

docebo

**Tendencias del aprendizaje
empresarial en línea 2020**

**Una nueva era
de aprendizaje**

Introducción

Un regreso a las raíces de la capacitación y el desarrollo

El ámbito del aprendizaje y el desarrollo está pasando por un resurgimiento que no se veía desde la década de 1980, y hay una buena razón para ello. Esos tiempos embriagadores hace más de 30 años se caracterizaron por políticas económicas fuertemente enfocadas en el crecimiento y la idea de que “más negocio es buen negocio”. En los Estados Unidos, los recortes de impuestos corporativos financiaron un apuro entre los empleadores para contratar más trabajadores para mantener el fuerte crecimiento.

De repente, el viaje tradicional por la escala corporativa de desarrollo interno fue superado por un aumento en las contrataciones externas. Los empleadores vieron esto como una forma libre de riesgos y casi inmediata para obtener el mejor talento para la inversión que estaban haciendo. Los programas de aprendizaje y desarrollo ahora eran una forma de competir: son clave para ganar más dinero o un título más prestigioso fuera de la organización al pagar su propia capacitación y luego dejar a su empresa existente para obtener un “mejor” rol.

Pero los tiempos están cambiando o, deberíamos decir, los tiempos están volviendo a donde alguna vez estuvieron. Antes de la década de 1980, el aprendizaje y el desarrollo eran vistos como una función central en la retención de empleados. Hoy en día, a medida que las generaciones más jóvenes ingresan a la fuerza laboral ahogándose en la deuda estudiantil, no están tan dispuestas a invertir su propio dinero y tiempo para salir de la organización para auto capacitarse. La fuerza laboral actual exige oportunidades de aprendizaje, y las organizaciones están respondiendo.

Los últimos 30 años también han señalado un cambio sísmico en la tecnología disponible para todos los aspectos del negocio, y el aprendizaje

no es una excepción. De hecho, el ritmo al que ha evolucionado la tecnología de aprendizaje es un resultado directo de las muchas variables que exigieron esa evolución en primer lugar para garantizar que el aprendizaje y desarrollo siguiera siendo relevante, atractivo y efectivo. Las líneas se están difuminando entre nuestras vidas corporativas y privadas: Las herramientas que utilizamos para comunicarnos y aprender deben reflejar esa evolución.

La realidad es que el sistema de gestión del aprendizaje (LMS) ya no es una herramienta lo suficientemente fuerte como para mantenerse al día con las realidades en las que las personas ahora aprenden. Las organizaciones deben expandir sus ofertas de aprendizaje en línea más allá de los métodos y enfoques tradicionales, y tener una visión más amplia de cómo involucrar mejor a los alumnos y la tecnología disponible para ayudar a lograrlo. El LMS ahora debe convertirse en una plataforma de aprendizaje holística que respalde una mejor gestión del aprendizaje, mejores experiencias y, en última instancia, mejores resultados.

El año 2020 marca el comienzo de una nueva década y trae consigo una nueva era para el aprendizaje empresarial. Siga leyendo para obtener información valiosa (y práctica) sobre tecnología de aprendizaje en línea, que incluye:

- Las tendencias tecnológicas emergentes en el espacio del aprendizaje y desarrollo, como la curación de contenido, los coach virtuales, las herramientas de impacto del aprendizaje y el avance continuo de las plataformas de aprendizaje inteligente.
- Una perspectiva de los posibles desarrollos futuros que vendrán en 2020 y más allá.
- El papel fundamental que deben desempeñar los profesionales que lideran diferentes actividades de aprendizaje para garantizar el éxito continuo.

Tabla de Contenidos

4

El mercado del aprendizaje empresarial en línea - Estado de la industria

8

Contenido de Aprendizaje

9

TENDENCIA - Curación más Inteligente de contenido

11

TENDENCIA - Contenido generado por el usuario

14

Experiencia de Aprendizaje

15

TENDENCIA - La próxima experiencia del aprendizaje móvil

17

TENDENCIA - El Chatbot se transforma en el entrenador personal

19

TENDENCIA - La personalización se vuelve estándar

23

TENDENCIA - Mayor madurez de la Realidad Aumentada (RA) Y Realidad Virtual (RV)

25

Automatización del Aprendizaje

26

TENDENCIA - La inteligencia artificial sigue mejorando

28

TENDENCIA - Conectando las habilidades con la estrategia organizacional

31

TENDENCIA - Entrega del aprendizaje aumentado

33

Impacto del Aprendizaje

34

TENDENCIA - Efectividad del aprendizaje

37

TENDENCIA - La evolución de los analíticos de personas

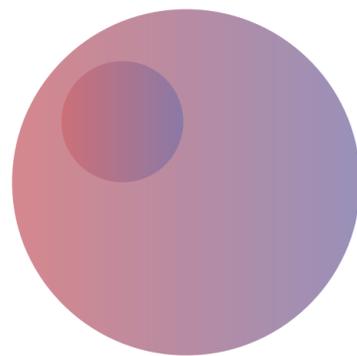
39

Conclusión

El mercado del aprendizaje empresarial en línea - Estado de la industria

El aprendizaje y el desarrollo están de moda y también lo están las herramientas para ayudar a respaldarlo con mayor eficiencia y escalabilidad. En esencia, el sector del aprendizaje empresarial en línea está experimentando una alta adopción debido a la mayor demanda de programas de aprendizaje efectivos para empleados, socios, clientes, miembros y otras audiencias.

Se prevé que el sector del aprendizaje empresarial en línea crecerá a una tasa compuesta anual de alrededor del 8% entre 2019 y 2025.

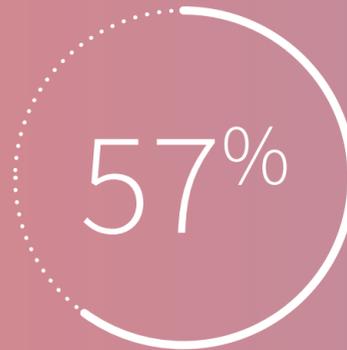


Las 5 prioridades empresariales hoy en día

- 1 - Mejorar la experiencia del cliente
- 2 - Ganar cuota de mercado
- 3 - Desarrollo de nuevos productos o servicios
- 4 - Retener el mejor talento
- 5 - Mejora del reconocimiento de marca

Los líderes empresariales de hoy colocan el “retener a los mejores talentos” como una de sus principales prioridades, marcando un cambio significativo lejos de la ola de contratación externa de los últimos 30 años. No sorprende entonces que la inversión en aprendizaje y desarrollo esté creciendo en respuesta a esto.

Fuente: Brandon Hall Group HCM Outlook 2019



57% de las organizaciones buscan hacer una gran inversión o inversión moderada en el aprendizaje y desarrollo en el próximo año.



1 de cada 4 organizaciones está buscando hacer una gran inversión en alinear la estrategia de aprendizaje y los objetivos comerciales.

Fuente: Brandon Hall Group HCM Outlook 2019

El mayor motivador:
desbloquear el valor en la fuerza laboral existente

El período promedio de recuperación de inversión en una contratación externa = **2.2 años**

La tenencia promedio de un candidato de mejor desempeño = **1.2 años**

Fuente: Aberdeen Group

Las contrataciones externas se van antes de que las organizaciones se den cuenta del retorno de su inversión en ellos y esta tendencia recurrente se ha convertido en el catalizador para un mayor enfoque en los esfuerzos de actualización y mejora.

A medida que las necesidades empresariales cambian a un ritmo acelerado, y el mercado de talentos se vuelve aún más estrecho, los líderes empresariales han centrado su atención hacia el interior y se preguntan: “¿cómo podemos desarrollar nuestro talento interno para nuestras necesidades de hoy y mañana?”

Los problemas laborales y de talento más importantes para el suite ejecutivo

- 1 - Transición al futuro del trabajo
- 2 - La necesidad de rediseñar el trabajo
- 3 - La necesidad de volver a capacitar a la fuerza laboral

Fuente: Deloitte 2019 Human Capital Trends Report

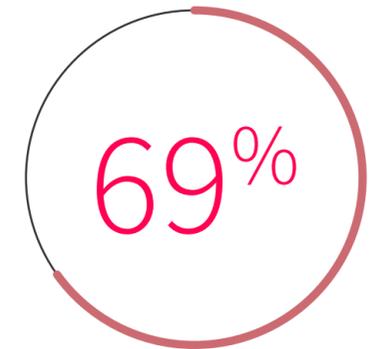
Si observamos más específicamente las prioridades de la fuerza laboral y el talento para el suite ejecutivo, hay un claro enfoque en adaptar la cosecha actual de talento, en lugar de buscar reemplazar cuando sea posible. Por supuesto, esto nos lleva al “cómo” de facilitar realmente este esfuerzo de aprendizaje y muchos se apresurarán a señalar el uso ya difundido del sistema de gestión del aprendizaje (LMS). Pero aunque el LMS es una herramienta popular, todavía no logra los resultados deseados.

Las mejores compañías de su clase tienen 3.4 veces más probabilidades de usar un LMS tradicional.

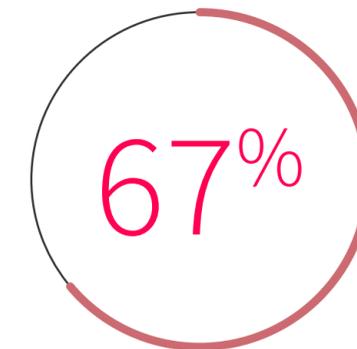
PERO



El 80% de los gerentes y profesionales de recursos humanos aún no pueden superar las brechas de habilidades internas.



informan productividad baja o decreciente



El 67% no puede cumplir con los objetivos financieros y de desempeño internos.

Fuente: Aberdeen Group

¿Es este el final del LMS tradicional?

Como exploraremos a lo largo de este informe, el LMS tradicional no es suficiente en el entorno empresarial actual. Las organizaciones ahora exigen una cultura continua de aprendizaje y las herramientas para no solo respaldar eso, sino también para convertirse en un diferenciador clave en la forma en que el talento se aborda, desarrolla y optimiza dentro de la empresa. Deben desarrollarse nuevas habilidades, deben cumplirse las nuevas expectativas de los alumnos y los nuevos objetivos deben vincular estrechamente el aprendizaje con los resultados comerciales. Las organizaciones deben adaptarse, pero deben permitir que su fuerza laboral sea capaz de moverse con ellas, y ahí es donde entra un verdadero entorno de aprendizaje y desarrollo.

