

# A CONTRIBUIÇÃO DA EAD NAS UNIVERSIDADES CORPORATIVAS

MARINGÁ/PR MAIO/2017

PRISCILA APARECIDA DE ALMEIDA - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ - priscilaapa91@hotmail.com

VANESSA CRISTINA RODRIGUES - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ -  
vanessa\_16\_cristina@hotmail.com

**Tipo: INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA (IC)**

**Natureza: PLANEJAMENTO DE PESQUISA**

**Categoria: MÉTODOS E TECNOLOGIAS**

**Setor Educacional: EDUCAÇÃO CORPORATIVA**

## RESUMO

*As Universidades Corporativas (UCs) são frutos do pleno avanço das novas tecnologias da informação e da comunicação na década de 1990. Nesse período de grandes mudanças, as empresas decidiram investir em seu capital intelectual para se manterem competitivas no mercado. As UCs ganharam espaços nos campos das instituições como recurso de formação, porém o grande desafio enfrentado pelas médias e grandes empresas é o de promover a educação/aprendizagem contínua e permanente a todos os seus colaboradores, levando em consideração diferenças geográficas, temporais e até culturais. Assim, a Educação a Distância (EAD) surge como uma das principais soluções para este desafio devido os seus benefícios, que proporcionam a produção e a distribuição de conhecimento via Internet. Com essa perspectiva, este artigo visa analisar a contribuição da EAD no processo de capacitação dos colaboradores das UCs elencando os principais benefícios gerados por ela. De forma que os resultados obtidos pela pesquisa contribuam para que empresários invistam com mais confiança nessa modalidade e alcancem seus objetivos. A metodologia utilizada para a realização deste artigo foi discorrida a partir de uma pesquisa qualitativa de cunho bibliográfico e descritivo. Como conclusão, foi possível verificar que a EAD vem auxiliando a educação corporativa a adequar-se à realidade do ambiente profissional, oferecendo rapidez, agilidade, conteúdo adequado, disponibilidade de informação no momento necessário, acesso livre de qualquer lugar, número ilimitado de pessoas participantes e redução de custos.*

**Palavras-chave: Universidades Corporativas; Educação a Distância; Contribuição;**

## 1 INTRODUÇÃO

Na era do conhecimento se contempla o pleno avanço das novas tecnologias da informação e da comunicação. Por outro lado, hoje se vivencia um período de estagnação econômica, decorrente da alta dos preços e o baixo crescimento do Produto Interno Bruto (PIB). Assim o grande desafio das organizações é manter a sua competitividade em um mercado que está cada vez exigente.

Nesse cenário, empresários reconheceram que investir em seu capital humano é a decisão mais viável no momento, pois as pessoas fazem com os objetivos das organizações sejam alcançados, ou seja, são elas que conduzem os negócios, produzem e prestam serviços. Segundo Chiavenato (2010) as organizações mais bem sucedidas investem em treinamento e desenvolvimento para garantir bons retornos. Sendo assim, podemos afirmar que, treinar não é uma despesa, mas sim um investimento de retorno garantido.

Devido a grande necessidade das empresas em capacitar, qualificar e de aperfeiçoar sua mão de obra surgiram as Universidades Corporativas (UCs). No Brasil o grupo Accor fundou a primeira UC em 1992, na cidade de Campinas, São Paulo. De acordo com Eboli (2004) as UCs tem a missão de formar e desenvolver talentos no âmbito organizacional por meio do processo de aprendizagem continua. Esse modelo tem como objetivo principal de melhorar competências humanas e empresarias que possam contribuir para avanço e competitividade dos negócios.

Nas últimas décadas a educação corporativa vem tendo forte crescimento, sendo que ao longo desse período, organizações aderiram à ideia de criar sua própria universidade corporativa. Algumas investiram em infraestrutura na sua matriz outras buscaram parcerias com grandes instituições de ensino superior.

