

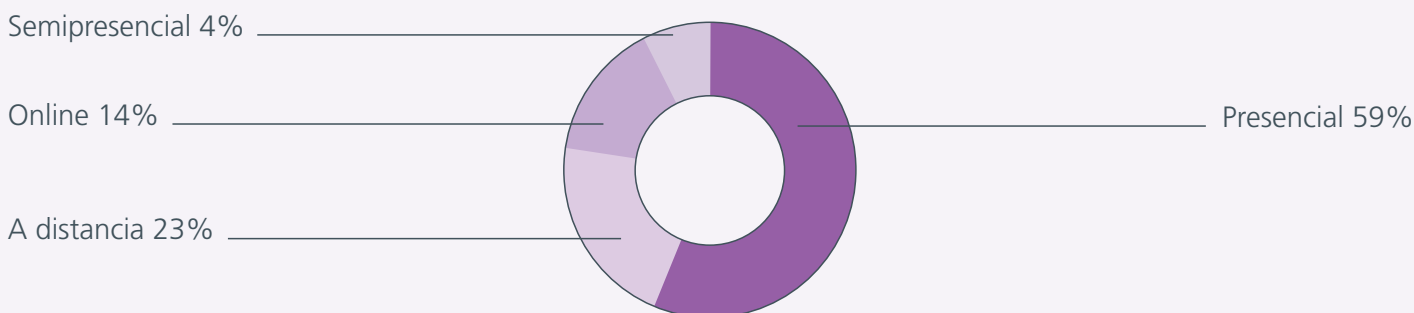
CONTEXTO SECTORIAL

Las empresas de contenidos para formación online elaboran contenidos formativos partiendo de material ya existente (libros, manuales, etc.), adaptan contenidos para su uso en una plataforma de *e-learning* o elaboran contenidos nuevos específicos para formación online.

Además de las empresas de consultoría y formación cuya actividad principal es la creación de estos contenidos online, forman parte de este sector otras organizaciones dedicadas a la enseñanza, como universidades y escuelas de negocio.

Los datos indican que en 2011 las preferencias de los españoles en materia de formación están en la formación presencial y a distancia (sólo el 14% de los españoles ha preferido realizar sus estudios de esta manera).

PREFERENCIAS DE FORMACIÓN DE LOS ESPAÑOLES



DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> En tiempo de crisis, las empresas recortan los gastos en formación de su plantilla En algunos entornos la formación online tiene menos prestigio que la presencial Obsolescencia tecnológica Oferta de la formación presencial 	<ul style="list-style-type: none"> Una empresa de contenido puede obtener mayor rentabilidad de los cursos, ofreciéndolos a varias empresas Aparición de nuevas actividades profesionales relacionadas con el uso de las nuevas tecnologías que requieren profesionales formados Aumento de demanda de formación online por parte de las empresas porque ahorra tiempo y recursos económicos El idioma permite la expansión a países latinoamericanos Existencia de ayudas públicas para empresas para fomentar la formación continua de sus trabajadores
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> Permite tener un cuadro docente alejado geográficamente El cliente recibe información al instante de la evolución de cada alumno Flexibilidad en el tiempo Fidelización en función de la personalización de los servicios Bajos gastos estructurales en la constitución y mantenimiento de la empresa Posibilidad de diversificar el negocio gracias a herramientas tecnológicas 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de visión y experiencia empresarial Competencia de grandes empresas de formación Necesidad de acción comercial y captación de clientes Falta de control tecnológico

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

En 2010, en España el sector de formación online ha tenido una facturación de más de 1.500 millones de euros y agrupa a 300 compañías que utilizan el servicio para potenciar el aprendizaje de los trabajadores. Además, el 35% de la formación de las organizaciones se imparte aprovechando las nuevas tecnologías. Los sectores que más formación online ofrecen a sus profesionales son los de finanzas, seguros, energía y telecomunicaciones.

Según el Ministerio de Educación, en 2009 el 14% de las personas que cursan formación universitaria se han matriculado en formación online. En el ámbito universitario, lideran la UNED (10% de los alumnos matriculados online), la UOC-Universitat Oberta de Catalunya (3,15%) y UNIR (0,11%).

¿QUÉ PRODUCTOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS

Diseño instruccional y curricular del curso
Adaptación de material ya existente a la plataforma *e-learning*: libros, manuales, guías, etc.)
Elaboración de contenidos creados específicamente para la formación online
Implementación final de los formatos requeridos por el cliente
Difusión a partir de la cartera de clientes
Presentación de los contenidos en varios formatos: CD o DVD-Rom, ebook, PDF u otros solicitados por el cliente, además del específico para *elearning*

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Tramitación de bonificación de la Fundación Tripartita
Gestión de homologaciones oficiales
Asesoramiento en la difusión de los cursos
Desarrollo de tecnología *ad hoc*

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE CONTENIDOS PARA LA FORMACIÓN ONLINE TIPO

CNAE/SIC	80.22
IAE	Agrupación 932
Condición jurídica	Sociedad Limitada / Autónomo
Facturación	90.000 euros
Localización	Zonas urbanas
Personal y estructura organizativa	1 Emprendedor
Instalaciones	Oficina administrativa
Clientes	Empresas, instituciones públicas y privadas. Particulares
Herramientas promocionales	Labor comercial, página web propia, presencia en redes sociales, boca-oído, anuncios en directorios comerciales
Valor de lo inmovilizado/Inversión	14.000 euros
Importe gastos anuales	40.500 euros
Resultado bruto (%)	4%

RECOMENDACIONES

Crear espacios virtuales para compartir información y fomentar la participación del alumnado y permitir la integración con otras aplicaciones, como redes sociales.

Establecer un protocolo de atención al alumnado vía online.

Consolidar un equipo docente multidisciplinar de alta calidad para convertir a la empresa en un referente en diferentes temas.

ENLACES DE INTERÉS

www.educacion.gob.es · www.cefe.gva.es · www.anced.es · www.aefol.com · www.apel.es