Objetivos principales de la función de aprendizaje

- Asegurar de que los alumnos obtengan y utilicen el contenido de aprendizaje correcto
- Marcar la diferencia al permitir que las personas aprendan y mejoren en lo que hacen.
- Reducir las tareas de capacitación intensivas en mano de obra.
- Hacer del aprendizaje la ventaja competitiva de una empresa

La expectativas de los alumnos de hoy en día

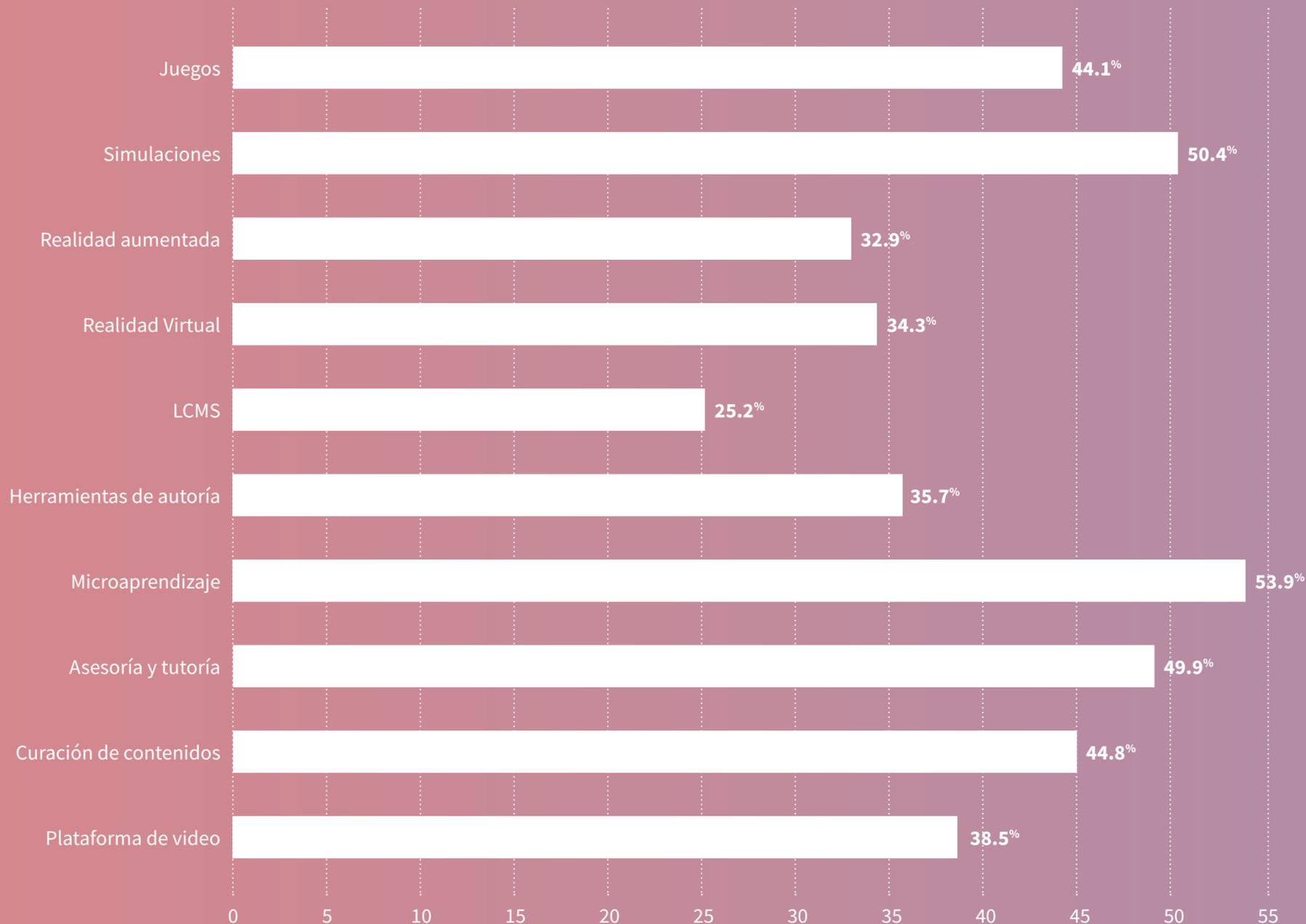
- Aprendizaje como parte de la experiencia laboral.
- Experiencias de aprendizaje personalizadas y únicas.
- Mayor control: el contenido que desean, cuando lo necesitan.
- Contenido digestible, fácil de encontrar, informal, social, móvil.

Organizaciones de nuevas habilidades se están desarrollando

- Inteligencia emocional
- Pensamiento crítico
- Innovación
- Aprendizaje continuo
- Analíticos
- Colaboración
- Mentalidad de entrenamiento
- Adaptabilidad
- Agilidad de aprendizaje
- Valor de la inclusión

Fuente: Brandon Hall Group HCM Outlook 2019

¿Está buscando agregar alguno de los siguientes programas además de su LMS?



Mejorar su entorno de aprendizaje requiere una combinación de las personas y los procesos correctos que sientan las bases de la tecnología adecuada para que esto suceda y luego escalar. Impulsar mejores resultados de aprendizaje y, en última instancia, equipar a toda su organización para el futuro no es tarea fácil, pero el mercado se está adaptando para ayudar a racionalizar ese proceso.

Este informe describe las principales tendencias establecidas para impactar el aprendizaje en línea en 2020 y más allá. Estas tendencias se han categorizado en cuatro grupos principales que se vinculan con las áreas clave de la función de aprendizaje actual, tanto desde el lado del alumno como de la gerencia:

Contenido de aprendizaje

Experiencia de aprendizaje

Automatización de aprendizaje

Impacto de aprendizaje

Tendencias del aprendizaje empresarial en línea 2020

Contenido de Aprendizaje

TENDENCIA Curación más inteligente de contenidos

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

Cuando se trata de contenido de aprendizaje, hay tres puntos clave para poner el material correcto (y el más relevante) frente a los alumnos: hay demasiado contenido, la calidad no siempre se puede verificar, y si es relevante.

Consideremos la capacitación en cumplimiento, por ejemplo. Un alumno puede ir a su plataforma de aprendizaje y tomar un curso sobre regulaciones financieras. El curso probablemente fue bien investigado e informativo, pero ahora está desactualizado. De hecho, probablemente estaba desactualizado en el momento en que se hizo.

Si los alumnos están buscando información sobre cambios regulatorios recientes, ese curso no los ayudará. Necesitan saber cómo descubrir contenido relevante rápidamente y esto es cada vez más vital para el trabajador del conocimiento actual. Pero la plataforma de aprendizaje no siempre es su primer puerto de escala.

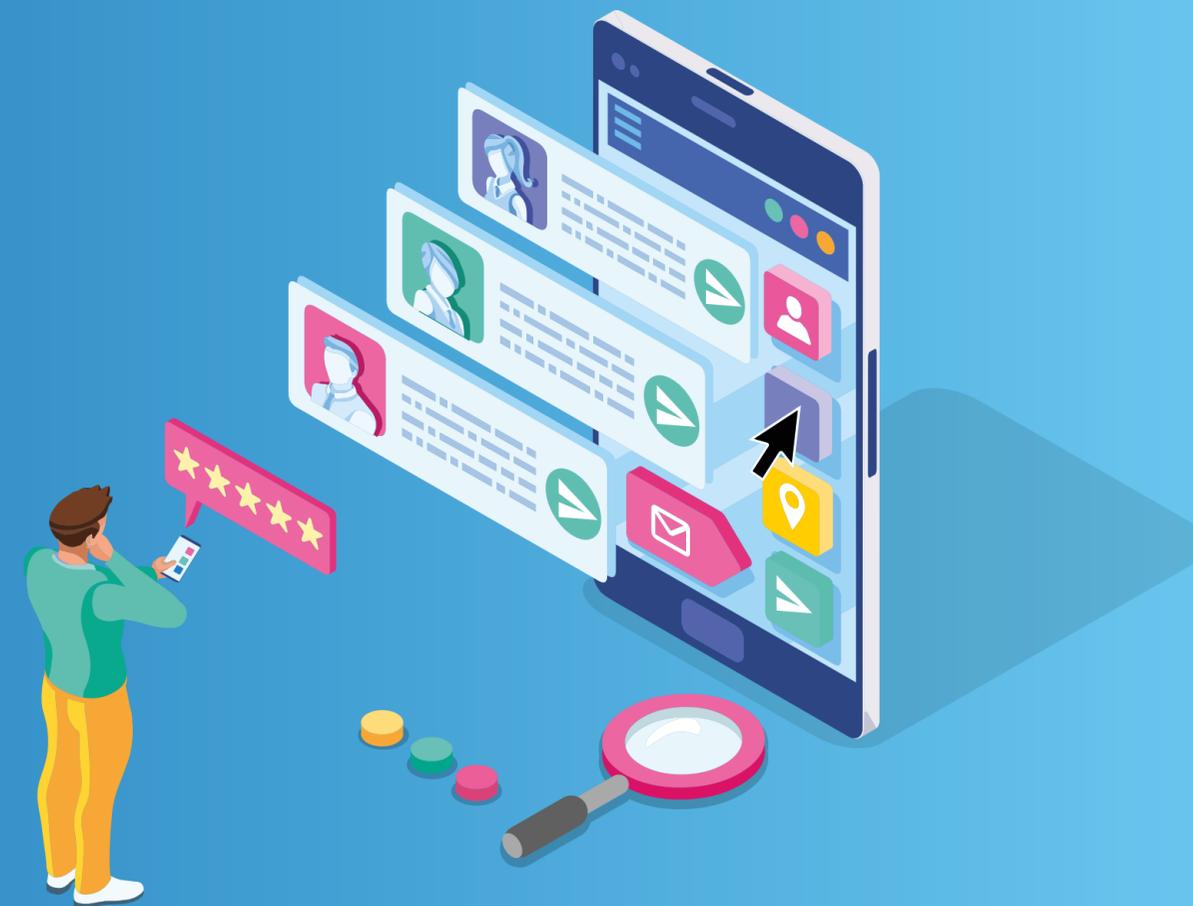
De hecho, el 47% de los alumnos busca respuestas a sus preguntas en Internet, mientras que solo el 28% utiliza la tecnología de aprendizaje de su empleador. Esto no significa que el contenido no esté en la plataforma de aprendizaje, sino simplemente que la plataforma no ha sido curada para satisfacer de manera más efectiva y eficiente las necesidades del alumno.

La curación de contenido se está utilizando ampliamente para abordar esta área problemática, especialmente en lo que se refiere al contenido dentro de una plataforma de aprendizaje. Pero las innovaciones en el ámbito de la curación han hecho posible automatizar el proceso de selección y filtro que lleva mucho tiempo para presentar solo el el mejor y más relevante contenido a los alumnos.

“OK Google, ¿Cómo puedo hacer mi trabajo?”

40%

Casi el 40% de empleados buscan información en Google antes de preguntarle a un colega... incluyendo 1 en 3 Millennials



Fuente: Docebo's 'Fake it 'til you make it' Survey

SOLUCIONES EN EL MERCADO

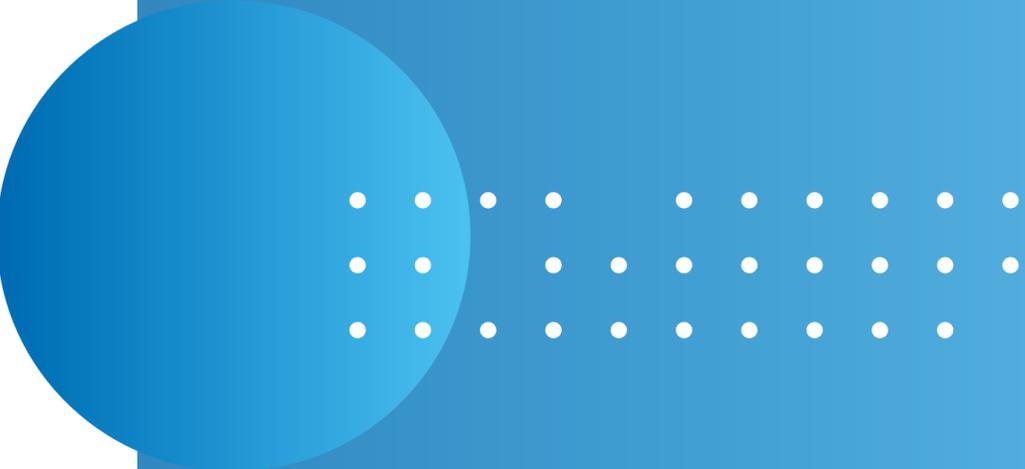
Los proveedores de tecnología de aprendizaje ahora están introduciendo o integrando soluciones para agregar contenido dinámicamente de millones de fuentes en la web, para sus necesidades. Simplemente elija los temas, las palabras clave y los sitios que desea que rastree y estas soluciones producen una transmisión en vivo de todo el contenido más reciente y relevante.

