



Expectativas, Benefícios e Barreiras do e-Learning

O que o Mercado Brasileiro espera do e-Learning em 2002?

Quais são as expectativas das organizações brasileiras sobre os benefícios e barreiras do e-Learning em 2002? Visando responder a esta pergunta, o e-Learning Brasil abordou este tema na pesquisa realizada entre os meses de fevereiro e março de 2002.

Fonte:

e-Learning Brasil Pesquisa

Em maio de 2001, o portal e-Learning Brasil realizou uma pesquisa semelhante que detectou o cenário de expectativas e obstáculos do mercado na época. Este relatório relaciona as mudanças ocorridas após este período, os aspectos considerados mais importantes pelo mercado.

Benefícios: o e-Learning como meio catalisador de novos negócios

Em maio de 2001, o cenário identificado indicava que as principais expectativas do mercado brasileiro estavam relacionadas à redução de custos com treinamento (viagens e custos internos). Na pesquisa realizada recentemente, os benefícios obtidos ao longo de 2001 apontam um cenário ligeiramente diferente.

Confira abaixo o ranking de benefícios obtidos ao longo de 2001, segundo as instituições brasileiras participantes da pesquisa.

1. Aumento da audiência (48%)
2. Novas oportunidades de negócios (43%)
3. Redução nos custos de viagens (39%)
4. Maior rapidez no processo de aprendizagem (39%)
5. Redução de custos internos (35%)
6. Melhoria no relacionamento com clientes (22%)
7. Maior permanência dos treinandos nos postos de trabalho (17%)
8. Maior envolvimento de parceiros, fornecedores e clientes (4%)
9. Aumento das vendas (4%)
10. Maior permanência dos experts nos postos de trabalho (2%)

Fonte: e-Learning Brasil Pesquisa - Março de 2002

Tanto no meio educacional como no corporativo, o aumento da audiência (1o item no ranking acima) é sem dúvida um dos grandes benefícios do e-Learning. Instituições de ensino, por exemplo, podem atingir outros mercados e alunos que mesmo distantes geograficamente passam a ter a possibilidade de participar de cursos on-line. No meio corporativo, empresas passam a ter

condições de treinar representantes com maior frequência, deixando para trás aspectos limitantes como custos de transporte, disponibilidade de tempo e distância.

Isto também significa novas oportunidades de negócios (2o item no ranking acima), tanto diretamente como indiretamente. Universidades, por exemplo, passam a ter novos alunos, e corporações podem oferecer serviços diferenciados a clientes, ou de uma forma indireta, alavancar negócios através de representantes preparados para oferecerem um melhor atendimento.

A redução de custos de viagens continua a ser um outro benefício prioritário do e-Learning. Em 2001, esta era a principal expectativa do mercado brasileiro. A análise da pesquisa recente apontou que este foi o 3o principal benefício obtido ao longo de 2001 através do e-Learning. Outra expectativa também relacionada a aspectos financeiros é a redução de custos internos, apontada em 5o lugar no ranking.

Os fatores de motivação para 2002

O que motiva o mercado brasileiro a investir mais no e-Learning em 2002? Em maio de 2001, a pesquisa do e-Learning Brasil apontou a redução nos custos de viagens, o aumento da audiência e a redução de custos internos como as principais expectativas do mercado.

Já em 2002, os fatores que mais devem motivar o investimento em projetos de e-Learning estão diretamente ligados aos fatores apontados como benefícios obtidos em 2001.

Confira abaixo o ranking de expectativas em 2001 e em 2002, segundo o mercado brasileiro:

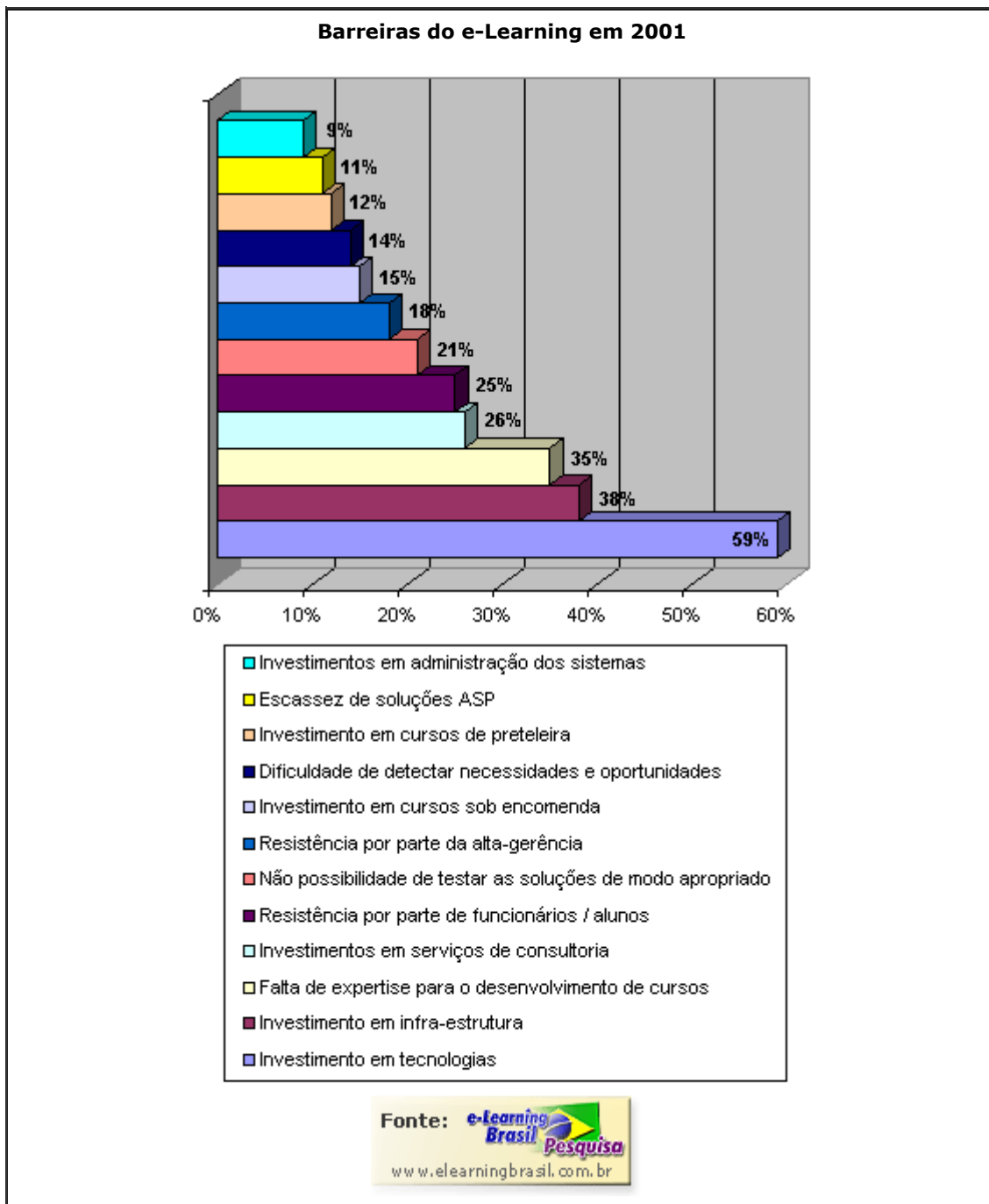
2001	2002
1. Redução nos custos de viagens.	1. Aumento da audiência (55%)
2. Aumento da audiência.	2. Novas oportunidades de negócios (54%)
3. Redução de custos internos.	3. Maior rapidez no processo de aprendizagem (50%)
4. Maior rapidez no processo de aprendizagem	4. Redução nos custos de viagens (36%)
5. Maior permanência dos treinandos nos postos de trabalho.	5. Redução de custos internos (32%)
6. Novas oportunidades de negócios	6. Melhoria no relacionamento com clientes (27%)
7. Maior permanência dos experts nos postos de trabalho.	7. Maior permanência dos treinandos nos postos de trabalho (23%)
8. Maior envolvimento de parceiros, fornecedores e clientes.	8. Maior envolvimento de parceiros, fornecedores e clientes (23%)
9. Aumento das vendas	9. Aumento das vendas (22%)
10. Melhoria no relacionamento com clientes	10. Maior permanência dos experts nos postos de trabalho (14%)

Fonte: e-Learning Brasil Pesquisa - Maio de 2001 e Março de 2002

Ao compararmos as expectativas de 2001 às de 2002, notamos um crescimento do fator "Aumento de Audiência", que corresponde à capacidade de atender um número maior de pessoas. "Novas oportunidades de negócios" também é um fator que apresentou um crescimento considerável segundo a pesquisa, assim como "Maior rapidez no processo de aprendizagem".

