

Curso de Análisis macro de las Necesidades formativas e-learning

Ingrid Puente

Directora de Talento Humano en
Data Science Research Perú

RH analyst en Gallagher

Psicóloga especializada en
metodologías ágiles

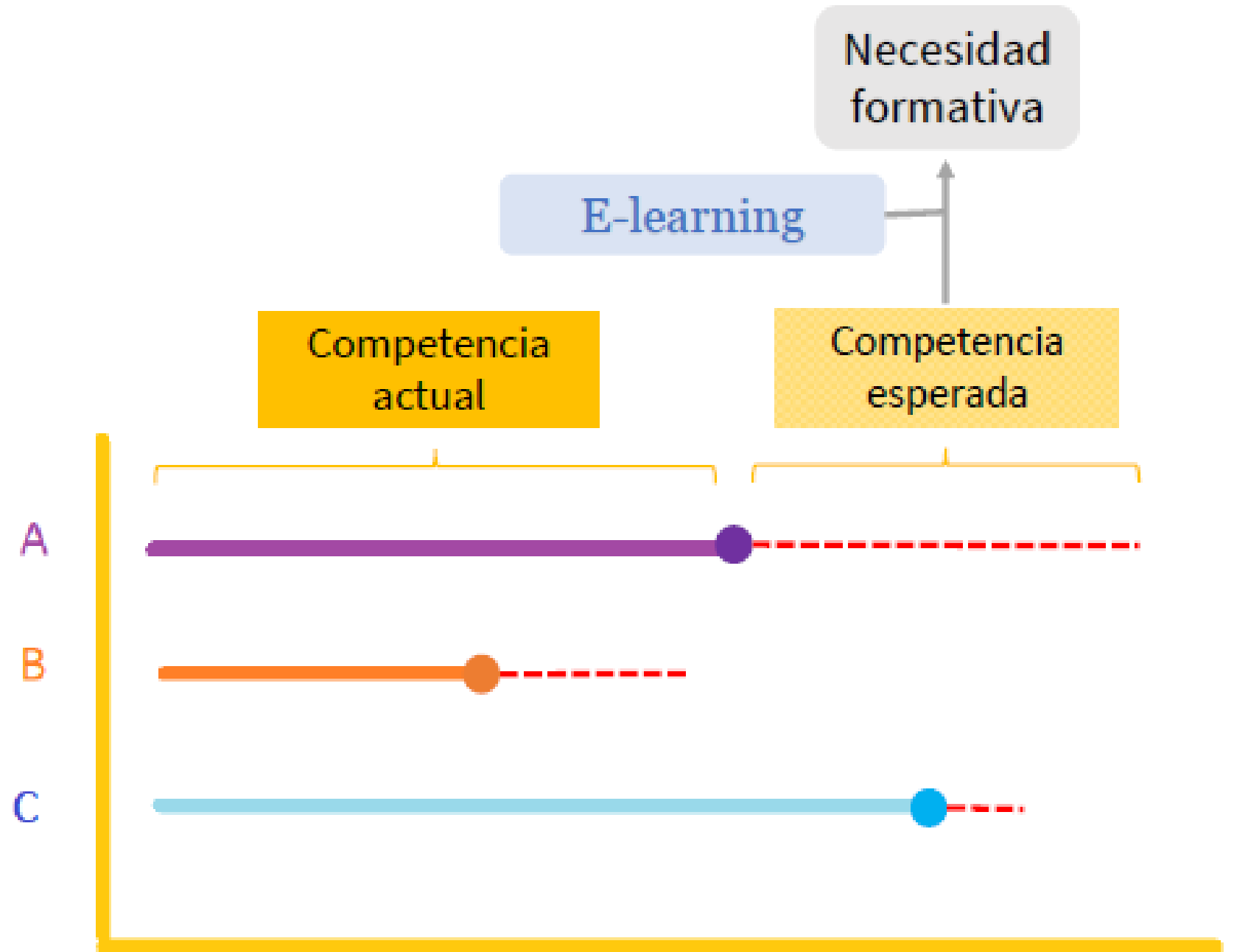
Apasionada por la educación, la
tecnología y el Reskilling.



¿ Qué son las
necesidades
formativas ?