Luego puede conectar esta transmisión a su plataforma de aprendizaje para que sea más fácil para sus alumnos interactuar.

QUE SE AVECINA EN EL FUTURO

La plataforma de aprendizaje analiza las interacciones de un alumno con el contenido curado y reconoce el contenido que se considera más atractivo. La plataforma comprende estas preferencias y utiliza esta información para refinar aún más los resultados, reuniendo información adicional para automatizar un enfoque continuo de curación. El resultado es no solo hacer que todo el proceso sea más atractivo, sino también autónomo al darle poder a los alumnos para que sean más proactivos en su ruta de aprendizaje, sin la intervención del administrador.

El siguiente paso sería hacer que la plataforma sea capaz de comprender las brechas de habilidades de un alumno, en función de sus cursos y rendimiento, y luego adaptar el contenido seleccionado para presentar información que ayudará a cerrar esas brechas.



Depende de los proveedores de tecnología de aprendizaje ayudar a las organizaciones a superar esto. Ninguna de estas otras herramientas de aprendizaje funciona si no tiene su contenido, ya sea curado o mapeado, o una taxonomía que tenga sentido puede orientarlo en la dirección correcta, ya sea para áreas temáticas o para audiencias de aprendizaje “.

David Wentworth, Analista Principal, Brandon Hall Group



TENDENCIA Contenido generado por el usuario

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

El contenido generado por el usuario (UGC son sus siglas en Inglés) constituye la gran proporción de contenido digital: publicaciones de Facebook, videos de YouTube, fotos de Instagram: ¡es lo que amamos! No solo las personas quieren participar y contribuir, sino que desde la perspectiva de alguien que recibe ese contenido, son alcanzados y comprometidos de manera más efectiva porque es más auténtico y hace que el público se sienta visto y apreciado. Es a lo que están recurriendo las marcas mundiales, en comparación con los enfoques tradicionales de marketing.

Y todo esto se puede aplicar al espacio de aprendizaje.

El contenido generado por el usuario es una evolución natural del aprendizaje social: el 20% del modelo 70:20:10. Mientras que, en el pasado, los empleados o clientes podían comunicarse con sus colegas con preguntas o compartir conocimientos en persona, el contenido generado por el usuario hace que esta experiencia esté disponible en cualquier momento y en cualquier lugar. La tecnología de aprendizaje ha reflejado las tendencias de nuestra tecnología de consumo y ha evolucionado desde simplemente entregar contenido (piense: canales de televisión) hasta ahora permitir a los alumnos crear su propio contenido y compartirlo con una audiencia (piense: YouTube, Instagram) de una manera que difunda valor más eficazmente en toda la organización.

Formas comunes de contenido generado por el usuario en el aprendizaje



Fuente: [Social Learning's Next Step: eLearning Industry & Docebo Webinar](#)

Nota: Los encuestados solo pudieron seleccionar una opción

Los alumnos que valoran la capacidad de colaborar con instructores y / u otros alumnos a través de foros, grupos o sesiones de preguntas y respuestas mientras toman un curso.



Fuente: [LinkedIn Learning](#)

Como vemos arriba, el contenido generado por el usuario puede tomar muchas formas y es valorado por los alumnos de todas las generaciones, pero el hilo conductor es que este contenido proviene directamente de los alumnos.

En un contexto de aprendizaje empresarial, ver los recursos creados por sus colegas sobre sus experiencias en el trabajo y su disposición a compartirlos, genera confianza, conecta a las personas y amplifica la relevancia, en lugar de tener una dependencia exclusiva de contenido de una talla única para todos.

La mayoría de las capacitaciones se consideran demasiado genéricos, demasiado básicos y demasiado aburridos, según la [Dra. Nanette Miner, fundadora de Training Doctor](#).

Demasiado contenido de aprendizaje depende de la absorción en lugar de en la interacción con alguien que ha estado en su rol y aprendiendo lo que cree que es más crítico.

El proceso de aprendizaje va en ambos sentidos, con alumnos que brindan comentarios a los creadores de contenido y estimulan la discusión para mejorar el intercambio de conocimientos en toda la organización.

“Con qué eficacia puede su organización identificar y realizar un seguimiento de las métricas, incluyendo la participación y el impacto comercial para los siguientes tipos de aprendizaje”

APRENDIZAJE FORMAL



Efectivo

APRENDIZAJE INFORMAL



Efectivo



No efectivo en absoluto

Fuente: Brandon Hall Group - Learning Measurement 2019

¿Cómo se mide el aprendizaje informal?

- ¿Quién participa más?
- ¿A quién acuden las personas con más frecuencia para obtener información?
- ¿Qué tipo de contenido se comparte más?
- ¿Qué buscan las personas?
- ¿Las personas están aplicando esos conocimientos en su trabajo?

SOLUCIONES EN EL MERCADO

Las herramientas de aprendizaje social no son nuevas, pero su uso en el aprendizaje empresarial está creciendo. Ya sea vinculado a la funcionalidad principal de un LMS o disponible como complemento dentro de una plataforma de aprendizaje, las características comunes incluyen; paneles de discusión y “acceso a preguntar al experto”, la capacidad de crear, editar y compartir grabaciones de pantalla y cámara web, así como presentaciones o documentos de texto, y la capacidad de los expertos para validar el contenido antes de compartirlo, para garantizar su precisión.

A medida que el aprendizaje social continúa constituyendo una mayor parte de los programas de aprendizaje, el siguiente paso crítico es garantizar que el conocimiento generado por sus alumnos se utilice de la mejor manera posible. Los proveedores de tecnología de aprendizaje ahora están aprovechando la inteligencia artificial para elevar el contenido generado por los usuarios y apoyar el aprendizaje personalizado en toda la organización. Al comprender las preferencias del alumno a través del análisis del comportamiento, la plataforma de aprendizaje ofrece recomendaciones de material de aprendizaje informal (contenido generado por el usuario) para consumir. Esta acción ayuda a crear una experiencia de aprendizaje atractiva e individualizada que es más probable que sea retenida y aplicada en el trabajo. En una perspectiva más amplia, esto también aumenta la efectividad de la contribución de contenido de una persona.

Tenga fe en sus alumnos

“Una organización tiene que estar dispuesta a liberarlos hasta cierto punto. Tiene que tener algo de fe que ha contratado a personas inteligentes y que las personas quieren aprender unas de otras. Entonces tenemos que hacer que eso suceda. Siempre que haya controles y permisos para garantizar que se comparta la información correcta, se abordarán las dudas o reservas en el aprovechamiento del contenido generado por el usuario “.

David Wentworth, Analista Principal, Brandon Hall Group

En contenido generado por el usuario en acción

Una importante compañía de telecomunicaciones descubrió que los empleados estaban abiertos a la idea de crear contenido para ayudar a otros, pero simplemente no sabían por dónde empezar.

El equipo de aprendizaje y desarrollo llevó a los empleados a través de una sesión de aprendizaje en línea de 45 minutos que describe qué abordar con contenido generado por el usuario y diferentes formatos para entregarlo, desde presentaciones y videos cortos hasta grabaciones de audio.

El punto principal era hacerles saber a los empleados que el contenido solo tenía que ser “lo suficientemente bueno”, no tenía que ser un material de capacitación sorprendente y de alta calidad.

“Lo suficientemente bueno” es cuando el contenido ayuda a los empleados a alcanzar sus objetivos.

Dentro de 6 meses

- El número de recursos de contenidos generado por los usuarios aumentó en más del 60%
- Los usuarios activos mensuales aumentaron un 171%
- La satisfacción de los empleados con el contenido de aprendizaje aumentó un 10%

Tendencias del aprendizaje empresarial en línea 2020

Experiencia de Aprendizaje

TENDENCIA La próxima experiencia del aprendizaje móvil

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

En el informe de tendencias del año pasado, describimos el crecimiento del aprendizaje móvil y dónde las organizaciones pueden aplicarlo mejor. Desde entonces, hemos visto crecer la comprensión de la utilidad de los dispositivos móviles y las organizaciones se están volviendo más selectivas en cómo lo aprovechan para la entrega de aprendizaje.

No hay una solución milagrosa con el móvil porque se puede usar de manera muy diferente. Aquí es donde radica la importancia de brindar experiencias específicas a audiencias seleccionadas.

¿Por qué es tan importante la entrega de aprendizaje móvil mejorada?

Una experiencia exitosa de aprendizaje móvil debería:

- Permitir a los alumnos acceder al conocimiento en el punto de necesidad
- Acelerar el intercambio de conocimientos.
- Facilitar el aprendizaje ininterrumpido con capacidades fuera de línea
- Brindar una experiencia de aprendizaje sin interrupciones alineada con su marca

Este último punto es donde se encuentran las limitaciones con muchas ofertas actuales de aprendizaje móvil. Las aplicaciones móviles de los proveedores de tecnología de aprendizaje ofrecerán capacidades de personalización, como cambiar las imágenes, el logotipo y los colores para que coincidan con la marca de una empresa. Pero hemos aprendido que si bien esta es una parte importante de la experiencia móvil, es solo la mitad de la ecuación.

Casi el 70% de las organizaciones ahora ofrecen aprendizaje móvil de alguna forma.



El 90% de empleados jóvenes posee un teléfono inteligente o tableta.



El 74% accede a recursos desde sus teléfonos inteligentes para hacer su trabajo.



El 57% de los empleados prefieren acceder a los módulos de aprendizaje sobre la marcha.

Fuente: *Towards Maturity*

“Las empresas se están dando cuenta de que necesitan tener una estrategia algo específica en torno a los dispositivos móviles. No es solo, “Oye, queremos que todo sea móvil primero y lo resolveremos luego”. Esto es un esfuerzo inútil.

Realmente se trata de asegurarse de que tengan acceso a la información, tal como lo harían en cualquier otro entorno fuera del trabajo. Tendemos a ver los dispositivos móviles como esta entidad separada, pero es solo parte de la experiencia general”.

David Wentworth, Analista Principal, Brandon Hall Group

Las empresas invierten más de \$ 30,000 en marca e imagen

Fuente: *Forbes*

La alineación y la coherencia de la marca son un factor importante en el entorno empresarial actual, donde hay tanto ruido. Cuando observamos casos de uso de aprendizaje específicos, la función de capacitación externa es aquella en la que la experiencia de la marca debe ser lo más fluida posible. Estos alumnos están fuera de la organización inmediata, pero es posible que se les solicite que representen a su marca como socio o revendedor.

En el caso de las aplicaciones móviles de proveedores de tecnología de aprendizaje, los alumnos externos de capacitación deben buscar primero el nombre o la aplicación del proveedor en la tienda de aplicaciones, descargar una aplicación de una compañía de la que tal vez no hayan oído hablar e insertar sus credenciales para comenzar a aprender sobre la marcha. Esta desconexión puede significar que la imagen de su empresa pierde fuerza.

En última instancia, esto está impulsando un cambio hacia aplicaciones de aprendizaje móvil de marca personalizable que brindan a las empresas una mayor libertad en su configurabilidad y una experiencia de marca consistente.



SOLUCIONES EN EL MERCADO

Por supuesto, algunas organizaciones han tratado de combatir este problema creando su propia aplicación para sus necesidades de aprendizaje, pero esto simplemente no es una solución viable para la mayoría. Requiere una gran inversión (más de \$ 100K) e información técnica que la mayoría de los departamentos de aprendizaje y desarrollo simplemente no tienen, lo que lleva a un proceso muy costoso, caótico y lento.

