

UNIVERSIDADES CORPORATIVAS: UM BREVE ESTUDO

[2011]

Laysa Rodrigues Viana

Graduanda do 10º semestre de Psicologia

laysa.viana@gmail.com

Maria José Menezes Cotrim Batisti

Graduanda do 10º semestre de Psicologia

mara_missoes@hotmail.com

RESUMO

As empresas, ao longo do seu processo de crescimento e desenvolvimento, vão naturalmente criando inúmeras estratégias para se tornar cada vez mais competitiva no mercado de trabalho. Considerada uma estratégia atual no mundo corporativo, as Universidades Corporativas (UC's) caracterizam-se como espaços educacionais dentro da empresa que visa proporcionar desenvolvimento de pessoas, assegurando através disto, vantagens competitivas à empresa. Este artigo, caracterizado como exploratório, discorre a respeito das UC's que tem por objetivo relatar um breve estudo sobre as UC's de modo que se possa caracterizá-la, além de sinalizar as diferenças entre estas e as universidades tradicionais, bem como levantar as críticas em relação à sua metodologia. Os resultados encontrados na pesquisa mostram que ainda é preciso uma aproximação dos moldes proposto pela teoria de Meister (1999) para Universidades Corporativas, pois muitas empresas ainda adotam as mesmas apenas em caráter de modismo ou para cobrir lacunas dos antigos departamentos de treinamento.

Palavras-chave: treinamento; desenvolvimento; universidades corporativas.

INTRODUÇÃO

Nos dias atuais as empresas buscam várias formas de aprendizagem organizacional. Ao longo dos anos, as organizações foram criando e aprimorando processos de aquisição de conhecimentos, pois devido às necessidades constantes de inovação, agilidade e competitividade,

fez-se necessário uma ferramenta que as colocassem em posição de vantagem no mercado de trabalho.

As empresas passaram a investir em ferramentas que enfatizassem o desenvolvimento de pessoas, que efetivamente não apresentam lucro direto, mas viabilizam ganhos secundários, como qualidade, foco no resultado e sustentação do desenvolvimento estratégico das empresas. As organizações passam a gerenciar o conhecimento por meio da criação de universidades próprias, denominadas Universidades Corporativas (UC), que focam competências específicas e aprendizado coletivo, propiciando vantagem competitiva para as organizações.

Diante de um tema consideravelmente novo, os estudos sobre o assunto não se esgotaram, e o termo tem sido empregado de maneira indiscriminada por diferentes organizações, gerando contradições, questionamentos e críticas.

Diante disto, o objetivo desse artigo é discorrer a respeito das Universidades Corporativas, caracterizando-as e descrevendo a sua funcionalidade. Para que atenda ao objetivo que se propõe, foi realizada uma pesquisa de cunho exploratório em revisões bibliográficas. Consideramos relevante a discussão do tema abordando inicialmente a importância do aprendizado organizacional, o enquadre destas UC's no sub-setor de Treinamento e Desenvolvimento (T&D), além de citar as críticas e questionamentos sobre a eficácia destas Universidades Corporativas.

O PROCESSO DE APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

A aprendizagem tem ocupado espaço considerável em discussões em todo o âmbito acadêmico; porém não se trata de um tema novo, nem mesmo quando inserida na organização.

Segundo Malanovicz (2008), aprendizagem organizacional pode ser entendida como um processo de apropriação de novos conhecimentos nos níveis individual, grupal e organizacional, envolvendo todas as formas de aprendizagem – formais e informais – alicerçados em uma dinâmica de ação e reflexão sobre as situações problemas e voltado para o desenvolvimento de competências gerenciais.

O conceito de Aprendizagem Organizacional é bastante complexo, pois se apropriam de um leque de referenciais teóricos como psicologia, sociologia, antropologia, cultura, metodologia e gestão. Vale ressaltar que a aprendizagem precisa fundamentalmente de condições necessárias no ponto de vista da cultura organizacional, por ser uma construção social e o processo envolve o compartilhamento de informações e custos (Ulrich, 1998).

Abordamos a questão de muitas vezes o investimento na aprendizagem organizacional não fazer parte da empresa, daí a atitude de muitos profissionais investirem pessoalmente no auto desenvolvimento, financiando seus próprios programas de aperfeiçoamento, uma vez que a empresa está alheia a esta necessidade.

