

# M-LEARNING

## GRUPO 2

Rocío Castro Arispón  
Rocío Almudena García Moro  
María Jimeno Martínez  
Miguel Moreno Moyano  
Ernesto Rodríguez Guerrero



# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. ¿QUÉ ES EL MOBILE LEARNING?.
3. ¿PARA QUÉ SE UTILIZA?. CAPACIDAD DE TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS
4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL M-LEARNING
5. EL M-LEARNING EN LAS EMPRESAS
6. ANÁLISIS DE LAS DEBILIDADES , AMENAZAS, FORTALEZAS Y DEBILIDADES?
7. FORMACIÓN DE DIRECTIVOS
8. PROPUESTA A NUESTRO JEFE
  - ✓ Sistema que vamos a utilizar
  - ✓ Justificación del sistema
  - ✓ Objetivos a cubrir
  - ✓ Coste de la implantación
9. BIBLIOGRAFÍA

# INTRODUCCIÓN

- Los avances que las tecnologías de la comunicación han experimentado en estos últimos años, han sido aplicados, antes o después a la formación, tanto en las instituciones educativas como en las empresas.

Estas últimas, no han podido ignorar la revolución que dichos avances, han supuesto en la manera en que llevan a cabo en todos sus procesos, haciendo especial mención a la formación de sus empleados. Cada vez son más las empresas que se suben al tren tecnológico y aplican modelos de formación basados en dispositivos móviles cuya reciente aplicabilidad se debe también al incremento del gasto en formación que acometen las compañías todos los años.

Pero, a pesar de que se ha producido un avance vertiginoso en dicha materia, todavía queda un largo camino por recorrer cuando de m-learning se trata, en el que las empresas tienen que hacerse eco de todas las ventajas que dicho sistema supone.



## INTRODUCCIÓN

- Desde su aparición, los sistemas de telefonía móvil han revolucionado el comportamiento social y económico de las naciones. En la actualidad, más del 80% de la población mundial posee cobertura del servicio que ha generado *nuevos modelos de negocios* y una visión diferente de la realidad, enmarcada en la denominada *sociedad de la información móvil*. Sin embargo, la tendencia va más allá de ofrecer el tradicional servicio de voz; los usuarios requieren en sus terminales servicios de transmisión de datos tal y como los poseen en sus redes fijas (Internet), con independencia del lugar donde se encuentren y

una calidad de servicio comparable a la que Internet les brinda.

Durante esta última década, el mundo de las telecomunicaciones ha experimentado dos fenómenos sin precedentes. Por un lado el *éxito de la telefonía móvil*, y por otro, el impacto que ha supuesto *Internet* y sus aplicaciones en los sistemas de información, los cuales, sin duda, están contribuyendo a cambiar los hábitos y costumbres de la sociedad actual y forzando al mercado de las telecomunicaciones a innovar sus tradicionales modelos y conceptos, llegando a un punto en el cual se demanda la

convergencia de estos dos campos, para facilitar el acceso a los servicios de información y comunicación desde dispositivos móviles.

**Este modelo demanda grandes retos, son innegables sus ventajas, ya que a diferencia de la Internet tradicional, el basar la formación en tecnologías de comunicación móvil permitirá que los alumnos tengan acceso prácticamente de forma inmediata.**



## ¿QUÉ ES EL MOBILE LEARNING?

- Se podría decir que el m-learning es una evolución del e-learning, que es a su vez una evolución de la formación a distancia,

El **m-learning** es una metodología de enseñanza y aprendizaje valiéndose del uso de pequeños y maniobrables dispositivos móviles, tales como teléfonos móviles, celulares, agendas electrónicas, tablets PC, pocket pc, ipods, ipads y todo dispositivo de mano que tenga alguna forma de conectividad inalámbrica, generando grandes expectativas y planteando interesantes iniciativas empresariales y proyectos de investigación.

*Conceptualmente se puede afirmar que se denomina m-learning a la difusión de contenidos formativos mediante dispositivos móviles. Los usuarios buscan contenidos "just in time, just for me" que se ajusten de forma muy concreta a su perfil, los cuales pueden utilizarse en el momento en que se requiera.*

De un tiempo a esta parte, se vienen incorporando a nuestras vidas, cada vez con más fuerza, las tecnologías móviles, y por lo tanto, está surgiendo lo que denominamos mobile learning y que

consiste en usar estos aparatos electrónicos para aprender.

La educación tal como la conocemos, se está convirtiendo cada vez más en una fuerza torpe y resistente en liberar el potencial de inteligencia colectiva y las capacidades disruptivas que las tecnologías de nuevos medios recientemente han puesto a nuestra disposición.



