



## "Alinhando o e-Learning à Cultura e à Estratégia Organizacional"

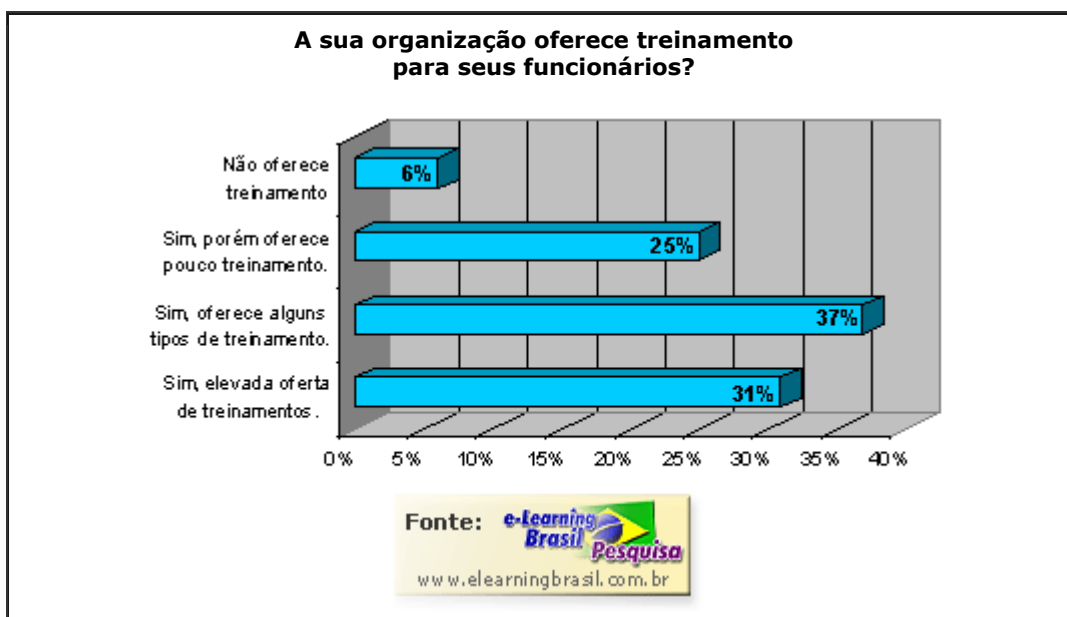
Assim como muitas outras iniciativas corporativas, o e-Learning também precisa ser planejado e executado de acordo com as estratégias de negócios das organizações. Os resultados objetivados pelo e-Learning precisam influenciar positivamente os negócios das empresas, seja através do aumento da qualidade dos serviços prestados a clientes, seja através da melhoria de desempenho de seus profissionais.

A 7ª pesquisa do **e-Learning Brasil** procurou avaliar exatamente o nível de alinhamento entre as iniciativas de e-Learning, as estratégias e os fatores culturais das organizações. A pesquisa foi realizada durante o período de 15 de Agosto a 10 de Setembro de 2001.

### O nível atual de oferta de treinamentos e cursos

Antes de analisar as iniciativas de e-Learning nas organizações, o e-Learning Brasil procurou traçar um perfil das iniciativas de serviços de treinamento oferecidos pelas organizações brasileiras.

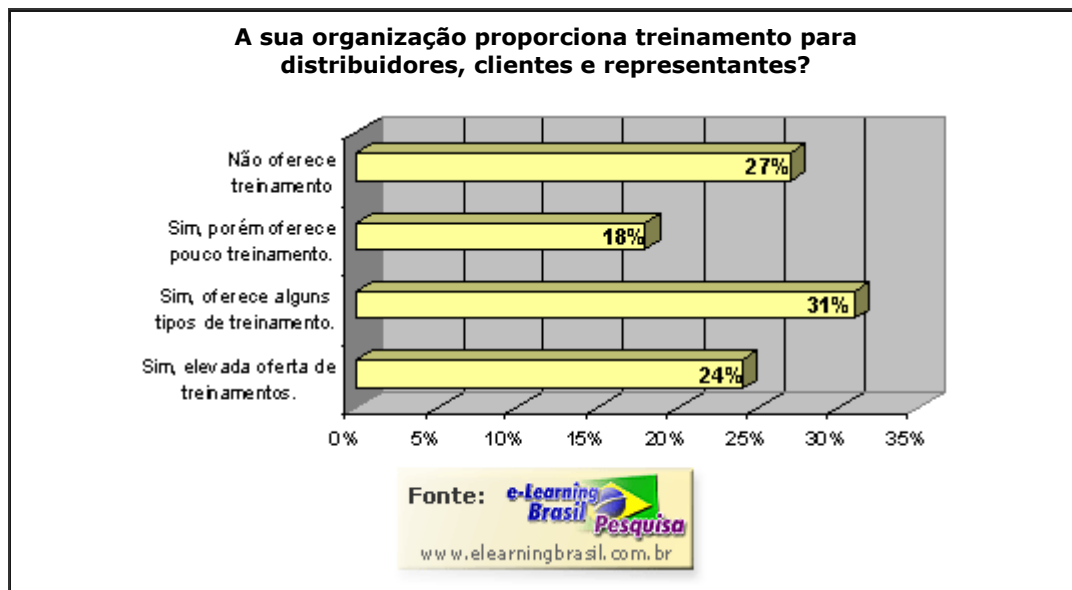
A primeira característica avaliada foi o nível de oferecimento de treinamentos a funcionários. A maior parte dos participantes, cerca de 37%, afirmou que suas organizações oferecem alguns tipos de treinamentos. Outros 31% disseram que suas organizações possuem atualmente uma elevada oferta de treinamentos. Em terceiro lugar na pesquisa ficou o grupo de participantes que afirmou que suas organizações têm oferecido pouco treinamento (25%). O restante (6%) disse que suas organizações não oferecem treinamento a seus funcionários.



E quanto ao treinamento oferecido a distribuidores, clientes e representantes? Os resultados

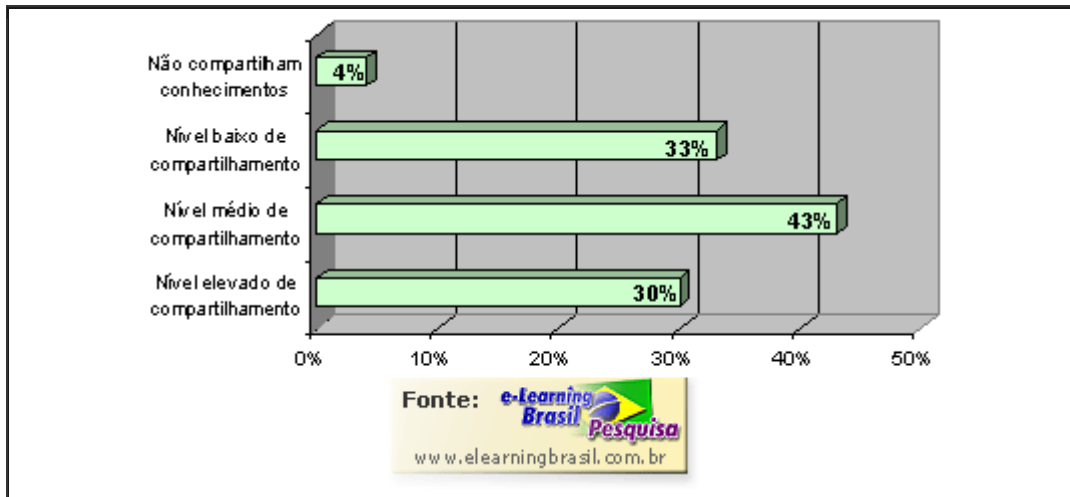
desta pergunta mostraram que a quantidade de treinamentos oferecidos a parceiros e clientes é ainda menor. Somente 24% dos participantes afirmaram que suas organizações têm oferecido uma elevada oferta de treinamento para estes públicos específicos. Outros 31% disseram que suas organizações oferecem alguns tipos de treinamentos, e 18% afirmaram que pouquíssimos treinamentos são ofertados. O restante (27%) informou não existir tais treinamentos voltados para clientes e parceiros em suas organizações.

Os dados acima mostram que para a grande maioria dos participantes existe uma demanda de treinamentos maior do que a oferta atual. São diversos os motivos que podem ser apontados para explicar o não atendimento desta demanda, como por exemplo, a falta de recursos internos ou o pouco foco nas atividades de treinamento. De qualquer maneira, o e-Learning pode ser indicado como uma solução para esta demanda, em virtude da dinâmica e abrangência proporcionadas.



Aprofundando um pouco mais esta análise e com o propósito de avaliar o nível de colaboração interna de informações nas organizações, o e-Learning Brasil perguntou sobre o nível de compartilhamento de conhecimentos entre os profissionais. Para 43% dos participantes, este nível é médio em suas organizações, ou seja, existe uma pré-disposição parcial em trocar informações e conhecimentos que dizem respeito às atividades desempenhadas no cotidiano da organização. Outros 33% afirmaram que este nível é baixo em suas empresas ou instituições. Somente 1/5 das pessoas disseram que esta iniciativa é efetiva e o nível de compartilhamento de informações e conhecimentos elevado. O restante (4%) disseram que não existe este tipo de troca de informações em suas organizações.

**Qual o nível de compartilhamento de conhecimentos entre os funcionários da sua organização?**



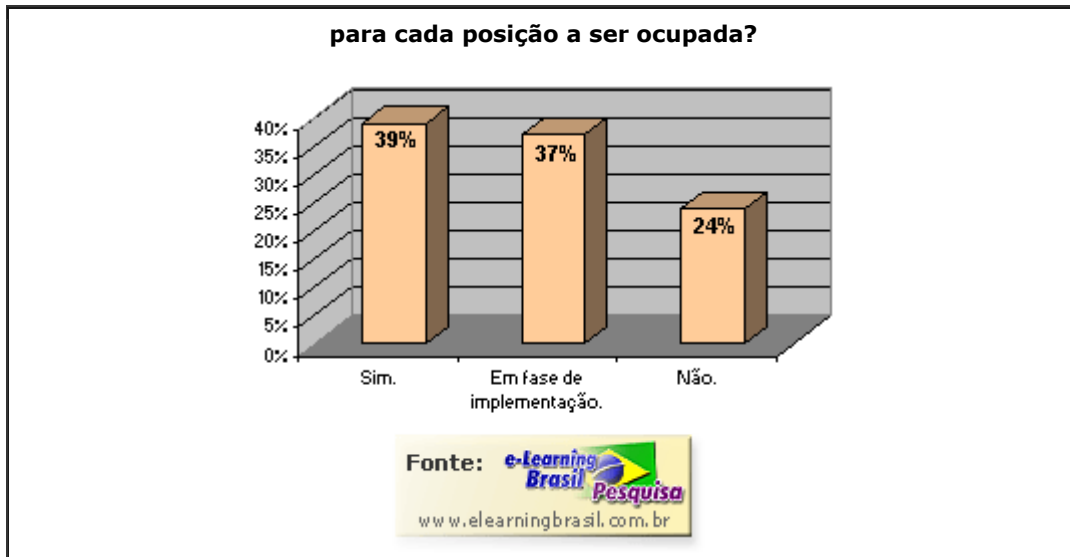
### Planejamento do processo de treinamento e aprendizagem

E qual a visão dos nossos participantes sobre a postura das suas empresas ou instituições diante do treinamento? Será que o nível atual de promoção e incentivo do desenvolvimento profissional e da educação corporativa contínua é eficiente? Dentre os participantes da pesquisa, 41% acredita que este nível é razoavelmente eficiente e poderia ser melhorado. Outros 29% disseram que suas organizações realizam estes processos com muita eficiência. Para 24% dos participantes a promoção e o estímulo ao público alvo têm sido ineficientes. Outros 6% disseram não existir este tipo de promoção aonde atuam.



Outra questão da pesquisa foi sobre a existência de um modelo bem definido de competências requisitadas para cada posição a ser ocupada nas organizações. Veja no gráfico abaixo, os resultados relacionados a esta característica pesquisada:

**Sua organização já possui um modelo bem definido de competências requisitadas**



Completando a análise sobre a existência de um modelo de competências, o e-Learning Brasil perguntou se atualmente existe um alinhamento entre os processos de aprendizagem e as competências requeridas para cada atividade nas organizações.

Para 51% dos participantes existe algum alinhamento neste sentido. Para outros 20% não existe nenhum alinhamento, ou seja, é muito comum que pessoas estejam aprendendo ou sendo treinadas em atividades que não estão diretamente ligadas às suas atividades. Existe pouco alinhamento em suas organizações para 12% dos participantes, enquanto que 20% afirmaram que o alinhamento nas empresas ou instituições em que atuam é perfeito.



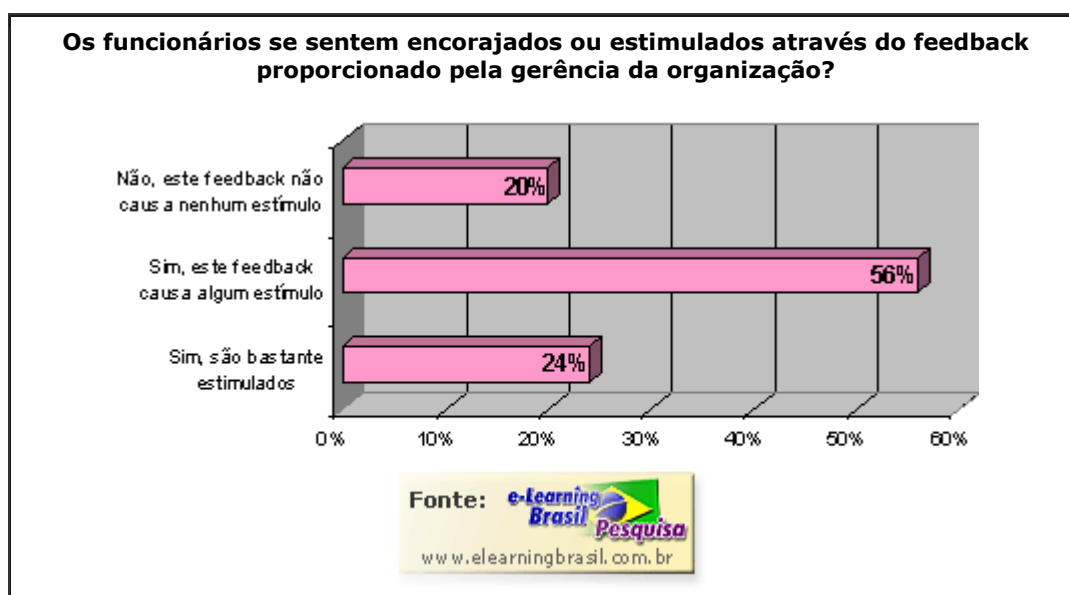
Quando perguntado sobre a existência de orientações para que os funcionários obtenham as habilidades mais indicadas para suas atividades, 53% informaram que isto realmente existe em suas organizações. Outros 27% disseram que este tipo de processo se encontra em fase de implementação, e 20% afirmaram que não existe tal orientação.

## Incentivando a aprendizagem

E qual o nível de abertura da gerência no caso de treinamentos e processos de aprendizagem que necessitem ser realizados durante a jornada de trabalho? Veja a opinião dos participantes sobre esta questão no gráfico abaixo:

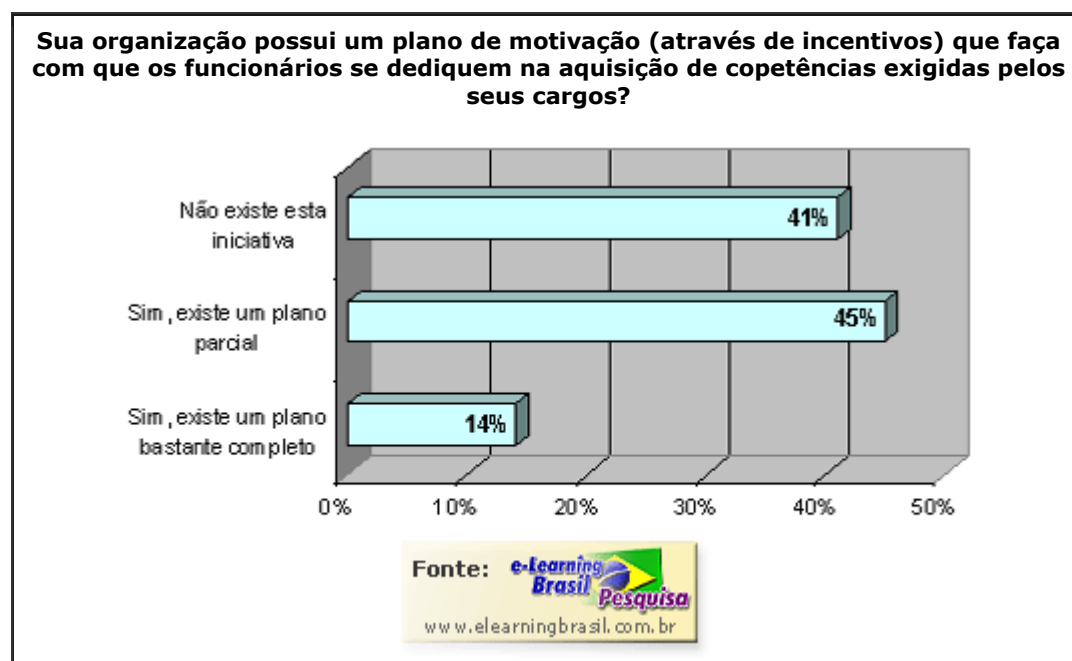


Outra questão foi se os funcionários se sentem encorajados ou estimulados através do feedback proporcionado pela gerência da organização. Para 56% este feedback gera algum estímulo. Outros 24% disseram que a gerência tem fornecido um feedback que tem representado um bom estímulo. O restante (20%) afirmou que este feedback não tem gerado nenhum estímulo.

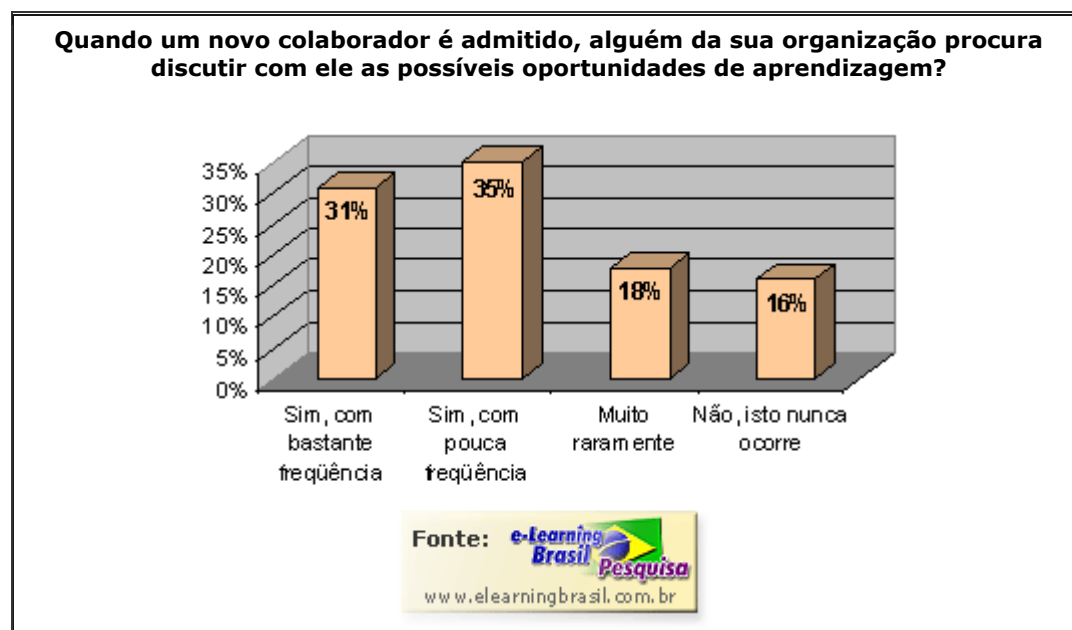


Além do nível de envolvimento da gerência, a pesquisa procurou encontrar também o nível de aprofundamento das organizações em processos de motivação ou incentivos para o treinamento. Para isso foi perguntado se existe hoje nas organizações um plano de motivação que incentive os funcionários a se dedicarem na aquisição de competências exigidas pelos seus cargos.

Somente 14% dos participantes acreditam que o plano hoje existente é completo e traz resultados. Outros 45% informaram que existe um plano parcial que não tem gerado os resultados que poderia. E um dado interessante é que os outros 41% disseram que não existe nenhuma iniciativa deste tipo em suas organizações.



E esta motivação, quando existe, se inicia em qual estágio da vida profissional da pessoa na organização? O e-Learning Brasil perguntou se quando um novo colaborador é admitido, alguém da organização procura discutir com ele as possíveis oportunidades de aprendizagem. Para 31% dos participantes, esta iniciativa é bastante freqüente. Para outros 35% isto é pouco freqüente, outros 18% afirmaram que isto é muito raro e 16% disseram que isto nunca ocorre.



E como os participantes enxergam a postura de suas organizações com relação ao treinamento? Quando perguntado se esta postura o faz pensar que a organização trata o treinamento como um investimento estratégico, 67% acreditam que sim e 33% disseram que não.

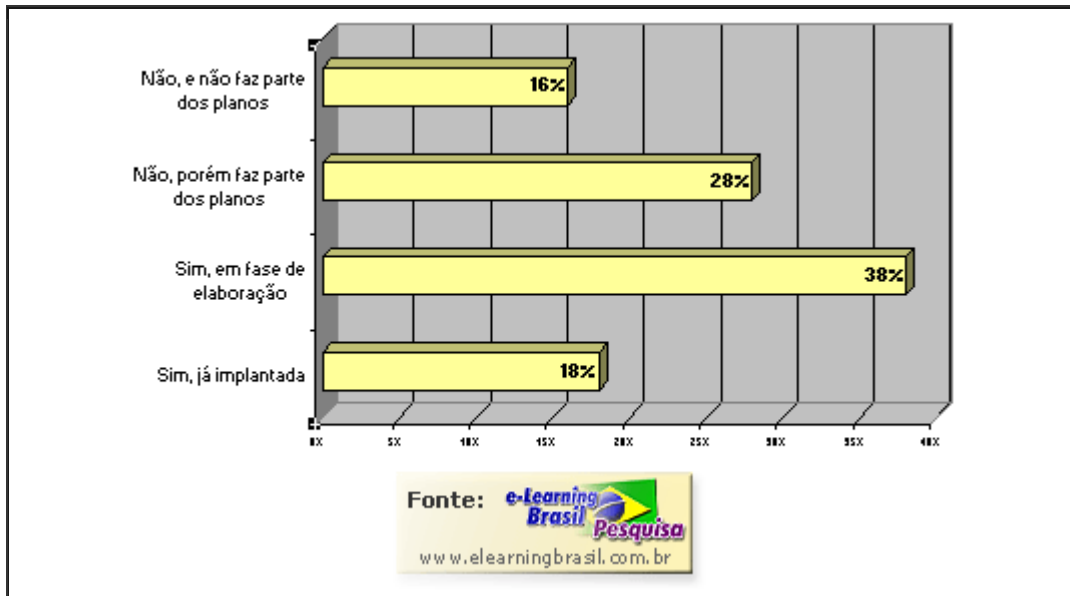
### Aplicando o e-Learning

Um dos grandes benefícios do e-Learning é a possibilidade de personalizar os cursos atendendo a demanda específica de cada pessoa. Seguindo esta característica, foi perguntado qual o nível atual de personalização do treinamento nas organizações. Confira abaixo os resultados obtidos.



