

e-Learning en España

Diagnostico prospectivo y pautas de desarrollo

10 de julio de 2003

Indice.

- Objetivos
- Ficha Técnica
- Situación Actual
- Demanda
- Oferta
- Tendencias de la Oferta
- Evolución del Mercado.Tendencias
- Síntesis del Diagnóstico Prospectivo
- Objetivo estratégico de Desarrollo de Mercado
- Factores Clave para que aumente la penetración del e-Learning
- Desafíos Competitivos
- Retos a acometer

Objetivos y Ficha Técnica

D. Rubén Riestra

Gerente

INMARK

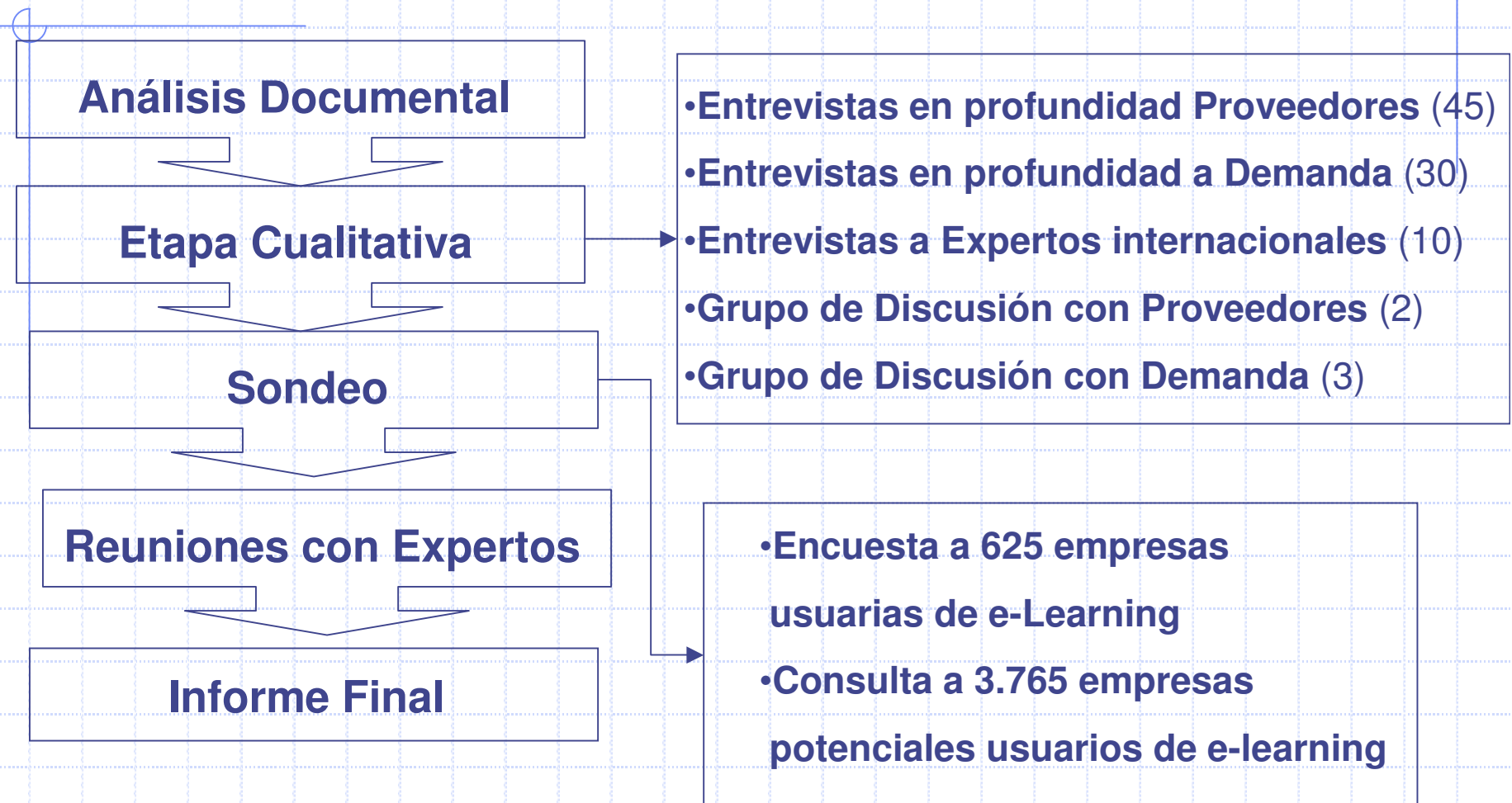
Objetivos Finales del Estudio

- Elaborar un Diagnóstico Estratégico de la situación actual y futura previsible del e-Learning en España dentro del contexto empresarial
- Formular un conjunto de Orientaciones de Actuación Estratégica institucional para potenciar la utilización y el aprovechamiento de las ventajas que aporta el e-Learning para la Formación Continua

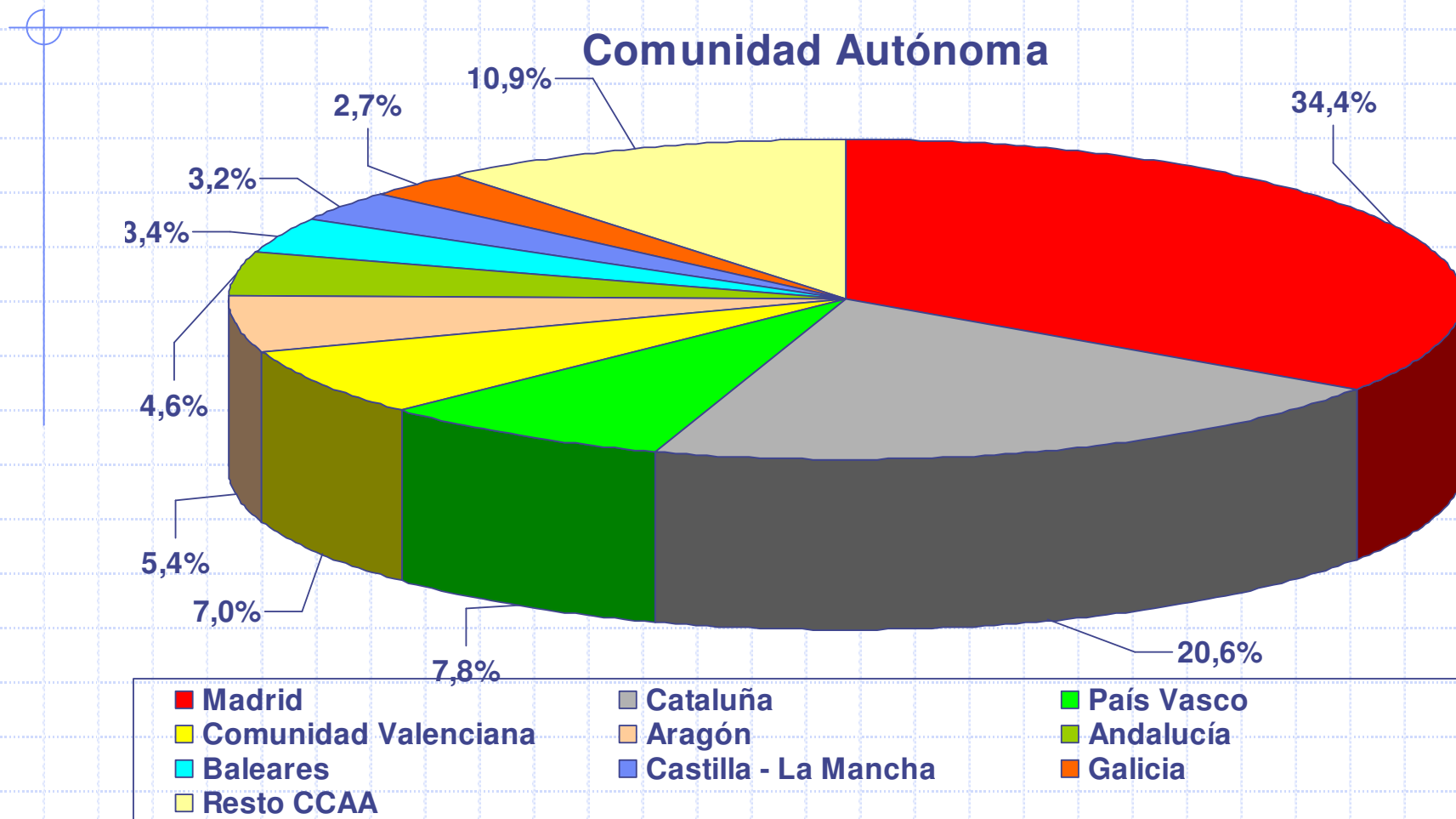
Objetivos Específicos del Estudio

- Valorar el grado de integración de las nuevas tecnologías formativas en los Planes de Formación de las empresas y su contribución a la mejora de la eficacia de la Formación Continua
- Identificar y modelizar los principales retos competitivos que enfrenta el e-Learning para su crecimiento y consolidación en España
- Definir un escenario plausible de desarrollo del e-Learning a medio plazo
- Identificar las áreas clave de actuación para asegurar el desarrollo adecuado del e-Learning dentro del campo laboral
- Modelizar las fuentes de sinergia potencialmente aprovechables a través de la actuación coordinada de las instituciones representativas de los diversos colectivos involucrados en el desarrollo del e-Learning y la Formación Continua