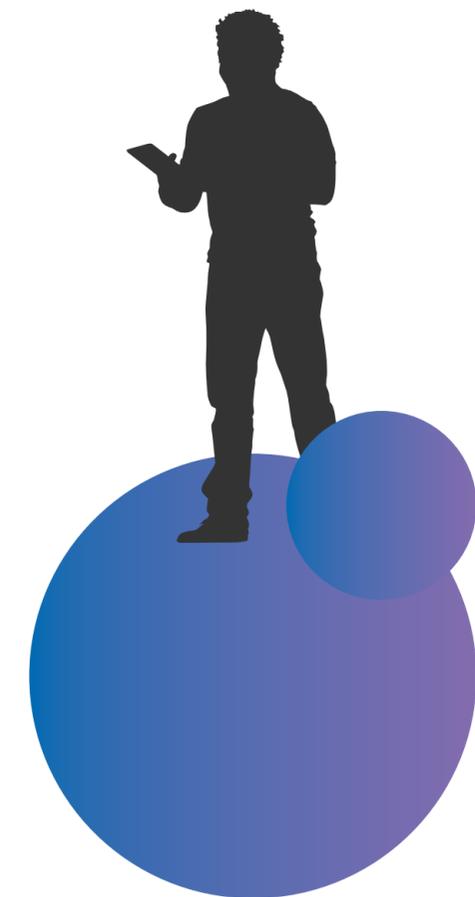
En 2019, Docebo desarrolló la oferta de editor de aplicaciones móviles para permitir a las empresas aprovechar nuestra experiencia específica en tecnología de aprendizaje para construir y crear su propia aplicación de aprendizaje de marca y publicarla en el Apple App Store y Google Play.

Este servicio de creación de aplicaciones a pedido proporciona la estructura de la aplicación, el soporte de implementación y la configurabilidad de la marca propia para producir una experiencia de aprendizaje continuo. Las empresas también obtienen acceso a las métricas de uso de la aplicación, que no obtendrían simplemente usando la aplicación de un proveedor de aprendizaje.

Midiendo el éxito del aprendizaje móvil

Las métricas rastreables con su propia aplicación incluyen:

- Descargas e instalaciones
- El número de usuarios activos
- Duración promedio de la sesión
- Tasa de retención, que mide cuántos usuarios regresan a su aplicación después de usar su aplicación en otro momento.



TENDENCIA El Chatbot se transforma en el entrenador personal

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

En los últimos años, la sociedad se ha alejado del deseo de productos hacia un mayor apetito por las experiencias. La “economía de la experiencia” ha coincidido con el aumento de las redes sociales. Como era de esperar, liderar la carga en esta nueva economía es la generación más grande en la fuerza laboral: Millennials, un grupo que obliga a industrias enteras a adaptarse a sus expectativas cambiantes de trabajo y vida, y el aprendizaje empresarial no es una excepción.

Los productos de aprendizaje eran típicamente catálogos pasivos de materiales de capacitación únicos, diseñados exclusivamente para ser consumidos, adquirir más conocimiento y seguir adelante, un proceso demasiado formalizado en el que el impacto no importaba mientras se completara la actividad. Ese enfoque no funcionará hoy en día debido al creciente énfasis en la experiencia, y las muchas formas en que las experiencias de aprendizaje en el trabajo influyen en la retención del conocimiento, el desarrollo profesional y el rendimiento.

El aprendizaje durante el trabajo se abordó en el informe del año pasado, pero un desarrollo importante en este espacio que será aún más frecuente en 2020 es el uso de chatbots de aprendizaje, o más específicamente, entrenadores personales digitales.

Chatbot vs Entrenador Personal

CHATBOT

Típicamente reactivo

Orientado al cliente

Un asistente: hace felices a los clientes

Impulsado por transacciones: juego corto

ENTRENADOR PERSONAL

También reactivo, pero sobre todo proactivo

Orientado al alumno

Un entrenador: hace que los alumnos mejoren

Impulsado por metas: juego largo

“El próximo nivel de chatbots estará infundido de capacidades de IA que pueden hacer suposiciones sobre sus intenciones. Sabe que lo que está preguntando se relaciona con X, Y y Z. Creo que el concepto de relacionar cierta información con otra información será mucho más frecuente. La gente quiere ahorrar tiempo y las organizaciones que están implementando bots quieren que hagan más que responder preguntas predecibles”

Steve Goldberg, VP and Director de Investigación, HCM en Ventana Research

Es fácil ver dónde estos “entrenadores virtuales” brindan un valor de soporte de rendimiento relativo al tener un experto digitalizado de guardia al que puede recurrir para obtener respuestas inmediatas. Pero, ¿y si esta conversación no siempre fue instigada por el alumno?

Los chatbots son tradicionalmente en su mayoría reactivos y simplemente brindan respuestas a las consultas. El potencial emocionante para el aprendizaje y desarrollo es cuando las herramientas impulsadas por inteligencia artificial se convierten más en un “Entrenador virtual” que interactúa sin avisos del alumno, mientras se convierte en una fuente de referencia para obtener respuestas e instrucciones sobre el contenido más útil y relevante para respaldar la consulta.

Este entrenador digital recomendaría contenido a los alumnos en función de su progreso e incluso enviaría una notificación cuando haya contenido nuevo disponible que sea relevante para sus necesidades o habilidades que hayan identificado que les gustaría desarrollar. Esto facilita una experiencia de aprendizaje personalizada e individualizada que guía su viaje y reduce la necesidad de intervención administrativa.

El objetivo final de este entrenador personal inteligente es, en última instancia, ayudar a los alumnos a mejorar con el tiempo a través del aprendizaje continuo e interactivo. Esto comienza con una conversación natural, directamente dentro de la plataforma de aprendizaje, en el punto de necesidad.



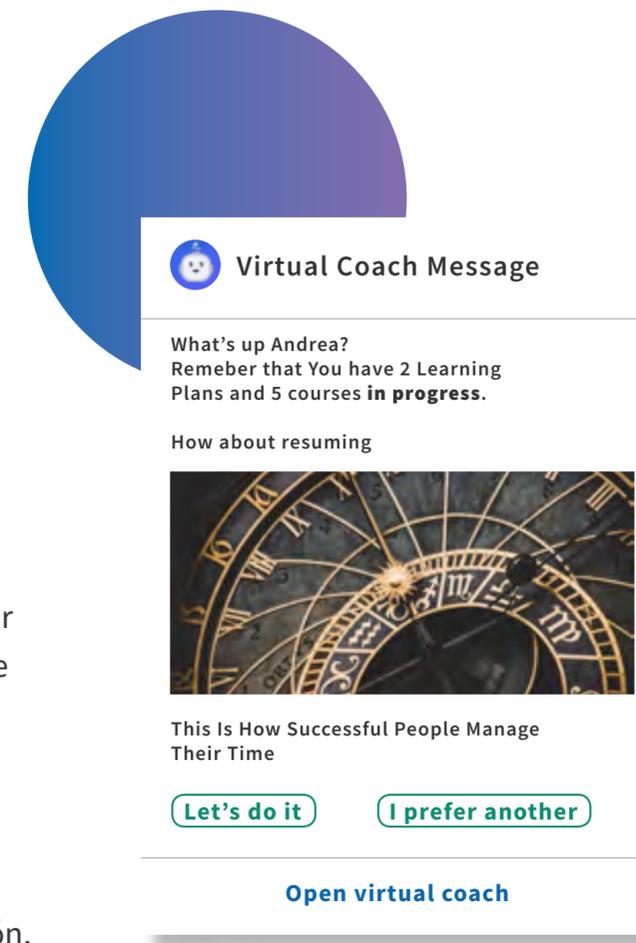
SOLUCIONES EN EL MERCADO

Hay una serie de herramientas de estilo chatbot disponibles en el mercado en este momento que se están incorporando en las plataformas de aprendizaje. La experiencia de estilo de entrenador personal está comenzando a ser lanzada por los vendedores con mejoras en la experiencia esperada a medida que la tecnología mejora. A principios de 2020 habrá un chatbot de “entrenador personal” importante en el mercado que actuará como un entrenador proactivo para todos y cada uno de los usuarios en una plataforma de aprendizaje.

Los alumnos podrán solicitar el contenido recomendado, controlar el progreso del aprendizaje, hacer preguntas relacionadas con el contenido en su plataforma, recibir notificaciones sobre el contenido que les pueda interesar o incluso simplemente tener una conversación. Y a medida que los alumnos interactúen con el entrenador, este aprenderá de esos comentarios para evolucionar y mejorar su entrenamiento con el tiempo.

“El gran desarrollo con un chatbot será - ¿Puede ver dentro de varios sistemas? Como, ‘Oh, esta es una pregunta sobre el aprendizaje, puedo buscar más sobre el aprendizaje para encontrar contenido relevante.’ O, ‘Esta es una pregunta sobre sus metas de desempeño, déjeme buscar más información sobre esto.’ Creo que esa será la clave porque la gente no querrá tener siete conversaciones diferentes con chatbots”

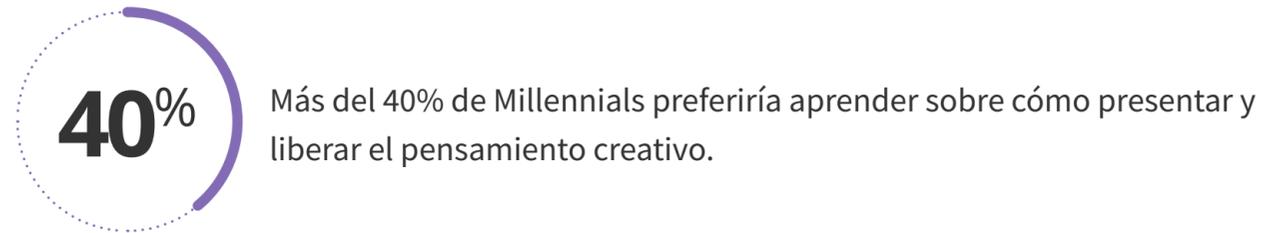
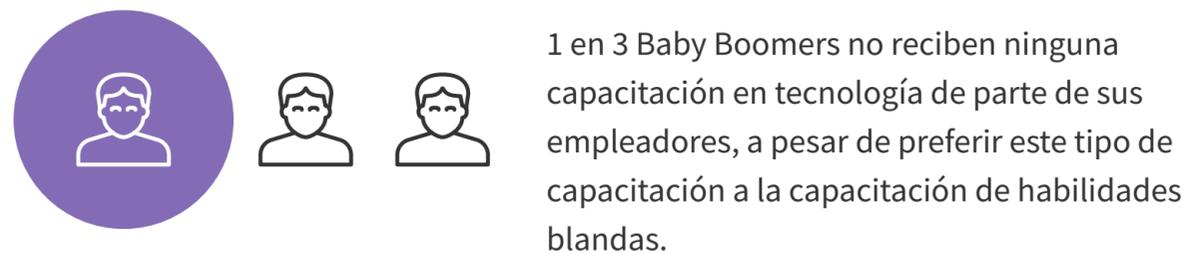
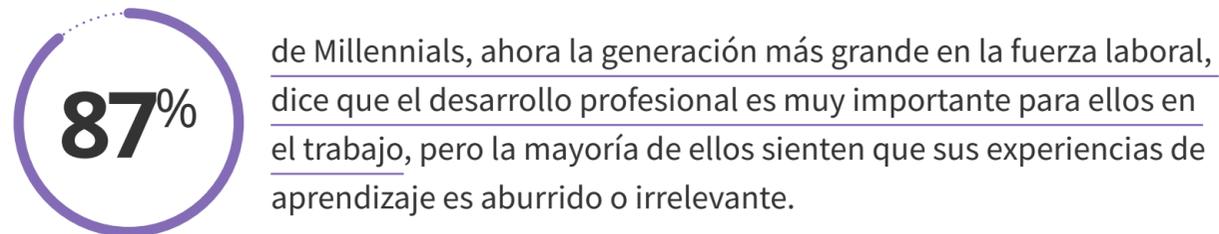
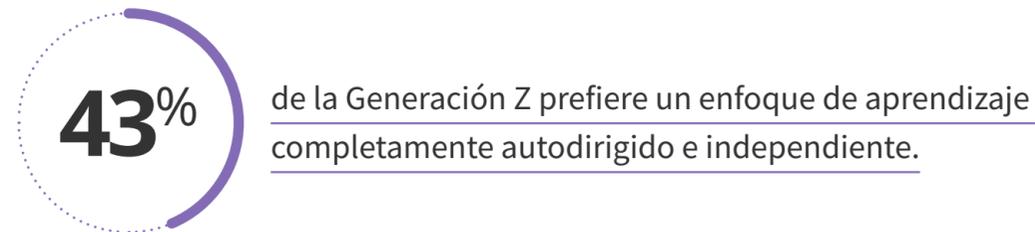
David Wentworth, Analista Principal, Brandon Hall Group



TENDENCIA La personalización se vuelve estándar

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

La demanda por el aprendizaje personalizado es más fuerte que nunca. Diferentes alumnos tienen diferentes preferencias sobre cómo y lo que desean aprender, y esto debe ser reflejado en sus oportunidades de aprendizaje. Veamos algunas de las Preferencias y sentimientos a través de las generaciones:

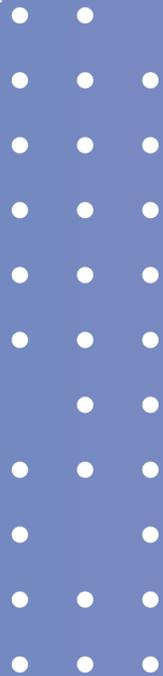


Fuente: Docebo 2019 Tech Skills Gap Survey

Dado que las tasas de participación de los empleados siguen representando una amenaza para la productividad, la personalización es clave para garantizar un aprendizaje efectivo y un mayor rendimiento.

La tecnología de aprendizaje es crítica para la ejecución efectiva de programas de aprendizaje personalizados. El LMS ha sido tradicionalmente más un sistema de entrega y gestión, pero eso ya está cambiando a medida que estas ofertas evolucionan en plataformas de aprendizaje que abarcan más capacidades que un simple sistema de gestión de aprendizaje (LMS). Una de las formas clave en que una plataforma de aprendizaje aborda la personalización del aprendizaje es comprender mejor y tomar medidas sobre el comportamiento del alumno.

Esto incluye la incorporación de algoritmos de inteligencia artificial para organizar una mayor interacción con los alumnos para ofrecer recursos personalizados y actividades de aprendizaje. Una plataforma de aprendizaje puede ayudarle a recopilar datos específicos para alumnos individuales para ayudarle a identificar brechas de habilidades y proporcionar programas de aprendizaje personalizados.



74%

El 74% de los desarrolladores de talentos dicen que planean hacer cambios en su programa capacitación y desarrollo para acomodar a los trabajadores de la Generación Z.

Fuente: [LinkedIn Learning](#)

33%

De los profesionales del aprendizaje planea enfocarse en el aprendizaje adaptativo en el próximo año.

Fuente: [2019 HR/L&D Trend Survey - The Ken Blanchard Companies](#)

La experiencia personal: Siempre adaptándose



SOLUCIONES EN EL MERCADO

Las mayores capacidades de personalización dentro del aprendizaje en línea se han vuelto más frecuentes en el último año y están tomando muchas formas.

Las sugerencias de contenido son, por supuesto, una de las áreas en las que los profesionales del aprendizaje han estado atentos, y esta funcionalidad ya está disponible y muestra un gran potencial.

Dentro del módulo de aprendizaje social de Docebo, Coach & Share, la función “Sugerencias de contenido siguiente” muestra el contenido que los colegas han contribuido y que son relevantes para lo que un alumno está participando actualmente y su función de rol general.

No se trata de contenido que puedan encontrar interesantes o cursos similares a los que ya han tomado. Se trata de conducir y elevar la fuerza laboral a través del aprendizaje social basado en inteligencia artificial. Se trata de facilitar sugerencias personalizadas sin que los alumnos pierdan el tiempo buscando el contenido más relevante para su éxito.

Por el lado de la administración y la gestión, las plataformas de aprendizaje basadas en inteligencia artificial proporcionan sugerencias de inscripción personalizadas para agilizar esta tarea. La plataforma produce automáticamente una lista de alumnos para un curso en particular durante el proceso de inscripción (en función de su rol, curso y contenido), lo que reduce el tiempo necesario para buscar usuarios que se beneficiarán más de un curso específico.

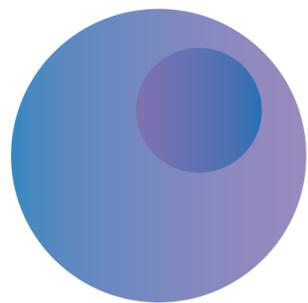


“Estamos comenzando a ver una creciente necesidad de un compromiso corporativo más fuerte con el valor del aprendizaje. Sin embargo, modernizar el entorno de aprendizaje de la compañía para satisfacer la demanda de trayectorias profesionales personalizadas para los empleados sigue siendo un poco difícil de vender, ya que requiere una inversión a largo plazo en recursos para el talento que está más allá del alcance de la mayoría de las organizaciones financieras. Sin embargo, lo vale “.

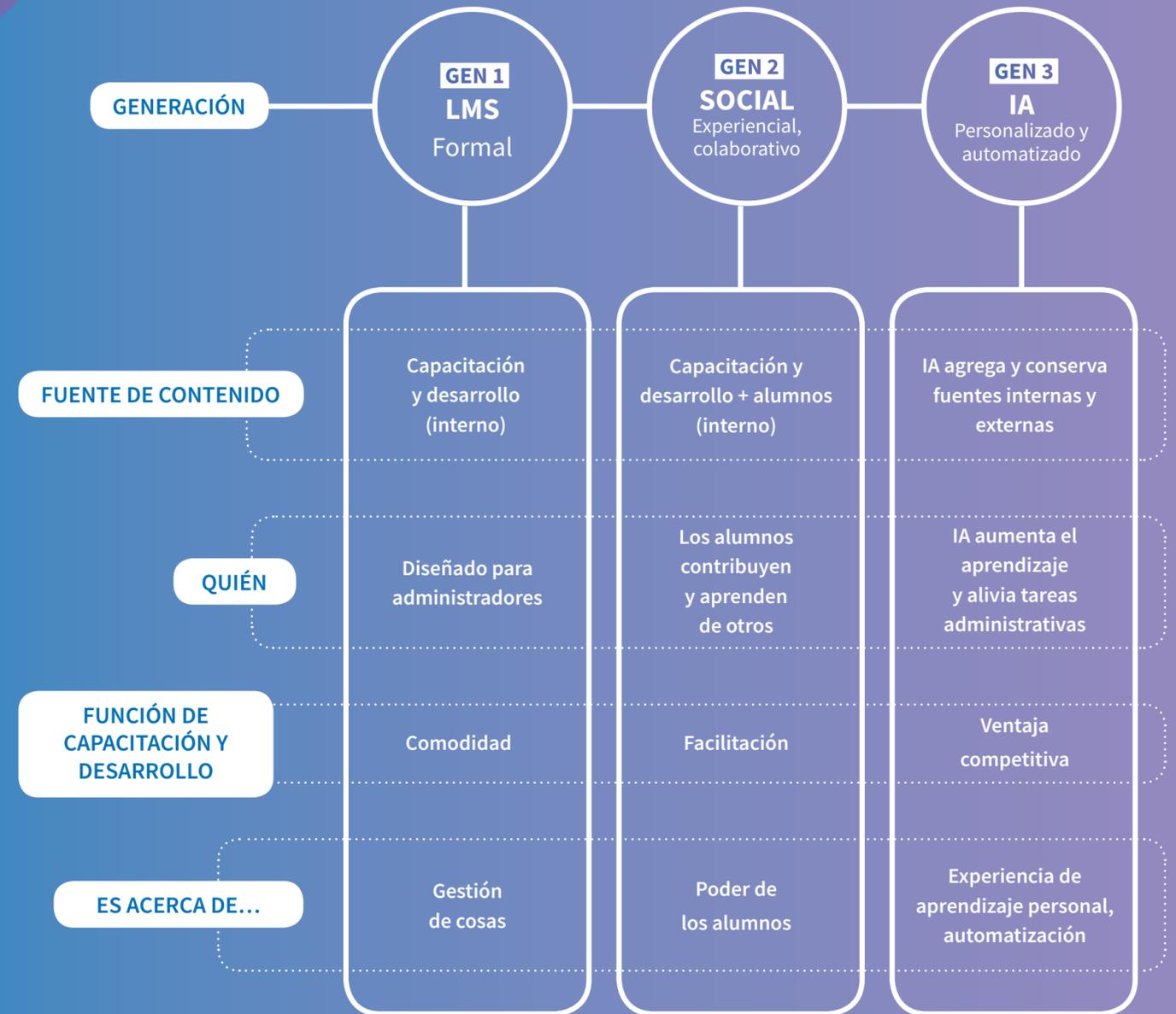
Zachary Chertok, Analista en Aberdeen Group

QUE SE AVECINA EN EL FUTURO

A medida que maduran estas capacidades de personalización, el siguiente paso es que las rutas de aprendizaje se adapten de manera única según el progreso del alumno. Esto significa que la plataforma puede asignar diferentes materiales a diferentes alumnos que podrían haber comenzado con el mismo curso debido a su rol, y así apoyar un camino más eficiente de finalización y aplicación. A medida que se desarrolla su función dentro de la organización, también lo hace su experiencia de aprendizaje para apoyar el progreso continuo.



Hemos entrado a la tercera generación de la capacitación y el desarrollo



TENDENCIA Mayor madurez de la Realidad aumentada (RA) y Realidad Virtual (RV)

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

Any look into the trends impacting e-learning would be remiss if we didn't touch on the. Cualquier mirada a las tendencias que afectan el aprendizaje en línea sería negligente si no tocáramos el tema creciente de la realidad aumentada y la realidad virtual. Pero primero, exploremos qué significan estas tecnologías.

REALIDAD VIRTUAL

Crea experiencias que bloquean totalmente la visión del mundo real y la reemplazan por una virtual usando videos de 360 grados, fotosferas o entornos completamente renderizados por computadora. Por lo general, requiere un auricular.

REALIDAD AUMENTADA

Proporciona a los usuarios información similar a una cartelera sobre una tarea, ya sea en una pantalla alternativa (teléfono) o mediante la proyección de imágenes en lentes frente a los ojos.

Fuente: Accenture

Las organizaciones están usando tecnología para apoyar:



Fuente: Brandon Hall Group HCM Outlook 2019

“La realidad virtual ve el mundo físico como una distracción, mientras que la realidad aumentada ve el mundo físico como un recurso”.

Dan White, CEO, Filament Games

“Creo que la RA eventualmente excederá la aceptación y la receptividad de la realidad virtual total debido a factores de costo. Y debido a que cuanto más conectado esté con algunos aspectos de la realidad, más representativa será la experiencia de aprendizaje cuando haya elementos del mundo real y el aumento “.