Porém, as empresas de grande porte se depararam com o problema de oferecer capacitação aos seus funcionários considerando diferenças geográficas, culturais e políticas. Nesse processo de disseminar o saber, as mesmas buscaram soluções nos métodos de aprendizagem a distância, no qual seria possível oferecer treinamentos sem haver a necessidade de deslocamento do posto de trabalho.

Deste modo, este trabalho busca analisar a contribuição da educação a distância no processo de capacitação dos colaboradores das universidades corporativas elencando

os principais benefícios gerados por ela. Assim, os resultados obtidos pela pesquisa podem contribuir para que empresários invistam com mais confiança nessa modalidade e alcancem seus objetivos esperados.

Este artigo está assim subdividido: primeiramente será conceituado Universidades Corporativas, em seguida será abordado seu histórico e a sua relação com a Educação a Distância, encerrando com as considerações finais.

## 2 UNIVERSIDADES CORPORATIVAS

Após a Revolução Industrial, a sociedade passou por uma grande mudança no qual seu foco deixou de ser industrial para serviços e logo em seguida sua atenção estava voltada para a informação. A Era do Conhecimento e da Informação na década de 1980 é marcada pelo avanço das novas tecnologias de comunicação, e acompanhar tais mudanças com a competitividade acirrada era o grande desafio enfrentado pelas empresas da época (CHIAVENATO, 2010).

Nesse contexto, os empresários precisavam de estratégias competitivas que permitisse o aumento da produtividade e, conseqüentemente, de lucro. Diante disso, a melhor saída foi investir na capacitação dos funcionários, segundo Tarapanoff (2012, p. 71) “as empresas necessitavam desenvolver competências críticas para atender as necessidades do mercado e do negócio, introduzindo a capacitação alinhada à estratégia empresarial”.

Porém, com déficit educacional o Estado encontra dificuldade de fornecer mão de obra qualificada à indústria. Dessa forma, as organizações chamaram a responsabilidade, ou seja, de acordo com Meister (1999, p. 23) “as empresas ao invés de esperarem que as escolas tornem seus currículos mais relevantes para a realidade empresarial, resolveram percorrer o caminho inverso e trouxeram a escola para dentro da empresa”. Além do distanciamento cada vez maior entre a academia a necessidade das empresas por profissionais com qualificação e competência específica outros fatores que foram decisivos para o surgimento da educação corporativa.

*Rápida obsolescência do conhecimento formalmente adquirido;*

Necessidade de aprendizado e reciclagem continua nas empresas diante da dinâmica do mercado;

Necessidades de aquisição de novos conhecimentos e competências específicas;

Necessidades de treinamento dessas competências em larga escala (TARAPANOFF, 2012, p. 72).

As empresas criaram seus próprios centros de capacitação, com o foco no treinamento e desenvolvimento do seu pessoal. Assim surgiram as Universidades Corporativas (UCs), que segundo a autora “é um guarda-chuva estratégico para o desenvolvimento e a educação de funcionários, clientes e fornecedores, buscando otimizar as estratégias organizacionais” (MEISTER, 1999, p. 8).

Portanto, a Universidade Corporativa surge como objetivo maior de desenvolver um conjunto de competências profissionais, técnicas e gerenciais consideradas essenciais pelo mercado. Munhoz (2015) declara que de certa forma ela está voltada para oferecer um complemento de formação que os programas dos cursos de educação formal não preveem em seu currículo.

Até se depararem com essa situação, as organizações não se preocupavam muito com seu capital intelectual, elas viam os programas de treinamentos como mais um gasto e não como um investimento de médio a longo prazo. Chiavenato (2010) afirma que as organizações tiveram que mudar sua forma de pensar e seus comportamentos, em virtude da valorização do capital intelectual de maneira tal que diante da necessidade elas se transformaram em entidades que aprendem.

## 2.1 A EVOLUÇÃO DAS UNIVERSIDADES CORPORATIVAS

Meister (1999) afirma que a primeira universidade corporativa foi fundada pela General Electric, em 1955, com o nome de Crotonville Management Development Institute. As empresas americanas foram as pioneiras a aderirem as UC com o intuito de estabelecerem cursos para ensinar os seus profissionais a desempenhar melhor suas atividades. Tarapanoff (2012) relata que a explosão das UC aconteceu de fato a partir de 1980. Nos Estados Unidos existiam cerca de 400 universidades corporativas, em meados de 2001 já eram mais de 2.000 e, atualmente, se estima aproximadamente 3.000 unidades entre elas estão McDonald's, IBM, Microsoft, Oracle, Genral Motors, Disney, Xerox e Motorola.

No Brasil quem deu início as atividades de UC foi o Grupo Accor em 1992, na cidade de Campinas, São Paulo. Em 2002, a Accor selou uma parceria com o Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais e implementou o programa de pós graduação lato sensu, reconhecido pelo Ministério da Educação.

Segundo um levantamento do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MIDC), em 2006 foi identificado cerca de 100 UCs no Brasil (AGUIAR, 2006). Em 2009, o número ultrapassava as 200. Eboli (2004) afirma que hoje estima-se cerca de 500 universidades corporativas no país, sendo elas de organizações brasileiras ou multinacionais, tanto na área pública quanto na área privada. No Brasil, as mais conhecidas são as do Banco do Brasil, da Petrobras, da Caixa Econômica Federal, da Datasul, do Serpro e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

### 3 UNIVERSIDADES CORPORATIVAS E A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

A educação corporativa e a Educação a Distância (EAD) tem uma relação muito estreita: ambas estão em pleno crescimento devido à aceitação por parte do seu público alvo. Em especial é possível observar que a educação a distância além de ganhar espaço nos campos acadêmicos e escolares, encontrou espaço para seu crescimento também nos campos corporativos na década de 1990.

As médias e grandes empresas, pensando em atender um número maior de pessoas, aderiam a EAD em seus processos educacionais. Em 2007, estimou-se que 50% das UCs americanas e europeias faziam uso regular de projetos em EAD. Enquanto no Brasil, segundo os dados obtidos pelo Anuário Brasileiro Estatísticos de Educação Aberta e a Distância (SANCHEZ, 2007), cerca de 70% das empresas que investiam em educação corporativa faziam o uso da EAD em particular o e-learning. Normalmente os termos educação a distância, educação on-line e e-learning são utilizados como sinônimos, porém eles afirmam que existem diferenças conceituais que não podem ser desconsideradas (LITTO; FORMIGA, 2009).

Assim sendo, Litto e Formiga (2009) definem a educação a distância como sendo qualquer forma de educação ou treinamento realizados não presencialmente, assim podem ser por meio de correspondência postal ou eletrônica, rádio, fax, televisão, telefone, computador e internet, além disso, a EAD tem como principal característica a distância física e temporal entre professor e o aluno.

Já educação on-line é uma forma de educação a distância realizada via internet, onde se utiliza a mesma para realizar a rápida distribuição das informações como também concretizar a interação entre as pessoas, onde a comunicação pode ser síncrona (interação em tempo real) e assíncrona (interação feita em tempos diferentes).

Referente o e-learning, Litto e Formiga (2009) afirmam que é uma modalidade da educação a distância que utiliza as tecnologias da internet para fornecer um conjunto de soluções que melhoram o conhecimento e desempenho. As empresas podem optar por utilizar o e-learning em sua metodologia de ensino, na modalidade de imersão total ou misto, que inclui atividades presenciais e virtuais.

Logo, a tendência é que a educação corporativa utilize a Internet como suporte. Seleme e Munhoz (2011, p. 42) ressalta que nesse caso é necessário: “estrutura tecnológica interna ou externa, estrutura comunicacional, sistema de controle de aprendizagem, conhecimento dos princípios da EAD e pessoal profissional qualificado”. Além disso, também é fundamental que a empresa insira o conceito de tecnologia aos seus colaboradores, para que eles tenham estímulo e motivação à participar dessa modalidade de ensino. Os autores afirmam que é muito importante o comprometimento de todos para que os resultados sejam significativos.

### 3.1 BENEFÍCIOS PROPORCIONADOS PELA A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Segundo Rosenberg (2002) a EAD surge como uma das principais soluções para a capacitação de colaboradores nas médias e grandes organizações. De acordo com mesmo autor, a adoção dessa modalidade nos cursos oferecidos pelas organizações tem obtido um considerável aumento, dentre os principais motivos para isso podemos citar: o elevado custo da educação tradicional, em instituições particulares renomadas; a fixação de horários; a grande relevância de uma formação continuada; as limitações quanto ao espaço, que por vezes impede o deslocamento de colaboradores; a evolução das tecnologias de comunicação.

A EAD é uma modalidade de ensino que oferta a informação, fazendo uso de um conjunto de mecanismos para criação e compartilhamento de conteúdos via Internet. Essa modalidade possibilita o ensino e a aprendizagem dos participantes. O aluno que no caso das organizações em sua maioria são os colaboradores, eles aprendem de acordo com o ritmo e tempo de cada um, a partir de conteúdos antecipadamente elaborados pela própria organização. De acordo com Eboli (2004) por intermédio da EAD é possível superar os possíveis empecilhos e aumentar as possibilidades dos recursos investidos, o alcance dos funcionários e a propagação dos valores e da cultura da organização. Por isso, a EAD, via Internet, está cada vez mais sendo aceita como um elemento para gestão do conhecimento organizacional.

O uso intensivo de tecnologia pode ser importante aliado para as práticas de educação corporativa, possibilitando ações educacionais por meio da EAD. Para Rosenberg (2002), a técnica de educação a distância mais conhecida é o e-learning e segundo ele essa técnica pode trazer vários benefícios para as organizações usuárias como: redução de custos com viagens, hospedagens e deslocamentos; diminuição de tempo que as pessoas demoram para ser treinadas; redução da necessidade de infraestrutura; mensagens consistentes e customizadas; o conteúdo pode ser atualizado com facilidade e rapidez, acesso livre de qualquer lugar em qualquer horário; construções de comunidades que permite o compartilhamento de conhecimento; número ilimitado de pessoas participantes e o número de alunos podem aumentar com pequeno esforço e custo incremental.

Um grande aliado da EAD é o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), Almeida (2003, p. 239) define como:

*[...] sistemas computacionais disponíveis na Internet destinados ao suporte de atividades mediadas pelas tecnologias da informação e da comunicação. Permitem integrar várias mídias, linguagens e recursos, apresentar informações de maneira organizada, desenvolve interação entre as pessoas e objetos de conhecimento, elaborar e socializar produções tendo em vista atingir determinados objetivos.*

Os AVAs são recursos importantíssimos para a educação permanente, na prática eles estão fortalecendo e ampliando as melhores práticas nas UCs, uma vez que fortalecem e ampliam os benefícios advindos do e-learning entre os quais destacam:

*Cursos on-line e disponibilizados em AVA, quando devidamente elaborados, aguçam a curiosidade e o desejo de saber mais, facilitando assim a pesquisa, o auto desenvolvimento e o comprometimento com o objetivos dos programas.*

A prática por meio de simulação aumenta a capacidade perceptiva, diminuindo as margens de erro na prática cotidiana.

O aprendizado em grupo e a gestão do conhecimento diminuem barreiras, aproximam as pessoas e abrem caminho para a busca de soluções.

A possibilidade do feedback diminui as eventuais rotinas causadas pela distância e pelo tempo (LITTO; FORMIGA, 2009, p. 96).

Os AVAs tem a necessidade de serem flexíveis, no intuito de oportunizar uma melhor relação de trabalho adjunto entre os participantes. Neste sentido, a melhor tecnologia sozinha não assegura que as ações desenvolvidas pelas UCs tenham um desfecho positivo, o foco desse processo, portanto, são as pessoas envolvidas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Era do Conhecimento e da Informação na década de 1980 é marcada pelo avanço das novas tecnologias de comunicação. Nesse contexto de grandes mudanças, para uma organização enfrentar o sistema competitivo do mercado precisa estar munida de estratégias transformadoras que apresentem vantagens em relação à concorrência. Uma das formas para isso é reconhecendo que os recursos humanos são o diferencial para atingir uma performance organizacional satisfatório.

Nas últimas décadas, inúmeras organizações desenvolveram a educação corporativa por meio das Universidades Corporativas, com o intuito de renovar o processo de capacitação e desenvolvimento de seus colaboradores, agregando valor e reconhecimento de mercado.

Atualmente, há centenas de UCs de organizações brasileiras e a tendência é que esses números cresçam a cada ano. Muitas dessas organizações para se desenvolverem, buscaram parcerias com instituições de ensino superior devido o não reconhecimento de seus cursos pelo Ministério da Educação. O que ajudou impulsionar ainda mais esse crescimento foi a junção da educação corporativa e a Educação a Distância, pois essa modalidade possui facilidades que contribuem para a produção e disseminação do conhecimento.

Esse estudo procurou demonstrar os benefícios gerados pela Educação a Distância nas práticas do ensino corporativo. E, diante de todos os fatos pesquisados, é possível indicar que há um crescimento expressivo na utilização da modalidade a distância nas UCs brasileiras.

Empresas de porte médio e grande, com filiais em diferentes lugares, enfrentavam o desafio de capacitar e aperfeiçoar seu pessoal, por causa das diferenças geográficas, culturais e temporais existentes. Assim, constata-se que com a prática da EAD, no âmbito corporativo, foi possível disponibilizar conteúdos, treinamentos, cursos via Internet para todos. Custos foram reduzidos, pois investimentos com viagens, hospedagens, deslocamentos e infraestrutura já não são necessários. Além disso, constata-se também que empresas que investiram em educação corporativa à distância alcançaram taxas menores de rotatividade e absenteísmo, além do fato que seus funcionários estão mais motivados.

Diante disso, o propósito do artigo foi alcançado, de modo confirmou a contribuição da Educação a Distância na metodologia das Universidades Corporativas. A EAD vem



auxiliando a educação corporativa a adequar-se à realidade do ambiente profissional, oferecendo vários benefícios como: rapidez, agilidade, conteúdo adequado, disponibilidade de informação no momento necessário, acesso livre de qualquer lugar, número ilimitado de pessoas participantes e redução de custos. Conclui-se que tanto empresa quanto funcionário estão sendo beneficiados com essa relação.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, A. Atividades de educação corporativa no Brasil: análise das informações coletadas em 2006 pela secretária de Tecnologia Industrial (STI) do Ministério Desenvolvimento Industrial e Comércio Exterior (MDIC). Brasília. MDIC, 2006.

ALMEIDA, M. E. Educação, ambientes virtuais e interatividade. São Paulo: Loyola, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

EBOLI, Marisa. Educação corporativa no Brasil: mitos e verdades. São Paulo: Gente, 2004.

LITTO, Fredric Michael; FORMIGA, Manuel Marcos Maciel. Educação a distância, o estado da arte. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

MEISTER, Jeanne C. Educação corporativa – A gestão do capital intelectual através das universidades corporativas. São Paulo: Makron Books, 1999.

MUNHOZ, Antonio Siemsen. Educação corporativa: desafio para o século XXI. Curitiba: Intersaberes, 2015.

ROSENBERG, M. E-learning: estratégias para a transmissão do conhecimento na era digital. São Paulo: Makron Books, 2002.

SANCHEZ, Fabio (Org.). Anuário Brasileiro Estático de Educação Aberta e a Distância, 2007. 3. ed. São Paulo: Instituto Monitor, 2007.

SELEME, Roberto Bohlen; MUNHOZ, Antonio Siemsen. Criando universidades corporativas no ambiente virtual. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

TARAPANOFF, Kira (Org.). Aprendizado organizacional: contexto e propostas. v. 2. Curitiba: Intersaberes, 2012.