Metodología

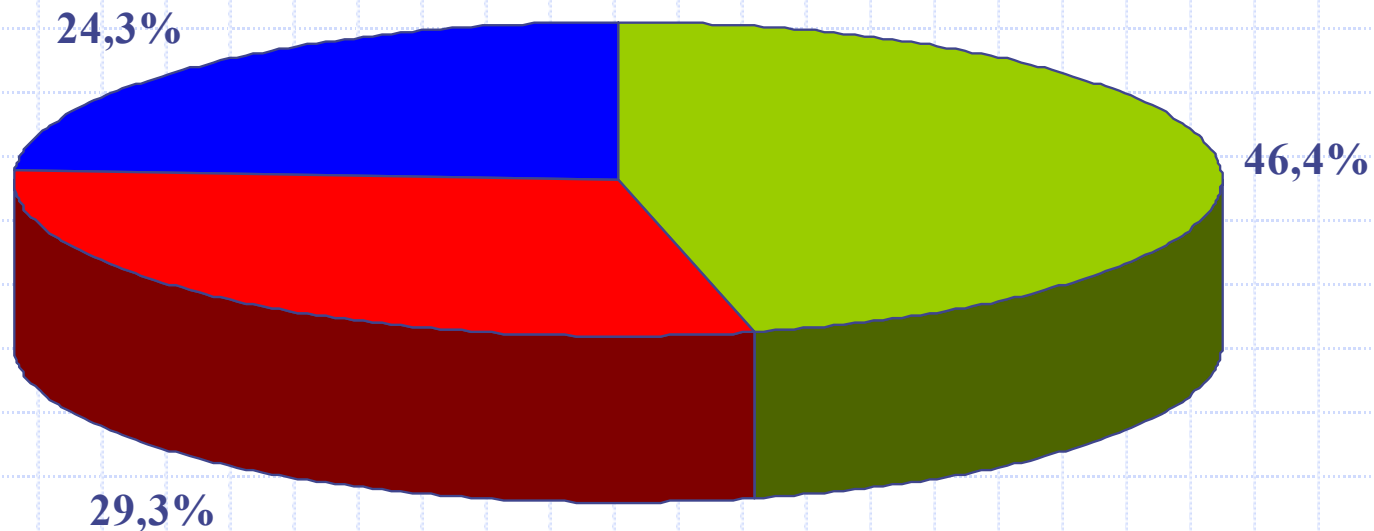


Características de la muestra de usuarios



Características de la muestra de usuarios

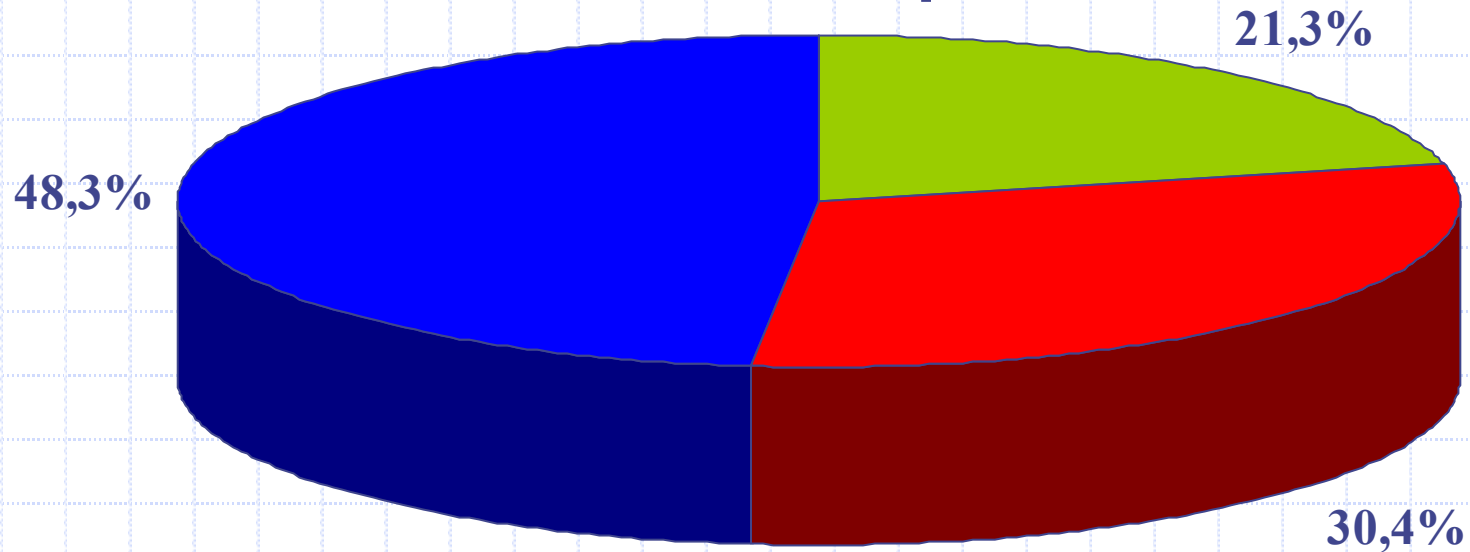
Tamaño de la empresa según número de empleados



- Hasta 200 empleados
- De 200 a 1.000 empleados
- Mas de 1.000 emleados

Características de la muestra de usuarios

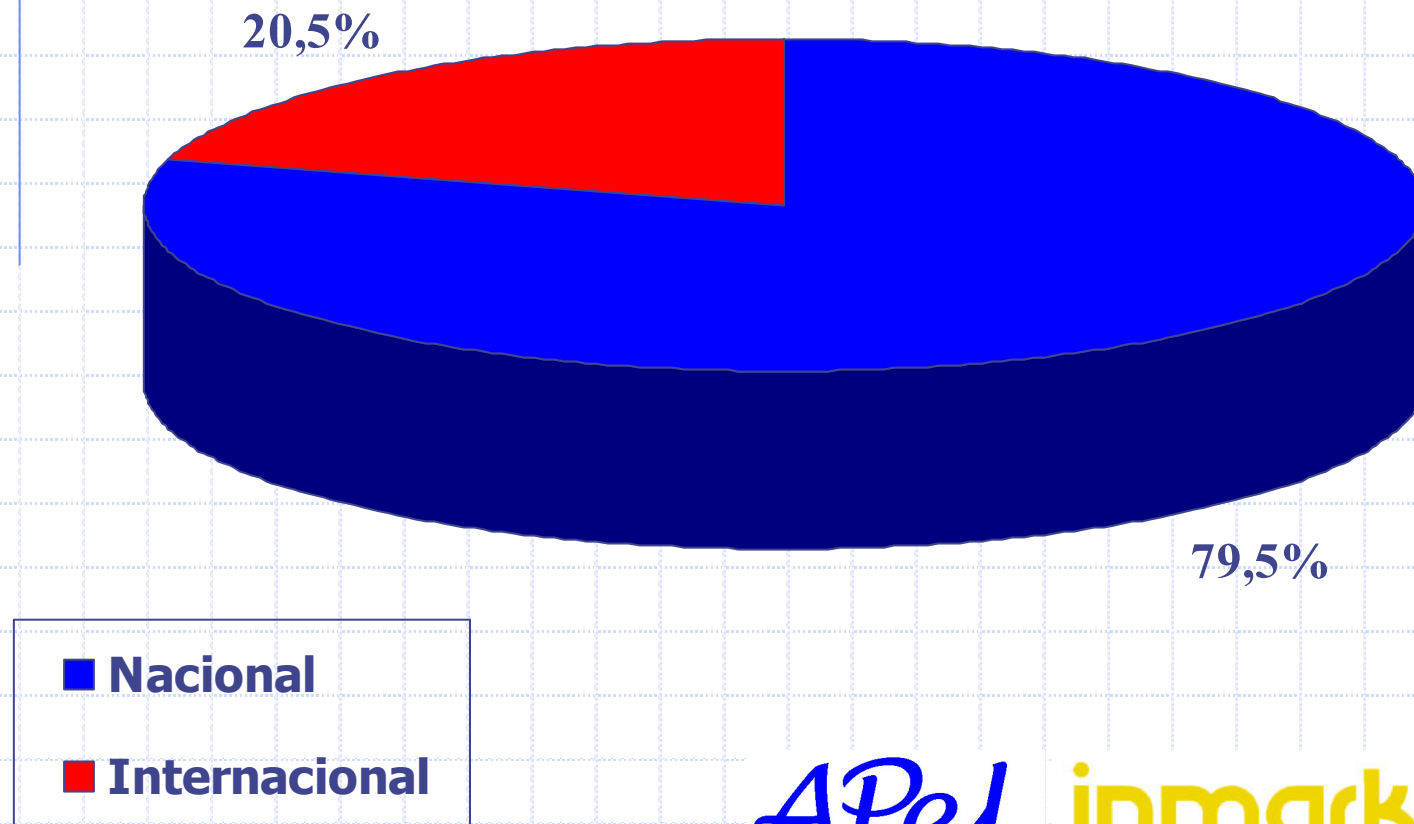
Sector de actividad principal de la empresa