Steve Goldeberg, VP y Director de investigación, HCM en Ventana Research



SOLUCIONES EN EL MERCADO

La proliferación de estas tecnologías ha estimulado la experimentación temprana en su uso en un contexto de aprendizaje, ya que, hasta ahora, estos aún deben verse como mecanismos de entrega para casos de uso específicos.

En el caso de la realidad virtual, se convierte en una herramienta de capacitación única para poner a los alumnos en situaciones que no siempre se pueden recrear fácilmente.

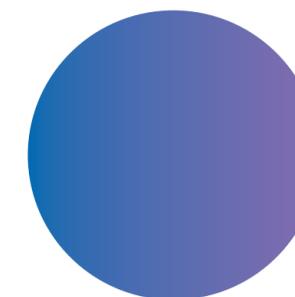
Verizon ha estado utilizando la tecnología para capacitar a sus trabajadores minoristas en el manejo de robos a mano armada. Al poner a los empleados en esta situación, mientras se asegura de que todavía están en un entorno seguro, la compañía ayuda a los trabajadores a aprender formas adecuadas de priorizar la seguridad y minimizar el daño físico si este escenario ocurre.



La adopción de la realidad aumentada en el aprendizaje se ha quedado atrás de la realidad virtual, pero la brecha se reducirá a medida que más organizaciones aprovechen su mayor accesibilidad. Cuando la realidad virtual requiere un auricular, que puede ser costoso, la RA se entrega principalmente en algo que todos tenemos en nuestros bolsillos: nuestros teléfonos.

Las organizaciones ya han comenzado a modernizar el aprendizaje al usar la cámara de un teléfono y una aplicación. En el proceso de inducción, la señalización física ha sido reemplazada por experiencias digitales que se muestran a través de un teléfono. El soporte de rendimiento también es un área en la que los alumnos pueden asimilar algo como un modelo 3D sobre un trabajo en progreso para comprender lo que aún queda por hacer.

A medida que la tecnología que impulsa RV y RA continúa madurando, más y más organizaciones explorarán cómo se puede aplicar a sus casos de uso de aprendizaje de una manera que brinde el mayor valor.



Tendencias del aprendizaje empresarial en línea 2020

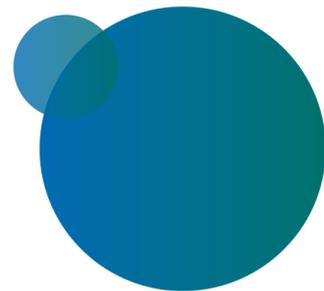
Automatización de Aprendizaje

TENDENCIA La inteligencia artificial sigue mejorando

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

El año pasado, hemos visto que la inteligencia artificial (IA) comienza a ganar más fuerza en el aprendizaje a medida que los profesionales de aprendizaje y desarrollo desarrollan una comprensión más profunda y los proveedores refinan sus ofertas. Esto tendrá un impacto significativo, particularmente en cómo los equipos de aprendizaje podrán escalar sus actividades, al mismo tiempo que aprovechan la personalización.

Con la introducción de la IA en la esfera del aprendizaje empresarial, las organizaciones están viendo cambios masivos en la productividad a medida que las tareas domésticas se automatizan. De hecho, las empresas están comenzando a incorporar la IA en sus estrategias comerciales a medida que ven el potencial que tiene para aumentar el crecimiento.



El 76% de las organizaciones afirman que la IA es esencial para que la estrategia de su organización tenga éxito.



Fuente: Infosys

El 64% cree que la IA impulsará el crecimiento de la organización.



Fuente: Gartner

Casi el 40% de las empresas han implementado inteligencia artificial de alguna forma en el último año.

Este es un alza de un 270% en los últimos 4 años.

SOLUCIONES EN EL MERCADO

Los proveedores de tecnología de aprendizaje seleccionados, incluyendo Docebo, han visto el potencial de la IA en los programas de aprendizaje y los han incorporado a sus sistemas centrales. La perspectiva emocionante es que los motores de IA, por su propia naturaleza, mejoran cuanto más se usan. Cuanto más se involucre un alumno con la plataforma de aprendizaje, más inteligencia artificial puede obtener y presentar el material del curso personalizado a los temas, el formato del curso y el nivel de habilidad preferidos del alumno.

“Las organizaciones de recursos humanos están elaborando estrategias de aprendizaje y desarrollo personalizadas y no estructuradas: ven la correlación entre las rutas profesionales específicas de los empleados y un mayor compromiso y retención. Hacer que la estrategia sea correcta requiere una inversión en análisis adaptativos de última generación que rompan las expectativas tradicionales para que el aprendizaje basado en etapas siga los patrones de comportamiento de los empleados. La programación basada en el comportamiento es donde está el futuro del aprendizaje y desarrollo y esto es indicativo de un futuro más grande en la analítica adaptativa y de comportamiento “.

Zachary Chertok, Analista en Aberdeen Group

Como un vino fino: La IA se vuelve mejor con el tiempo

Cuanto más usted y sus alumnos utilicen y guíen la plataforma de aprendizaje impulsada por la IA, mejores serán los resultados que produzca.



TENDENCIA Conectando las habilidades con la estrategia organizacional

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

Los líderes empresariales se están alejando de depender de contrataciones externas para impulsar el crecimiento y, en cambio, están mirando internamente para desarrollar su fuerza laboral existente.

Con el alto costo de la recontractación, las organizaciones se están dando cuenta de la necesidad de analizar las habilidades de los empleados, descubrir las brechas de habilidades y proporcionar educación destinada a superarlas. Para el 81% de los profesionales del aprendizaje, mejorar y volver a capacitar a la fuerza laboral se está convirtiendo en una necesidad.

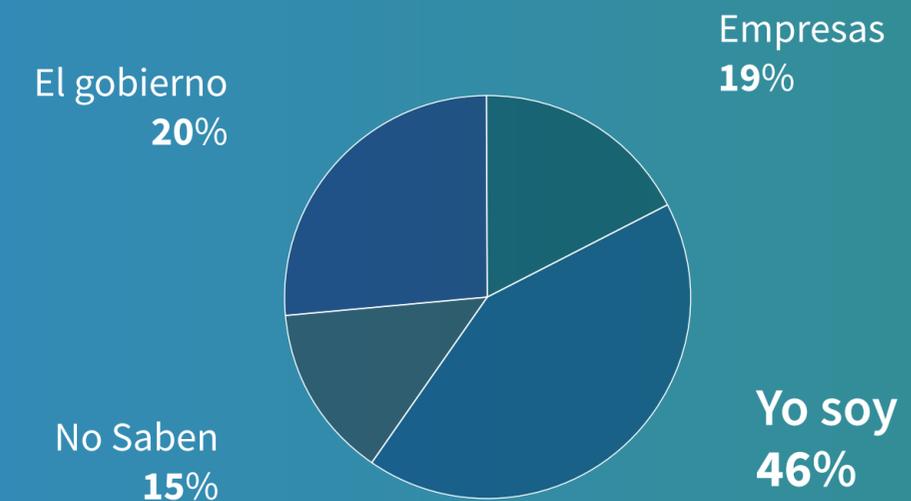
Si bien los profesionales del aprendizaje a menudo pueden depender en gran medida de las observaciones de los gerentes para identificar las habilidades de los trabajadores, una amplia variedad de investigaciones dice que los humanos son inherentemente predispuestos.

Como resultado de esto, los departamentos de aprendizaje empresarial están recurriendo a análisis basados en inteligencia artificial para identificar con precisión dónde necesitan mejorar sus empleados y descubrir oportunidades para volver a capacitarlos en otros departamentos.

Cuando se les preguntó por las razones que impedían que sus trabajadores se prepararan para el futuro, los líderes empresariales citaron con mayor frecuencia el miedo de los trabajadores al cambio. Sin embargo, los trabajadores creían más comúnmente que la responsabilidad de prepararse para el futuro recaía directamente sobre ellos.

La desconexión entre las percepciones de los trabajadores y los líderes para mejorar y volver a capacitar

Percepciones de los trabajadores sobre quién es responsable de prepararlos para el futuro



Fuente: Harvard Business School

Percepciones de los líderes empresariales sobre lo que impide que los empleados se preparen para el futuro del trabajo

1 - Tienen miedo de hacer algún cambio significativo - 29%

2 - No pueden pagar los costos inmediatos - 24%

3 - Creen que no es importante para ellos hoy - 24%

Fuente: Harvard Business School

SOLUCIONES EN EL MERCADO

El poder de la inteligencia artificial sólo se da cuenta de que hay más interacción con la plataforma y comienza a aprender qué funciona y qué no funciona tanto para los alumnos como para los administradores.

En el caso de la identificación y el desarrollo de habilidades, esta tarea ha recaído tradicionalmente en los profesionales del aprendizaje y no ha podido dar al alumno la oportunidad de decir qué habilidades desean desarrollar. Esta asignación de cursos de arriba hacia abajo resultó en una exclusión crítica de los aportes del alumno.

Sin embargo, las plataformas de aprendizaje ahora permiten a los alumnos identificar qué habilidades desean crecer dentro de su entorno de aprendizaje y luego hacer que la plataforma presente contenido relacionado. A medida que los alumnos participan (o señalan las sugerencias como irrelevantes), la plataforma construye una comprensión de lo que se consume y refina aún más lo que sirve, al mismo tiempo que conserva el contenido externo relevante.

El costo promedio de rotación de empleados
= 33% del salario del puesto.

Eso es aproximadamente
\$ 20,000 por un trabajo que paga \$ 60,000 al año.

Fuente: Work Institute

Costo para volver a capacitar a alguien para otro trabajo
= menos de \$ 10,000

Fuente: Docebo & Lighthouse Research and Advisory

Las 3 principales barreras en el desarrollo y la gestión de competencias y habilidades

- 1 - Los gerentes no están ofreciendo suficiente retroalimentación y entrenamiento**
- 2 - Los ejecutivos no están alineados sobre cómo desarrollar competencias y habilidades en toda la organización**
- 3 - No hay un plan a largo plazo para identificar el talento y las habilidades asociadas para el futuro**

Fuente: Brandon Hall Group - Competency and Skills Development 2019

En el lado administrativo, esto comienza a eliminar la carga de encontrar contenido relevante para cada alumno individual. El aporte del alumno también ayuda a guiar a los gerentes de aprendizaje a crear una visión más completa de lo que sus alumnos desean desarrollar y utilizar esto para respaldar aún más lo que se ofrece en la plataforma. Desde el punto de vista de la organización, esto comienza a abordar el importante papel que desempeñará la mejora y la nueva calificación a medida que cambien los roles y las estructuras comerciales.

En el futuro, a medida que las organizaciones le den más importancia a la vinculación del desarrollo de habilidades personales con un desempeño comercial más amplio, esperamos que esto, en última instancia, facilite estrategias de optimización más amplias para toda la organización.

“Estamos en un punto en el que el desarrollo de habilidades individualizadas y analíticamente impulsadas puede facilitar una estrategia de optimización más amplia en toda la organización para el talento nuevo y existente. Ahora las empresas deben incorporar esto en las opciones de redistribución y desglosar los silos funcionales para abrir toda la organización al potencial de movilidad de empleados impulsado por el aprendizaje y el desarrollo. La optimización amplía los horizontes profesionales de los empleados y permite a la gerencia determinar dónde se alinean mejor los intereses de un empleado con los objetivos comerciales para generar el mayor valor para la organización en general “

Zachary Chertok, Analista en Aberdeen Group

TENDENCIA Entrega del aprendizaje aumentado

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

A medida que se crean más objetos de aprendizaje y se agregan más alumnos a los programas, los empleados y gerentes tienen menos tiempo que nunca para buscar en un catálogo de cursos para encontrar lo que necesitan. En nuestro análisis de la tendencia hacia una curación de contenido más inteligente, describimos cómo la IA desempeña un papel vital al vincular el contenido apropiado con el alumno.

En donde la IA también ayudará en la entrega más adelante será en encontrar el fragmento de contenido más relevante dentro de una pieza más larga.

Además, los departamentos de aprendizaje se están dando cuenta de que el aprendizaje requerido y el aprendizaje voluntario deben entregarse de manera diferente. La motivación para participar en el aprendizaje voluntario debe tratarse como una estrategia separada.

Como siempre, las tasas de participación también deben ser monitoreadas y mejoradas, por lo que la plataforma de aprendizaje debe ser capaz de ejecutar una evaluación precisa si una organización quiere que el aprendizaje sea una ventaja competitiva.

“Los empleados y gerentes tienen menos tiempo del que han tenido para buscar un catálogo de contenido. Por lo tanto, no se trata solo de encontrar el contenido, sino también de encontrar el contenido o fragmento de contenido más relevante dentro del contenido más largo. ¿Cuáles son los 3-5 minutos más relevantes dentro de un video de 1 hora? La IA desempeña un papel aquí, sin duda, para poder identificar esos fragmentos de contenido de aprendizaje mientras comprende lo que hay detrás de la solicitud de un alumno.

¿Qué problema problema están tratando de resolver?

¿Cuál es el contexto de su trabajo?

Steve Goldberg, VP y Director de investigación, HCM en Ventana Research



SOLUCIONES EN EL MERCADO

Las plataformas de aprendizaje se centran cada vez más en brindar aprendizaje de una manera más inteligente, aumentando el papel de los profesionales del aprendizaje en lugar de reemplazarlos.

Una solución poderosa dentro de Docebo es el etiquetado automático para el contenido del curso, que optimiza la categorización y la consistencia del contenido. Esto facilita que los alumnos encuentren el contenido que necesitan y se responsabiliza de etiquetar con precisión los materiales del curso lejos de los profesionales del aprendizaje.



QUE SE AVECINA EN EL FUTURO

Con el etiquetado automático impulsado por la IA, esto evolucionará para incluir varios idiomas, de modo que los alumnos puedan encontrar cualquier contenido en su idioma preferido más rápido que nunca. Al permitir que la IA de la plataforma escuche el contexto del contenido y lo etiquete en consecuencia, los administradores de aprendizaje y los contribuyentes de contenido pueden reducir el tiempo que lleva compartir contenido y al mismo tiempo mejorar la categorización del curso y la capacidad de búsqueda.

Los entrenadores virtuales también actuarán como un gran facilitador para los profesionales del aprendizaje. El entrenamiento dirigido empujará a los alumnos hacia el aprendizaje correcto en el momento correcto (en lugar de sobrecargarlos con cantidad), sin la necesidad de dedicar tiempo extra o mano de obra a la tarea.

También vemos que las estrategias de contenido comenzarán a combinarse con estrategias de entrega para maximizar el potencial del contenido.

Tendencias del aprendizaje empresarial en línea 2020

Impacto del Aprendizaje

TENDENCIA Efectividad del aprendizaje

¿QUÉ IMPULSA ESTO?

En el clima actual, una nueva generación de empleados exige un enfoque en la construcción y el desarrollo de habilidades. Esto no solo ejerce más presión en los departamentos de capacitación y desarrollo, pero también de RRHH para que hagan bien sus programas de aprendizaje.

A lo largo de este informe, hemos enfatizado la necesidad de que los programas de aprendizaje sean adaptativos en tiempo real, ya que los alumnos quieren más, y las empresas esperan que los empleados apliquen sus habilidades recién adquiridas a sus trabajos. Pero medir el valor y la efectividad de sus programas de capacitación y desarrollo, al mismo tiempo que demuestra su efectividad e impacto, no siempre es sencillo.

La medición del impacto del aprendizaje puede ser un proceso complicado, lento e increíblemente manual que a menudo puede dar lugar a bajas tasas de respuesta sin referencia o puntos de referencia de cómo se ve el éxito. Sin embargo, el primer paso clave debe ser determinar cuáles son los objetivos para su programa de aprendizaje y cómo están vinculados a sus objetivos comerciales. Solo después de eso, debe buscar soluciones de evaluación adecuadas.

¿En qué medida se utilizan los siguientes resultados para medir los programas de aprendizaje de su organización?



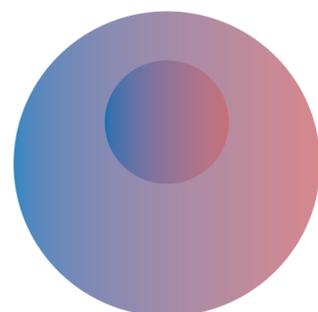
Fuente: Brandon Hall Group - Learning Measurement 2019



SOLUCIONES EN EL MERCADO

Las integraciones de la plataforma de aprendizaje con herramientas de evaluación de aprendizaje están habilitando a los equipos de aprendizaje empresarial con encuestas y reportes listos para usar que se centran en permitirles tomar decisiones basadas en datos con mayor rapidez. Estas encuestas se entregan a los alumnos cuando completan un curso y luego tres meses después para determinar el cambio de comportamiento. La clave aquí es utilizar estos datos para optimizar su aprendizaje en el futuro; debe tratarse como un ciclo continuo de mejora.

Una sofisticada capacidad de topografía automatizada hace que la evaluación de los programas de aprendizaje sea exhaustiva y rápida al mismo tiempo. Algunas soluciones también vienen con puntos de referencia integrados de la industria, recopilados de una base de datos de respuestas a encuestas para ayudar a proporcionar una evaluación objetiva y equilibrada para medir el aprendizaje.



“Lo primero que deben hacer las organizaciones es dejar de desarrollar el aprendizaje sin objetivos. Este es el objetivo primordial. Si no comprende cuáles son los objetivos específicos de la organización, ¿cómo puede saber qué aprender a crear? Y lo más importante, ¿saber cómo medirlo?”

Las organizaciones de aprendizaje empresarial lo han ignorado, así que salgan, comprendan lo que la gente quiere, creen una rentabilidad en la inversión más orientada a los negocios y luego estarán mejor”.

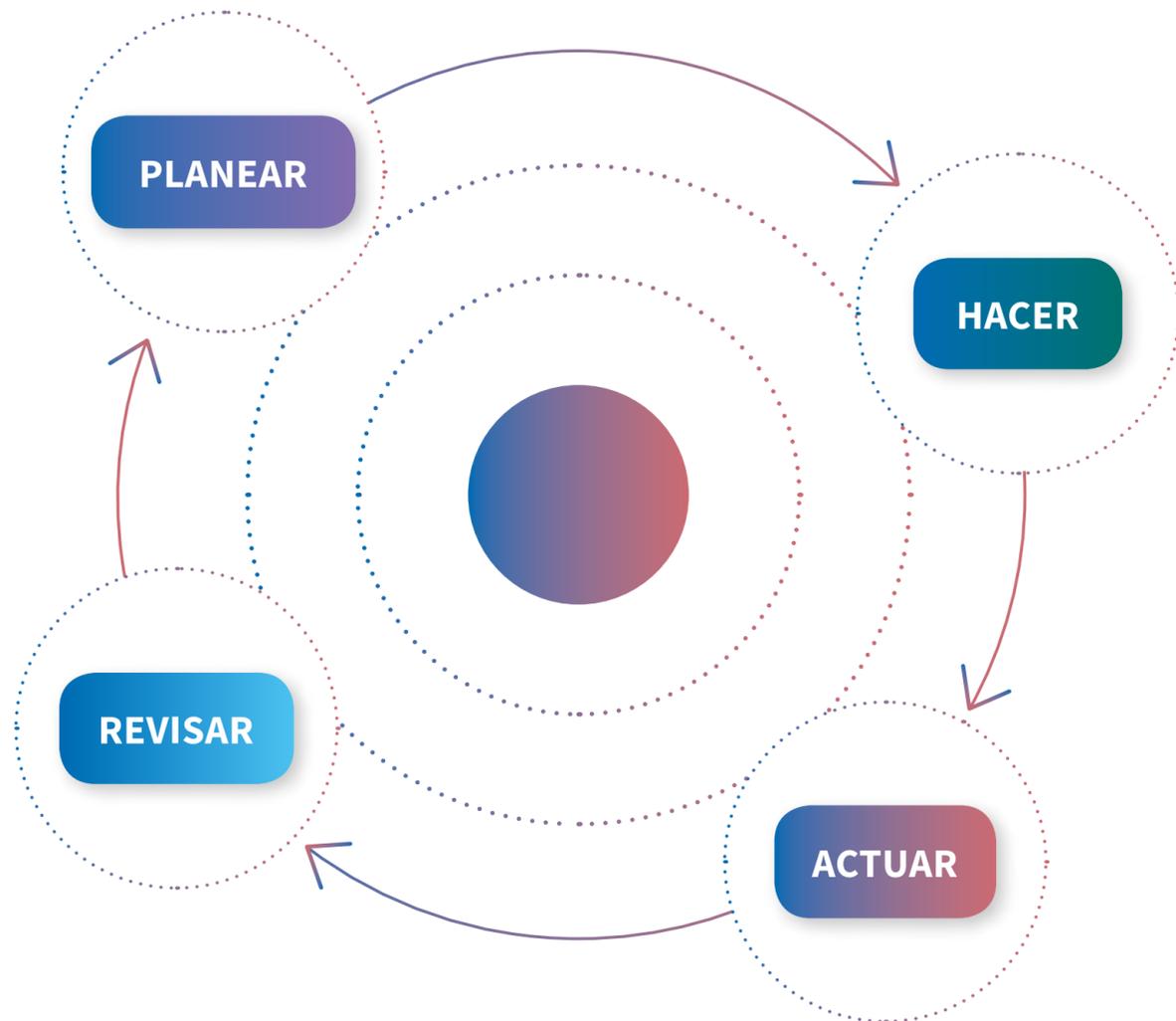
“Al igual que el resto de la compañía tiene clientes, la organización de aprendizaje también tiene una base de clientes, los cuáles son los empleados y gerentes. Las organizaciones de aprendizaje empresarial tienen que estar más orientadas al servicio”.

Michael Rochelle, Chief Strategy Officer y Analista Principal HCM en Brandon Hall Group

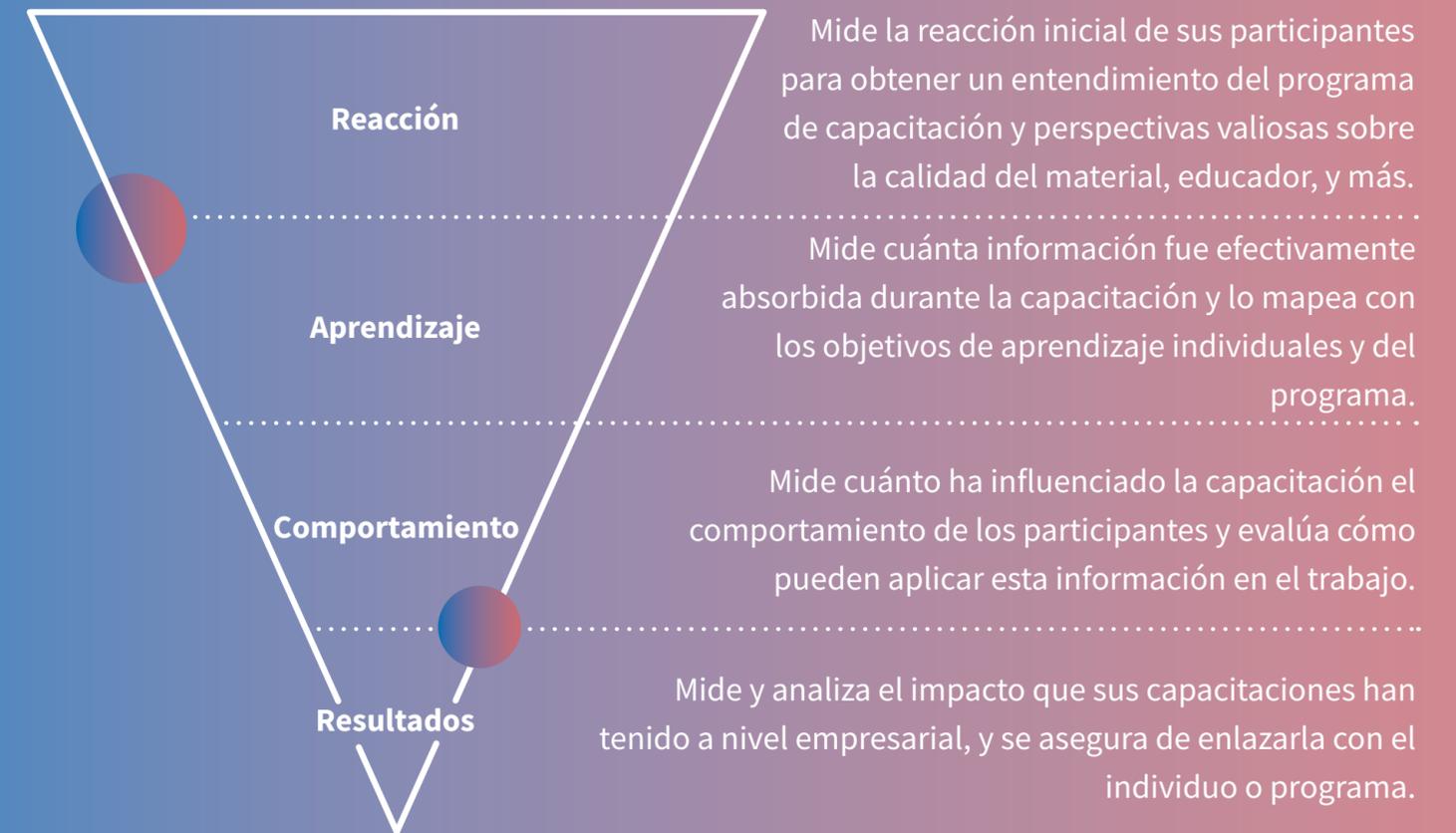
QUE SE AVECINA EN EL FUTURO

En el futuro, el primer paso es comprender que el aprendizaje siempre debe estar conectado a los objetivos comerciales si va a demostrar un impacto medible y comprender la rentabilidad de la inversión, lo cual es más fácil decirlo que hacerlo. A partir de ahí, la evaluación puede ser un proceso mucho más preciso y la tecnología puede ayudarle a escalarlo, especialmente a medida que madura en este espacio.

La evaluación y optimización es continua



Modelo de Kirkpatrick para medir el aprendizaje



TENDENCIA La evolución de los analíticos de personas



¿QUÉ IMPULSA ESTO?

A medida que el rendimiento individual y el rendimiento empresarial se vuelven más conectados, las organizaciones buscan encontrar la rentabilidad en la inversión en sus empleados y desean saber cómo pueden tomar decisiones más inteligentes y estratégicas sobre las personas que contratan.

El análisis de personas permite a las organizaciones tomar decisiones de contratación más inteligentes, retener a los mejores talentos y aumentar el rendimiento de los empleados.

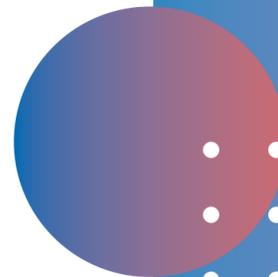
Esta tarea solía depender de los instintos de los gerentes, pero, a medida que estas métricas se vuelven más importantes, la ciencia de datos y el aprendizaje automático se han aprovechado para automatizar estos hallazgos y proporcionar una imagen más precisa.



“Los líderes empresariales no se preocupan por el análisis de personas, sino por el análisis de negocios. Entonces, el mensaje subyacente allí es: no opere en el vacío con sus datos de personas y análisis de personas.

La demanda ahora es conectar su análisis de recursos humanos y aprendizaje a todas las demás funciones, como finanzas, proyectos y ventas, de modo que proporcione una imagen holística de la operación y su personal esté en el medio de todo “.

Steve Goldeberg, VP y Director de investigación, HCM en Ventana Research

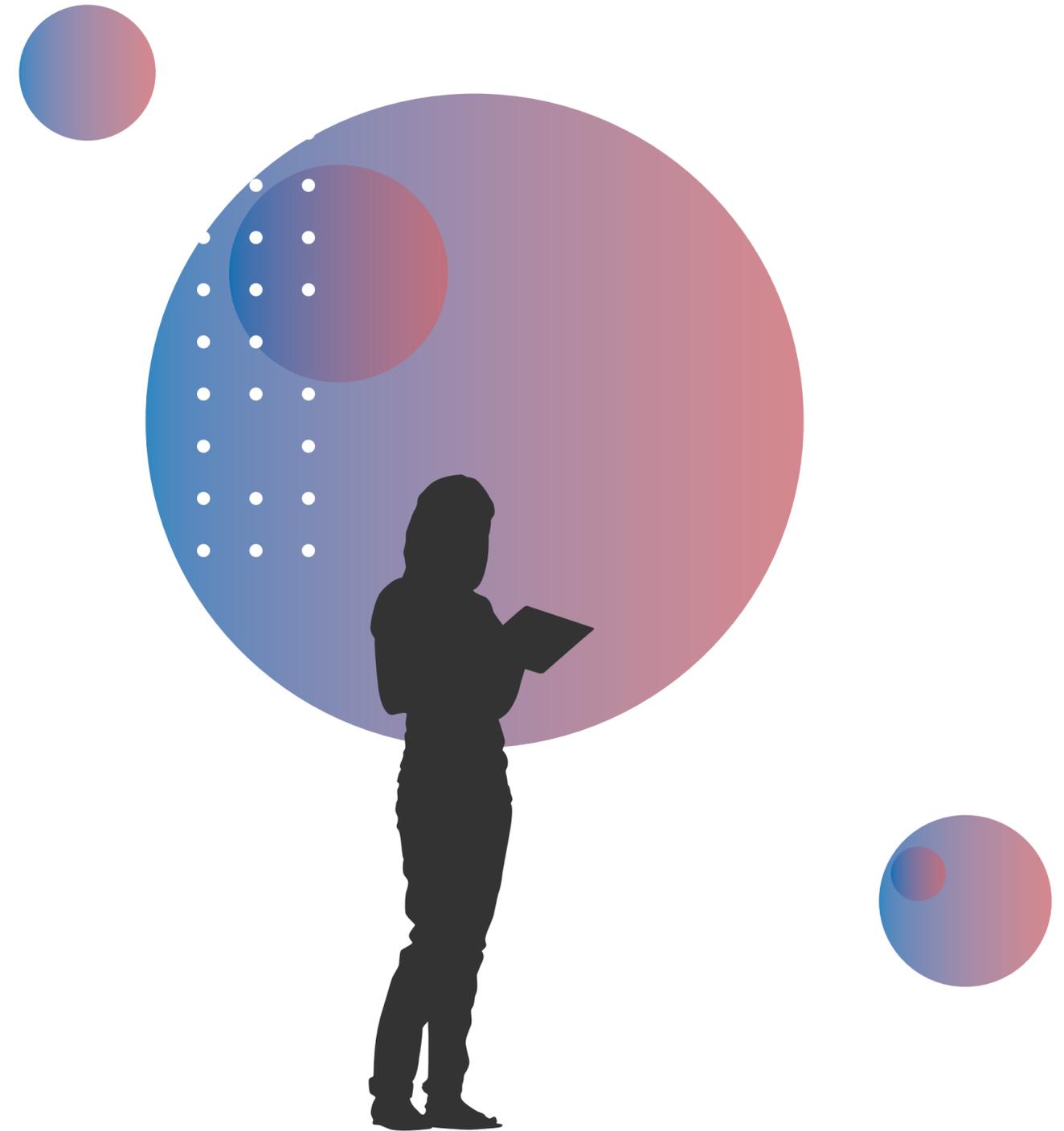


SOLUCIONES EN EL MERCADO

Los proveedores de aprendizaje ofrecen varias funciones de reportes dirigidos a determinar las mejores prácticas para reclutar, aprender, administrar y desarrollar equipos. Pero el siguiente paso es combinar el análisis empresarial y el análisis de personas para proporcionar una imagen holística de cómo está funcionando un negocio. Esta información ayuda a las organizaciones a crear, administrar y ejecutar estrategias basadas en las necesidades del negocio.

Como reacción a esto, vemos que los sistemas adoptan un enfoque de investigación para el análisis de las personas, guiando a los administradores sobre qué combinación de datos extraer y entendiendo lo que salió bien / mal.

Por ejemplo, si la plantilla disminuyó en una línea de negocio, ¿por qué sucedió? Podría haber habido una reestructuración, tal vez la organización estaba contratando gerentes con menos experiencia, tal vez estaban gastando menos en aprendizaje y desarrollo. Una función analítica centralizada que tiene todo en cuenta, lo ayuda a comprender la imagen completa y luego a tomar las acciones correctas.



Conclusión

Todas estas tendencias nos emocionan para el 2020 y expanden nuestro entendimiento de en qué partes podemos aprovechar la tecnología para alcanzar nuestras metas personales y empresariales. Pero, ¿Cuáles son los aportes más importantes? **Siempre ponga a las personas primero.**

“Si piensas en la sociedad como un péndulo, el péndulo se movió demasiado hacia la derecha en los últimos 30 a 40 años, y ahora vuelve a estar en el medio. La Generación Y, los Millennials y la Generación Z ya están remodelando la fuerza laboral: tienen mucho en común con los tradicionalistas que solían invertir en empleados para generar valor comercial a largo plazo y ese es un cambio forzoso que ahora está teniendo un impacto”.

Zachary Chertok, Analista de investigación en Aberdeen Group

La tecnología no es nada sin tener las personas y los procesos adecuados para impulsarlos. Contrate a personas excelentes que desarrollen procesos excelentes y usen tecnología para escalar esos procesos. Siempre haga que la tecnología funcione para usted. Es un gran recurso y su potencial sólo está limitado por la incapacidad de maximizar su efectividad.

En lugar de depender de la tecnología para sacarlo de la rutina o impulsar el rendimiento empresarial, invierta en su fuerza laboral y optimice el rendimiento de los empleados desde dentro.

Cuando los empleados pueden crecer dentro de la organización, dejan de mirar el paquete de beneficios de la compañía y más de su propio potencial dentro de su organización. Esta mentalidad en sí misma debería, y cambiará, la forma en que la tecnología se utiliza para apoyar el aprendizaje interno y externo, y su negocio se lo agradecerá.

Docebo se esfuerza por ser su socio en este viaje, haciendo que sus procesos sean más efectivos y eficientes, y escalando con usted agregando funcionalidades adicionales a medida que sus procesos cambian y mejoran.

HAGA DEL APRENDIZAJE SU VENTAJA COMPETITIVA

Con la confianza de más de 1.600 empresas en todo el mundo, la plataforma de aprendizaje Docebo reúne el LMS empresarial que necesita, la experiencia de aprendizaje social que sus alumnos desean y el poder de la Inteligencia Artificial para hacer del aprendizaje su ventaja competitiva.

CONTÁCTENOS PARA COMENZAR