Competencias

No satisfechas,
pero imprescindibles
para alcanzar nuestros objetivos



Identificar
competencias

```
graph TD; A[Identificar competencias] --> B[Corporativo]; A --> C[Educativo]; B --> D[Plan estratégico organizacional]; D --> E[Manual de organizaciones y funciones]; C --> F[Currículo nacional]; F --> G[Políticas educativas de la institución];
```

Corporativo

Plan estratégico
organizacional



Manual de organizaciones
y funciones

Educativo

Currículo nacional



Políticas educativas de la
institución

Banco ABC

Objetivo organizacional:

Desarrollar competencias de atención al cliente en base a un nuevo enfoque clientecéntrico.

Manual de organizaciones y funciones:

Jefes y asesores comerciales.

Competencias Blandas:

Trabajo en equipo, capacidad de persuasión y negociación.

Competencias técnicas:

Conocimiento de riesgo crediticio, técnicas de venta, tipos de cuenta.

Identificación
de
competencias

ADDIE

Es un proceso interactivo para formular un programa de desarrollo instruccional.

Evaluar necesidades del entorno, definir el problema, identificar qué causa el problema y buscar posibles soluciones.

Las salidas de esta fase generalmente son **metas instruccionales** en base al perfil del aprendiz, identificación de la solución de formación, descripción de obstáculos, etc.)



“Pensamiento de diseño”

Es un método para generar ideas innovadoras que entiende y da solución a las necesidades reales de las personas (usuarios).