# ¿QUÉ ES EL MOBILE LEARNING?



**cambio de rol asignado a los departamentos de Recursos Humanos** de las empresas. Desde el momento en que se valora la importancia de la gestión y retención del talento, así como la integración de la tecnología como herramienta clave para la formación en los entornos profesionales.

”

*"A medida que la penetración de los smartphones (teléfonos inteligentes) y el incremento de ancho de banda y conectividad están disponibles, el uso de dispositivos móviles para el aprendizaje será una progresión natural".*

## Causas de aparición del m-learning:

1. Cambios tecnológicos
2. Falta de trabajadores cualificados
3. Competencia interempresaria (know-where, know-when y know-how)
4. Globalización
5. Cambios socioculturales y demográficos
6. Perfil del knowledge worker
7. Explosivo crecimiento de internet
8. Capitales por acumulación de conocimientos
9. Conectivismo: base del hipertexto
10. Aumento aprendizaje corporativo

- Nuevas comunidades virtuales que han desarrollado una serie de comportamientos, claves y valores de la llamada **"cultura 2.0"** han desterrado el mito del proceso formativo con roles tradicionales de "profesor y alumno".

Aprender es más que nunca una labor de equipo en un entorno, el de la **"web 2.0"**, donde los contenidos ya no son producidos por unos pocos, porque el conocimiento se revela como fruto de la colaboración.

El m-learning está viviendo un periodo de expansión, y los estudios demuestran que su futuro pasa por seguir creciendo como una **herramienta clave en el**

## CARACTERÍSTICAS DEL M-LEARNING Y TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS

- Para un trabajador móvil y en particular para todo aquel usuario que no pueda o no desee mantener una ubicación fija por mucho tiempo, es indispensable contar con *soporte tecnológico que le permita tener acceso a su capacitación en todo momento*, sin importar el medio de comunicación, la hora o el lugar. Por lo tanto, el m-learning emerge para satisfacer las necesidades individuales de estos usuarios, permitiéndoles acceso a información específica desde cualquier lugar, en cualquier momento y en cualquier dispositivo portátil, ya sea para su utilización inmediata o posterior.

Definiremos a los **UMC** como aquella información que puede ser mostrada sobre un formato visual o auditivo restringido ya sea un texto o una combinación entre ellas. Este tipo de unidades son utilizados en la actualidad dentro de *modalidades autoformativas* centradas en un aprendizaje breve y conciso, es decir contenidos que no admiten ninguna duda sobre lo que se quiere obtener de ellos.



Entre los tipos de contenidos mínimos de información encontramos los siguientes:

- Contenidos casuales
- Contenidos de protocolo y cortesía.
- Contenidos de mensaje social , relacional o comunicativo.
- Contenidos específicos.
- Contenidos de control.

# VENTAJAS DEL M-LEARNING

## VENTAJAS

- Aprendizaje anytime & anywhere
- Los dispositivos móviles posibilitan la Interacción instantánea.
- Mayor Penetración: La telefonía móvil esta al alcance de casi todos, en la actualidad
- Tecnología más barata
- Mayor accesibilidad.
- Mayor portabilidad y funcionalidad
- Aprendizaje colaborativo.
- Los dispositivos móviles facilitan el aprendizaje exploratorio

El análisis de las 5M fue diseñado para servir como herramienta de definición para servicios móviles, buscando asegurar que los mismos se adapten a las necesidades de los usuarios de forma que generen ingresos para quien los ofrece y valor para el usuario final.

- ☞ **MOVEMENT:** El servicio móvil debe permitir el libre movimiento del estudiante.
- ☞ **MOMENTO:** Un servicio móvil de valor agregado es relevante en un momento preciso del día.
- ☞ **YO:** Los usuarios requieren servicios adaptados a sus propias necesidades.
- ☞ **DINERO:** Un servicio móvil de valor agregado debe generar servicios para el estudiante y la institución.
- ☞ **MÁQUINAS:** Con cualquier servicio móvil, el dispositivo móvil será el factor posibilitador o limitante de los procesos cognitivos del estudiante.



