
Administración de la formación	233.750
Inversión en cursos (actualizar y nuevos)	252.000
Impresión y distribucion de material	49.770
Reservas salas externas	20.220
Total costes variables	**3.033.590**
Costes de formación on-line	
Inversion en pasar contenidos a on-line	420.000
Formador on-line	130.760
Costes de comunidad virtual	
Puesta en marcha y mantenimiento	120.000
Dinamización	451.450
Total costes nuevas metodologías	**1.122.210**
Nuevos costes totales previstos	**4.155.800**
Ahorro en costes variables	**1.900.380 (31%)**
Ahorro (anual)	**Del 6% del primer año al 54% del cuarto**

Fuente: GEC EL PAÍS

Sin embargo, abandonar la enseñanza presencial es un error. "El *e-learning* no va a sustituir el lado humano de la formación", afirma Carolina Jeux, directora de Educaterra, del grupo Telefónica, quien mantiene que la tendencia actual es el aprendizaje *u-learning*, es decir, aquel que usa dispositivos como la televisión, las PDA, las consolas, los móviles... "Nos da igual la tecnología, lo importante es formar a la gente como mejor se adapte a sus necesidades. Antes importaban más los contenidos, pero ahora los usuarios piden pasárselo bien mientras aprenden", añade.

> El reciclaje constante del empleado, clave para lograr trabajo

Educaterra tiene claro que sus clientes le piden "más por menos y ven en el *e-learning* formación de más gente por el mismo precio", como también que su previsión de crecimiento este año es del 30% (en 2007 facturó siete millones de euros. El 50% gracias a su cliente Telefónica) y del 20% para el sector de la enseñanza a distancia.

Por su parte, GEC obtuvo unos ingresos de nueve millones de euros el pasado ejercicio y éste pretende elevarlos un 10%. La compañía hace el 60% de su facturación dando servicios a los sectores bancario y del automóvil.

Tanto Fábregas como Jeux mantienen que los programas de formación genéricos ya no funcionan. Hay que adaptarlos al personal al que se dirigen y, en este sentido, la ventaja de la enseñanza a distancia es que puede personalizarse. Eso sí, según el director de GEC, las plataformas no son rentables a menos que se desarrollen en firmas de más de 1.000 empleados.

Además de la tendencia a la enseñanaza con videojuegos, simuladores y todo tipo de recursos de animación, las comunidades virtuales enfocadas a un grupo concreto dentro de las organizaciones (como los directivos o el personal de ventas, por ejemplo) se están poniendo de moda entre las grandes corporaciones.

Es el caso de Indra, que dispone de cinco. La compañía es una excepción en el contexto de los recortes presupuestarios en la formación de sus trabajadores. Cada año los eleva, según afirma, "porque la formación se considera una inversión y un elemento clave en una empresa de conocimiento como ésta". En 2008 destinará 6,5 millones de euros a reciclar a sus 24.000 empleados, de los cuales el 30% corresponde a la modalidad *e-learning*. Muy contenta de su plataforma Univerhsus, con 600 usuarios de media diaria, Indra asegura que las ventajas de la enseñanaza on line son su flexibilidad, la autonomía en el aprendizaje y el ahorro de costes. Eso sí, en los procesos complejos de formación técnica, sigue utilizando la presencial. ■