DESIGN THINKING

Marco para innovar en educación



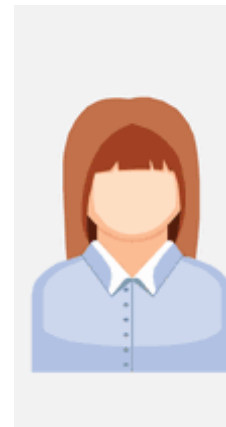
$$\text{LXD} = \text{ID} + \text{UX}$$

Personas

Escenarios

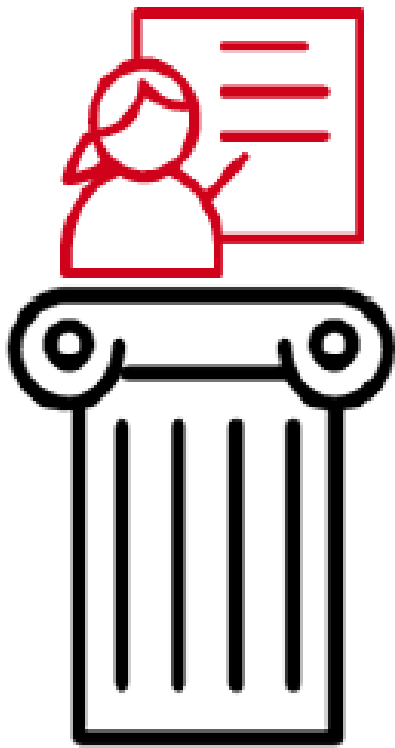
Diseño iterativo

User testing

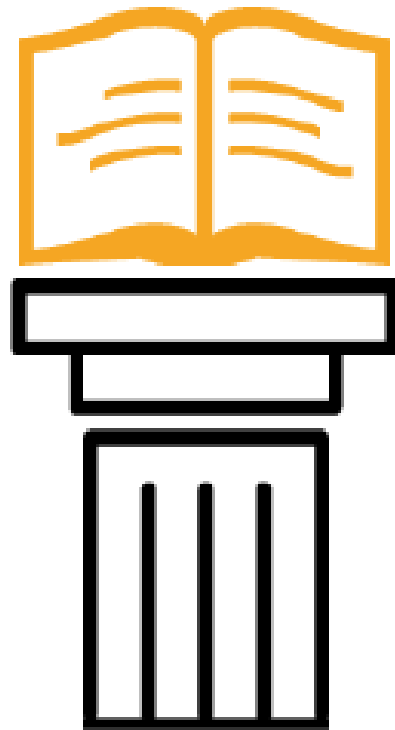


Learner – Center – Design

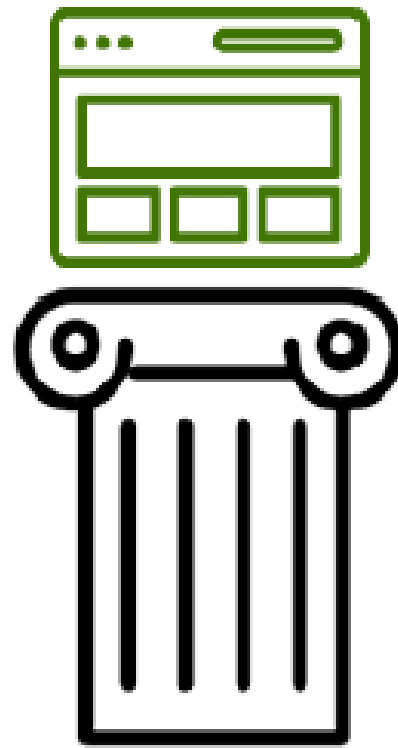
4 pilares del Learning Experience



Instrucción



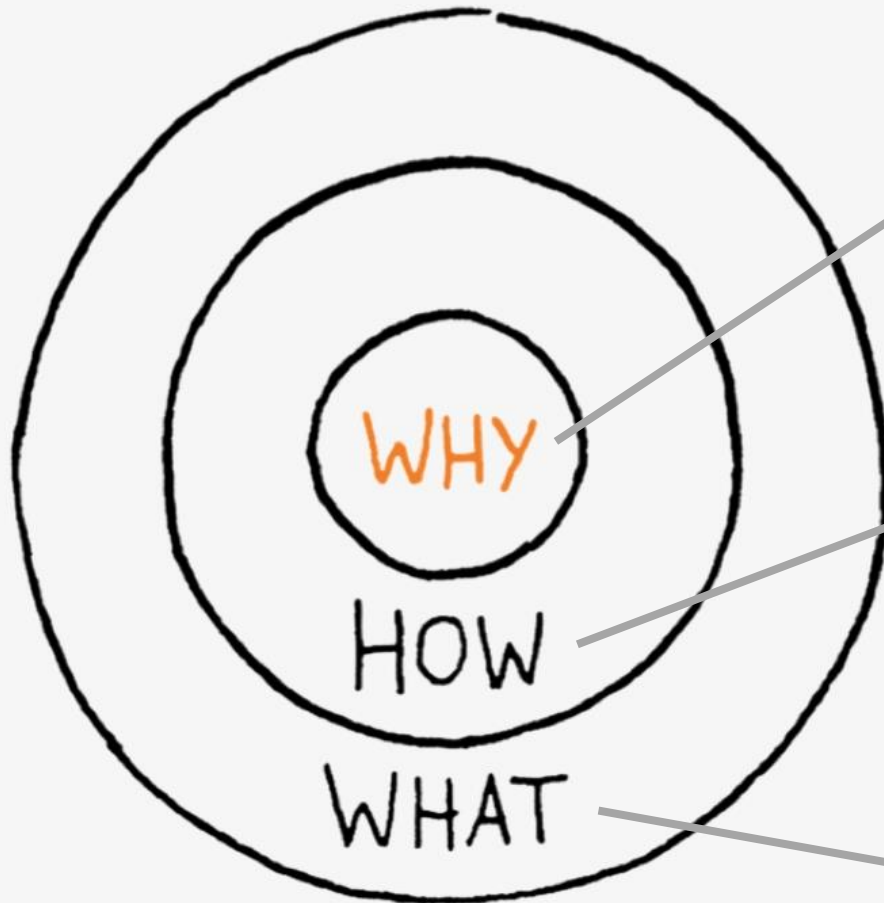
Contenido



UX



Interacción



¿Por qué aprenden?

Siente + Piensa + Hace
Propósito

¿Cómo aprenden?