## DESVENTAJAS DEL M-LEARNING

- ☞ Distracciones: comida, charlas, visitantes, llamados, correos, juegos...:
- ☞ Nivel de retención = 10%
- ☞ Baja interacción docente - cursante y entre pares
- ☞ Sin usar video = - lenguaje corporal - tonalidad de voz - inflexiones del discurso
- ☞ Sólo sirve para casos particulares ó específicos de una tarea
- ☞ Contenidos no generan atención - retención
- ☞ No amigable ambiental ni ergonómicamente
- ☞ No orientado a aprender por objetivos y a establecer metas sencillas
- ☞ Los empleados se resisten (no hay horas extras)
- ☞ Requiere habilidades para el aprendizaje autónomo



## EL M-LEARNING EN LAS EMPRESAS

### *Empresas que apuestan por la formación de sus empleados*

El mercado actual requiere cada día más de personal cualificado. La formación es, en este escenario, una herramienta clave para mantener la competitividad de las empresas españolas. Afortunadamente, empiezan a prodigarse empresas que ofrecen formación, incluso desde el mismo momento en que un empleado se incorpora a la plantilla. Mientras la inversión en Formación Continua crece a buen ritmo, el interés y variedad de propuestas se multiplica. Un estudio realizado por la CEDE sobre la formación en las empresas españolas concluye que éstas ya están a la altura de las de los países de nuestro entorno.

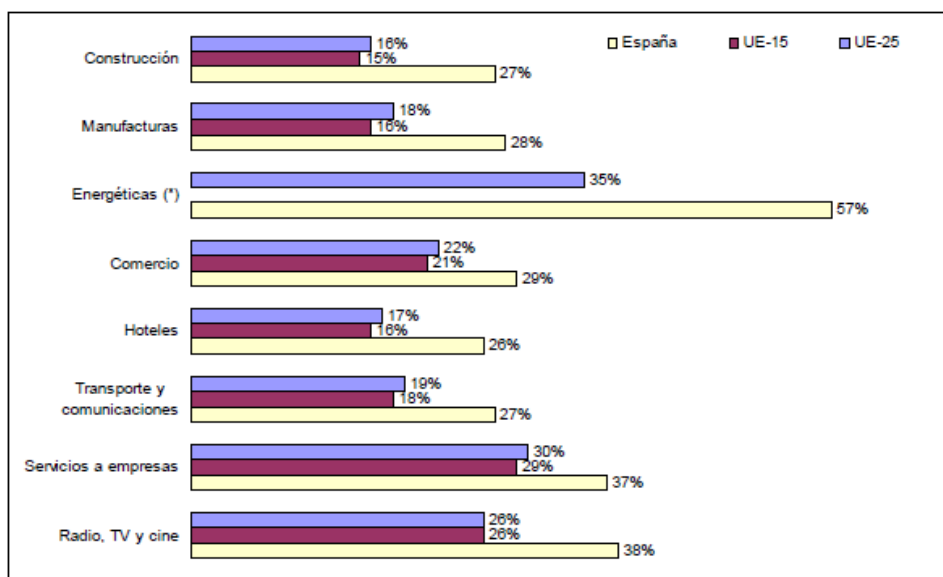
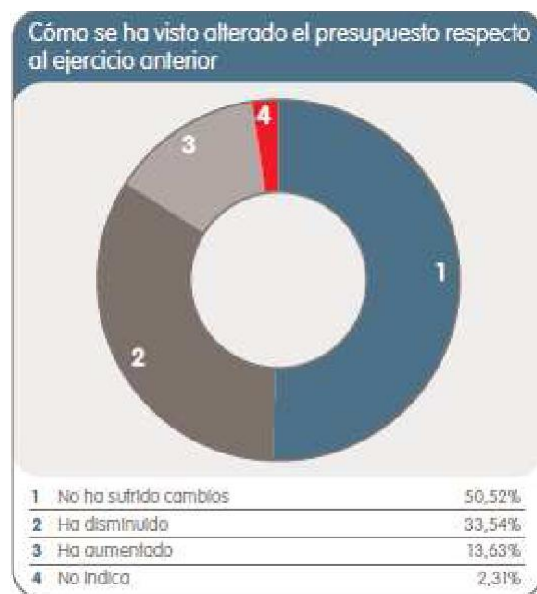


Figura 2: Distribución sectorial de las empresas que utilizan herramientas de e-learning en UE-25, UE-15 y España, 2005, en % del total de empresas con más de 10 empleados. Fuente: eEspaña 2006 a partir de Eurostat 2006<sup>(3)</sup>

## EL M-LEARNING EN LAS EMPRESAS

- Según Adecco Training, Las herramientas 2.0 serán el futuro de la formación, aunque hoy en día las emplean menos del 15% de las empresas. El 80% de los responsables de formación afirma que estas herramientas serán sus aliadas en el futuro. Sin embargo, en la actualidad, menos de un 15% las emplean, principalmente las grandes empresas. A pesar de la crisis, el 64,1% de las empresas afirma no haberse visto afectada por recortes en el presupuesto de formación, mientras que un tercio de éstas sí y un 13% ha visto cómo ese presupuesto ha aumentado. Los sectores con un mayor recorte, en términos porcentuales, son precisamente los que han liderado la inversión en formación: las TIC, el energético y el bancario y asegurador, que siguen siendo, aun

así, los sectores que realizan un mayor esfuerzo inversor en el área formativa.



En los últimos años, las empresas están concediendo un mayor protagonismo al aprendizaje informal, están introduciendo las herramientas 2.0 y se dibuja una tendencia clara hacia la reducción de horas en aula

para combinar ésta metodología con el m-learning.

Aprovechar todo el potencial que ofrecen estas nuevas tecnologías se presenta como un reto para las organizaciones, y especialmente, para áreas como la de la formación. En la actualidad, el uso de estas herramientas 2.0 son más un futuro que un presente, ya que sólo el 15% de las empresas encuestadas afirman estar empleándolas de una forma estratégica en sus planes de formación. El perfil de estas empresas es principalmente el de una multinacional a la vanguardia del uso de las nuevas tecnologías en todas las áreas, y por supuesto, también en la de la formación.

## EL M-LEARNING EN LAS EMPRESAS

- La metodología presencial en aula-taller sigue siendo la principal protagonista, aunque cada vez cede más espacio a la combinación con e-learning y otros medios. La formación informal, todavía no ha llegado a consolidarse dentro de los planes de formación de las empresas encuestadas. Así, en la era de las metodologías 2.0, el e-learning y el m-learning empiezan a ganarle terreno al taller en aula y se posiciona como la segunda metodología más habitual a la que recurren el 51,64% de las empresas encuestadas, con una inversión media del 24,63% del presupuesto total de formación.

Para una institución interesada en implementar un sistema de formación mediante nuevas tecnologías es

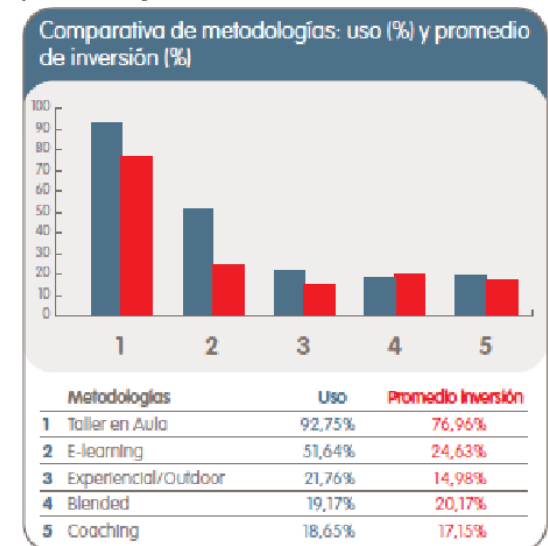
fundamental definir la estrategia sobre la cual edificará la estructura de la prestación de sus servicios de m-learning, teniendo en cuenta que para el usuario existirán como mínimo tres factores distintivos que determinarán su preferencia frente a las alternativas disponibles en el mercado. *Estos factores son:*

*Excelencia del servicio.* Mayor y mejor cobertura, servicios personalizados, mayor número de centros de recursos y asesorías, ofrecimiento de servicios adicionales, cursos modulares diseñados conforme a las necesidades, etc.

*Precios diferenciados.* Planes más económicos comparados con otras

alternativas de formación virtual y presencial, promociones de cursos cortos, precios reducidos por consumo y subsidio de terminales.

*Innovación tecnológica y de contenidos.* Móviles de última generación, introducción temprana de nuevas funcionalidades de red que se traducen en nuevos servicios de aprendizaje.



# EL M-LEARNING EN LAS EMPRESAS

## El 25% de la formación de las empresas españolas ya se realiza por e-learning

*España, entre los países europeos que más recurren a las TIC para la formación empresarial.*

La formación presencial en las empresas está dando paso al e-learning. De hecho, el 25% de la formación actual de las corporaciones españolas se realiza gracias a las TIC. A su vez, el 21,9% de esta formación la desarrollan las grandes empresas. Esto hace que España se sitúe dentro de los 15 primeros países europeos en la penetración de las TIC como modelo formativo empresarial.



