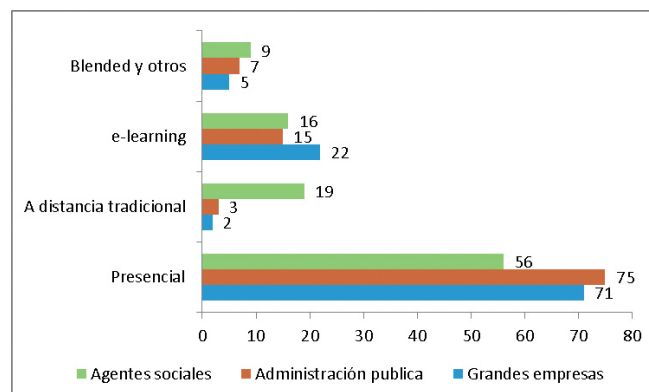


CONTEXTO SECTORIAL

El la formación online se sitúa entre los principales uso de Internet dentro de las empresas, sólo precedido por la búsqueda de información y las gestiones financieras. España supera a Reino Unido, Francia o Alemania en la penetración de la formación online en el mundo de la empresa.

En el año 2008, sólo el 12% de las capacitaciones laborales y el reciclaje profesional a través de la Formación Continua se efectuaron a través de e-learning, mientras que en 2011 superan ya el 28%, y en muchas organizaciones empresariales superan el 35%.

EVOLUCIÓN DE LAS MODALIDADES DE FORMACIÓN ONLINE. % SOBRE EL TOTAL DE LA FORMACIÓN



DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Desconocimiento de la formación online Baja implantación de las nuevas tecnologías en algunas empresas Ausencia de líderes en el sector Intrusismo tecnológico Incertidumbre en los fondos destinados a la formación	Conexiones de banda ancha y nuevos operadores en el mercado Introducción de la tarifa plana Aumento de la cultura de Internet Desarrollo de estándares tecnológicos Planes institucionales y subvenciones Momento de resurgimiento del sector Posibilidad de establecer alianzas entre empresas del sector Amplio mercado potencial Desarrollo de las nuevas tecnologías (<i>mobile learning</i>)
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
Ahorro de costes para las empresas clientes Formación "en cualquier lugar y momento" Formación personalizada Reutilización de contenidos y materiales Contenidos y materiales actualizables Utilización de recursos tecnológicos Posibilidad de ofrecer servicios con valor añadido Posibilidad de crecimiento a través de especialización o de diversificación	Títulos no oficiales El idioma de los cursos limita el mercado Falta de contacto humano Necesidades de formación en nuevas tecnologías Problemas técnicos en la red Escasez de especialistas

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

La facturación del sector en España en 2009 fue de 600 millones de euros.

El sector de la formación online o *e-learning* sigue creciendo en España, en la Unión Europea y en Iberoamérica pese a la crisis económica. Los datos más recientes nos hablan de que en nuestro país el crecimiento anual es del 12%.

CLIENTES

Una empresa de *e-learning* se puede dirigir a diferentes grupos de clientes. Los más importantes son: empresas (para formación de sus empleados), administraciones públicas, asociaciones, sindicatos y cámaras de comercio, instituciones y entidades de formación y particulares. Las empresas son el tipo de clientes más accesible

Existen dos grupos diferenciados de usuario final de los cursos: los trabajadores de las empresas que contratan formación y los usuarios particulares que acceden a los cursos bien de forma individual o mediante alguna institución.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

En la Comunitat Valenciana hay 459 empresas dadas de alta con el IAE 934 de enseñanza fuera de establecimiento permanente. La provincia de Valencia concentra el 65,8% de las empresas del sector, seguida de Alicante (26,8%) y de Castellón (7,4%).

La forma jurídica más comúnmente adoptada por las empresas que se dedican al *e-learning* es la de Sociedad Limitada, siendo la escogida por más del 51,9% de las mismas. La mayoría de las empresas (66,7%) tienen una facturación de hasta 300.000 euros y el 62,5% de ellas tiene en su plantilla de 1 a 5 trabajadores.

¿QUÉ PRODUCTOS Y SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS	PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Desarrollo de contenidos a medida	Diseño personalizado del currículo
Venta de contenidos estándar	Desarrollo de pre y post formación de apoyo y <i>mentoring</i>
Conferencias online	Análisis de eficacia formativa
Creación de CDs formativos	Herramientas de comunicación y seguimiento
Adaptación de cursos en texto a formato online	Servicios de cómo integrar soluciones de <i>e-training</i> en la estrategia formativa de la organización
Servicio de tutoría	Introducción de juegos didácticos simulados
Seguimiento y evaluación de los cursos	Introducción de herramientas 2.0: blogs, social media y videojuegos
Diseño de programas formativos para empresas	
Estudio de necesidades de formación	
Análisis sobre la eficacia de la formación	
Consultoría de formación	
Formación de teleformadores	

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE FORMACIÓN ONLINE TIPO

CNAE 2009	6209, 8552, 8559
IAE	934
Condición jurídica	Sociedad Limitada
Facturación	238.464 euros
Localización	Indiferente
Personal y estructura organizativa	2 Emprendedores (informático y gerente) y 2 Empleados (pedagogo y diseñador)
Instalaciones	Oficina de 60 m ²
Clientes	Empresas, asociaciones, Cámaras de Comercio, etc.
Herramientas promocionales	Página web, imagen corporativa, perfil en redes sociales, posicionamiento web, etc.
Valor de lo inmovilizado/Inversión	49.300 euros
Importe gastos anuales	204.856,45 euros
Resultado bruto (%)	14,09%

RECOMENDACIONES

En el diseño del producto a ofertar debes tener en cuenta la temática de los cursos. En este punto existen dos opciones: especializarse en un determinado sector (por ejemplo, informática o idiomas) u ofertar cursos de diferentes disciplinas.

En cuanto al contenido del curso, es muy importante la presentación y la estructuración del mismo. Es frecuente que un curso esté estructurado en módulos para facilitar el proceso de aprendizaje y el seguimiento de los mismos.

El precio de los cursos depende de la categoría y duración, así como de la titulación ofrecida. También influye en el precio los materiales adicionales ofrecidos, las herramientas tecnológicas de las que disponen y la existencia de tutorías.

ENLACES DE INTERÉS

www.expoelearning.com · www.aefol.com · www.tea-cegos.es · www.cibersociedad.net · www.ciberaula.com · www.elearningeuropa.info