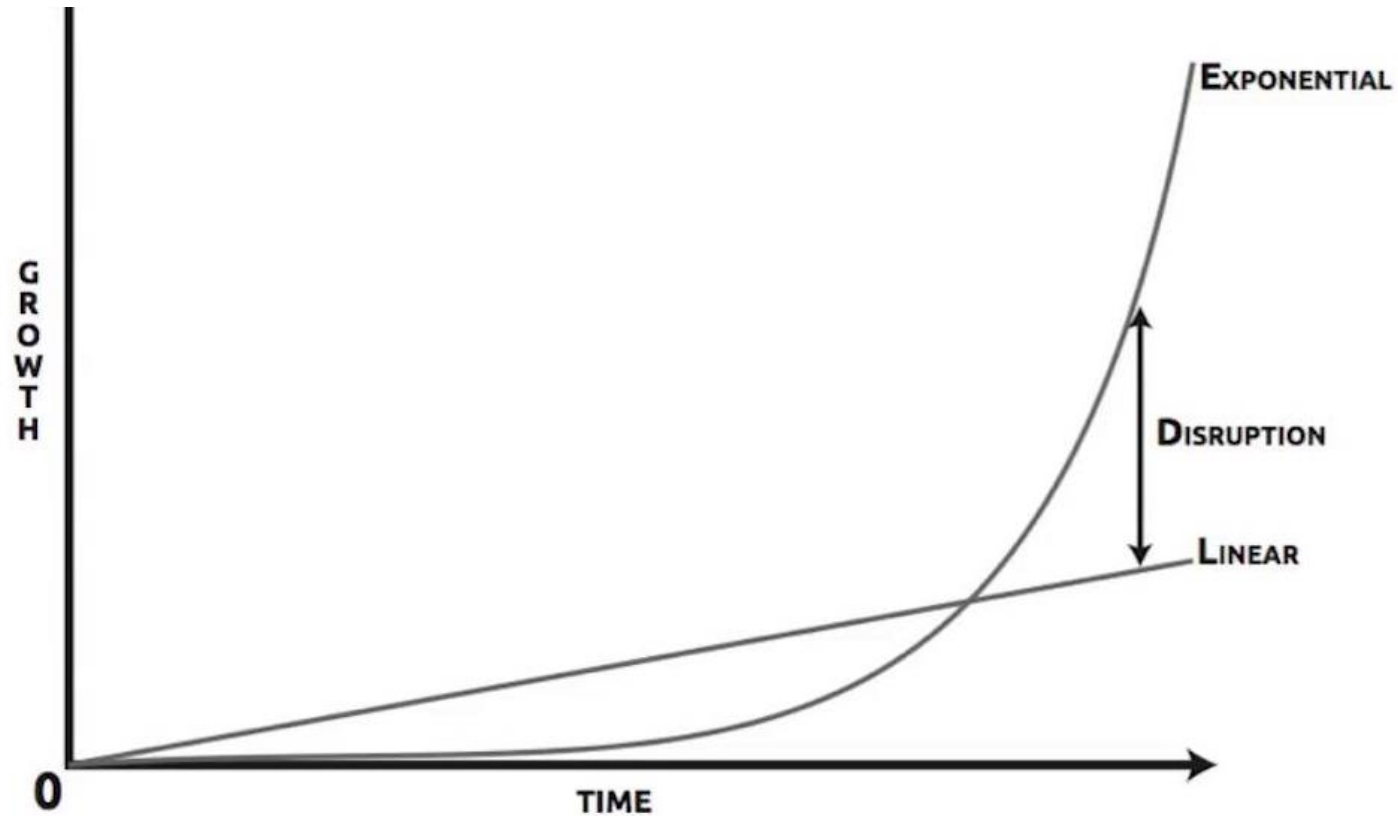
Metodologías
Estrategias
Persona + circunstancia

¿Qué aprenden?

Competencias

Círculo de Oro de Simon Sinek

Crecimiento exponencial del conocimiento



Actualmente vivimos en una era de cambios constantes a nivel tecnológico que impactan en la forma de aprender de las personas.

Empatía

¿Cuál es el problema?



Persona + contexto



ANÁLISIS DIMENSIONAL

¿EN QUÉ CONSISTE?

1

¿CUÁL ES EL PROBLEMA?

Averiguar en qué consiste el problema o necesidad de las personas u organizaciones.

2

¿QUIÉNES ESTÁN INVOLUCRADOS?

Identificar a las personas, organizaciones o stakeholders que están relacionados con el problema o necesidad.

3

¿CUÁL ES LA CAUSA Y PARA QUÉ RESOLVERLO?

Profundizar en las causas del problema nos permitirá crear soluciones que aporten valor a las personas.

4

¿QUÉ GRADO DE RELEVANCIA TIENE EL PROBLEMA?

Entender la magnitud del problema en sus dimensiones, nos permitirá enfocarnos adecuadamente en el problema.

5

¿EN QUÉ LUGAR ACONTECE EL PROBLEMA?

Conocer el escenario en el que surge el problema permitirá conectar la solución con la realidad de las personas.

Programa de capacitación
e-learning de atención al
cliente

Objetivo: Reaprender la forma de
venta a los clientes, pasando de una
venta transaccional a una relacional.

Problemas:

- Los jefes de área prefieren ventas inmediatas para lograr los objetivos mensuales.
- Los colaboradores sienten que logran sus metas si colocan un producto financiero de mayor costo.
- Temor de no ejecutar adecuadamente un proceso de venta relacional.

Definición

¿Por qué es importante este problema?



Persona + Contexto + Problema

PROYECTO E-LEARNING DE EMPLEABILIDAD



NOMBRE

Carla

LUGARES DONDE SE MUEVE

Tambo, a 20 min de la universidad

EDAD

23 años

FRASE

Mi propósito es trabajar en una empresa transnacional y aportar a la sociedad

USER PERSONA

CARACTERÍSTICAS E INFORMACIÓN PERSONAL

Carla está en 9no ciclo de ingeniería industrial y trabaja. Vive con su mamá y hermano menor. Le gusta socializar, pero no tiene mucho tiempo para salir con amigas. Le gustaría entrar a una academia de baile pero no le alcanza el tiempo.

