



"e-Learning: Aspectos motivacionais e incentivos"

Na 5ª pesquisa realizada pelo **e-Learning Brasil Pesquisa** entre o final do mês de Junho e a primeira quinzena de Julho, perguntamos à comunidade do e-Learning Brasil sobre a importância de motivar e incentivar as pessoas a participarem de cursos on-line.

Confira abaixo os resultados da pesquisa e seu comparativo com os resultados obtidos e divulgados pela ASTD (American Society for Training and Development) em junho de 2001.

Participação Obrigatória ou Voluntária?

Uma dúvida muito freqüente é se os cursos devem ou não ser obrigatórios em uma organização. Procuramos portanto, projetar no mercado brasileiro qual a postura das organizações hoje e as expectativas dos profissionais para o futuro.

De acordo com a pesquisa, 63% dos participantes afirmaram que a maioria dos cursos em suas organizações não é ou não será obrigatória, ou seja, a participação é ou será voluntária. Outros 22% acreditam que a maioria dos cursos é ou será obrigatória e outros 15% disseram não saber.

A mesma análise acima foi realizada pela ASTD. Os resultados obtidos nos EUA apontaram que 69% dos participantes da pesquisa afirmaram que a maioria dos cursos em suas organizações é obrigatória e 31% disseram que a maioria dos cursos é de participação voluntária.

Se compararmos os dados acima, veremos perfis bem distintos:

	Brasil	EUA
Maioria dos cursos com participação obrigatória	22%	69%
Maioria dos cursos com participação voluntária	63%	31%

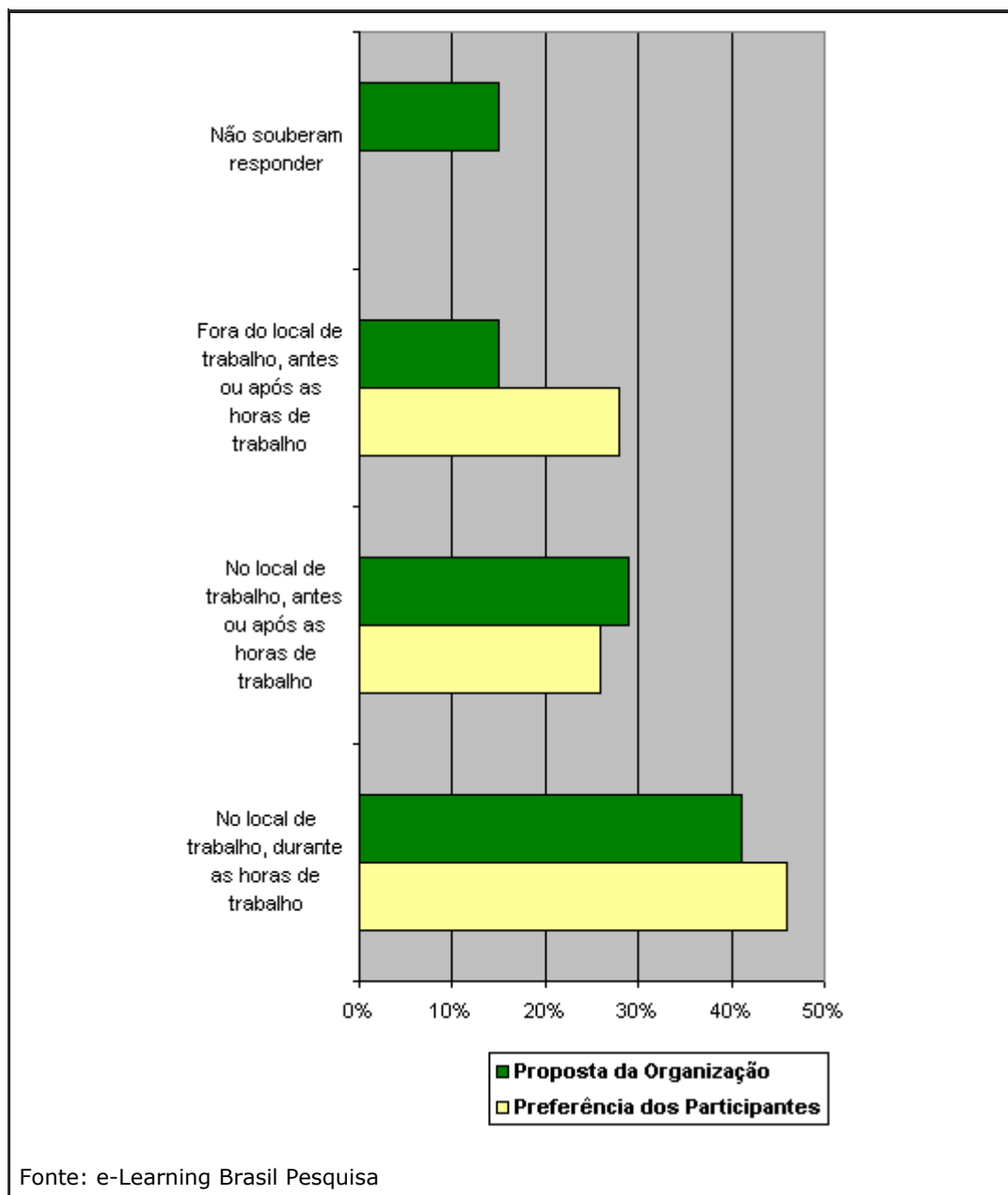
Fontes: e-Learning Brasil Pesquisa e ASTD