As empresas, ao longo do seu processo de crescimento e desenvolvimento, vão naturalmente criando e aprimorando conhecimentos e experiências que podem ser considerados como integrantes de um processo de aprendizagem. Várias são as formas de aprendizagem organizacional e muitas delas vêm sendo praticadas há algum tempo.

Para Alperstedt (2001) a aprendizagem organizacional pode ser passiva, quando as empresas aprendem a operar a produção e vão melhorando os seus processos a partir de suas próprias experiências, alimentadas por informações advindas do mercado e da concorrência; e podem ser ativas, quando ocorre por meio de mudanças, de análise de desempenho, de treinamentos, de contratação e de busca de parceiros.

São formas de aprendizagem organizacional: A introdução de novas tecnologias ou qualquer outro elemento que aponte a necessidade de mudança estrutural ou processual; a análise de desempenho que aprecia o comportamento de determinados índices para que possam manter ou corrigir; a contratação, pois a empresa precisa agregar na sua estrutura e processos o potencial representado pelo contratado; a busca de parceiros e redes de alianças para que possam cooperar com fins estratégicos; e um dos principais métodos de aprendizagem que é o treinamento e desenvolvimento de funcionários, tanto no nível individual como de grupo (Alperstedt, 2000)

Para Brandão (2006) o treinamento, seja ele específico ou de desenvolvimento, é um dos recursos utilizados pela empresa que caracteriza uma aprendizagem organizacional. Visando o aperfeiçoamento de desempenhos, aumento da produtividade e das relações interpessoais, o treinamento prepara o potencial humano frente às inovações tecnológicas e as constantes mudanças do mercado de trabalho, sendo indispensável para a busca da qualidade total. Segundo Boog (2001) o treinamento começa como resposta a uma necessidade ou a uma oportunidade de aprendizagem em um ambiente organizacional.

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO: PRINCIPAIS DIFERENÇAS

Uma empresa naturalmente amplia seus conhecimentos através de experiências e informações e desta forma vai aprimorando o processo de aprendizagem. Destacaremos a

aprendizagem que ocorre principalmente via processos de treinamento e desenvolvimento numa empresa e a diferença encontrada nesses dois processos.

Vários são os conceitos para treinamento, Lacerda (2003) definiu treinamento como uma aquisição sistemática de atitudes, conceitos, conhecimentos, regras ou habilidades que resultem na melhoria do desempenho no trabalho, obtidos por meio da análise de tarefas e princípios da tecnologia instrucional. Para a autora o treinamento é visto como um esforço planejado de uma organização para facilitar a aprendizagem de comportamentos exigidos pelo trabalho.

Segundo Chiavenato (1999), treinamento é considerado um meio de desenvolver competências nas pessoas para que se tornem mais produtivas, mas criativas e inovadoras a fim de contribuir melhor para os objetivos organizacionais e se tornarem cada vez mais valiosas, tendo como foco desenvolver certas competências desejadas pela organização. O treinamento é direcionado, segundo Chiavenato (2010) para o presente, ou seja, orientado para melhorar as habilidades e competências para aquele cargo atual, tendo um processo cíclico e contínuo composto de quatro etapas, que são: a) diagnóstico, que é o levantamento das necessidades; b) desenho, que é a elaboração do projeto; c) implementação, que é a execução do programa e d) avaliação que é a verificação dos resultados.

O desenvolvimento de pessoas está focalizado em geral para cargos que serão ocupados, daí serão desenvolvidas habilidades e competências que serão requeridas. Ambos, treinamento e desenvolvimento (T&D) constituem processos de aprendizagem.

Vale ressaltar que há diferença entre treinamento e desenvolvimento, pois segundo Chiavenato (1999), o método é parecido, porém a perspectiva de tempo é diferente, pois enquanto o treinamento está focado para o cargo atual, buscando as melhorias nas habilidades para o desempenho do cargo imediato o desenvolvimento tem como objetivo os cargos futuros e as novas habilidades que serão requeridas.

Deming (1990) aponta a urgência de políticas efetivas de desenvolvimento de pessoas, reforçando a necessidade da adoção do conceito de educação no contexto empresarial. A proposta da educação corporativa visa ampliar as possibilidades dos indivíduos na empresa, não só habilitando-os para as tarefas, como também alargando seus horizontes profissionais e de vida.

No início da década de 90 deu-se início a ascensão do desenvolvimento de pessoas ao nível de estratégia empresarial. As organizações passam por um movimento em tornar-se o que convencionalmente foi chamado de organização de aprendizagem (Senge, 1990).

Segundo Chiavenato (2004), desenvolvimento é um conjunto de atividades que objetiva explorar o potencial de aprendizagem e a capacidade produtiva das pessoas, visando mudança de

comportamento e atitudes bem como aquisição de novas habilidades. A educação corporativa é um dos recursos utilizados pela área de desenvolvimento de pessoas dentro de uma empresa.

METODOLOGIA

Este trabalho caracteriza-se como descritivo, pois tem por premissa buscar a resolução de problemas melhorando as práticas por meio de observação, análise e descrições objetivas. A pesquisa discorre sobre tema pouco explorado na área de Psicologia Organizacional e é de caráter qualitativo, pois tem como objetivo observação, compreensão e significado ao longo do seu desenvolvimento; além disso, não busca enumerar ou medir eventos e, geralmente, não emprega instrumentos estatísticos para análise de dados. Utilizou-se a pesquisa bibliográfica como meio para obter respostas que fundamentem a problema. A revisão literária foi feita através de um estudo sistemático em diversos artigos que tratam do assunto, para a fundamentação teórico-metodológica do trabalho.

UNIVERSIDADES CORPORATIVAS: UM BREVE ESTUDO

O contexto de surgimento das universidades corporativas

Para Ulrich (1998), implantar Universidades Corporativas justifica-se, pois num ambiente empresarial global, variável e exigente tecnicamente, encontrar, desenvolver e manter pessoas talentosas é o campo de batalha das empresas. Os novos modelos de gestão exigem um perfil do colaborador ativo, dinâmico e corajoso e essa nova tendência trouxe uma necessidade de criar estratégias para se manter competitiva no mercado de trabalho. Neste momento, a empresa resolve investir na educação permanente.

A proposta inicial do surgimento da UC era uma educação contínua promovida pela empresa, como forma de complementar o gerenciamento do aprendizado e um serviço educacional voltado ao público interno nas organizações. Derivadas dos departamentos de Treinamento e Desenvolvimento (T&D), a UC tornou-se ascendente na metade do século XX, e o aprendizado se transformou num processo ininterrupto, de modo que os funcionários se mantivessem atualizados com os avanços tecnológicos e com a competição globalizada (Branco, 2006).

O surgimento das Universidades Corporativas não é recente. Apesar de Ricardo (2007) considerar que em 1920 a General Motors (GM) incorporou uma escola noturna para a indústria automobilística e que durante 56 anos ajudou a transformar a GM na maior montadora do planeta, a maioria das pesquisas confirmam que a primeira implantação aconteceu em 1955, na General Electric (GE), nos Estados Unidos. Ainda assim, foi apenas na década de 90 que as universidades corporativas ganharam força e passaram de 400 empresas para 2000 nos dias atuais, incluindo de indústrias de tecnologia de ponta, serviços financeiros, telecomunicações e saúde. Dentre as pioneiras no mercado internacional estão a Disney, McDonald's, Motorola, Arthur Andersen e General Motors (Vergara, 2000).

Pode-se dizer que o conceito é antigo, porém o seu crescimento é recente. Empresas como Carrefour e Thomson criaram suas UC's recentemente e inúmeras outras empresas, como Lufthansa, Deutsche Bank constituíram suas UC's nos últimos dez anos (Vergara, 2000).

No Brasil, a UC surge em 1987 com a Universidade Corporativa da Amil, que atua no ramo de assistência médica e em seguida, em 1992, a Accor também forma sua UC cuja sede brasileira foi a segunda a nascer dentre as outras filiais Accor existentes no mundo (Otranto). Atualmente, há cerca de 20 empresas brasileiras com UC próprias, dentre elas: AmBev, Algar, Bank Boston, Telemar, Datasul, Petrobrás, Motorola e Visa (Drucker, 2000).