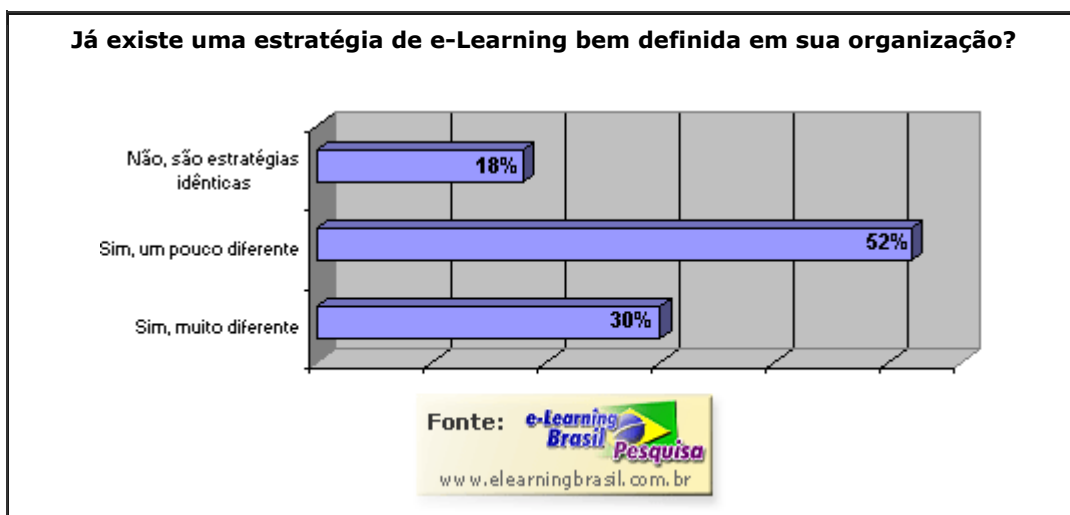
Quando perguntado se suas organizações estão prontas para o e-Learning, a maioria dos participantes (70%) respondeu positivamente. Outra questão procurou analisar a existência de uma estratégia bem definida para a implantação do e-Learning. A maior parte dos participantes (38%) disse que suas organizações estão elaborando esta estratégia. Outros 28% disseram que isto não existe mas faz parte dos planos, e 18% afirmaram que esta estratégia já existe e já foi implantada. O restante (16%) disse que esta estratégia não existe e não faz parte dos planos.

**Já existe uma estratégia de e-Learning bem definida em sua organização?**



E qual a abrangência das iniciativas de e-Learning nas organizações? Dentre os participantes, 56% disseram que as empresas ou instituições em que trabalham planejam implantar o e-Learning para todos os seus funcionários. Para 24% esta iniciativa é de um ou outro departamento, e 20% afirmaram o projeto pertence a uma ou mais unidades de negócios.

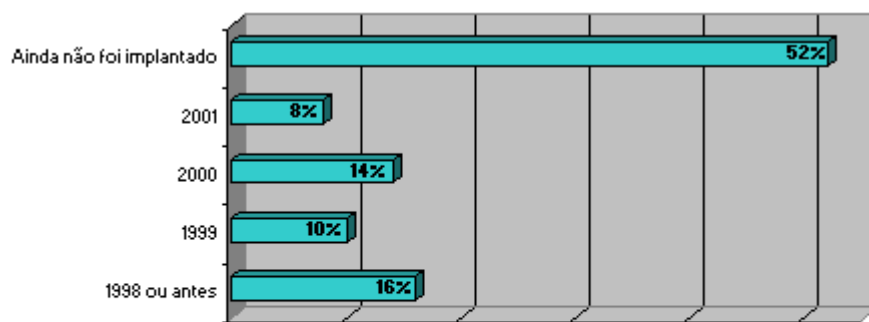
Comparando as estratégias aplicadas até hoje para o treinamento tradicional e as estratégias que têm sido utilizadas para o e-Learning, foi perguntado se na opinião dos participantes existem diferenças marcantes neste sentido em suas organizações. Confira os resultados abaixo.



### Estágio de implantação do e-Learning

Para ter uma idéia do estágio de implantação do e-Learning nas organizações dos participantes, veja os resultados abaixo.

### Em que ano o e-Learning foi implantado em sua organização?



Fonte:   
www.elearningbrasil.com.br