- Servicios Tradicionales
- Industria / Construcción
- Servicios avanzados

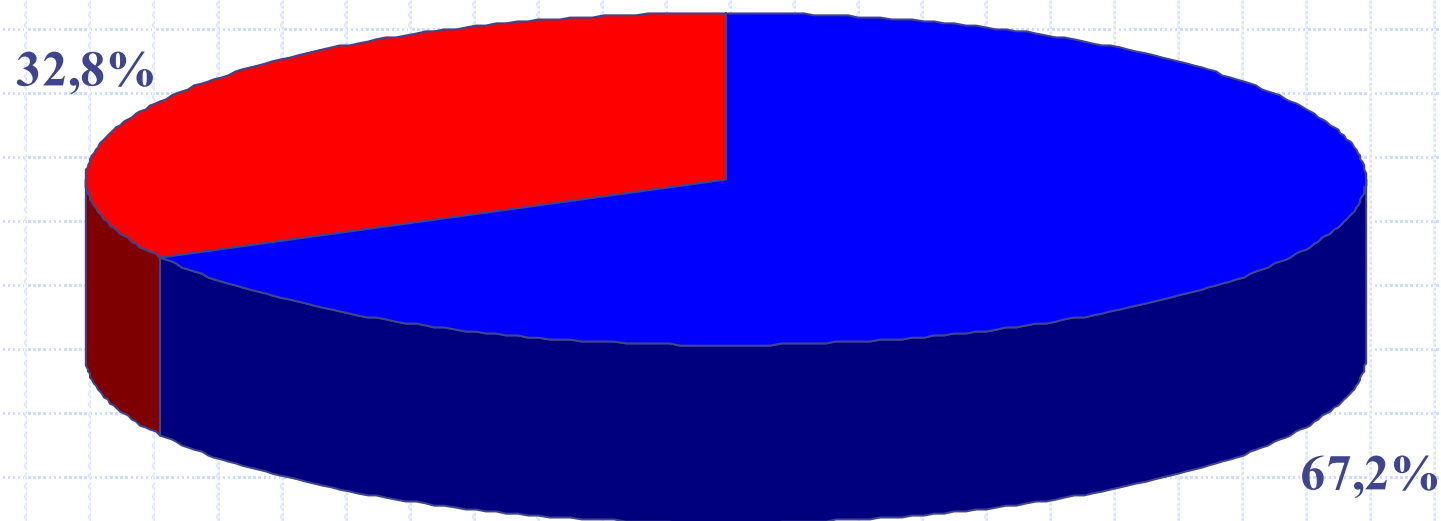
Características de la muestra de usuarios

