

L'empresa GEC

L'estimable valor de l'aprenentatge informal

INTERNACIONALITZAR-SE • La consultora virtual vol fer un 40% del seu negoci als mercats globals el 2012 **REEQUILIBRI** • Guanyen pes la formació virtual i les comunitats en pràctica per damunt de la presencial

NOM DE L'EMPRESA:
GEC

FORMA JURÍDICA:
Societat anònima

DATA DE NAIXEMENT: **1996**

ESPECIALTAT:
Gestió del coneixement i formació virtual

SEU: **Barcelona**

NOMBRE DE TREBALLADORS:
100

XIFRA DE NEGOCI:
10.000.000

MERCATS:
Unió Europea



Francesc Fàbregas, director general de GEC, a les oficines centrals ■ AVUI

Jordi Garriga
BARCELONA

Amb la gestió de més de 200.000 usuaris en 65 entorns virtuals, la barcelonina GEC va pel camí de convertir-se en líder europeu de l'*e-learning*, o sigui que, tal com preveu el seu pla estratègic, el 2012 pot realitzar un 40% del seu negoci fora del mercat espanyol, amb l'obertura d'oficines a Londres i París.

La intenció d'internacionalitzar l'empresa va germinar fa cinc anys, com assenyalava el director general, Francesc Fàbregas: "Ens

vam adonar que els nostres clients són grans empreses, que tenen molts empleats escampats arreu i connectats en xarxa".

L'eina mestra de GEC és Virta-
gora, una plataforma tecnològica d'aprenentatge que serveix tant per dispensar i administrar la formació com per articular les comunitats en pràctica, una clara aposta de l'empresa sobre la qual ha concentrat molts esforços. "La formació convencional—explica Fàbregas—la dona un tècnic extern que ve i et forma, i a GEC pensem que molts coneixements poden venir dels teus propis companys, però cal

una plataforma que sigui capaç de fer aflorar el coneixement dispers que circula entre els treballadors d'una mateixa empresa". Certament, una de les darreres tendències és l'aprenentatge informal, o com les organitzacions poden trobar l'expertesa sobre un tema determinat al si de la mateixa empresa. "Ajudes el treballador *in situ* i fas sentir satisfet l'empleat a qui s'ofereix l'oportunitat d'ajudar. D'aquesta manera, l'organització es fa més compacta", assegura Fàbregas. Aquests cursos van adreçats a comercials, als quals se'ls suposa un irreductible afany competitiu.

Però en involucrar-los en un grup de persones que comparteixen una pràctica, uns reptes i un problema, com a conseqüència de la interacció entre els integrants d'una comunitat, "es trenca la inèrcia egoista de no voler compartir el que saps", segons afirma el director general de GEC. Val a dir que els temps de l'economia actual exigeixen una formació contínua, que mai es pot donar per closa. Així doncs, "és tal la necessitat de formació que cal ajudar-se". Un exemple el tenim en la comunitat de comercials de Skoda a l'Estat espanyol, que, gràcies a la plataforma de GEC, poden compartir coneixements sobre la xarxa de concessionaris, quina és la millor manera de vendre un cotxe determinat i discutir sobre les especificacions tècniques de cada model.

Queda clar que, perquè una comunitat com aquesta funcioni, "cal intentar que qualsevol dubte mereixi una resposta, cal dinamitzar-les constantment, fent, per exemple, que cada mes surti la millor pràctica sobre una qüestió rellevant, o sintetitzar els debats perquè els integrants del grup puguin recordar la discussió". GEC té clients en sectors com banca, assegurances, automoció, telecomunicacions, telecomunicacions, *utilitats* i salut.

Nous temps

Segons l'enfocament de GEC, un 40% de la formació ha de ser virtual; un 30%, presencial, i un altre 30%, de comunitats en pràctica. La crisi està reorientant la formació: la dificultat per pagar experts fomenta que la formació virtual i la comunitat en pràctica guanyin pes de mica en mica. Un camp molt important a GEC és produir continguts per a la formació: l'any passat es van realitzar 2.600 hores de producció de continguts a mida, de les quals 600 hores es poden transmetre per mitjans com el podcast i el mòbil. ■