## Formación en procesos mediante E-Learning en Pelayo

En 2009 Seguros Pelayo se plantea la posibilidad de incorporar la metodología E-Learning dentro de su plan formativo, haciendo uso además de una plataforma a la medida de sus necesidades. Concretamente esta iniciativa arranca con la idea inicial de trasladar, a través de esta nueva modalidad, la formación en el proceso estratégico de Apertura de Siniestros de Autos, a la que seguirían otras formaciones también estratégicas.

## La formación e-learning en NH Hoteles

Cliente:  
NH Hoteles

En la web:  
[www.raccoon.es/elearning/CasosExito/CasosExito](http://www.raccoon.es/elearning/CasosExito/CasosExito)

Protagonista: Bram Berrenbergs, director de la  
Universidad Corporativa de NH Hoteles

### El desafío

Con más de 18.000 personas de 115 nacionalidades distintas ubicadas en 350 centros de trabajo en 22 países, NH Hoteles es una de las empresas hoteleras más grandes del mundo. En 2004 sus responsables se plantearon la necesidad de realizar acciones formativas muy concretas que fueran homogéneas para toda la plantilla. Para conseguirlo observaron que la mejor forma era utilizar el e-learning, para lo cual confiaron en Raccoon, empresa con la que llevan trabajando desde entonces.

Bram Berrenbergs relata que en el año 2004 tomaron la decisión de mejorar el grado de implantación de las nuevas tecnologías dentro de NH Hoteles. "Eso implicaba tener que formar a miles de personas en nuevas herramientas y apli-

caciones en plazos muy cortos de tiempo. Por este motivo, optamos por la formación a distancia a través de los ordenadores, el e-learning", explica.

### Cómo ayudó Raccoon

"En un primer momento implantamos una plataforma para poder realizar las formaciones adaptadas a nuestras necesidades. Y al año pasado decidimos dar un paso más en esta sentido e implantar una nueva metodología de trabajo basada en un proyecto de certificación. Para ello colaboramos estrechamente con Raccoon para la creación de un portal de gestión del conocimiento que se convirtió en la evolución de la primera plataforma", destaca Berrenbergs.

"A través de esta plataforma cualquier empleado de NH puede acceder a su plan de formación personalizado y a sus certificaciones. "El programa de certificación está desarrollado con la intención de que cada empleado de NH Hoteles adquiere las habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar con éxito futuros puestos de trabajo de mayor responsabilidad", afirma.

"Para conseguir esa certificación el empleado debe realizar una serie de acciones formativas. "Con este portal que queremos compartir la responsabilidad de la formación con el empleado, para que tenga a su disposición todo un abanico de formaciones y que pueda seguir creciendo y aprendiendo en su puesto de trabajo -asegura este directivo de NH-. Básicamente, la formación es tanto técnica, de habilidades, como de cultura empresarial, y se va actualizando e incrementando cada año en función de las necesidades. Sobre esta base, y con la ayuda de Raccoon, decidimos apostar hace un tiempo por ofrecer contenidos muy cortos, pequeñas píldoras de tres o cuatro minutos que van al grano. Sabemos que el tiempo

se han desarrollado acciones formativas e-learning en los siguientes apartados:

- Formación en herramientas de software.
- Formación en habilidades y cultura corporativa.
- Formación en Prevención de Riesgos Laborales, procesos y metodologías.
- Formación en idiomas.
- Formación en RSC y medioambiente.

Todas estas acciones se realizaron en seis idiomas para atender a la diversidad cultural de la plantilla de NH: español, inglés, francés, italiano, alemán y holandés.

En este sentido, Berrenbergs resalta que: "En Raccoon hemos encontrado a un partner que entiende nuestras necesidades y los detalles de todos los diseños que queremos realizar, y así hoy esto no es fácil. Por eso, estoy convencido de que vamos a seguir trabajando con ellos durante mucho tiempo".

### Valor generado

Respecto a los resultados y la valoración del proyecto, Bram Berrenbergs es muy optimista: "La verdad es que la experiencia está siendo muy buena. También es claro que nosotros no lanzamos

**Raccoon es un proveedor que sabe cuidar muy bien la calidad**

algo sin haberlo consultado antes con los grupos de interés y con los diferentes departamentos de la empresa. Así conocemos el impacto que puede tener a, incluso, nos ayudan a construir el contenido



## EL M-LEARNING EN LAS EMPRESAS

*En Ferrovial-Agromán se encuentran llevando adelante un programa de formación m-Learning a nivel internacional.*

En este momento Ferrovial-Agromán está trabajando de forma permanente en USA, Polonia, Inglaterra, Irlanda, Italia, Grecia, Chile, Canadá, y con posibilidades de expansión en India, Australia y Nueva Zelanda. Por todo esto, y debido al número de expatriados, la formación m-Learning adquiere una principal relevancia. El programa es genérico, es decir, vale tanto para nuestros profesionales en España, expatriados y locales, por lo que la misma formación que se imparte en el país pueda llegar a todas las personas de la Compañía, estén en el lugar donde estén.

