



Por [Iñigo Babot](http://babot.info) - <http://babot.info> Profesor, investigador y consultor español

Cuando empecé a escribir en mi [blog](#), lo hice más por un deseo de investigar y conocer la herramienta (una parte de mi trabajo se desarrolla con instrumentos web 2.0), que con una intención real de captar lectores. Por tanto, fue una sorpresa inesperada, aunque muy agradable, comprobar que alguien se interesaba por lo que yo decía, máxime cuando el tráfico fue creciendo notablemente y el blog empezó a recibir visitas muy numerosas.

Agradezco enormemente que este volumen de profesionales se interese por el sector y por mis artículos. Además, ahora el blog me sirve de canal de comunicación con muchos expertos en formación, de países muy diferentes, lo cual resulta de un valor inestimable para un consultor e investigador de este campo.

Una de las aportaciones más comentadas fue un post cortito, que acababa formulando una pregunta: "[Crecimiento del eLearning Corporativo ¿nos lo creemos?](#)" Quisiera reproducirlo ahora para reflexionar sobre las muchas y ricas respuestas y comentarios que me llegaron (27), que pueden verse en el mismo link original. Aquí está el artículo:

Desde verano de 2009 he pasado unos meses viajando mucho por trabajo. He asistido a varios congresos en el extranjero, he hablado con algunos clientes importantes y he ido apuntando cifras que se citan para estimar el mercado de eLearning Corporativo y su evolución.

Los pronósticos que más varían son los de las cifras absolutas, donde no hay acuerdo. Tras comparar cinco estudios diferentes, los que me merecen más confianza son los de la consultora IDC, que cifran el mercado global de eLearning corporativo en 17,2 bUSD (2008), con 11,7 bUSD en USA, lo que significa un 68% de market share. IDC también cree que la cifra global en 2012 se elevará hasta 24,8 bUSD, lo que significaría un crecimiento del 44% en apenas cuatro años.

En lo que sí hay razonable consenso es en que los norteamericanos tienen de un 60 a un 70% del mercado mundial y en el crecimiento del eLearning corporativo en Europa, que se estima

en torno a un +20% anual (¡nada menos!).

Los estudios de mercado y las empresas más entendidas, no dudan en defender un fuerte auge del llamado eLearning 2.0 (formación virtual con herramientas web 2.0). Varias compañías americanas a las que he podido preguntar, afirman que este sector es anti-cíclico.

Como he dicho en otros artículos, yo también veo cierta alegría en el eLearning Corporativo, comparándolo con otras actividades mucho más castigadas por la crisis pero, francamente, no sé si creerme estos pronósticos de incremento del 20% anual, en Europa (esto sería disparar el consumo). ¿Vosotros qué opináis? ¿Qué percepción de mercado tenéis?

### Fin del post

Muchos expertos en el tema leyeron el artículo y realizaron aportaciones muy meditadas sobre la pregunta. En su mayor parte, estas opiniones coinciden con lo que oigo en otras partes del mundo. Añado aquí un resumen de las mismas, que podrían ser un pequeño apunte de las tendencias que se aprecian en el sector:

**1-** Sí, nos lo creemos 'bastante'. El eLearning corporativo está creciendo, pese a todo (los porcentajes estimados varían) y precisamente la crisis puede ser un detonante de ello. Hay apuntes muy diferentes en torno a este incremento pero, en general, se está de acuerdo en que 'hay mucho movimiento y habrá aun más'.

**2-** Small is beautiful. Quizá el mercado no crezca tanto para los grandes proveedores tradicionales de formación virtual (de hecho, varios de ellos están en cierta crisis o con reducción de ingresos y beneficios) porque los clientes buscan soluciones más creativas, a medida y baratas. La coyuntura económica agudiza el ingenio. Por ello, las empresas pequeñas y ágiles son las que capturan gran parte de este crecimiento.

**3-** Se premian contenidos internos. Los clientes quieren, cada vez más, desarrollar sus propios contenidos y potenciar formadores internos. Quieren que la capacitación ayude a la gestión de conocimiento y viceversa, que ambas vayan de la mano. Se promociona mucho la creación de

materiales a partir de aportaciones de profesionales de la casa. En este entorno, el trabajo con proveedores que den servicio más que producto, y que se las 'ingenien' para provocar mucha participación interna, se ve sumamente beneficiado. Se buscan compañías que apoyen, que respalden a las corporaciones en sus planes de incentivar la participación, no que 'desembarquen' con grandes y complicadas propuestas. La demanda de cursos 'enlatados' se estabiliza, no así la de programas producidos ad hoc, que es la que aumenta.

**4-** Crece el uso de web 2.0. Es corolario de todo lo anterior.

**5-** Se imponen cada vez más la estrategia pedagógica, las buenas metodologías y menos la tecnología. Esto es también corolario de lo anterior. El mercado tiende a buscar planes de formación con altas dosis de creatividad y protagonismo de las personas, de 'sus' personas: el talento al poder. Por ello, la tecnología es cada vez más un commodity: se subcontrata, a veces incluso se acude a fuentes gratuitas, y uno se olvida de ella. Ocurre como con los buenos coches: sólo te preocupan si se estropean. Lo que prima e interesa cada vez más son las tácticas de implementación, cómo construir una buena oferta para lograr que se implique gente muy ocupada. Decrece el tecnocentrismo y se intenta que crezca la calidad de la detección de necesidades, del plan director, de los itinerarios, de la creación y mantenimiento de equipos de formadores internos, de capacitación competencial, etc. Como consecuencia, se incrementa la demanda de 'conocimiento de alto nivel' (provenga de equipos internos o se subcontrate fuera) y se estabiliza la de 'hardware y software'.

Como autor del artículo, estas son las tendencias que observo y comento con muchos expertos, de este y otros países: por ello las comparto. No obstante, si el lector discrepa o quiere matizar cualquier tema, por favor que lo haga libremente: será un honor seguir escuchando opiniones sobre este apasionante sector, que está en un momento muy importante.

¿QUIERES OPINAR SOBRE ESTE TEMA?

¿QUIERES SUGERIR TEMAS PARA NUEVOS ARTÍCULOS?

Hazlo a: [ibabot@ibbmconsultores.com](mailto:ibabot@ibbmconsultores.com)