Origen del Capital Social



Característica de la muestra de usuarios

Localización de la empresa



■ Multilocalizada

■ Centralizada

Situación Actual y Estado de la Demanda

D. Mariano Baratech

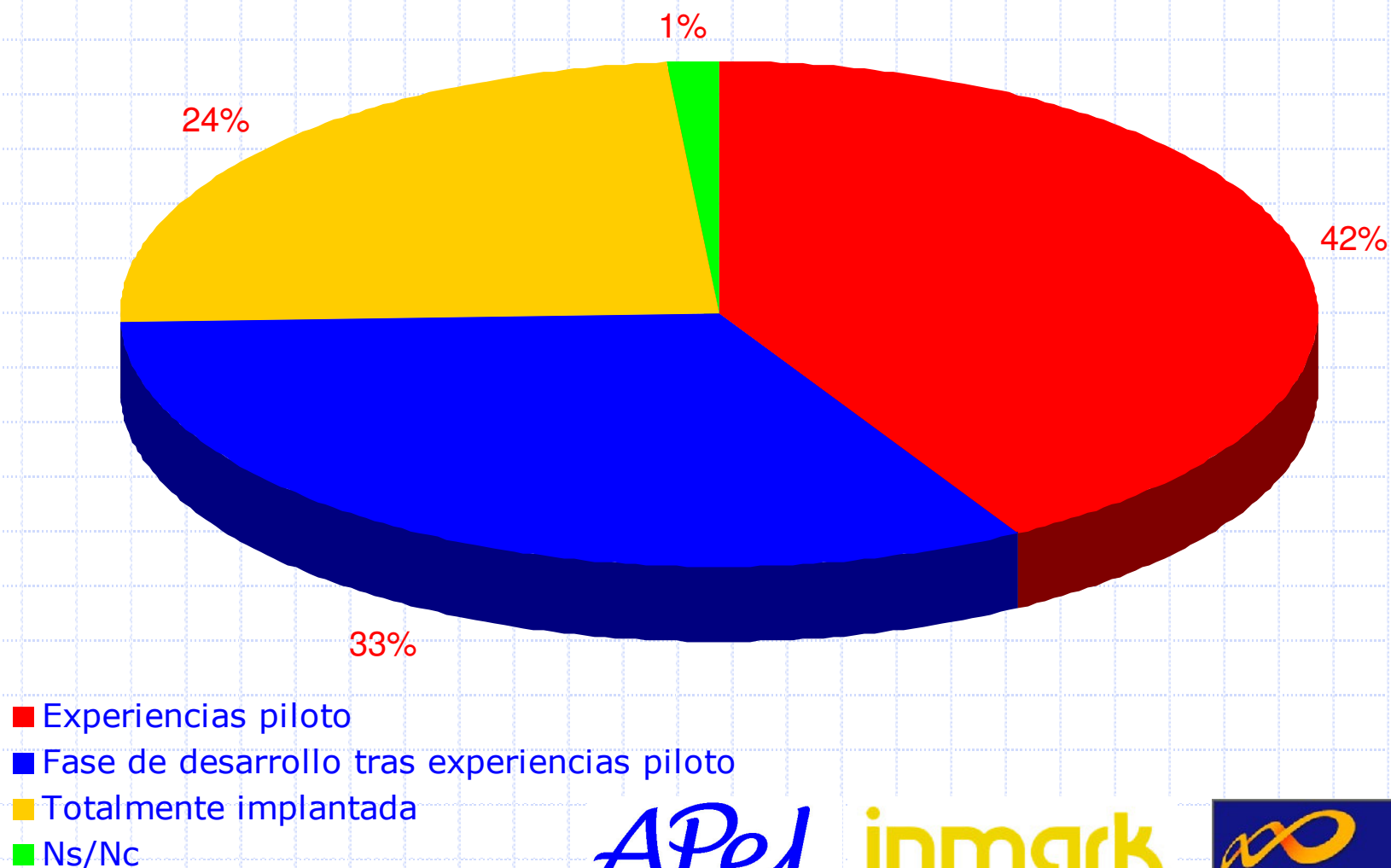
Observatorio de e-Learning de APeL

Presidente de Grupo DOXA

Situación Actual

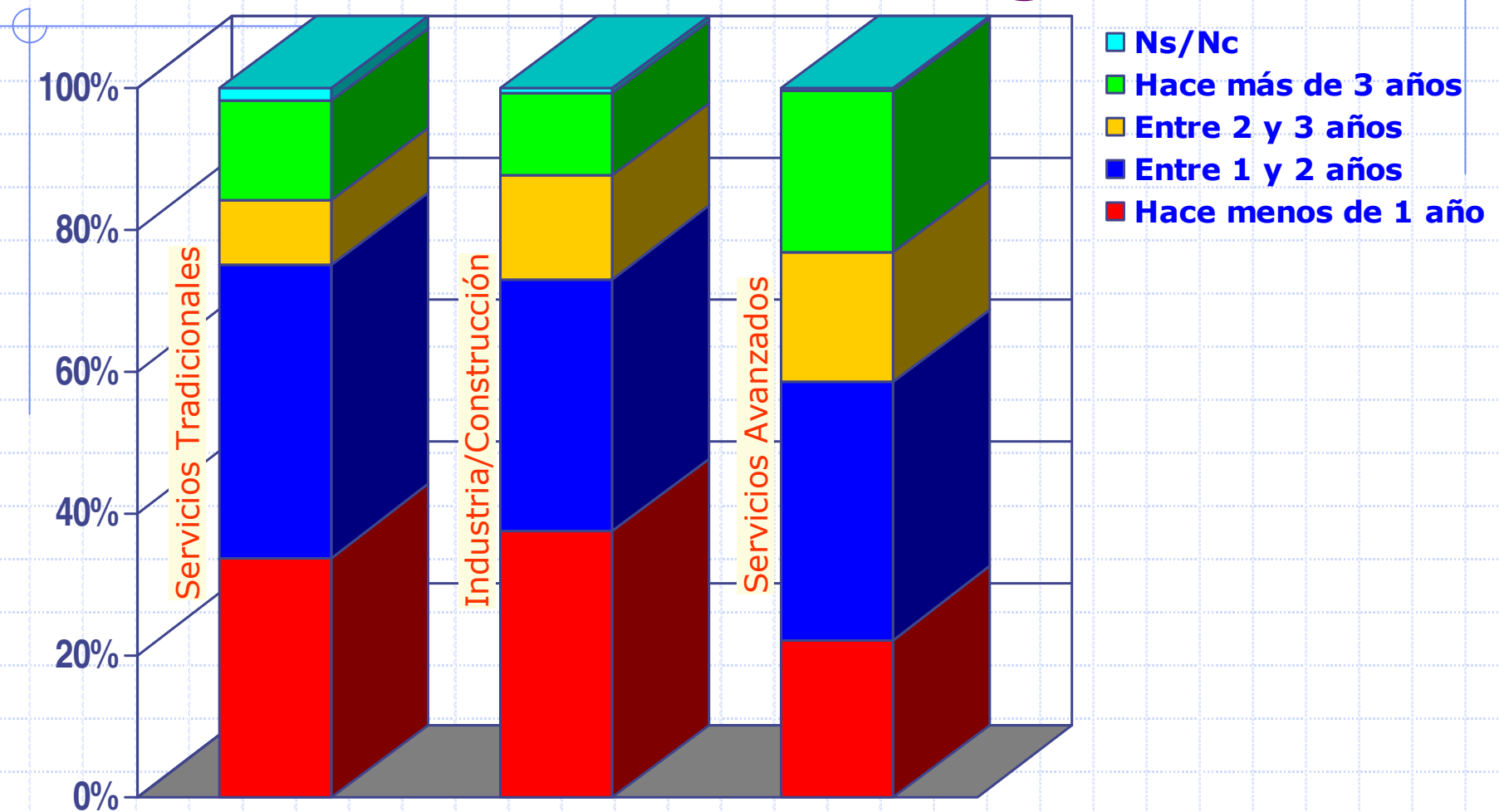
- El e-Learning comienza en España en 1999
- Uso actual del e-Learning:
 - 7,2% de Empresas con mas de 200 trabajadores
 - 0,2% de las PYMES
- Menor Coste de Formación:
 - 20% de las horas impartidas por e-Learning
 - 16% del presupuesto dedicado a e-Learning

Fase de Desarrollo del e-Learning



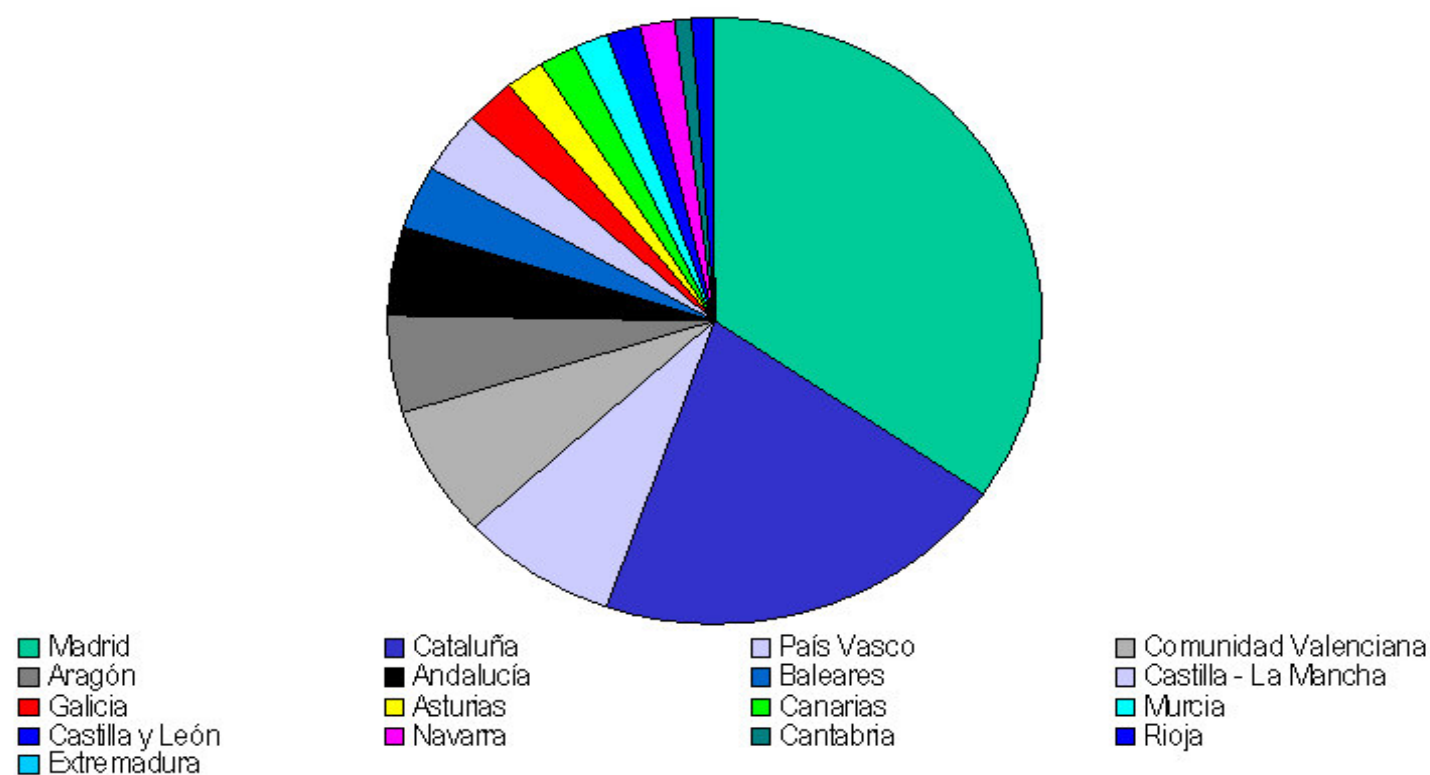
- Experiencias piloto
- Fase de desarrollo tras experiencias piloto
- Totalmente implantada
- Ns/Nc