Onde e quando deverão ser realizados os cursos?

Outra pergunta endereçada aos participantes foi onde e quando eles gostariam de participar, como treinandos ou alunos, dos cursos oferecidos de modo on-line. A maioria das pessoas (46% dos pesquisados) afirmou que prefeririam fazer seus cursos no local de trabalho e durante as horas de trabalho. Em segundo lugar ficou a opção de fazer os cursos fora do local de trabalho antes ou após as horas de trabalho (escolhida por 28% dos participantes). Os demais 26% gostariam de fazer seus cursos no local de trabalho e durante e antes ou após as horas de trabalho.

Quando perguntado sobre como efetivamente são ou serão os cursos, veja abaixo os

resultados fornecidos pelos participantes:



Nos EUA, o principal mercado de e-Learning do mundo, 76% das pessoas pesquisadas pela ASTD atestaram preferir fazer os cursos durante as horas de trabalho e no local trabalho, perfil semelhante ao obtido pela pesquisa no Brasil. Um dado curioso, é que esta preferência se aplica principalmente no caso de cursos obrigatórios. Quando o assunto são os cursos de participação voluntária, a maioria prefere fazer os mesmos em casa. Isto pode ser justificado pelo fato do público americano entender que os cursos voluntários devem ser realizados fora do trabalho, por servirem como crescimento pessoal e não estarem diretamente vinculados ao trabalho.

Tipos de suporte mais importantes

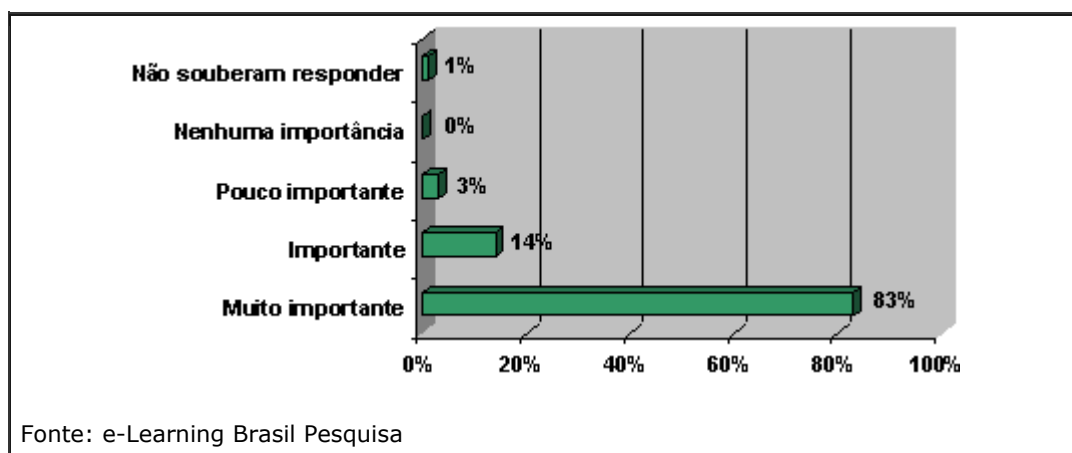
Para 89% do universo pesquisado, o suporte mais importante em cursos de e-Learning é o suporte didático e de conteúdo, ou seja, a presença de um tutor ou monitor que auxilie e

motivo o aluno durante o processo de aprendizagem. Em seguida está o suporte técnico sobre equipamentos e tecnologias, considerado por 7% dos participantes como o mais importante. Outros 3% ainda consideram o suporte por parte de colegas de curso como o mais importante.

