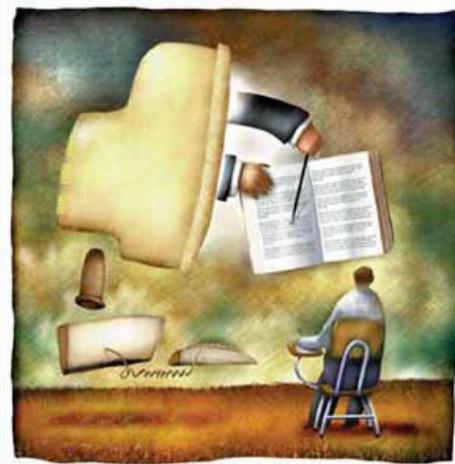


**JAVIER EDUARDO AGUILAR VILLANUEVA**  
**ID UM3631SIS8619**

**FINAL PROJECT III**

**The E-Learning Fieldbook : Implementation Lessons and Case  
Studies from Companies that are Making E-Learning Work**



**ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY**  
**HONOLULU, HAWAII**  
**APRIL 2009**

## I. INTRODUCCIÓN

El **E-learning**, es un concepto muy complejo. Por un lado habla de él como una herramienta formativa desde un punto de vista pedagógico y tecnológico. Esto es, pedagógicamente se trata de hacer una pedagogía de transmisión del saber más allá de la propia inserción de contenidos en la red.

Etimológicamente, **E-learning**, es aprendizaje electrónico

No obstante, algunos autores lo definen como el uso de software y hardware en el entorno de Internet, como *Rosenberg (2001)*: el uso de tecnologías de Internet para la entrega de un amplio rango de soluciones que mejoran el conocimiento y el rendimiento. Está basado en tres criterios fundamentales:

1. El **E-learning**, trabaja en red, lo que lo hace capaz de ser instantáneamente actualizado, almacenado, recuperado, distribuido, y permitiendo compartir instrucción o información.
2. Es entregado al usuario final a través del uso de ordenadores utilizando tecnología estándar de Internet.
3. Se enfoca en la visión más amplia del aprendizaje que van más allá de los paradigmas tradicionales de capacitación.

También se dice que el **E-learning**, es un concepto de educación a distancia en el que se integra el uso de las tecnologías de la información y otros elementos pedagógicos (didácticos) para la formación, capacitación y enseñanza de los usuarios o estudiantes en línea, es decir, se puede entender como una modalidad de aprendizaje dentro de la **educación a distancia** y se define como **E-learning**. Utiliza herramientas y medios diversos como Internet, intranets, CD-ROM, producciones multimedia (Textos, imágenes, audio, video, etc.), entre otros... Es principalmente un medio electrónico para el aprendizaje a distancia o virtual, donde puedes interactuar con tus profesores por medio de Internet. Además uno mismo maneja los horarios, es un medio completamente autónomo. Constituye una propuesta de formación que contempla su implementación predominantemente mediante Internet, haciendo uso de los servicios y herramientas que esta tecnología provee.

Dentro de la modalidad a distancia, el **E-learning** es una de las opciones que actualmente se utiliza con mayor frecuencia para atender la necesidad de educación continua o permanente. La generación de programas de perfeccionamiento profesional no reglados está en crecimiento debido a que existe un reconocimiento de que los trabajadores se capaciten y se adapten a los nuevos requerimientos productivos. El **E-learning**, dadas sus características y el soporte tecnológico que lo respalda, se constituye en una alternativa para aquellos que combinan trabajo y actualización, ya que no es necesario acudir a una aula permanentemente. (*Wikipedia*)



## II. DESARROLLO DE CONTENIDOS

En la actualidad el **E-learning**, ha sido implementado por diversas empresas, instituciones públicas y privadas (Gobierno, universidades, centros de formación profesional, ONGs, pymes, etc) es así que a continuación presentaremos algunos resultados exitosos:

### **Caso: Deloitte**

Puesto que el ciclo de vida de los productos y servicios es cada vez más corto, en la actualidad un factor crítico para el éxito de cualquier empresa es el rápido lanzamiento de nuevos productos y servicios. Para lograrlo, es necesario que, antes de lanzar el producto, este sea conocido por un público amplio compuesto por empleados, vendedores, proveedores y los propios clientes.



El **E-learning** permite llegar ágilmente a unos receptores geográficamente dispersos, posicionar el producto o servicio de forma precisa, proporcionar un nivel uniforme de servicio y diseminar mensajes esenciales antes del lanzamiento.

### **Caso: Wyndham**



La eficiencia operativa de la empresa se ha convertido en la nueva forma de medir el éxito y el fracaso, de diferenciar a los ganadores y a los perdedores. El **E-learning**, es un recurso clave para adiestrar a los empleados en el uso de estos nuevos sistemas informáticos y en la operativa empresarial.

El programa de formación **OPERA** es un evento de **E-learning** diseñado para que el equipo de formadores pueda interactuar con los empleados y que la formación sea más efectiva. El contenido de los cursos se desarrolló en PowerPoint y en el mismo se incluían nuevos términos y conceptos, así como elementos tradicionales de las clases presenciales tales como las adivinanzas y juegos de preguntas (quizz).

Por otra parte, el programa también brinda a los participantes la oportunidad de trabajar con el nuevo sistema y realizar transacciones en un programa de simulación bajo la supervisión de un instructor.

### **Caso: BMW**

El programa de **E-learning** respondía perfectamente a las necesidades empresariales, ya que estaba alineado con los cuatro valores principales de la empresa (confianza, orientación, trabajo en equipo y responsabilidad), además de



cumplir con su objetivo prioritario de mantener su buena reputación y desarrollar un entendimiento del código interno de conducta.

Los empleados participan en las clases de **E-learning** en vivo desde sus lugares de trabajo y puesto que se necesitan unos minutos para que todos estén conectados, los primeros en llegar pueden utilizar el panel en blanco para escribir lo que opinan de la ética empresarial mientras esperan.

Además, el curso es grabado para poder ser utilizado como material de referencia en cualquier momento.

### **Caso: Black&Decker**



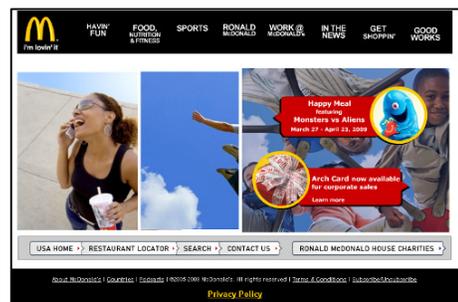
El **E-learning** ofrece una respuesta a las necesidades de la empresa independientemente de que se deba formar a dos empleados o a doscientos. Además, el adiestramiento hace que su trabajo sea productivo más rápidamente, se reduzcan los errores una vez en el puesto de trabajo y el número de instructores y la localización geográfica de las facilidades deja de ser determinante y los nuevos contenidos se pueden distribuir con rapidez.

La experiencia formativa resulta atractiva, completa y proporciona las destrezas necesarias para realizar el trabajo como es debido.

El programa de **E-learning** respondía a cuatro objetivos empresariales en el área de herramientas eléctricas y sus accesorios: proporcionar conocimientos (saber) y destrezas de venta (hacer), integrar a los nuevos empleados en la plantilla con dinamismo, desarrollar líderes y aumentar el conjunto de destrezas con mayor rapidez para colocarse a la cabeza en términos de tasa de mercado y beneficios.

### **Caso: McDonald's**

La expansión del Internet y la introducción de técnicas de **E-learning** son el mejor medio de llevar a cabo las necesidades formativas de forma rápida, estandarizar la calidad del producto o servicio, adaptar el contenido a las normas culturales específicas y mejorar la satisfacción de los clientes gracias a la mejor preparación de los empleados.



### **Caso: Unilever**



En el pasado, los periodos de recesión económica conllevaban recortes en el desarrollo del liderazgo; actualmente, sin embargo, en la mayor parte de las organizaciones sucede al contrario, pues comienzan a reconocer que las turbulencias de los mercados globales, la competencia, la geopolítica y la economía demandan un liderazgo cuyos objetivos sean claros y sus destrezas de primera calidad.

Perseguía innovar y crecer, nivelando marcas, geografía y límites. La nueva estrategia denominada "El Camino del Crecimiento" abarca seis elementos: construir una cultura empresarial, convertirse en pionera de los nuevos canales de distribución, desarrollar una cadena de suministro de primera categoría a nivel mundial, reconectar con los consumidores, centrarse en la marca y simplificar. Se trataba de un cambio profundo y abarcador que aglutinaría los esfuerzos de los líderes de la alta directiva.

### **Caso: JP Morgan Chase**

El **E-learning** brinda una solución al desarrollo profesional del personal de ventas cuidando al mismo tiempo de los costos, ya que es una manera rápida y económicamente efectiva de distribuir información sobre los productos, maximiza el tiempo del personal dejando así espacio para tratar con los clientes, asegura la acreditación de personal de venta específico tal como son los agentes y, por último, les dota de la capacidad de establecer una relación más profunda y ancha con los clientes ofreciéndoles productos y servicios adicionales.



### III. CONCLUSIONES

El **E-learning** ofrece una respuesta a las necesidades de la empresa, independientemente de que se deba formar a dos empleados o a doscientos.

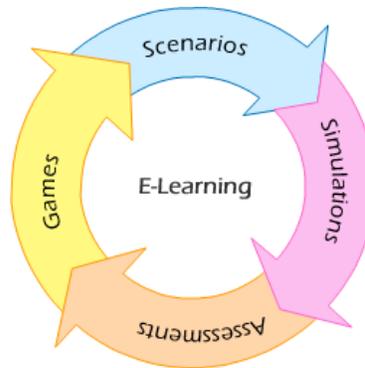
Permite el ahorro de tiempo y dinero, ya que es una manera rápida y económicamente efectiva de distribuir información sobre los productos, maximiza el tiempo del personal dejando así espacio para tratar con los clientes.

Asegura la acreditación de personal y la variedad de cursos es infinita.

Los equipos virtuales entregan sus ejercicios online, se tiene la asistencia de instructores y se puede acceder a la información (cursos tipo documento, presentación, video, etc) para descargarlo en cualquier momento.

No tiene frontera acceder en cualquier elegir lo que más le una formación a la necesidades.

En un entorno de **E-educativa** debe ya sea de texto, audio a través de un sitio acceso restringido.



geográfica, se puede momento, y uno puede atrae y permitirse así medida de sus

**Learning** la entidad proporcionar información multimedia, video o web normalmente de

El **E-Learning** ofrece la reducción de costos para dar cursos a más número de participantes que lo tradicional en un aula de clases, ahorro en seminarios y capacitación de empresas muy descentralizadas como los bancos y la flexibilidad de horarios, factor de suma importancia pues permite al estudiante calendarizar el curso de la mejor forma posible.

Interacción que los cursos generan, despertando el interés del estudiante y ayudando a aquellos tímidos a ser de los más activos en clases por medio de foros de discusión y otros medios de participación.