OBJETIVOS Y MOTIVACIONES

Carla aspira terminar la universidad este año y conseguir trabajo fuera de la ciudad, porque no ve muchas oportunidades de crecimiento laboral en la región. Tiene preferencia hacia el sector industrial. Siente que lo más importante para conseguir un buen empleo es terminar su carrera.

DOLOR Y FRUSTRACIONES EN SU APRENDIZAJE ONLINE

No siempre encuentra tutoriales prácticos de los temas de su interés y algunos demoran innecesariamente. Los cursos de creación de cv le interesan, pero no son prácticos, cuando llega a su casa no aplica lo aprendido porque le da flojera. Se ha preparado para entrevistas laborales viendo videos de youtube, pero no tiene retroalimentación y no ha logrado mejoras.

CARACTERÍSTICAS E INFORMACIÓN LABORAL

Trabaja a medio tiempo como vendedora en un retail conocido. Trabaja para ayudar a su mamá con los gastos y cubrir su educación. Quisiera trabajar en algo relacionado a su carrera pero las opciones que encuentra son pocas y no está segura si eso lo que quiere.

RELACIÓN CON LA TECNOLOGÍA

Disfruta de youtube. Revisa su celular más de 3 horas al día. Utiliza instagram y facebook. Le gustan las apps de fotos y para entrenar la mente. Socializa por RRSS y comparte contenido de frases inspiradoras. Escuchó sobre linkedin, pero no le atrae. Nunca ha llevado un curso online.

ALEGRÍAS EN SU APRENDIZAJE ONLINE

Le gusta ver tutoriales prácticos en youtube cuando aprender algo. Cuando no entiende algún tema en clase, busca videos que despeje sus dudas. Valora los comentarios que aparecen bajo el video porque hay personas que refuerzan el tema y le hace sentir que no es la única que no entendió el tema.

INGRID PUENTE

Ideación

¿Cómo resolvemos el problema?



¿CUÁNTO SABEMOS DE NUESTROS ESTUDIANTES?

EL TIEMPO EN NUESTRO DÍA A DÍA



1

PRECIADO TIEMPO

La persona promedio tarda alrededor de **7 SEGUNDOS** para decidir si una página de contenido es para ellos o no. El **70%** de los usuarios se irán si no está acorde a sus necesidades.

2



SIN EDAD PARA APRENDER

70% Alumnos que estudian online tienen entre 30 y 39 años.

La participación está aumentando entre las edades de 20 y 29 años.



3

Es importante conocer el perfil del estudiante actual para ofrecer soluciones de aprendizaje que se adecúen a sus necesidades formativas, preferencias, estilos y condiciones.



FUENTES



4

LA CALIDAD PRIMERO

El **66%** de los estudiantes piensa que es de **vital importancia la calidad del contenido** que genere el docente, incluso es más importante que la misma información.

6



CALIDAD POR CANTIDAD

El **80%** de los alumnos, en especial los menores de 40 años, están **menos preocupados por el precio del curso**, interesándose más por el contenido y la calidad.

5



¡CADA DÍA SOMOS MAS!

Desde el año **2000** la formación por internet ha crecido un **900% a nivel mundial**. Y se espera que lo siga haciendo.

Metodologías

Aprendizaje colaborativo
Aprendizaje basado en
proyectos
Aprendizaje cooperativo

Estrategias

Microlearning
Gamificación
Digital storytelling
Social e-learning

Recursos

Historietas
RA / RV
Infografías
Audiovisuales

Prototipado

¿Cómo creamos la solución?



VIAJERO

Estudiante
(Docente)

1

CONTEXTO

Descripción del entorno
de aprendizaje,
modalidad...

4

EXPERIENCIAS

Estrategias para vivir
la mejor experiencia

5

EQUIPAJE

Recursos

6

DESTINO

Objetivos de Aprendizaje

2

RESULTADOS

Métricas e Instrumentos

3

Evaluar

¿Cómo funciona?



Matriz FODA	Fortalezas	Debilidades
Propuesta formativa		
	Oportunidades	Amenazas
Plataformas e-learning y herramientas informáticas		
Herramientas de diseño o multimedia		
Metodologías y estrategias e-learning		
Recursos Humanos		