Segundo Meister (1999), considerada a maior especialista no assunto, a Universidade Corporativa (UC) da década passada existia, principalmente, como um campus. Hoje, ela consiste em um processo e não em um local físico, ou seja, o conceito de Universidade Corporativa sofreu uma grande transformação, deixou de se prender à existência de salas de aula e passou a se referir à gestão estratégica do conhecimento.

Cabe ressaltar que as UC's surgiram mesclando dois enfoques de produção do conhecimento: a linha ideológica, que é o modo de ser e pensar; e a linha técnica ou operacional, que é modo de fazer. O objetivo então era desenvolver, nos diversos públicos e categorias profissionais que uma empresa possa interagir, os dois componentes, ideológico e operacional (Eboli, 2004).

Observa-se que a tendência de implantação de UC's nas organizações está apenas começando. As empresas estão percebendo aos poucos a necessidade de renovar a gestão de conhecimento de modo a poder contribuir com eficácia e sucesso a o desenvolvimento pessoal e empresarial, agregando valor ao crescimento da empresa.

Caracterização e funcionamento

Segundo Gomes (2004) o motivo principal para se implantar um sistema de educação corporativa é para elevar o patamar de competitividade empresarial através do desenvolvimento, da instalação e da consolidação das competências críticas empresariais e humanas. Para que isso aconteça é necessário o envolvimento, comprometimento e motivação das pessoas, pois só desta forma o sistema será simples e eficaz.

Algumas empresas têm implantado ações direcionadas para a criação e o desenvolvimento de competências junto a sua força de trabalho, mediante a implantação de cursos formais oferecido pela própria organização. Meister (1999) diz que as organizações criaram suas formas educação motivadas pela convicção de que interessa à empresa integrar o trabalho e a aprendizagem de maneira mais consistente, como forma de ampliar as habilidades de seus recursos humanos, visando à continuidade da prestação de um serviço de qualidade para a empresa.

A aplicação da Universidade Corporativa deu-se devido a necessidade investir em qualificação como elemento-chave para o desenvolvimento do diferencial competitivo. Portanto, define-se Universidade Corporativa como “um sistema de desenvolvimento de pessoas pautado pela gestão de pessoas por competências”. (Eboli, 2004).

O conceito de Universidades Corporativas tem sido debatido por inúmeros autores na tentativa de diferenciá-la das práticas normais do setor de T&D (Treinamento e Desenvolvimento). Uma das grandes defensoras da criação de UC's definem-a como: “Um guarda-chuva estratégico para desenvolver e educar funcionários, clientes, fornecedores e comunidade, a fim de cumprir as estratégias empresariais da organização” (Meister, 1999).

Para Eboli (2003) a missão de uma Universidade Corporativa consiste em formar e desenvolver talentos na gestão dos negócios, promovendo a gestão do conhecimento organizacional (geração, assimilação, difusão e aplicação), através de um processo de aprendizagem ativa e contínua.

Segundo Meister (1999), as UC's tem como objetivo “sustentar a vantagem competitiva, inspirando um aprendizado permanente e um desempenho excepcional dos valores humanos e conseqüentemente, da organização”. Já Eboli (2003) define como seu objetivo principal: “o desenvolvimento e a instalação das competências profissionais, técnicas e gerenciais consideradas essenciais para a viabilização das estratégias negociais”.

Dentro de uma empresa, a Universidade Corporativa pode ser reconhecida como um dos principais alavacadores de negócios. A UC além de garantir uma comunicação unificada e uma linguagem comum, promove uma capacitação orientada aos objetivos da organização. Essas duas características revelam os dois principais objetivos das universidades corporativas: ser agente de

mudanças na organização, e aumentar as qualificações, conhecimentos e competências relacionadas ao cargo.

De acordo com Meister (1999), para compreender a importância das Universidades Corporativas tanto como padrão para a educação superior quanto como instrumento chave para a mudança cultural, é necessário compreender as cinco forças que sustentam esses fenômenos:

1. Equipes de trabalho mais valorizadas e funcionários de base que passam a tomar decisões melhorando a comunicação da empresa;
2. Mudança de economias de escala para economia do conhecimento – da força muscular para o cérebro;
3. Constante atualização do conhecimento que proporciona mais específica e rápida aprendizagem contínua;
4. A segurança do emprego é substituída pela empregabilidade vitalícia a partir do desenvolvimento do funcionário pela empresa;
5. Forma indivíduos com uma visão global e uma perspectiva internacional dos negócios, devido à atual competição sem fronteiras.

Diante de tantos conceitos, pode-se dizer que Universidade Corporativa é uma organização que tem por finalidade desenvolver e transmitir através de treinamentos, o conhecimento essencial e específico para cada função, de modo que o sucesso da organização aconteça de forma constante.

A educação da Universidade Tradicional espera-se ser para toda vida, e na UC o conhecimento além de atender a uma determinada necessidade, tem espaço e tempo limitado, podendo cair no desuso ao sair da empresa. No entanto, para o funcionário esta ação pode ser interpretada como um investimento em sua carreira profissional, obtendo mais preparo para outras colocações no mercado de trabalho.

Há portanto, segundo Meister (1999) um “contrato psicológico” entre empregado e empregador, onde o empregador oferece oportunidades de desenvolvimento e de qualificação em troca de maior produtividade e comprometimento com a missão da empresa, e quanto mais produtivo, mais o empregado garantirá sua empregabilidade.

Segundo Eboli (2004) o papel da UC não é substituir a escola tradicional, mas sim direcionar a área de seus profissionais para as estratégias de negócios. Assim como as tradicionais tem inovado com técnicas virtuais, as UC's também desenvolvem aulas presenciais e semi-presenciais, chamadas de educação à distância. Desta forma otimiza ao máximo os recursos tecnológicos para que se cumpra de maneira efetiva os objetivos das diversas modalidades de aprendizagem (Sousa, 2010).

A educação a distância é uma das grandes armas de divulgação e consolidação das propostas das universidades corporativas, que vêm formando parcerias em estreita colaboração com as universidades tradicionais, visando a instituição de novos modelos educacionais, voltados exclusivamente para o mercado (Otranto, 2008)

As UC desenvolve uma metodologia que avalia o funcionário através de programa de créditos universitários. Estes créditos possuem validade a partir de um acordo com uma IES tradicional, a qual, a partir de créditos negociados assume a validade dos programas desenvolvidos pelas UC's como créditos reconhecidos para a obtenção do diploma (Meister, 1999). Entretanto, outras empresas já alcançaram o poder de chancela e outorgam elas mesmas os seus diplomas (Alperstedt, 2001).

Além de habilitar seus funcionários, muitas organizações extrapolam o oferecimento destes cursos, estendendo o treinamento para clientes, fornecedores, franqueados, outras empresas e até mesmo à comunidade. Aos poucos, a importância do envolvimento da trabalhador e da empresa com processos educativos vai sendo inserida nos discursos das grandes corporações e ganhando força nos pronunciamentos governamentais, intensificando a discussão sobre o papel da educação nas novas sociedades “do conhecimento” e da “informação” (Otranto, 2008).

Fronteiras entre as universidades corporativas e a universidade tradicional

Desde o início do século XII já existiam centro de aprendizagem, porém tinham mais conteúdos morais e tradicionais do que intelectuais, fato que os descaracterizam do ensino universitário (Tobias, 1969). A universidade tradicional surgiu e se desenvolveu na Idade Média de modo que garantisse o pluralismo ideológico e a liberdade de pensamento, formando não apenas profissionais, mas sujeitos políticos conscientes, com compromisso social, instrumento de desenvolvimento da sociedade.

A Universidade tradicional é compreendida por espaço físico que oferece cursos presenciais e/ou a distância que atende a estudantes para o ensino regulado pelo poder público e é aberta ao público em geral com métodos de entrada específicos. A Universidade Corporativa é inspirada no conceito de universidade devido a ser uma fonte de transmissão de conhecimento, porém é abrigada no ambiente empresarial e voltada para o desenvolvimento de funcionários, cliente, fornecedores, e até da comunidade.

A Universidade Tradicional é constituída por um sistema educacional formal, construindo alicerces de conhecimentos teóricos, sociais e metodológicos, os quais constituirão a base para o desenvolvimento das competências necessárias para a profissão escolhida. Na Universidade Corporativa não é fornecido diploma ou certificado com validade acadêmica, a menos que a

empresa faça parceira com uma Instituição de Ensino Superior (IES) devidamente reconhecida e credenciada que então validará seus cursos.