Para ter uma idéia do nível de suporte oferecido nas organizações americanas, 84% delas oferecem suporte técnico relacionado à detecção da configuração dos equipamentos necessários, 78% normalmente mantêm o serviço de suporte técnico permanentemente, 73% oferecem o suporte de um especialista de conteúdo e 44% incentivam o suporte entre colegas de cursos.

Qual a importância do marketing e da divulgação dos cursos?

Para muitos especialistas americanos, um dos pontos mais importantes para um projeto de e-Learning obter êxito é a divulgação e as ações de marketing que o circundam. Por isso foi perguntado aos participantes da pesquisa qual a importância do marketing para o aumento da participação dos treinandos. Veja os resultados no gráfico abaixo:



Os dados obtidos confirmam a importância da divulgação dos cursos e de campanhas que promovam a participação das pessoas em cursos on-line. Existem muitas iniciativas que podem fazer parte desta estratégia, como o engajamento de gerentes, a criação de planos de incentivos e a utilização de ações usuais de marketing.

Uma das iniciativas mais adotadas em muitas organizações internacionais é a criação de planos de incentivos, que muitas vezes incluem reconhecimento interno, premiações, incentivo financeiro, além de outras ações. Pesquisas nos EUA comprovaram que tais iniciativas influenciam bastante a participação em cursos obrigatórios, e menos em cursos opcionais ou voluntários.

No Brasil, somente 6% dos participantes da pesquisa indicaram que suas organizações possuem um plano de incentivos que tem apresentado resultados eficientes. Outros 4% afirmaram que já existe um plano implantado, e que os resultados não têm correspondido às expectativas. A grande maioria (38%) informou que em suas organizações não está previsto um plano de incentivos, e outros 27% afirmaram que o mesmo ainda não existe mas está nos planos. Do restante do universo pesquisado, 6% disseram que existe um plano mas que ainda não foi implantado.

Além de perguntar sobre a posição das organizações a respeito da criação de um plano de incentivos, o e-Learning Brasil Pesquisa também perguntou a opinião dos participantes sobre a importância desta iniciativa. Para 80% das pessoas, um plano de incentivos é muito importante para motivar a participação das pessoas. Somente 17% disseram não acreditar que esta iniciativa motive a participação das pessoas, e 3% não souberam responder.

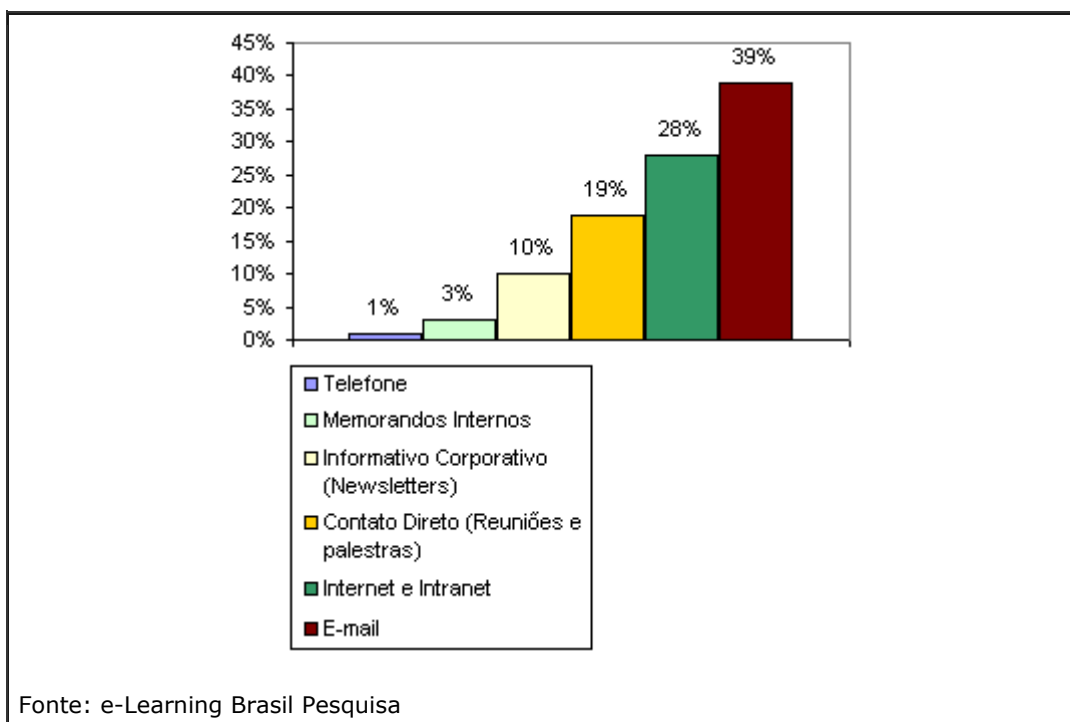
Segundo o relatório divulgado pela ASTD em junho de 2001, uma das conclusões obtidas pelo comitê da entidade, é que para a divulgação dos cursos alcançar os objetivos almejados é fundamental utilizar métodos ou ações tradicionais de marketing.