Experiencia en el uso del e-Learning



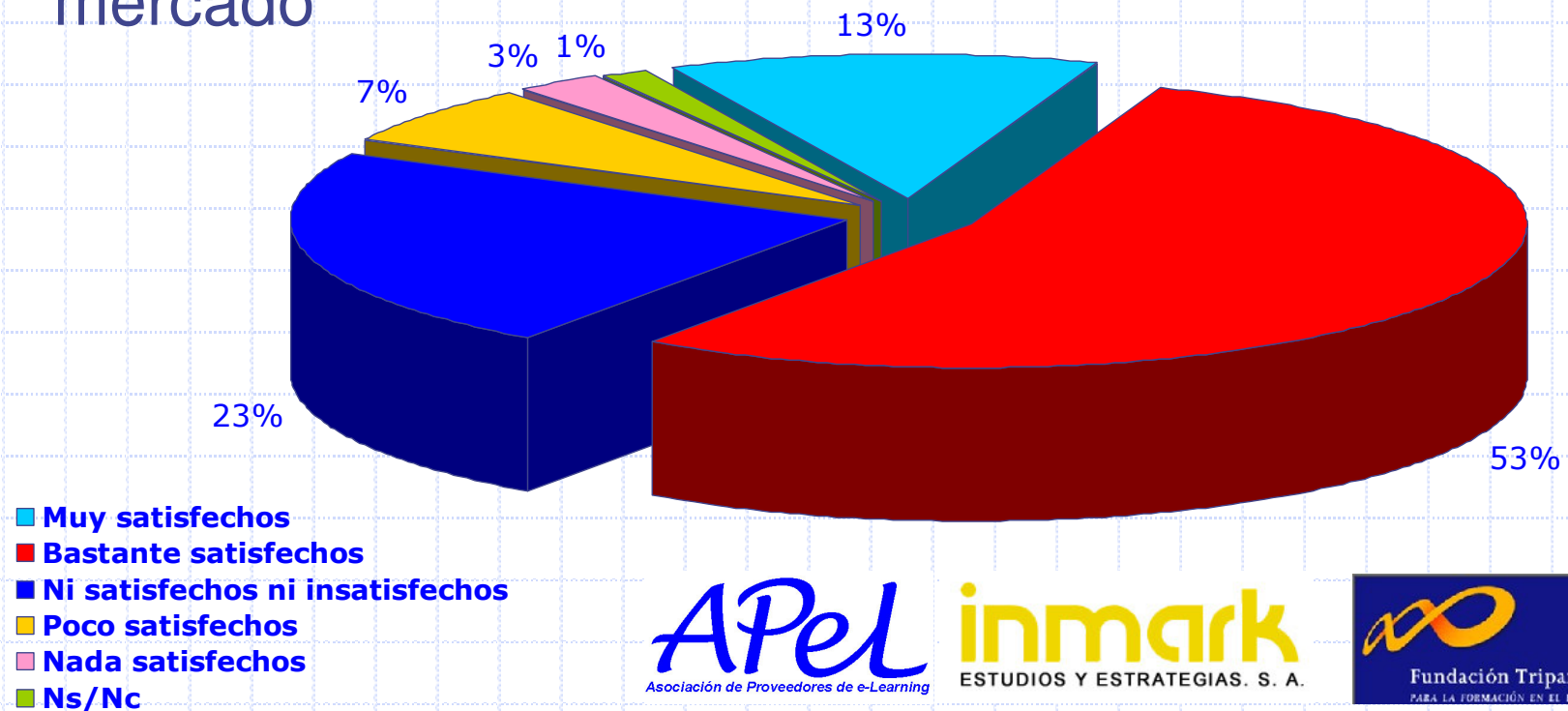
Situación de la Demanda

Comunidad Autónoma donde se encuentra ubicada la sede central de la empresa



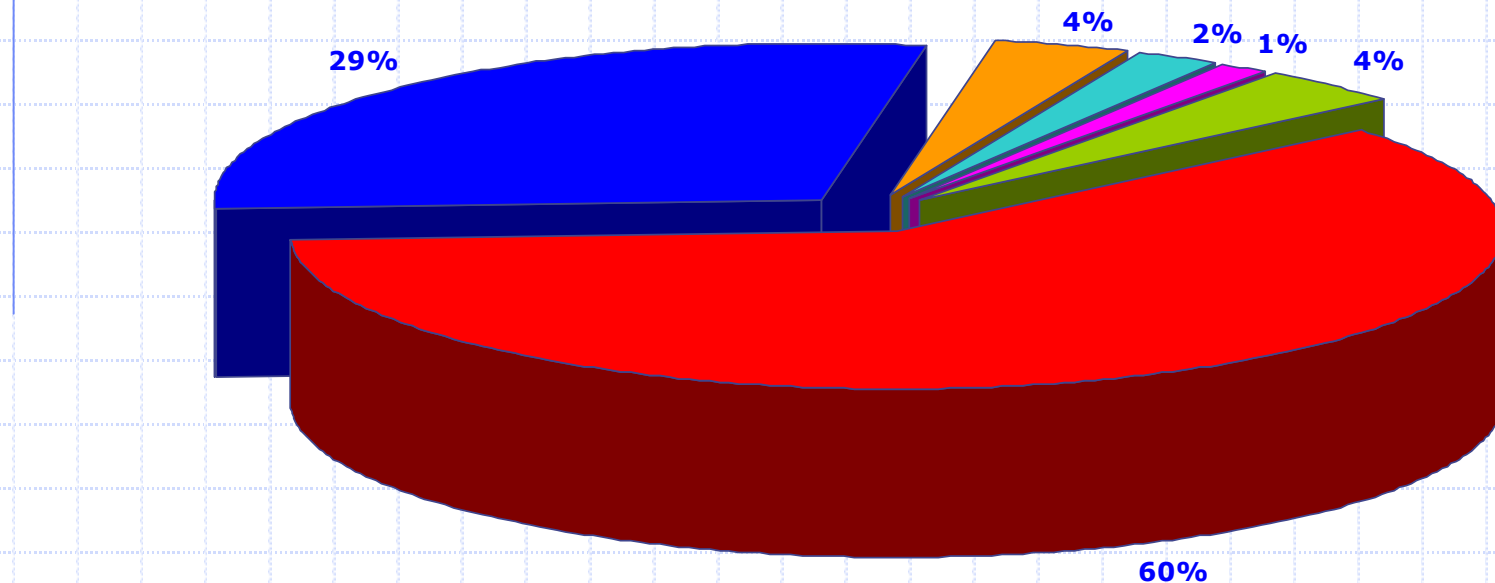
Situación de la Demanda

- El 67% de los encuestados se muestra Satisfecho o Muy Satisfecho con el e-Learning
- La evolución sigue siendo positiva, según madura el mercado



Situación de la Demanda

**A tenor de la experiencia,
el e-Learning en la empresa**



- Aumentará su peso respecto a otros formatos
- Mantendrá actual situación
- Se hará exclusiva
- Disminuirá su peso respecto a otros formatos
- Tenderá a desaparecer
- Ns/Nc

Situación de la Demanda

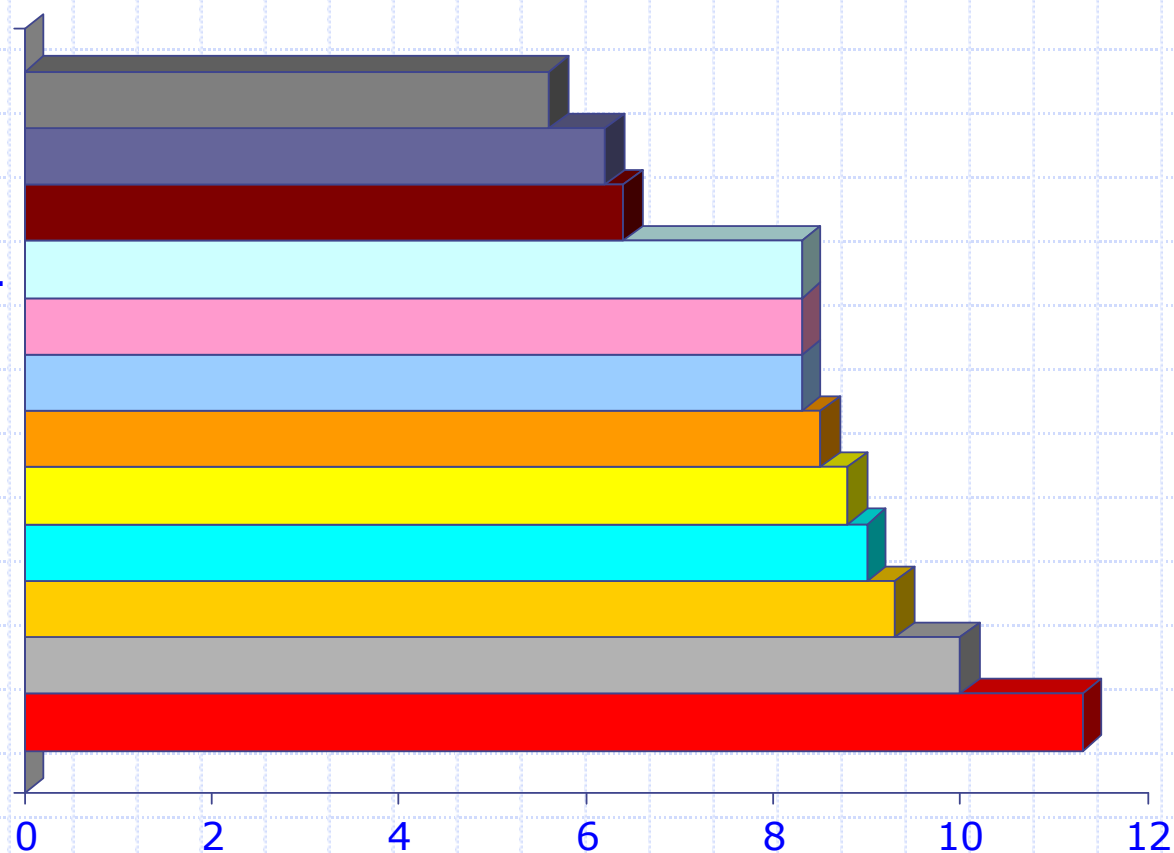
Principales motivos que llevaron a la empresa a implantar formación e-Learning



