



'IN COMPANY' El impacto de la innovación aplicada a este tipo de estudios para la empresa va más allá de facilitar la conciliación y reducir costes.

La llave que acerca la universidad al tejido empresarial

Sandra Sánchez. Madrid

La idea de que la universidad y la empresa están lejos no deja de repetirse en los foros académicos españoles. El vínculo entre la formación y el tejido empresarial continúa siendo la gran asignatura pendiente del sistema educativo.

Y la formación *in company* se ha convertido en los últimos años en la herramienta predilecta para acercar los dos mundos. Programas para empleados, diseñados a medida de cada empresa (en función del sector y de las necesidades de cada una de ellas) que han ido transformándose con el paso de los años y hoy son otros de la mano de internet.

El cambio más evidente de las nuevas tecnologías en la formación *in company* se encuentra en el punto de vista del canal de distribución, "haciendo más fácil poder acceder a contenidos de calidad desde distin-

tos dispositivos y diversos lugares, lo que da mucha flexibilidad a las empresas a la hora de ofrecer soluciones formativas a sus empleados", explica Nieves Olivera, directora de Formación *in company* de Deusto Business School.

La innovación aplicada a este tipo de educación tiene un impacto que va más allá de facilitar la conciliación de la vida personal y la profesional de los empleados. La formación *in company* a través de la red permite, además, hacer llegar contenidos de calidad a un mayor número de trabajadores y obtener un ahorro en costes que no podría alcanzarse mediante la modalidad tradicional.

Sin embargo, no es el ahorro que ofrece el formato lo que más valoran las compañías cuando optan por un aprendizaje en red para desarrollar a sus profesionales y mejorar su competitividad. Tal y como



Esta modalidad permite acceder a contenidos de calidad desde distintos dispositivos y diversos lugares. / SHUTTER_0

asegura Olga Alonso, directora de Executive Education&Digital Solutions de ESCP Europe Madrid Campus, quizás el error ha sido, precisamente, tratar de utilizar los contenidos online simplemente como sustitutos de la formación tradicional con menor coste. "Esto ha producido una degradación del concepto que nada tiene que ver con los desarrollos en los que nosotros trabajamos,

donde primero partimos de los objetivos de aprendizaje y entrenamiento y, a partir de ahí, ponemos en marcha los recursos que mejor responden a ellos", explica.

Entre otros beneficios, la tecnología permite romper las barreras para trabajar en entornos colaborativos o integrar los entornos formales e informales de manera que se cree una experiencia continua de aprendizaje.

La última palabra la tiene la empresa, y la elección final entre online o presencial *in company* varía en función del perfil al que se dirige la formación, el alcance de la misma y el nivel de profundización de los temas. "También depende mucho de las necesidades específicas que tenga la compañía y de los objetivos que persigue y el retorno que espera", añade Olivera.