



El uso de nuevas tecnologías puede convertir a las empresas en más competitivas y también ayudarlas a reducir costes.

# La web 2.0, una asignatura pendiente en las empresas

Las nuevas tecnologías están en todas partes, pero muchas compañías españolas todavía no las utilizan con la normalidad que sería deseable

## RECURSOS HUMANOS

PEPA ALBARRACÍN

Reducir costes. Ser más innovadores y competitivos. Conocer mejor a los clientes. Estrechar la comunicación con empleados y proveedores. Estas son algunas de las ventajas que ofrece la incorporación de herramientas de la web 2.0 al mundo empresarial. «Son aplicaciones gratuitas disponibles en Internet que nos permiten guardar, gestionar y compartir información», señala Laura Rosillo, consultora de Adecco Training.

Rosillo comenta algunos ejemplos. «Google nos permite realizar búsquedas todo lo especializadas que deseamos, monitorizar la red de forma que, a través de sus

alertas, nos informe de forma actualizada sobre la actividad en Internet de nuestros clientes, proveedores, colegas, etc., mantenernos permanentemente al día sobre el tema que deseemos. YouTube nos permite visualizar, guardar y compartir millones de videos. Picasa o Flickr, guardar y compartir nuestras fotografías y las fotografías de millones de usuarios. Por su parte, Delicious nos permite guardar y compartir nuestras webs favoritas y Wikipedia disponer de una enciclopedia elaborada por millones de usuarios y poder editar en ella libremente... Y en el caso de la red social LinkedIn, Xing, Facebook, Tuenti o Twitter, para citar las más utilizadas en nuestro país, nos permiten compartir con nuestros amigos y seguidores nuestros descubrimientos y vivencias cotidianas, tanto laborales como personales».

El uso de las herramientas 2.0 en las empresas españolas todavía no está muy extendido ya que es imprescindible la «alfabetización digital», es decir, «el desarrollo de habilidades digitales de todos los empleados, que no siempre ocurre», comenta Laura Rosillo.

«A nivel externo, desde los departamentos de marketing, se están empezando a utilizar estas herramientas para comunicarse con los clientes, pero internamente falta mucho camino por recorrer», afirma Diego de Azcoitia, director de e-learning de Adecco Training.

**Las empresas usan estas tecnologías para comunicarse con los clientes, pero no a nivel interno**

«En España, se usan preferentemente como canales de comunicación externa, para contactar con los clientes. Las 2.0 están muchísimo menos utilizadas como canales de comunicación interna. La mayor parte de intranet empresariales no permiten el flujo de información de abajo a arriba, sino que sólo suelen ser herramientas de comunicación descendente; de la dirección hacia los empleados. Evolucionar las intranet hacia herramientas 2.0 permite mejorar sustancialmente uno de los problemas endémicos de la mayor parte de empresas españolas; la comunicación interna. Además de aprovechar y difundir el conocimiento interno de la organización, permite realizar una auténtica gestión del conocimiento», asegura Rosillo.

Aprovechar el gran potencial que ofrecen las nuevas tecnologías se presenta como un reto en las organizaciones

empresariales y, según los expertos, estas herramientas serán muy útiles en el futuro, sobre todo en el área de formación.

## Crece el 'e-learning'

Así se desprende del IX estudio que la Fundación Elogos, en colaboración con el IESE, ha realizado sobre el 'Estado del arte de la formación en España'. Según los datos que recoge, «el avance del 'e-learning' en España ha crecido en torno al 290% entre 2004 y 2009. Y su implantación, como metodología de formación, continúa creciendo».

En España, el 'e-learning' supone el 22% de la formación en las grandes empresas, el segmento con mayor penetración de esta metodología. En Administraciones Públicas supone un 15% del total de horas de formación y un 16% en agentes económicos y sociales. Aún así, las clases de modalidad presencial si-

guen dominando como metodología preferente para la formación. Según refleja el estudio de la Fundación Elogos, «las necesidades de formación crecen exponencialmente a medida que se acelera el cambio tecnológico. Además, la formación ha dejado de ser privilegio de unos pocos para convertirse -en gran parte gracias a la tecnología- en un bien accesible para muchos».

«Es evidente que la evolución de la tecnología en el mundo formativo -espacios virtuales, sistemas de gestión de la formación y del talento, web 2.0...- ha jugado un papel fundamental en este crecimiento, favoreciendo que muchas compañías dispongan, a un coste bastante menor que hace tan sólo unos años, de herramientas para desarrollar, estructurar e integrar de forma eficiente una amplia variedad de recursos formativos», declara Jordi Gutiérrez, director general de la Unidad de Negocio de Formación Empresas Elogos.

«Pero también es cierto que cada vez son más las empresas que, conscientes de la importancia de desarrollar y retener el talento que reside en sus organizaciones, están invirtiendo en el diseño de experiencias de aprendizaje más personalizadas para cada uno de los perfiles que conviven en la misma, teniendo en cuenta no sólo las necesidades formativas, sino también la manera de aprender que tiene cada persona. Y es en este contexto en el que el e-learning está aportando un mayor valor, permitiendo la puesta en marcha de nuevas e innovadoras metodologías -aprendizaje informal, simuladores de negocio...- que generan en las personas una experiencia de aprendizaje más positiva y práctica que, sin duda, facilita la transferencia de lo aprendido a sus retos del día a día».

A Juan A. Fernández Cerrato, gerente de la Universidad Corporativa Acciona, le sorprendió positivamente que «el 30% de las empresas españolas incluyera en su estrategia formativa para 2010 el uso de las redes sociales». Y, según manifiesta en el estudio «Estado del arte de la formación en España», «si queremos lograr la eficiencia en nuestro modelo de formación, debemos manejar, como mínimo, los siguientes parámetros: en primer lugar, el enfoque y herramientas 2.0, que posibilitará la creación de espacios de aprendizaje -campus virtual-, comunidades de práctica y canales temáticos, y potenciar el aprendizaje informal. Por otro lado, la utilización de recursos y tecnologías avanzadas, tales como 'atlas virtuales', clips, video-class, etc., tanto en plataformas y web corporativas como en dispositivos móviles».