Situación de la Demanda

Áreas de conocimiento desarrolladas por e-Learning en porcentaje

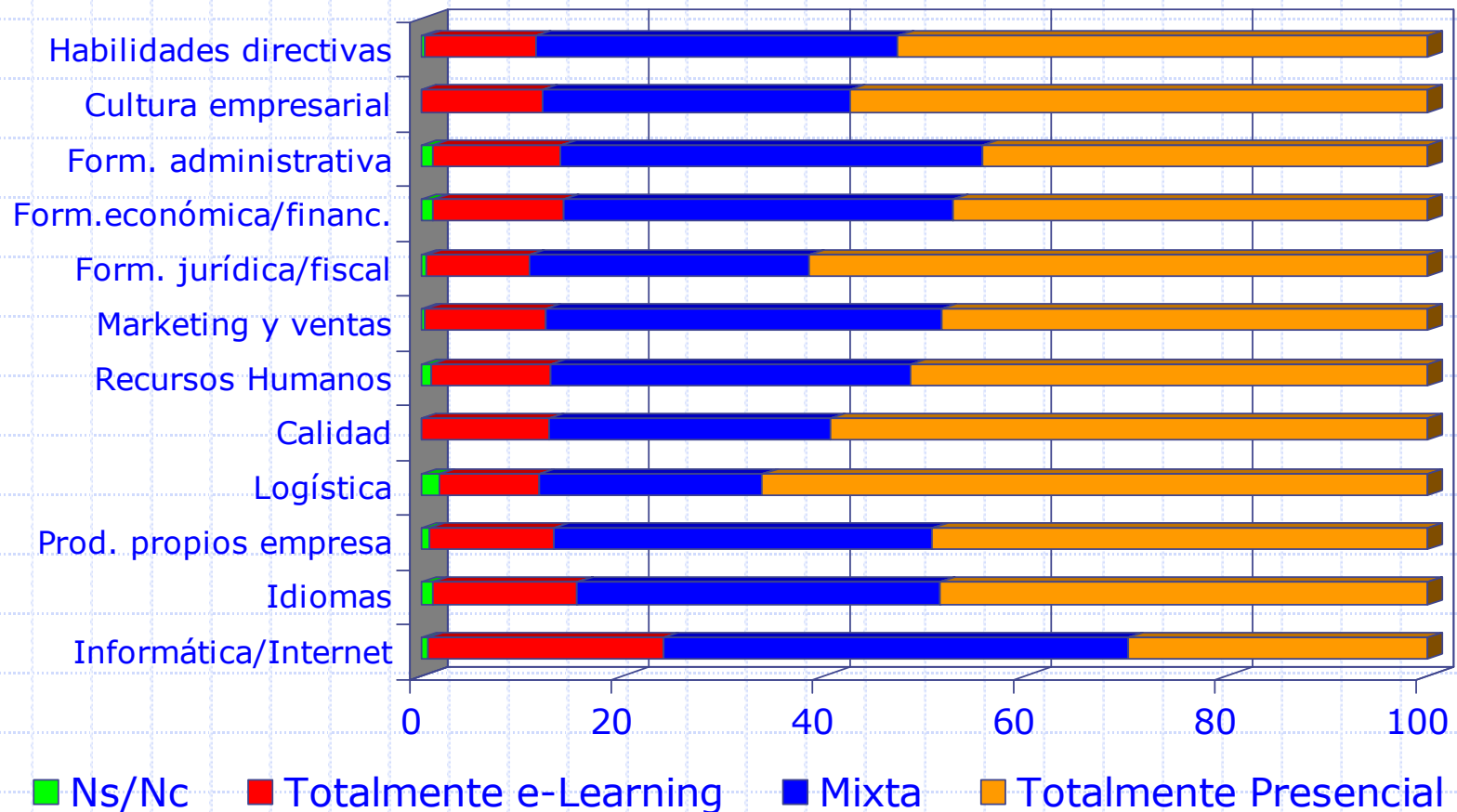
- Logística
- Cultura empresarial
- Form. jurídica/fiscal
- Form.económica/financ.
- Habilidades directivas
- Form. administrativa
- Marketing y ventas
- Calidad
- Recursos Humanos
- Idiomas
- Prod. propios empresa
- Informática/Internet



Situación de la Demanda

Modo de desarrollo de la Acción Formativa

en porcentaje



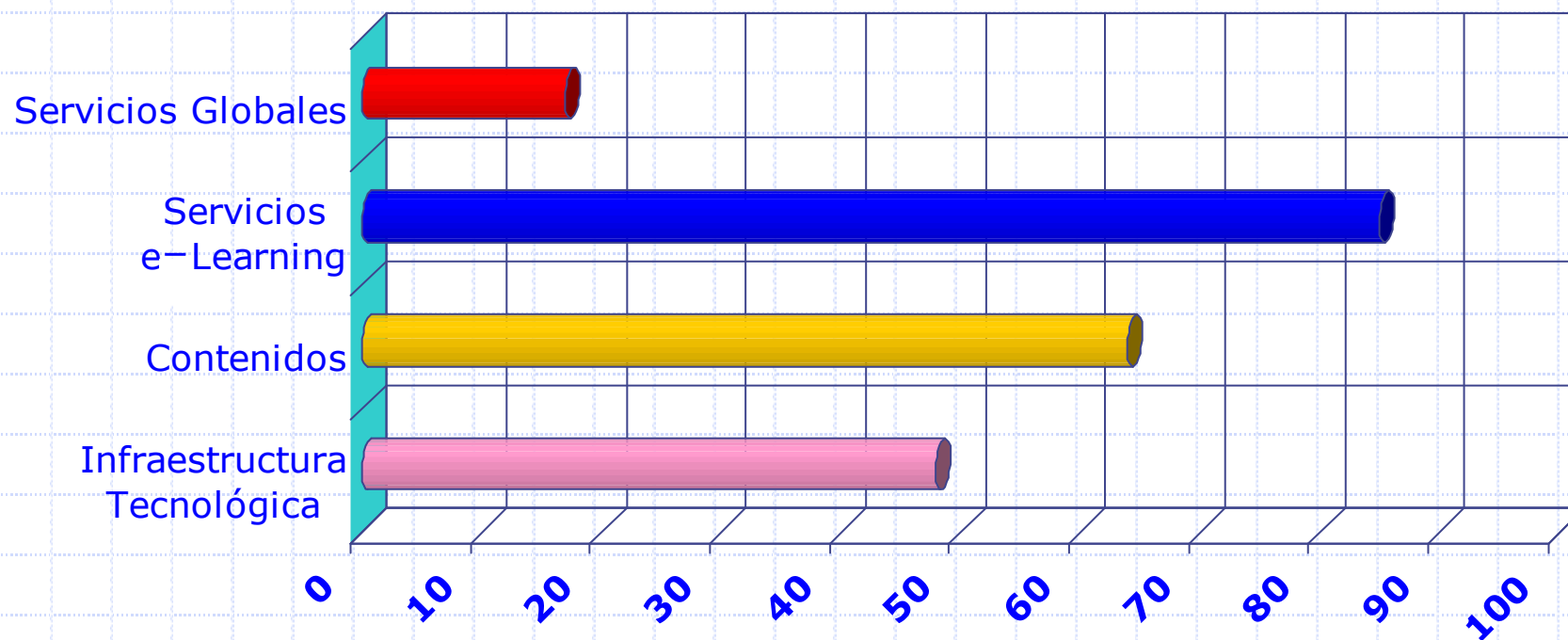
Situación de la Oferta

- Localizadas 161 empresas proveedoras
- Oferta muy Atomizada
- Mercado muy Emergente
- Tamaño Medio del Sector: 4 trabajadores
- Ubicación física: donde están los Clientes

Situación de la Oferta

Qué ofrecen los Proveedores

en porcentaje



Situación de la Oferta

CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS PROVEEDORAS

Área	Productos / Servicios	Tipo de Empresa
Proveedores de Tecnología	Infraestructuras Plataformas (LMS)	Filiales de Multinacional PYMES Tecnológicas
Proveedores de Contenido	Distribución de Contenidos Desarrollo de Contenidos	Consultoras de Formación Filiales de Multinacional PYMES
Proveedores de Servicios e-Learning	Impartición de Contenidos Tutorías Servicios ASP	Empresas de Formación PSI / ISP
Proveedores de Servicios Globales e Integradores	Consultoría	Consultoras de Formación Grandes Consultoras

Tendencias de la Oferta

Servicios Integrales
y de mayor Valor
Añadido

Foco en diseño y
elaboración de
contenidos

Tercer
Estadio

Foco en las
Soluciones
Tecnológicas

Segundo
Estadio

Primer
Estadio

Tendencias de la Oferta

- No hay liderazgo claro
- Las empresas tenderán a crecer o especializarse
- El tamaño medio crecerá a según:
 - crezca la demanda en volumen
 - crezca la demanda en nivel de exigencia
 - se empiece a rentabilizar las inversiones
- Las empresas que no crezcan tenderán a desaparecer o ser adsorbidas

Situación Actual y Estado de la Demanda

D. Javier Lozano

Com. Comunicación y Eventos de APeL
Director General de NANFOR IBERICA

Evolución del Mercado

- El mercado crece lenta pero irreversiblemente
- El retraso del e-Learning en España se debe a razones
 - Tecnológicas
 - Culturales
 - Políticas

Evolución del Mercado

Razones para Retraso del e-Learning en España

Razones Tecnológicas

-  Escasa penetración de las Tecnologías de la Información
-  Poco desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.
-  Escasa inversión de la PYME en TIC

Evolución del Mercado

Razones para Retraso del e-Learning en España

Razones Culturales

-  No existe cultura de Autoformación
-  Se busca la Interacción Social en la Formación
-  Pocos esfuerzos en Formación Continua
-  La Formación considerada Gasto, no Inversión
-  Poca cultura de los trabajadores sobre TIC

Evolución del Mercado

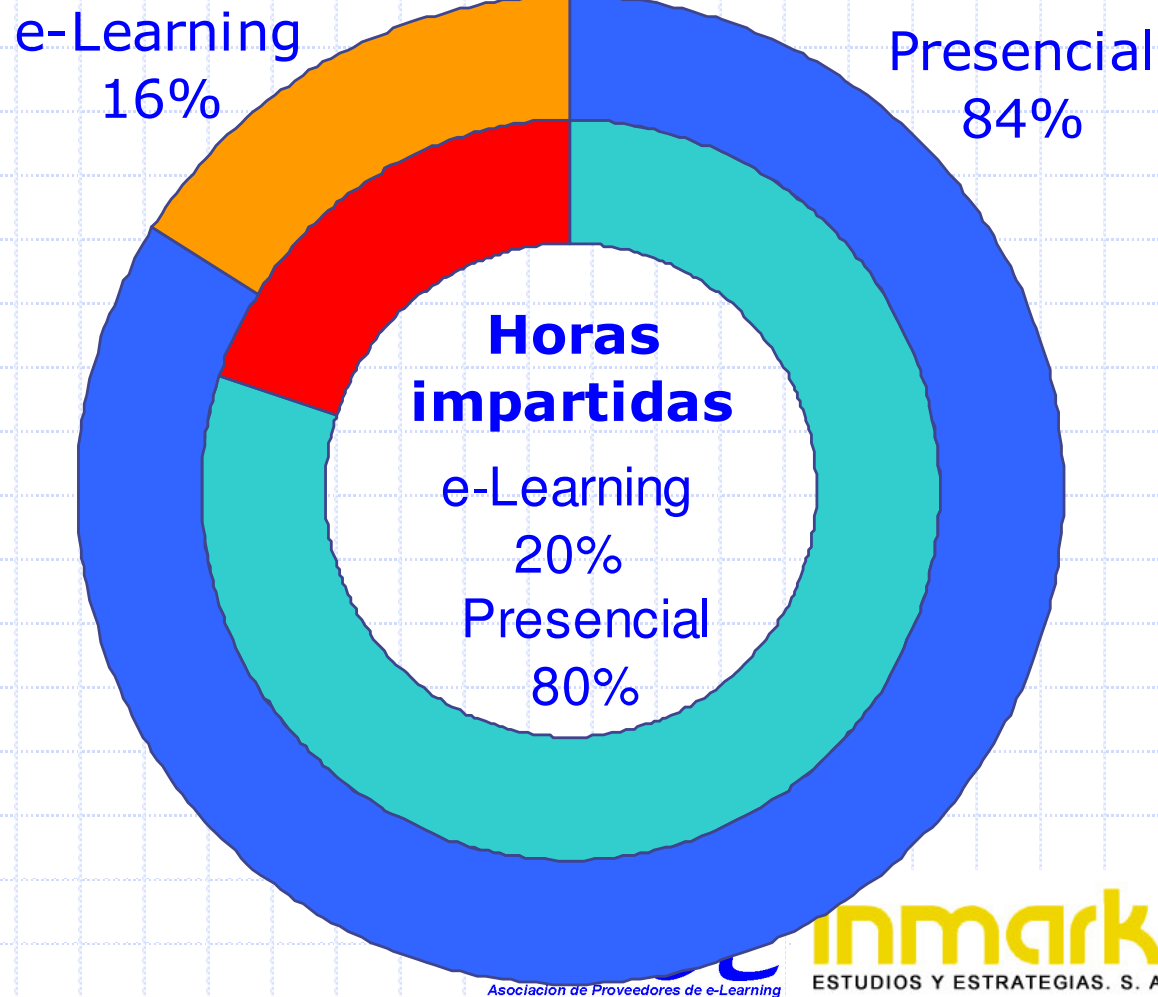
Razones para Retraso del e-Learning en España

Políticas

-  Falta de Resultados Efectivos de los impulsos a la Sociedad de la Información
-  Falta de regulación de la Calidad
-  Falta de Certificaciones Oficiales
-  Desequilibrio entre Oferta y Demanda por la ausencia de liderazgo político
-  Uso residual del e-Learning en la Administración

Tendencias del Mercado

Presupuesto asignado a la Formación

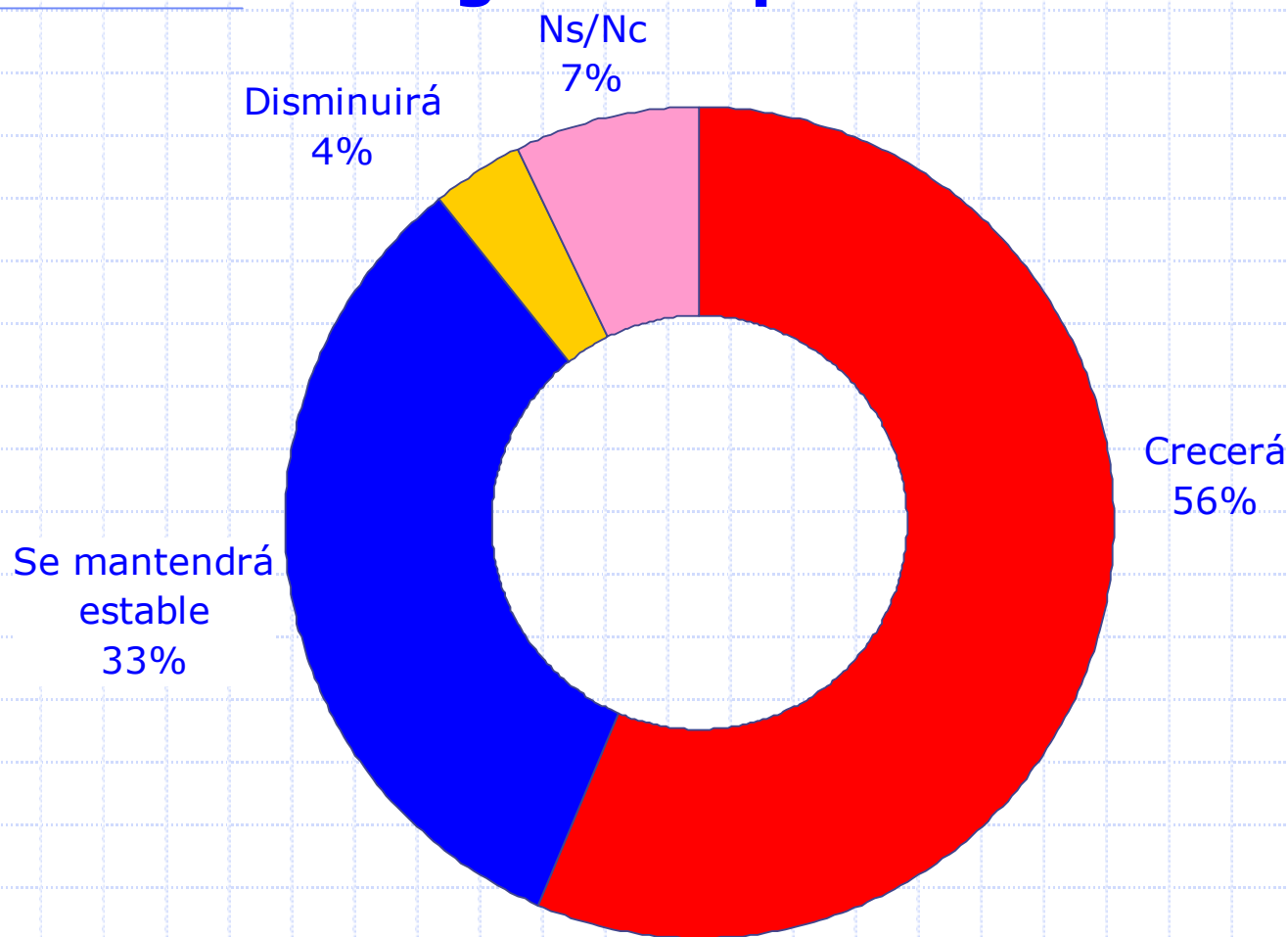


Horas impartidas

e-Learning
20%
Presencial
80%

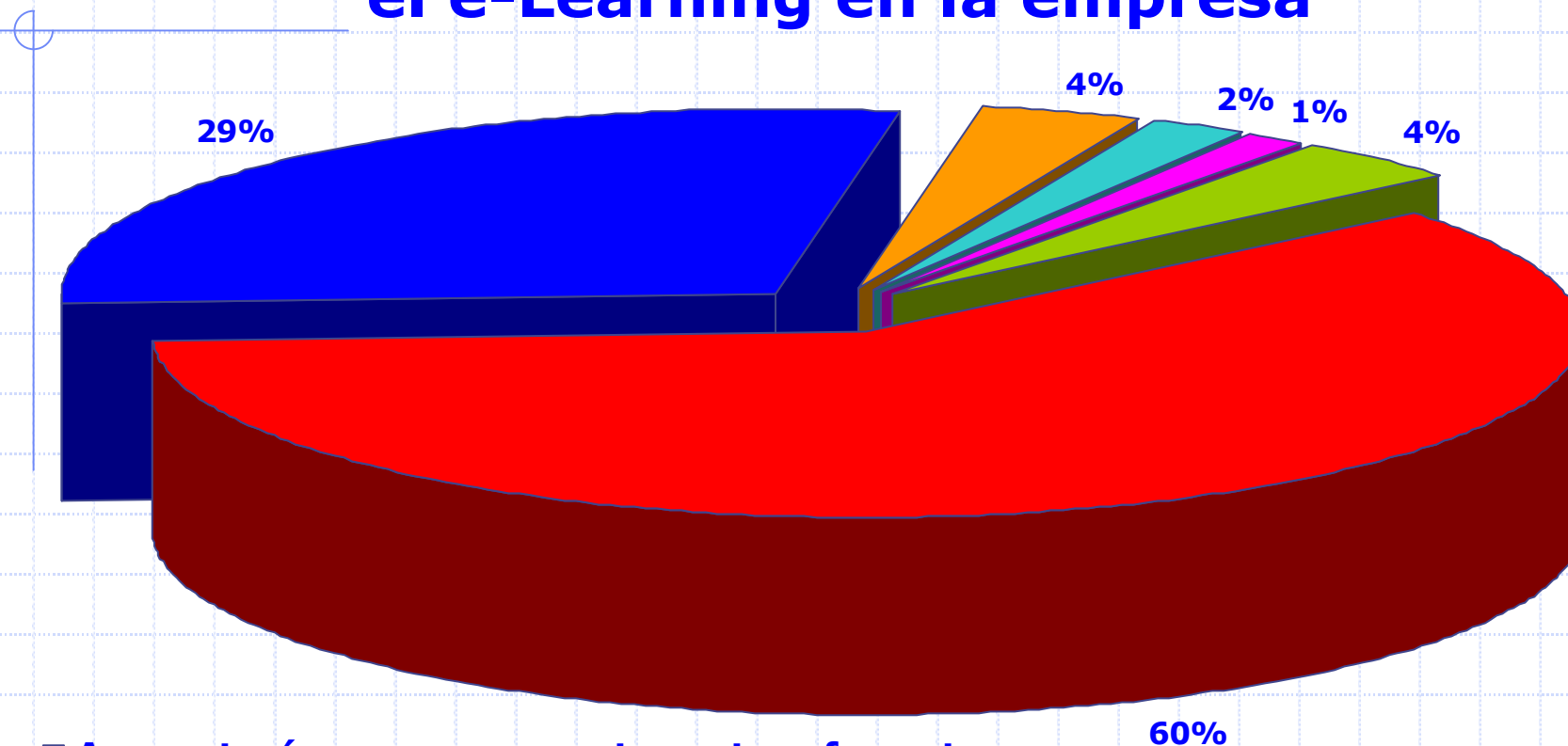
Tendencias del Mercado

Evolución del presupuesto para e-Learning en los próximos dos años



Tendencias del Mercado

A tenor de la experiencia, el e-Learning en la empresa



- Aumentará su peso respecto a otros formatos
- Mantendrá actual situación
- Se hará exclusiva
- Disminuirá su peso respecto a otros formatos
- Tenderá a desaparecer
- Ns/Nc

Síntesis del Diagnostico Prospectivo

FORTALEZAS

- Los “errores” cometidos en otros países no se están repitiendo
- Las empresas de formación tradicional comienzan a tener peso específico dentro del mercado
- Actuaciones tendentes a consolidar una oferta más eficaz y competitiva, mediante alianzas estratégicas
- Ventaja en costes unitarios de formación

Síntesis del Diagnostico Prospectivo

DEBILIDADES

- La atomización de la Oferta.
- Lenta adaptación a las necesidades y expectativas de la demanda.
- Insuficiente desarrollo de servicios.
- Limitaciones culturales y prácticas para responder al reto de proveer soluciones a las PYME.
- Problemas para acceder a recursos financieros de desarrollo.
- Carencias en el desarrollo de personal especializado, tanto para la prestación de servicios como para la promoción y comercialización

Síntesis del Diagnostico Prospectivo

OPORTUNIDADES

- Factores estructurales
- Experiencia en Acciones Formativas no presenciales
- Incremento de PCs conectados a redes en el trabajo
- Consolidación de la Sociedad de la Información y del Conocimiento
- Globalización de actividad económica y la sociedad
- Adaptación de la oferta al país
- Inmediatez de acciones formativas orientadas al negocio
- Formación en TIC de las nuevas generaciones
- Tendencia a la implantación en todos los países
- Tendencia creciente según madura la demanda
- Marco político Europeo y Español muy favorable
- Sistemas Públicos de apoyo a la Formación Continua

Síntesis del Diagnostico Prospectivo

AMENAZAS

- Escasa formación de los recursos humanos
- Formación considerada “gasto”, no “inversión estratégica”
- La gestión proactiva del capital humano es una “declaración de intenciones”.
- Rechazo de la formación no presencial
- Posible rechazo de los trabajadores.
- Retraso coyuntural en la implantación de las TIC
- Baja “cultura informática” en general
- Reducción de presupuestos en formación de las empresas o retraso de las actuaciones
- Reducción de la inversión en investigación, desarrollo e innovación de los proveedores por falta de fondos.

Objetivos, Desafíos y Retos

D. José Antonio Campos
Com. Proyectos y RR.II. de APeL
Director General de FASENET

Objetivos Estratégicos

de desarrollo de mercado

El papel de las Administraciones Públicas

- Difundir el e-Learning como sector estratégico
- Llegar a la PYME a través de Asociaciones y Sindicatos
- Crear Normativa y Criterios de Calidad
- Promocionar el e-Learning en la Formación Continua
- Comunicación Institucional Pública y Privada promoviendo
 - Cambios culturales en la Demanda
 - Cambios culturales en la Oferta
- Difundir los apoyos público al uso del e-Learning
- Difundir las posibilidades reales y las limitaciones
- Potenciar la interoperabilidad de recursos
- Potenciar la reutilización de contenidos

Factores Clave

para que aumente la penetración del e-Learning

La **TECNOLOGIA**

- Infraestructuras mas baratas y accesibles
- Mayor desarrollo y actualización del parque informático de las empresas,
- Ayudas a las PYMEs.

Factores Clave

para que aumente la penetración del e-Learning

La CULTURA

-  Inculcar a los directivos la viabilidad, conveniencia e impacto positivo del e-Learning
-  Convencer a los trabajadores de las ventajas de la formación por e-Learning.
-  Familiarizar a empresarios y a trabajadores con las nuevas Tecnologías de Formación y Comunicación

Factores Clave

para que aumente la penetración del e-Learning

EL ASOCIACIONISMO

-  Aglutinar la demanda a través de Asociaciones empresariales que canalicen el acceso de las PYMES a la formación
-  Fomentar la creación de Asociaciones Intersectoriales que eliminen la reticencia al conocimiento compartido con la competencia y favorezca el intercambio de experiencias

Desafíos Competitivos

Desarrollo de contenidos a medida

-  Adaptación al usuario
-  Metodología
-  Adaptación pedagógica al medio
-  Tecnología
-  Reducción de costes
-  Cumplimiento de estándares
-  Fácil actualización

Desafíos Competitivos

Servicios de Tutoría

-  Reactivas o proactivas
-  Motivación y/o consultas especializadas
-  Dinamización de grupos

Desafíos Competitivos



Rentabilidad del e-Learning

- Sistemas de evaluación
- Sistemas de medida de la rentabilidad
- Integración del e-Learning con las aplicaciones de gestión de RR.HH.
- Medida de la Calidad

Retos a Acometer



Oferta



Los proveedores deben crecer para mejorar productos, servicios y atención al cliente



Invertir a través de Asociaciones como APeL para aumentar la difusión del e-Learning y sus ventajas en la PYME



Primar la internacionalización hacia los mercados hispanohablantes, mediante alianzas y asistencias directas

Retos a Acometer



Demanda

- Mayor inversión de las grandes empresas
- Utilizar el e-Learning para fidelizar a proveedores, clientes y trabajadores.
- Las PYMES deberían aprender a aprovechar los programas de e-Learning de Asociaciones, Sindicatos y Administraciones Publicas

Retos a Acometer

Administraciones Públicas

-  Apostar por el e-Learning, para mejorar la competitividad por medio de tecnología y formación
-  Mayor protagonismo para
 -  Asociaciones Empresariales del sector
 -  Asociaciones que forman a las PYMES
-  Impulsar el establecimiento de normas, estándares, certificaciones de calidad, etc.

Mesa Redonda

Moderadora

D^a Carmen Magaña
Vicepresidenta de APeL

Directora de Marketing de Santillana
Formación y de el Instituto Universitario
de Postgrado

Cierre de la Jornada

D José Ignacio Díez

Tesorero de APeL

Consejero Delegado de FYCSA