Dentro das UC's, o reitor normalmente é o principal executivo da universidade corporativa e os professores podem ser universitários ou profissionais empresariais, sejam executivos, especialistas, funcionários detentores de certas habilidades ou consultores externos. (Vergara, 2000)

As Universidades Corporativas podem ou não ter sede física. O que lhe diferencia da universidade tradicional, entre outros fatores, é o processo e não a estrutura física. Eboli (2003) apresenta outras diferenças consideráveis entre as duas universidades que são representadas no quadro abaixo (tabela 1):

Tabela 1: Principais diferenças entre Universidades Tradicionais e Corporativas.

Universidade Tradicional	Universidade Corporativa
Desenvolve competências para o mundo do trabalho.	Desenvolve competências essenciais para o mundo dos negócios.
Aprendizagem baseada em sólida formação conceitual e universal.	Aprendizagem baseada na prática dos negócios
Ensina crenças e valores universais.	Ensina crenças e valores da empresa e do ambiente de negócios
Desenvolve cultura acadêmica.	Desenvolve cultura empresarial
Forma cidadãos competentes para gerar o sucesso das instituições e da comunidade.	Forma cidadãos competentes para gerar o sucesso da empresa e dos clientes.

Fonte: (EBOLI, 1999)

Algo em comum que verifica-se nas duas universidades foi a de tempo sabático, que pode variar de um mês a um ano. Essa apropriação apresentou-se vantajosa para as empresas, pois desta forma os funcionários podem se ausentar da empresa por um período e fazer os cursos fora dela, visitar outras empresas ou realizar atividades culturais á sua escolha.

Apesar das diferenças, Brandão (2006) cita que algumas universidades tradicionais consideram as corporativas como concorrentes, mas este sentimento de ameaça vem perdendo

fôlego, na medida em que evidências práticas comprovam um processo crescente de associações entre ambas.

Vergara (2000) afirma que as Universidades Corporativas focalizam a prática das atividades empresariais. Reflexão e crítica, quando existem, normalmente estão atreladas ao “como fazer” ou ao “por que fazer”, do ponto de vista econômico. Já Ramos (2001) afirma que: as universidades corporativas tomam o nome emprestado, mas não se inspira no modelo de livre pensamento e debate de idéias, característica da academia, o que poderia evitar erros estratégicos das empresas ao aprofundar as discussões.

Atualmente, considera-se que o termo universidade corporativa é uma metáfora, que imprime marca ao desenvolvimento de pessoas nas organizações sem, no entanto, adotar fielmente valores seculares da universidade. Além de mencionar “universidade corporativa”, a literatura aponta outros termos, todos com o mesmo significado: academia corporativa, instituto de aprendizagem, organização de aprendizagem, faculdade empresarial, escola empresarial.

Diferenças entre T&D e UC

Alguns autores defendem a idéia de que a Universidade Corporativa pode ser considerada uma evolução do departamento de Treinamento e Desenvolvimento (T&D) que é um subsistema da área de Recursos Humanos. Contudo, há estudos que mostram que as UC's não se constituem em sucessoras dos T&D's porque elas não são vista como T&D e que diferem substancialmente dos tradicionais departamentos de treinamento e desenvolvimento.

Segundo Fleury e Fleury (2000), a consolidação da gestão estratégica de recursos humanos na década de 90, foi incorporando à prática organizacional o conceito de competência, como base do modelo de gestão de pessoas. Ainda que o conceito de competências não esteja acabado, devendo ser entendido como um conceito em construção, mudanças significativas nas práticas de gestão de pessoas em algumas empresas podem ser observadas.

Um departamento de treinamento tende a ser reativo, descentralizado, ou seja propõem programas de treinamento a medida que estes tornam-se necessário; a UC tem orientação proativa e centralizadora para o encaminhamento de soluções de aprendizagem para cada negócio dentro da empresa (Meister, 1999).

Já nas universidades corporativas, os programas de educação e treinamento são permanentes e orientados com visão de futuro, antecipando e gerando necessidade de melhoria, privilegiando os objetivos organizacionais, ainda que orientados para cada negócio dentro da

empresa. Neste sentido, conforme Lacerda (2003), as universidades corporativas têm um escopo mais estratégico, enquanto os departamentos de treinamento são mais táticos.