Barreiras do e-Learning em 2001: Tecnologia e Infra-estrutura

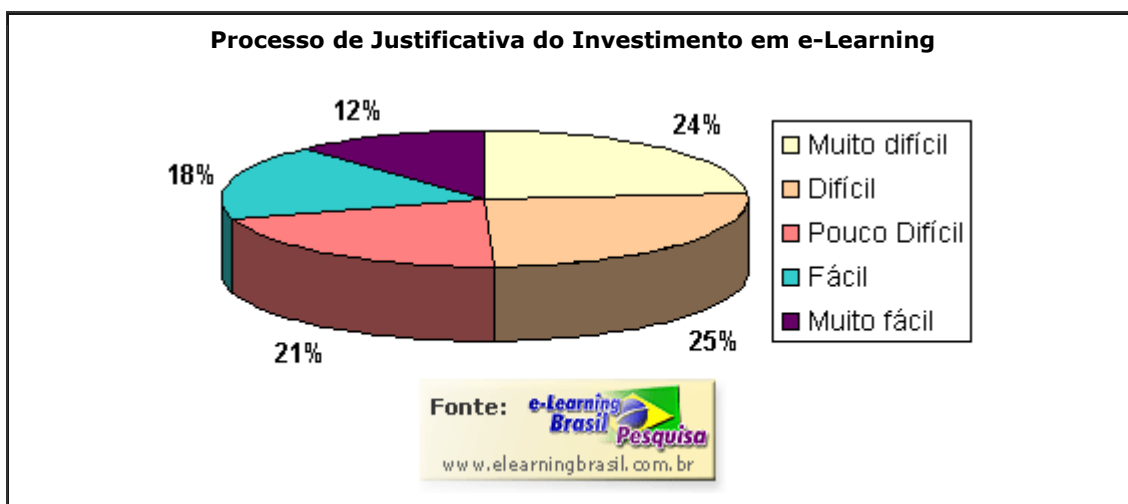
Assim como foi previsto em 2001, o investimento em software ou tecnologias também foi apontado como a principal barreira para a implementação de projetos de e-Learning durante o mesmo ano. Em segundo lugar ficou o investimento em infra-estrutura, apontado por 38% como uma das principais barreiras. Veja abaixo o ranking de barreiras de 2001 segundo o mercado.



As expectativas sobre as barreiras para o ano de 2001 apontavam, em maio do ano passado, a falta de expertise para o desenvolvimento de cursos como a oitava barreira em ordem de importância. Os resultados da última pesquisa mostram que este fator se mostrou uma barreira bem maior do que se esperava. Para 35% dos participantes, esta foi uma das principais barreiras

em um projeto em 2001, ficando em 3o lugar no ranking.

Quando perguntado sobre o processo de justificativa do investimento no e-Learning, veja abaixo os resultados obtidos:



Para 25% dos participantes, este é um processo considerado difícil dentro das organizações. Outros 24% apontaram este processo como muito difícil, 21% como pouco difícil, 18% como fácil e 12% como muito fácil. Conclui-se que o e-Learning ainda encontra resistência a nível gerencial em função da dificuldade de se justificar financeiramente os investimentos em função dos benefícios a serem obtidos. Este ainda é com certeza um grande desafio para clientes e fornecedores.

E quais os desafios do e-Learning para 2002?

A pesquisa apontou como o maior desafio em 2002 o investimento em infra-estrutura (hardware, link, etc.). Para 52% dos participantes esta será uma das 3 maiores barreiras em 2002. Em segundo lugar está o investimento em tecnologias (software, gerenciadores, ferramentas de autoria, etc.) com 48%. Confira abaixo o ranking completo:

1. Investimento em infra-estrutura (52%)
2. Investimento em tecnologias (48%)
3. Resistência por parte dos funcionários ou alunos (30%)
4. Investimento em cursos sob encomenda (27%)
5. Resistência por parte da alta-gerência (24%)
6. Investimento em serviços de consultoria (21%)
7. Dificuldade em definir necessidades e oportunidades (18%)
8. Falta de expertise para o desenvolvimento de cursos (15%)
9. Investimentos em administração e manutenção dos sistemas (12%)
10. Investimento em cursos de prateleira (9%)
11. Escassez de soluções ASP (6%)

12. Não possibilidade de testar as soluções de modo apropriado (3%)

Fonte: e-Learning Brasil Pesquisa - Março de 2002

Em terceiro lugar aparece a resistência por parte dos funcionários como uma das grandes barreiras para 30% dos participantes. Esta informação demonstra que para esta parcela de 30%, os projetos em 2002 deverão atingir um estágio mais avançado de implantação, afinal já existe um diagnóstico interno de que a cultura de aprendizagem ou treinamento já existente pode ser uma grande barreira.

E o tema e-Learning, continuará a despertar o interesse nas organizações brasileiras em 2002? Para 87% este interesse tende a aumentar consideravelmente em suas organizações. Outros 9% acreditam que haverá um ligeiro crescimento no interesse e somente 4% acreditam que o interesse deverá se manter em 2002. Nenhum dos participantes acredita que haverá um certo desinteresse pelo tema.

Outro dado interessante da pesquisa é que 43% dos participantes afirmaram que suas organizações já possuem um orçamento específico para o e-Learning em 2002. Há cerca de um ano, seria possível contar nos dedos o número de organizações que já tivessem um orçamento específico para o e-Learning. Sem dúvida, este é um grande avanço, e se levarmos em consideração outros dados de mercado, podemos projetar um crescimento semelhante para o ano de 2003.

Perfil dos participantes

Segue abaixo o perfil dos participantes da pesquisa:

