

“La personalización de la plataforma de formación es fundamental. Somos un grupo con muchas marcas, cada una con su estilo”



< **MARIO PLANAS**, CEO de ACTUA SOLUTIONS
> **MARTA CONSONNI**, HR Processes
& Systems Manager de AMREST

El grupo AmRest, operador de cadenas de restaurantes como La Tagliatella o BlueFrog, necesitaba una plataforma de formación que le permitiera personalizar y adaptar los entornos al estilo de cada una de sus marcas, crear modelos de aprendizaje distintos e itinerarios formativos personalizados por tipo de usuario. Y lo ha conseguido a través de Totara Learn.

En Totara Learn centralizamos la formación corporativa de cada marca, con la propia idiosincrasia e imagen de cada una. Hemos ido creciendo a través de la compra de marcas, y cuando las hemos adquirido

nos hemos encontrado que algunas ya tenían su propia plataforma de formación. Hemos ido descartando muchas por sus funcionalidades y porque no se ajustaban a nuestras necesidades, y las hemos ido traspasando hacia Totara Learn. También tenemos una plataforma propia del grupo, que es donde gestionamos la mayor parte del desarrollo profesional.

¿Cuántos empleados usan la plataforma y de qué perfiles?

MC: Ahora mismo está funcionando en dos países: Portugal y España. Tenemos más de 6.000 usuarios activos en total, de los que el 90% es personal de restaurante, porque usamos la herramienta para formaciones de requisito legal como cursos sobre manipulación de alimentos o de PRL. El 10% restante corresponde a las oficinas y al obrador que tenemos en Lérida.

¿Cómo han ido adaptando la plataforma al crecimiento que ha vivido AmRest?

MARIO PLANAS: Primero empezamos a trabajar con La Tagliatella y Blue Frog. Hicimos un trabajo importante de diseño gráfico de personalización de los entornos para cada marca, permitiendo accesos diferenciados para cada colectivo a través de distintas URLs. Por ejemplo, para La Tagliatella usamos ‘LearningBEST’, y para BlueFrog, ‘Learning Blue’. Así, los profesionales de cada marca ven su plataforma como propia. Se puede personalizar la cabecera, logos, menús, la visibilidad o no de cierta parte del catálogo formativo, la página de inicio del usuario, etc.

También hay mucha flexibilidad a la hora de crear modelos de aprendizaje distintos: por ejemplo, un curso de Compliance con un cuestionario corto, o un curso con una metodología más colaborativa donde hay un tutor o un acceso a unos webinars. Además, trabajamos también en la creación de itinerarios formativos personalizados por tipo de usuario: por ejemplo, para personal nuevo de restaurante que tiene que hacer la formación de inducción, para los cocineros, personal de sala, etc., y les hemos dado la posibilidad de diferenciar la formación del personal

¿A cuáles de vuestras marcas da servicio Totara Learn y a cuántos restaurantes?

MARTA CONSONNI: Actualmente da servicio a tres marcas. Dos de ellas son propias y también somos los franquiciadores: La Tagliatella, que es la que aporta mayor número de usuarios a la plataforma y la que más restaurantes gestiona, y Blue Frog. La tercera marca es KFC, de la cual somos los principales franquiciados en España y con la que usamos la plataforma para ofrecer la formación de Inducción a AmRest, de bienvenida al empleado. En total, actualmente la usan 340 restaurantes, aproximadamente la mitad franquicias y la otra mitad propios. En breve esperamos que sean cinco marcas las que funcionen con esta plataforma. Una de ellas será Bacoa, una de las últimas adquisiciones que hemos hecho como compañía.

propio y de los franquiciados a través de paneles de control distintos.

Por otra parte, hemos facilitado a AmRest la **gamificación de la plataforma**, que era una de sus demandas. Los distintos perfiles de la empresa pueden conseguir insignias tras la finalización de los itinerarios.

A la hora de decantarse por una plataforma, ¿qué funcionalidades buscaban?

MC: Precisamente esta opción de personalización era fundamental. Somos un grupo multimarca y necesitamos personalizar la experiencia de los empleados a través de un *look & feel* específico de la plataforma. Además, la herramienta permite adaptar los cursos al estilo de cada una. La Tagliatella, que es italiana, es mucho más formal, tradicional, elegante, y requiere de un formato específico, mientras que BlueFrog, que es americana, es más informal, más dinámica, y permite formaciones más rápidas y cortas.

Por otra parte, la nueva actualización de la plataforma nos va a permitir satisfacer la demanda de llevar la formación en el móvil, sobre todo por parte de los empleados más jóvenes. Estamos testando cómo funciona la app de Totara con nuestros cursos para lanzar a los usuarios de las marcas una experiencia completa.

También demandábamos que la herramienta nos permitiera realizar gráficos e informes personalizables. De esta forma, por ejemplo, los managers y gerentes de los restaurantes pueden comprobar de un vistazo cómo va la formación en sus equipos, en vez de tener que estar consultando usuario por usuario. Esto nos va a ayudar a agilizar mucho el seguimiento y a facilitar la gestión de los restaurantes.

¿Cuáles son las ventajas de una plataforma open source como la de Totara frente a otro tipo de plataformas?

MP: La filosofía se basa en lo que se conoce como 'las cuatro libertades'. La primera es la de innovar. En muchas plataformas el código fuente del software no es libre o permite una personalización muy limitada, por lo

que las empresas lo tienen muy complicado para que su LMS se adapte totalmente a sus necesidades. En nuestro caso, como partners tenemos acceso al código y podemos atender rápidamente las necesidades que surjan de personalización. Nunca damos un "esto no es posible" por respuesta. La segunda libertad es la de ahorrar. Si comparamos los precios con otras soluciones líderes, Totara puede suponer un ahorro del 70%. La tercera es la de escoger. El cliente no está ligado a nosotros como partner por querer trabajar con este producto. También puede elegir si lo quiere

alojar en nuestra infraestructura o en la suya. Y, por último, la libertad para aprender. Muchas de las soluciones de otros proveedores, como los ERPs de RRHH, cubren todos los procesos de RRHH pero no ponen todo el esfuerzo en la parte de *e-learning*. Sin embargo, Totara centra su esfuerzo en la experiencia del usuario. Tiene cientos de desarrolladores y miles de clientes, lo que le da una capacidad enorme de innovación al producto. Cada 6 meses se lanza una nueva versión con muchos cambios y mejoras.

“La clave es ofrecer tecnologías abiertas que sean fáciles de integrar para hacer crecer el ecosistema”

Otra posibilidad que ofrecen también es la integración con sistemas externos. ¿Esta era una de las demandas de AmRest?

MP: Totara acaba de montar un equipo exclusivamente para las integraciones. Nativamente ofrece una integración con Teams y Zoom. También tiene otro módulo, que es HR Import, que permite integrarse con cualquier sistema externo, ya sea de RRHH o un *Business Intelligence*, por ejemplo, con SAP SuccessFactors, Cornerstone, Workday o PeopleSoft. La próxima versión también estará integrada nativamente con LinkedIn Learning. La clave es ofrecer tecnologías abiertas que sean fáciles de integrar.

¿Por dónde cree que pasará el futuro de la formación online?

MP: La tendencia es ir cada vez más a un modelo *blended*. Muchos estudios aseguran que la formación es más efectiva si hay una combinación de formatos y modelos de aprendizaje. Además, va a haber una tendencia hacia lo social. Tenemos que avanzar hacia plataformas de Experiencia del Talento, que permiten fomentar un sentido de propósito, desarrollo y colaboración. Por ejemplo, Totara Learn forma parte de una suite que es Totara Talent Experience Platform, que aporta otras ventajas en la motivación, colaboración y compromiso de los empleados con Totara Engage, y una gestión moderna del desempeño a través de Totara Perform. Hay que romper con los departamentos estancos. ●