Meister (1999) também cita outra importante diferença que diz que o T&D se volta para habilidade técnicas necessárias ao trabalho, ao passo que as UC's não se restringem apenas a isto, mas envolvem o conhecimento de valores e da cultura da corporação. As UC's tem um diferencial relevante que é oferecer cursos em bases modulares, valendo créditos, até mesmo denominando de corpo docente o grupo de professores e instrutores.

Outra diferença substancial é que as UC's não restringem-se ao atendimento aos funcionários, como foi dito anteriormente, mas estendem o serviço para além da fronteira da empresa. Apesar de tudo, as distinções parecem não ser suficiente para distinguir estes dois setores, principalmente devido ao termo “universidade corporativa” ter diferentes conceitos, algumas instituições acabam batizando os departamento de T&D com esta nova nomenclatura, sem imputar-lhes atividades diferenciadora que justifiquem a mudança de nome.

Críticas às UC's

Apesar de existirem inúmeros fatores que evidenciam a relevância da implantação de uma Universidade Corporativa dentro de uma organização, encontraram-se nesta pesquisa alguns pontos que devem ser levados em consideração, por se tratar de críticas a esta nova modalidade de desenvolvimento de pessoas.

Vergara (2000)) diz que na Universidade Corporativa não há interação entre indivíduos de empresas diferentes. Algumas escolas de negócios criticam tais programas por descartarem a visão independente e de gerenciamento gera por ignorarem o valor estímulo multicultural que é visto, por exemplo, em salas de aula de uma universidade tradicional.

Além disso, muitas empresas não estão se preocupando com o processo dos treinamentos, e sim, estão amontoando cursos para dizer que têm uma UC em sua empresa. Algumas empresas até mudam apenas o nome do antigo departamento de treinamento para se tornar mais atrativo e atual.

Alguns autores, como Gomes (2004) acreditam que a Universidade Corporativa é um instrumento de doutrinação aos interesses dos dirigentes e uma forma de controle mais sutil, pois os funcionários podem interpretar que estão sendo desenvolvidos e que podem se emancipar, mas na realidade estão sendo controlados por uma cultura dominante, que ainda faz uma distinção entre o fazer e o pensar.

O desempregado passa a ser culpa dos indivíduos que não quiseram ou não soubera estudar ou do poder público que não ofereceu educação necessária ao desenvolvimento do país. Desta forma, Otranto (2008) ressalta que a culpa nunca será da empresa ou do empresário que neste enquadre surgem como salvadores da educação, propondo novas formas educacionais.

Ainda assim, algumas empresas brasileiras ainda não se deixaram seduzir pela possibilidade de implantar suas próprias universidades, pois declaram não querer olhar apenas para a própria empresa, mas querem que o funcionário tenha uma visão macro do mundo empresarial (Chauí, 1999).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebeu-se ao final deste trabalho que vivemos na era do conhecimento e o aprendizado contínuo das pessoas dentro das organizações torna-se estratégico para a sobrevivência e o desenvolvimento de forma competitiva no mercado de trabalho. Encontrou-se na Universidade Corporativa uma ferramenta de desenvolvimento e educação de funcionário, clientes, fornecedores e comunidade que tem por objetivo cumprir as estratégias empresariais da organização.

O conceito de Universidade Corporativa ainda trás muitas divergências em relação à sua prática além de ser um tema carente de estudos críticos. Diante da diversidade de conceitos encontrados para as UC's, considera-se inadequado o termo utilizado para definir essa estratégia de educação corporativa, pois a "universidade" está ligada não só ao ensino, mas também à pesquisa e extensão, o que raramente acontece nas Universidades Corporativas.

Vale ressaltar a relevância das UC's nas empresas pois além de transmitirem conhecimento de forma acessível, preparam o indivíduo para assumirem melhores posições e crescer dentro da empresa. Ainda que este funcionário seja desligado futuramente, o conhecimento adquirido nunca será inútil e servirá até mesmo como diferencial no meio de outros desempregados.

Acredita-se ser preciso, assim como na universidade tradicional, que possui métodos e técnicas semelhantes seja qual for o local da academia, uma diretriz que padronize as Universidades Corporativas para que estas se desvinculem da idéia de um setor de treinamento moderno, para realmente assumir seu lugar dentro da corporação. Fica o desejo de que as UC's não sejam implantadas para cobrir lacunas dos departamentos de treinamento e desenvolvimento,

nem por adoção de modismo, mas sim, porque seus líderes reconhecem a necessidade de investir no desenvolvimento de pessoas, pois desta forma, estes serão agentes de transformação da empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alperstedt, C. (2001) *As Universidades corporativas no contexto do ensino superior*. 101 f. Tese (Doutorado em Administração) – FEA/USP

Branco, A.R. (2006) *Perfil das Universidades Corporativas no Brasil*. *Revista de Administração Mackenzie*, vol. 7, núm. 4, 120 Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, Brasil

Boog, G. G (2001) *Manual de Treinamento e Desenvolvimento: um guia de operações - manual oficial da ABTD*. São Paulo: Makron Books, 2001.

Brandao, G. R. (2006) *Gestão de pessoas e as universidades corporativas: dois lados da mesma moeda?*. *Rev. adm. empres*, vol.46, n.2

Chiavenato, I (1999). *Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

Chiavenato, I (2010). *Fundamentos da organização* In: _____. *Administração nos novos tempos*. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 281-313.

Chiavenato, I (2004). *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo: Saraiva.

Deming, W. D. (1990) *Qualidade: revolução da administração*. Rio de Janeiro: Marques Saraiva.

Drucker, P. (2000) *A nova sociedade das organizações*. In: HOWARD, R. (org.). *Aprendizado Organizacional*. Rio de Janeiro: Campus

Eboli, M. (2004). *Educação corporativa no Brasil: mitos e verdades*. São Paulo: Gente

Eboli, M. (2003) *Educação Corporativa como vantagem competitiva*. Disponível em : www.unicainfomatica.com.br . Acesso em 21/10/2003.

Fleury, A., M. T. L. (2000) *Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeças caleidoscópico da indústria brasileira*. São Paulo: Atlas.

Gomes, M.B (2004). *O caráter doutrinário de universidades corporativas*. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 28., 2004, Curitiba. Anais eletrônicos. Rio de Janeiro: ANPAD.

Lacerda, E.R.M. (2003) *Impacto do treinamento no trabalho: investigando variáveis motivacionais e organizacionais como suas predictoras*. *Rev. adm. contemp*. vol.7, n.4.

Cchauri, M. (2001) *Escritos sobre universidade*. São Paulo: Unesp, 2001.

Malanovicz, A.V. (2008) Aula 6 – *Aprendizagem Organizacional*. Porto Alegre, 15 abr.2008. Disponível em: <http://www.recantodasletras.com.br/ensaios/946634>.
Último acesso: 08 de junho de 2011.

Meister, J.C. (1999) *Educação Corporativa: a gestão do capital intelectual através das universidades corporativas*. São Paulo: Makron Books.

Otranto, C.R. (2008) *Universidades corporativas: subsídios para o debate*. Universidade & Sociedade, Brasília, df, v. 7, n. 41.

Ramos, D. R. M. (2001) *Universidades corporativas: possibilidades e dificuldades de sua implantação*. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getulio Vargas. Rio de Janeiro.

Ricardo, E.J. (2007.). *Gestão da educação corporativa*. 1.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall

Senge, P. (1990) *A quinta disciplina*. São Paulo: Best Seller.

Sousa, A. C. (2010). *Educação Corporativa: A Atuação do Pedagogo Além dos Muros das Escolas*. Disponível em:
<http://www.pedagogia.com.br/artigos/educacaocorporativa/index.php?pagina=0> Último acesso em 07 de junho de 2011.

Tobias, J.A. (1969). *Universidade: humanismo ou técnica?* São Paulo: Herder.

Ulrich, D. (1998) *Os campeões de recursos humanos. Inovando para obter os melhores resultados*. São Paulo: Futura, 1998.

Vergara, S. C. (2000) *Universidade Corporativa: a parceria possível entre empresa e universidade tradicional*. Revista de Administração Pública. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, v. 34, n.5, p. 181-188, set./out.