

CALIDAD EN LA FORMACIÓN VIRTUAL

La formación on line aterrizó en España hace décadas y está aquí para quedarse. El avance tecnológico desde la aparición de Internet, el desarrollo de plataformas e-learning, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y las redes sociales han llevado a que la formación a distancia sea fundamentalmente virtual y que no solo gane en penetración en España, sino también en calidad, lo que ha convertido a nuestro país en uno de los más dinámicos y punteros.

La crisis ha hecho que muchas personas inviertan en formación para seguir siendo competitivos como profesionales, acción que se ha visto facilitada con la incorporación de las TIC y aplicaciones diseñadas para los dispositivos móviles, además de otros métodos innovadores.

Para asegurar que los clientes, usuarios y alumnos de la formación virtual puedan seleccionar la oferta formativa que mejor se adapte a sus necesidades y expectativas y a su nivel de satisfacción, se publicó en el año 2008 la norma UNE 66181, Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual, quedando anulada por la norma UNE 66181:2012.

La formación virtual es aquella basada en el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y que fundamentalmente no es presencial. Existen varias tipologías:

- Autoformación: formación virtual sin tutorización, basada en el autoaprendizaje.
- Teleformación o formación en línea: formación virtual con tutorización.
- Formación mixta: formación virtual que contiene sesiones presenciales.

La norma UNE 66181 especifica las directrices para la identificación de las características que definen la calidad de la formación virtual con relación a los potenciales clientes o compradores. El uso de esta norma es voluntario y su generalización aumentará la transparencia y la confianza del mercado en la formación virtual.

El nivel de satisfacción de los clientes de la formación virtual depende de la diferencia, positiva o negativa, entre sus expectativas iniciales y lo que ha recibido. Por ello, esta norma pretende mejorar la satisfacción de clientes y suministradores mediante la ejecución del ciclo que se explica en la Figura siguiente.

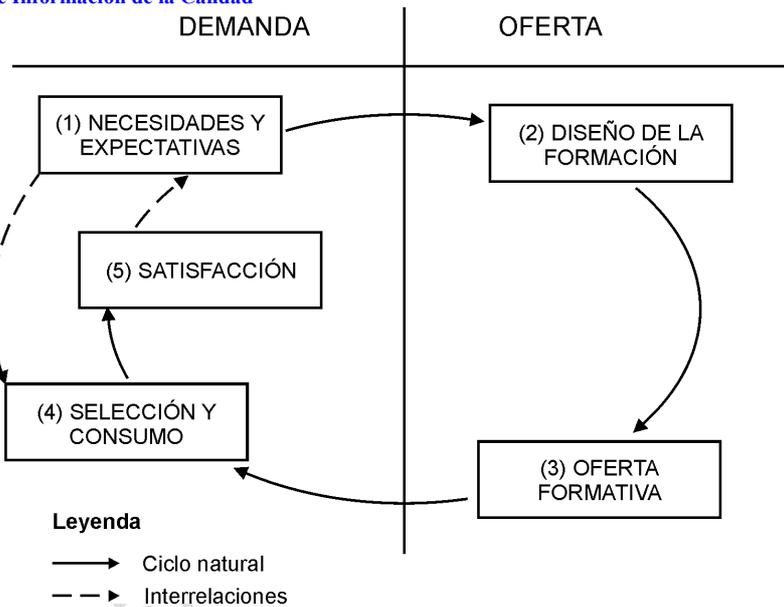


Fig. 1. Ciclo de la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes de la formación virtual (Norma UNE 66181:2012).

En un mercado abierto las necesidades y expectativas del mercado (fase 1 de la Figura 1) son normalmente detectadas, analizadas y utilizadas por las organizaciones de formación como guía para el diseño y desarrollo de la oferta formativa que demandan los clientes (fase 2 de la Figura 1).

La formación virtual desarrollada es ofertada al mercado por los suministradores (fase 3 de la Figura 1), de forma que pueda ser analizada por los clientes (fase 4 de la Figura 1). La satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes de la formación virtual (fase 5 de la Figura 1), está directamente relacionada con su capacidad para seleccionar la oferta formativa más adecuada a sus necesidades y a su situación económica.

Los clientes seleccionan la oferta formativa más interesante para ellos (teniendo en cuenta factores como contenidos, precio, interactividad,...), y una vez recibida la formación, aumentará o disminuirá su satisfacción en función de la diferencia positiva o negativa entre sus expectativas y lo recibido. De esto se deriva la necesidad de que la información suministrada en la oferta formativa (fase 2 de la Figura 1) sea suficiente y clara, de manera que los clientes no desarrollen expectativas inciertas, ni reduzcan por ello su satisfacción.

Si la información de la oferta ha sido clara y suficiente, la expectativa del cliente y el resultado obtenido son similares y, por tanto, se produce un retorno de la inversión en la compra (fase 4 de la Figura 1) y un aumento de la confianza en el suministrador. Si por el contrario la información no ha sido suficiente ni clara, la expectativa del cliente ha podido distorsionarse con relación a lo que realmente ofrece la formación, y su satisfacción puede ser inferior a la esperada, lo que conlleva desconfianza hacia el suministrador y hacia el mercado de la formación virtual.

Los tres factores de satisfacción que intervienen en la satisfacción de las necesidades y expectativas de clientes y alumnos, a considerar son:

- Reconocimiento de la formación para la empleabilidad, es decir, capacidad para integrarse en el mercado laboral o mejorar la condición existente. Definida por los siguientes parámetros:
 - Reconocimiento de la formación por las Autoridades.
 - Reconocimiento de la formación por el mercado laboral.
 - Reconocimiento de la entidad suministradora de la formación.
- Metodología de aprendizaje, conjunto de toma de decisiones que van a definir las condiciones más adecuadas para conseguir el aprendizaje de los usuarios respecto a unos objetivos marcados. Los factores más relevantes a tener en cuenta son:
 - Diseño didáctico-instruccional junto con el método y las herramientas de evaluación.
 - Las actividades de aprendizaje y sus respectivos materiales o recursos formativos.
 - La interacción entre los agentes del proceso formativo y el entorno tecnológico-digital de aprendizaje.
- Accesibilidad, es decir, garantizar el acceso de cualquier persona, independientemente de su condición personal o tecnológica, a los productos, entornos y servicios proporcionados por las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), alcanzando el objetivo de inclusión en la Sociedad de la Información. Los parámetros clave de la accesibilidad son:
 - Accesibilidad de la utilización de hardware.
 - Accesibilidad de la utilización de software.
 - Accesibilidad en el uso de contenidos de las tecnologías Web en Internet, Intranets y otro tipo de redes informáticas.
 - La distribución de documentos electrónicos accesibles, según las recomendaciones proporcionadas por los fabricantes.

Estos factores de satisfacción se presentan en una graduación en base a una escala de niveles de calidad. La escala va del nivel 1 al 5, con una serie de requisitos específicos por nivel, con objeto de que los clientes y usuarios posean mayor información sobre la oferta formativa y pueda ser comparada.

En la calidad de la formación virtual debe considerarse la satisfacción del usuario y su formación integral. Este tipo de formación será más productiva respecto a la formación presencial, si ésta genera un aprendizaje más rápido, efectivo, cómodo y económico.