Dentre as sugestões do comitê estão: a criação de testemunhais de participantes e seus benefícios ao participar dos cursos, a utilização de canais de comunicação já existentes como revistas, materiais informativos e banners, a participação de gerentes e supervisores como promotores dos cursos, e a existência de um líder em cada departamento, que seja responsável por divulgar os cursos, e cobrar e motivar os participantes.

Uma preocupação importante deve ser informar ao público alvo sobre os cursos mais de uma vez, ou seja, não correr o risco de divulgar o curso uma única vez e o mesmo cair no esquecimento. Segundo o comitê pelo menos 3 das iniciativas acima devem fazer parte da estratégia de divulgação para que sejam obtidos resultados eficientes.

No Brasil, o meio mais utilizado pelas organizações para a divulgação dos cursos, segundo os resultados da nossa pesquisa, é o e-mail. Para 34% dos participantes, esse é o meio mais utilizado em suas organizações. Outros 22% afirmaram que o contato direto através de reuniões e palestras ainda é o mais utilizado. Para 17% o meio mais utilizado é a divulgação através da Internet ou intranet, 9% indicaram os memorandos internos, 7% o informativo interno da organização (Newsletter) e 2% o contato telefônico.

Mas qual é a opinião do público da pesquisa? Veja abaixo os meios considerados mais importantes:



Fatores de Motivação

Com o objetivo de entender melhor o que pensam os profissionais brasileiros a respeito do que realmente motiva a participação das pessoas em programas de educação e treinamento, perguntamos qual o fator que efetivamente impulsiona este interesse. Confira o ranking abaixo com a relação de fatores e a porcentagem de participantes que optou por cada um deles:

Desenvolvimento pessoal	45%
Aumento da empregabilidade	25%

Preferências para programas de promoção e sucessão	16%
Aumento na remuneração ou auxílio financeiro	12%
Nenhum dos fatores acima	2%
Não souberam responder	0%

Fontes: e-Learning Brasil Pesquisa

Tipos de Tecnologia

Quando perguntados sobre os tipos de tecnologia que já vem sendo utilizadas em suas organizações, 26% afirmaram que os cursos através do e-Learning vem sendo disponibilizados através de uma única tecnologia. 17% afirmaram que hoje suas organizações utilizam duas tecnologias, e 14% três ou mais tecnologias. Outros 28% disseram que ainda nenhuma tecnologia foi utilizada para oferecer cursos através do e-Learning e 15% não souberam responder a pergunta.

Dentre todas as perguntas realizadas, a que mais dividiu a opinião do universo pesquisado foi sobre a modalidade de e-Learning que pode gerar melhores resultados. Para 32% das pessoas, o e-Learning assíncrono, ou seja, a entrega de cursos e conhecimento sem a presença em tempo real de um instrutor, é a modalidade que pode gerar melhores resultados. Para 35% o e-Learning síncrono, ou seja, a entrega do conhecimento através de cursos ou aulas virtuais com a presença em tempo real do instrutor, é a mais promissora. E outros 33% não souberam responder, o que absolutamente normal pois esta é uma pergunta muito difícil de ser respondida ou prognosticada.

A pesquisa contou com 42% de profissionais do meio empresarial, 35% do meio educacional, 15% de consultorias e 8% de outros empreendimentos