



## Aprendizaje en línea:

### Tendencias globales para 2017-2021

En 2015 el mercado de aprendizaje y desarrollo en línea equivalía a 165 mil millones de dólares y para 2023 se estima que crezca hasta 240 mil millones. El mercado evoluciona y cambia; cada vez más usuarios en los ámbitos académico y organizacional aprecian las ventajas del aprendizaje en línea y el tipo de experiencia que tienen mejora de manera constante. Sin embargo, la obsolescencia tecnológica y la rotación del personal pueden convertirse en peligros para el desarrollo del área.

Estados Unidos es el país donde más nuevas empresas de educación virtual se crean, seguido por India, China y Gran Bretaña. El crecimiento está asociado al hecho de que muchas organizaciones han visto en el aprendizaje en línea una solución a sus problemas de presupuesto y productividad, ante la introducción de tecnologías sociales, móviles, analíticas y basadas en la nube. Llegar a una población mucho más amplia a una fracción del costo que la educación presencial constituye un atractivo importante. Otro incentivo es la tendencia creciente de las personas a formarse por iniciativa propia, para abordar sus necesidades de capacitación laboral. De acuerdo a una encuesta

de Pew Research Center, 73% de los adultos se consideran aprendices de por vida y 63% de los que trabajan tomaron un curso en los pasados 12 meses para mejorar sus aptitudes.<sup>i</sup>

Se prevé que el mercado de plataformas tecnológicas se incremente, de 3 mil millones de dólares, a una tasa anual compuesta de entre 19 y 24% para 2020. También se han movido los servicios hacia la nube: en 2016 se estima que dicha migración haya sido de 11 mil millones de dólares y para 2020 se espera que sea de 216 mil millones.

Existe una clara tendencia hacia el crecimiento del mercado de la capacitación laboral. Se identifican cinco momentos de necesidad de aprender: al hacerlo por primera vez y ante el deseo de saber más (que corresponden a educación formal); al intentar recordar, cuando el panorama cambia y cuando algo no sale bien (que se refieren a los apoyos al desempeño en el trabajo).

En cuanto a los contenidos, actualmente la mitad se elaboran de manera específica para atender las necesidades de los clientes y se relacionan casi siempre con ventajas competitivas de la organización. Acuden a proveedores locales, globales o usan MOOCs (por ejemplo, 1-800-Flowers abrirá un portal en Udemy para que los floristas asociados tomen cursos de administración y específicos de su área). La otra mitad se compone de cursos ya desarrollados que se adoptan porque son más genéricos. LinkedIn en 2016 realizó su mayor adquisición: lynda.com, una empresa que ofrece cursos en un amplio espectro de temas. De acuerdo a un informe de Research and Markets, el mercado de herramientas de autoría que permite la creación de cursos en línea sin la intervención de especialistas en tecnología crecerá a una tasa compuesta de 7.72% entre 2016 y 2020. Hasta ahora los principales proveedores son Articulate e iSpring, pero la oferta se amplía rápidamente. Los clientes buscan diseño responsivo, mayor uso de video y creación de contenido generado por el usuario. xAPI, que permite capturar *big data* sobre el desempeño del usuario relativo al contenido instruccional, será cada vez más importante.

Las mayores tendencias incluyen: tecnologías sociales que implican interacción antes, durante y después del evento de formación; aprendizaje personalizado, aprendizaje móvil y microaprendizaje (a través de experiencias que duran entre tres y

cinco minutos para atender necesidades específicas); MOOCs, juegos y gamificación; y tecnologías ponibles (vestido o accesorios, cuyo mercado se espera que crezca a un ritmo anual de 46% hasta 2020).

Docebo. (2016). *eLearning market trends and forecast 2017-2021*. Recuperado de:  
<https://www.docebo.com/elearning-market-trends-report-2017-2021/>