### M-LEARNING EN BARCLAYS

Esta entidad se ha caracterizado siempre por mantener una estrategia de innovación y eficacia en sus procesos, incluidos los de Recursos Humanos y concretamente en la formación de sus empleados. La dispersión territorial con la que cuentan hace muy difícil poder llegar a todos a través de la formación presencial y por ello consideraron que la metodología on line podía ser la solución. Así mismo, "en el sector bancario, hay muchos requerimientos de formación por normativa, lo que implica tener que formar a la Red Comercial o a toda la plantilla en un corto período de tiempo". "Si a la dispersión territorial, unimos el importante tamaño del colectivo a formar, se dilataría mucho el tiempo que hay que invertir para hacerlo de forma presencial. Por ello, creímos que la formación on line era una buena alternativa para romper las barreras espacio-temporales".



*"Poder saber que una persona de Ferrovial-Agromán, esté donde esté, puede recibir formación para el mejor desempeño de su puesto de trabajo es del todo gratificante."*



**ferrovial**

### M-LEARNING EN CEPSA

En materia formativa, se han impartido más de 600.000 horas de formación, principalmente interna, un 27% más que en el ejercicio anterior. Este incremento se debe fundamentalmente a la formación que han recibido los nuevos empleados que se incorporarán a las instalaciones que se están construyendo en la refinería "La Rábida" con motivo de su ampliación. Incidir en la creciente importancia de las metodologías de formación "on-line", basadas en "e-learning", "b-learning" y entornos de colaboración y que en 2008 han superado las 40.000 horas lectivas.

### M-LEARNING EN AENOR

En julio de 2007, la Asociación Española de Normalización y Certificación (Aenor) firmó un acuerdo con el Instituto de Formación Online (IFO) para trabajar conjuntamente en el desarrollo y la comercialización de sus cursos *online*. "Aunque ya colaborábamos desde que empezamos a desarrollar las primeras iniciativas de formación *M-learning*, esta alianza nos permitía ampliar el número de cursos en este formato porque el mercado así lo demanda", explica Susana Lozano, responsable de Aenor Formación. ¿El objetivo? Según el gerente del área de pymes de IFO, "desarrollar nuevos contenidos, crear cursos relacionados con la gestión de la calidad y la seguridad de la información y adaptar los antiguos al nuevo formato, pasando a multimedia los que estaban en PDF".



### M-LEARNING EN BBVA

Orientación al cliente y máximo aprovechamiento de las nuevas tecnologías son los principales objetivos del programa de formación online de BBVA. La entidad, que ha sido incluida dos veces entre las cinco mejores empresas europeas en el desarrollo de líderes por la consultora Hewitt Associates, dedicará este año el 52,9% de su esfuerzo formativo a potenciar la relación del empleado con el cliente.

### M-LEARNING EN ASISA

ASISA, una de las compañías más consolidadas de asistencia sanitaria privada de España, ha confiado en la plataforma m-learning Manager de e-doceo, empresa líder en el sector m-learning, para llevar a cabo el seguimiento exhaustivo de la formación de sus trabajadores.

Hoy, ASISA es una de las primeras compañías del sector de la sanidad privada con más de 1.500.000 asegurados, a los que ofrece la cobertura asistencial más completa.

Los empleados de ASISA se benefician de una formación on line a través de una plataforma que responde a las expectativas de todos y cada uno de los responsables de formación.

**BBVA**

**asisa** 



# DAFO DEL M-LEARNING EN ESPAÑA

## FORTALEZAS

1. Posibilidad de formación everywhere
2. Tendencia a alianzas estratégicas
3. Bajos costes unitarios de formación
4. Adaptación a necesidades individuales de los empleados

## AMENAZAS

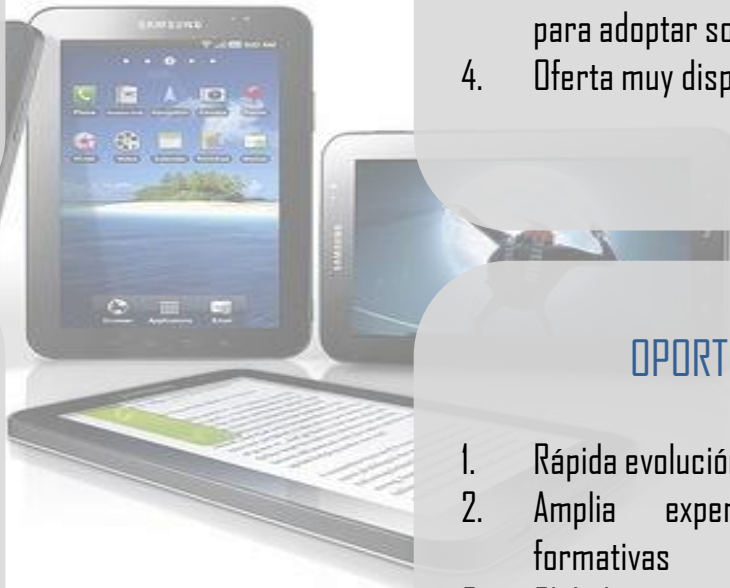
1. Retraso tecnológico
2. Posible rechazo de los empleados
3. Escasa formación de los RRHH en las empresas
4. Formación no presencial puede ser rechazada por falta de interacción y desconfianza
5. Cultura informática baja

## DEBILIDADES

1. Insuficiente desarrollo de los servicios
2. Visibilidad e interacción limitadas
3. Limitaciones culturales de las empresas para adoptar soluciones
4. Oferta muy dispersa

## OPORTUNIDADES

1. Rápida evolución de dispositivos móviles
2. Amplia experiencia en acciones formativas
3. Globalización actividad económica
4. Rápido incremento de servicios de internet móvil



## FORMACIÓN DE DIRECTIVOS

- En un mundo empresarial que cambia rápidamente, los directivos, miembros de empresa familiar y emprendedores que dominen las últimas herramientas de gestión y que cuenten con una visión estratégica adaptada a las circunstancias actuales, tendrán más posibilidades de éxito.

Es ahora cuando, debido a la crisis que azota los pilares empresariales del mundo entero, la inversión en formación de directivos se hace más valiosa.

Alcanzar la eficiencia en las organizaciones no es fácil y menos aún en la situación en las que nos encontramos. Liderar en tiempos

de crisis, motivar frente a la adversidad y adoptar un enfoque proactivo para adelantarse a los cambios y, lograr así una ventaja competitiva son factores clave que todo directivo tiene que tener en cuenta a la hora de dirigir su compañía.

Es por ello, que los programas de formación de los mismos son una poderosa herramienta con la que dotar a los líderes organizacionales de las habilidades y técnicas necesarias para garantizar el éxito y el crecimiento de su grupo.

Es aquí, donde la formación móvil adquiere una especial importancia debido a la diversidad de tareas

que desempeñan los directivos y a la compleja movilidad geográfica a la que en ocasiones se ven sometidos.

Esta formación puede provenir de diversas fuentes, tanto internas como externas, y son muchos los proveedores actuales que ofrecen este tipo de servicios.



## PROPUESTA A NUESTRO JEFE

Nuestra empresa de telecomunicaciones está implantada en numerosos países y necesita formar en habilidades comerciales y culturales y mejora del idioma a los integrantes del departamento comercial de todas las sucursales del mundo. Debido a la gran movilidad geográfica a la que se ven sometidos los comerciales, necesitan un plan de formación adaptado a las tecnologías móviles que permitan el acceso a la formación y a la información desde cualquier parte del mundo.

Además de la formación a la que hacemos referencia, la comunicación se hace vital debido a la interacción continua que debe existir entre nuestros comerciales y la empresa, haciéndose imprescindibles las tecnologías móviles para facilitar

dichos flujos informativos.

Fomentar una cultura participativa entre nuestros trabajadores es una de las clave para implantar este tipo de sistemas, así como facilitar la adaptación y mejorar la comprensión de las distintas culturas en las que se ven inmersa nuestra empresa.



Para la implantación de este sistema vamos a beneficiarnos de la formación y conocimientos ya adquiridos por los ingenieros y técnicos de

telecomunicaciones que ya trabaja en la empresa para crear un programa, a modo de intranet que pueda ser utilizado y aprovechado desde dispositivos móviles en cualquier punto del globo.

Dicho programa será utilizado para formar tanto a los comerciales que ya forman parte de la plantilla como para las nuevas incorporaciones que se produzcan en el departamento.

Con el aprendizaje móvil, las personas pasan de ser simples receptores pasivos a ser unos participantes creativos y en permanente comunicación dentro del proceso de enseñanza y aprendizaje.

## PROPUESTA A NUESTRO JEFE

Dicho programa, además de formación ofrecerá servicios de:

- Manual de acogida (Misión, visión, valores, objetivos, cultura organizativa, RSC,...)
- Podcasts de idiomas
- Cursos formación en habilidades comerciales y culturales
- Noticias y eventos de la empresa, así como conferencias del sector
- Avisos y notificaciones
- Documentos e informes de ventas
- Información sobre objetivos y planes de incentivos
- Instalación de navegadores en dispositivos móviles

Otro aspecto de la implantación de este sistema es el hardware o dispositivos físico que vamos a distribuir entre nuestros comerciales. Para ello vamos a recurrir al distribuidor Apple, que es una de las marcas más reconocidas y mejor posicionadas en el sector y la que ofrece dispositivos con una más amplia gama de posibilidades.



Después de un estudio detallado de nuestros trabajadores y las necesidades de formación, hemos

concluido que vamos a necesitar proveer de dichos dispositivos a 400 trabajadores.

Tras varias negociaciones con el proveedor anteriormente mencionado, hemos llegado a un acuerdo por el que nos suministrará 400 iPad con los que llevaremos a cabo nuestro proyecto.



## PROPUESTA A NUESTRO JEFE

*Los costes aproximados de dicha iniciativa son:*

1. Creación del programa (3 meses de sueldo de 3 ingenieros)= 24.300€
2. Cursos de formación e idiomas y podcasts: 250€ por unidad= 100.000€
3. Dispositivos físicos:  
-400 ipads: 400€\*400= 160.000€
4. Navegador GPS Ipad: 50€\*400= 20.000€

**COSTE TOTAL= 304.300€**

- Contrato con compañía telefónica para acceso a internet:  
400\*7,99€/mes= **3.196€/mes**

Los gastos de telefonía permanecen constantes, lo único que supondría un incremento adicional sería la contratación de la tarifa de internet móvil para los iPads. Los comerciales mantendrían sus antiguos móviles con los que podrán seguir realizando llamadas, pero además dispondrán de las tabletas inteligentes para estar conectados permanentemente vía internet.

*La implantación de dicho sistema supone muchas ventajas, entre las que destacan:*

1. Menor impacto medioambiental
2. Menores costes que un programa de formación presencial (transporte, formador, programas de formación,...)
3. Optimización del tiempo

4. Flexibilidad horaria en la formación
5. Mejora de la comunicación interna
6. Comodidad y manejabilidad
7. Contribución a la mejora de la competitividad de la empresa
8. Mejora de la información de los trabajadores sobre la situación de la empresa y objetivos.
9. Comunicación constante con los clientes



## CONCLUSIONES FINALES

La utilización de las tecnologías móviles está experimentando un gran progreso tanto en el mundo educativo como en el empresarial, y estamos convencidos que se convertirá en un futuro muy próximo en una herramienta indispensable para el normal funcionamiento de las organizaciones. Como hemos comentado anteriormente, estos sistemas están siendo ya utilizados en multitud de empresas tanto nacionales como internacionales que están disfrutando ya de todas sus ventajas.

Haciendo referencia a la implantación del m-learning en nuestra empresa, consideramos que, al margen de todas las posibilidades que éstas nos ofrecen, no queremos perder de vista la política comercial originaria, concienciando a los comerciales que su utilización se debe considerar como un complemento y no como una sustitución de las habilidades, puesto que lo que esperamos de ellos es un trato humano con los clientes sin perder la perspectiva de que tratamos con personas y no con máquinas.

*“La capacidad de imaginar es el mayor recurso del ser humano”*

# BIBLIOGRAFÍA

- ✓ [www.adecco.es](http://www.adecco.es)
- ✓ [www.tatum.es](http://www.tatum.es)
- ✓ [www.equiposytalento.com](http://www.equiposytalento.com)
- ✓ [www.formacionycontrol.com](http://www.formacionycontrol.com)
- ✓ [www.m-learning.org](http://www.m-learning.org)
- ✓ [www.raccoon.es](http://www.raccoon.es)
- ✓ [www.estilodevidaynegocio.com](http://www.estilodevidaynegocio.com)
- ✓ [www.mastermas.com](http://www.mastermas.com)
- ✓ [www.learningreview.es](http://www.learningreview.es)
- ✓ <http://mlearningblog.com>
- ✓ [www.eoi.es](http://www.eoi.es)
- ✓ [www.rrhhdigital.com](http://www.rrhhdigital.com)
- ✓ [www.aedipecentro.org](http://www.aedipecentro.org)
- ✓ [www.losrecursoshumanos.com](http://www.losrecursoshumanos.com)