

No azul e mais integrado

Mercado de e-learning brasileiro tem boas perspectivas para 2010. Uma novidade será a integração desse sistema com os modelos de gestão do conhecimento

Como está o mercado de e-learning no Brasil? Com boas perspectivas para 2010 e com avanços nos últimos quatro anos. É o que revela pesquisa feita pelo Grupo ECC, proprietário da E-Consulting – empresa que atua na criação, desenvolvimento e implementação de estratégias e serviços de TI, Internet, E-Business e Convergência para grandes corporações – e da Dom Strategy Partners, consultoria estratégica 100% nacional, focada em desenvolver e implementar estratégias competitivas.

Conduzido por Daniel Domeneghetti, sócio-fundador do Grupo, o estudo, realizado entre novembro de 2009 e fevereiro deste ano, revela que o mercado brasileiro de e-learning cresceu 25,9% nos últimos quatro anos, fechando 2009 com o total de 612 milhões de reais, comparados aos 478 milhões de reais faturados em 2006.

Ao analisar o resultado do ano passado, 544 milhões de reais, nota-se um crescimento de 12,5% no faturamento total, incluindo as categorias software (sem considerar infraestrutura), serviços e conteúdos, na versão on-line apenas, nos diferentes formatos – corporativo, educacional, tutorial, promocional, entre outros.

Mercado

O e-learning é uma modalidade de aprendizagem que une a tecnologia da informação e da comunicação à área de formação. A ideia de adquirir conhecimento rápido, de modo prático, com flexibilidade de horário, tempo e espaço e, com o maior de todos os atrativos, o baixo investimento, desponta principalmente nas grandes empresas, mas atinge as médias com boa penetração (37%). Com um computador conectado à internet, o “aluno” pode acessar diferentes cursos em várias

modalidades, podendo ser também um futuro funcionário, um fornecedor, um parceiro ou um cliente.

Empresas

O estudo mostrou que a maioria das grandes empresas, de 17 setores diferentes (financeiro, varejo, telecom, saúde, educação, indústria, seguros, farmacêutico, bens de consumo, internet, mídia, entre outros) investe em projetos de e-learning, seja para treinamento de colaboradores, (re)vendedores, representantes e parceiros, seja para comunicação e promoção ou para treinamento de clientes. Atualmente, 59% dessas empresas investem sistematicamente em programas de e-learning, contra 23%, que contam com investimentos pontuais. RH, TI, operações, marketing e as áreas ligadas ao cliente são as maiores usuárias. Compliance e jurídico vêm aumentando também sua participação. Do total pesquisado,

88% mostram intenção de aumentar os investimentos para 2010.

Tendências

A grande novidade ficará por conta da integração do e-learning com os modelos de gestão do conhecimento. As empresas também começarão a ver uma maior preocupação com a integração das rotinas do e-learning com os modelos de gestão do conhecimento e a inclusão de sua dinâmica nos modelos colaborativos nativos da Web 2.0 (e-Learning 2.0) e na rotina dos portais corporativos (incluindo intra e extranets). Domeneghetti afirma que tal

cenário será fundamental para acelerar o aprendizado coletivo (grupos de projetos, desenvolvimento colaborativo, disseminação de conhecimento tácito, fóruns temáticos, experience-learning/sharing, bancos de conhecimento, entre outros).

Outro caminho importante, sob o ponto de vista corporativo, é a integração da metodologia às demais plataformas de informação, como CRM, BI e Contact Centers, além de sua oferta remota em diferentes plataformas (como por exemplo Mobile, YouTube!, Games, Quizz, Wikis etc.) e sua organização como serviço (ITaS) e mesmo em

modelo Cloud, tendência que será fundamental para a descentralização dos modelos de aprendizado e autoaprendizado. O contraponto do estudo apresenta que os grupos tutoriados e coacheados por líderes temáticos e experts, tanto internos às companhias quanto em redes sociais e comunidades externas, ganharão força e relevância. As empresas terão pela frente um novo racional de aprendizado, que cairá facilmente no gosto dos profissionais da Geração Y, desde que sua estrutura, inteligência, arquitetura, atratividade e *appeal* visual sejam aprovados por esse público.

