



**CONGRESSO DE MARKETING AEC-SP**  
**SÃO PAULO -SP**  
NOVOS EMPREENDEDORES, NOVOS NEGÓCIOS, NOVOS DESAFIOS.  
MUDANÇAS NA EDUCAÇÃO BRASILEIRA

22/09/2001

**EDSON MOTA DOS SANTOS**

Mestre em Administração de Empresas, pós graduado em Curso Avançado em Tecnologia e Informática e Gerência Financeira; consultor financeiro na General Motors e Prof. de pós graduação na UNIB.

---

### **"A Saúde Financeira da Empresa e a Competitividade Mercadológica"**

As rápidas mudanças no ambiente das organizações em um mundo globalizado, exige que os processos de educação nas empresas passem a ser vistos como parte integrante do desenvolvimento do negócio. Diante deste novo paradigma os novos desafios que esta era do conhecimento nos apresenta, a aprendizagem organizacional pode e deve transformar-se numa vantagem competitiva sustentável. Para atender a esta nova realidade, é necessário responder com velocidade, antecipar, analisar os fatos relevantes e assumir uma postura. É preciso integrar-se às ações de aprendizagem as necessidades estratégicas da organização, estabelecendo as relações causa-efeito entre o Processo de Educação Corporativa e a Performance Organizacional e Individual.

O conceito que predomina atualmente é que o treinamento e desenvolvimento (T&D) devem ser um processo contínuo e não um simples evento que ocorre isoladamente ou apenas uma vez na vida. Para que isso possa acontecer, algumas empresas estão partindo para a instituição de universidades corporativas. Algumas são virtuais. Boa parte delas se estende além das fronteiras da empresa, envolvendo também fornecedores e clientes nas duas pontas e utilizando metodologias de ensino à distância e a tecnologia da informação.

O conceito de educação corporativa constitui um processo e não necessariamente um local, onde todos os funcionários, e algumas vezes clientes e fornecedores, participam de uma variedade de experiências de aprendizagem necessárias para melhorar seu desempenho no trabalho e incrementar seu impacto nos negócios. Em muitos casos, a função tradicional de T&D está se convertendo em uma universidade corporativa. Em outros casos, a empresa cria uma universidade corporativa com o intuito de enfrentar desafios e promover mudanças.

Na verdade, muitas empresas estão se transformando em verdadeiras organizações educadoras e desenvolvendo educação corporativa devido aos seguintes fatores:

1. Emergência da organização não hierárquica, enxuta e flexível.
2. Advento e consolidação da economia do conhecimento.
3. Redução gradativa do prazo de validade do conhecimento.
4. Novo foco na capacidade de empregabilidade / ocupacionalidade para a vida toda em lugar do velho conceito de emprego para a vida toda.
5. Mudança fundamental no mercado da educação global.

Várias empresas - como Motorola, McDonald's, Grupo Accor, Coca-Cola, Algar e Brahma - têm universidades corporativas, algumas delas virtuais. A Brahma desenvolveu um MBA próprio, o *Master in Brahma Administration*, no qual investem R\$800.000,00 anualmente. As aulas e treinamentos são ministrados por altos executivos da empresa e por alguns consultores convidados.

O BankBoston criou a Boston School que ministra aulas sobre mercado financeiro, contabilidade e desenvolvimento de competências. O Grupo Accor inventou a Academia Accor que forma e desenvolvem funcionários de todos os níveis. E se necessário, leva a escola até os alunos em qualquer canto do país.

A Universidade do Hambúrguer da McDonald's representa um investimento de 7 milhões de dólares e tem auditório, laboratório, biblioteca, videoteca, cozinha para testes e sala de edição de

vídeo. Recebem pessoal de nível gerenciais e empresários do sistema de franquia da organização, além de alunos do Uruguai, Paraguai, Argentina, Bolívia e Chile.

A Caterpillar tem um Centro de Desenvolvimento de Recursos Humanos cobrindo uma área de 3.100 metros quadrados, um complexo equipado com estúdios multimídia e softwares especialmente criados para o autodesenvolvimento dos funcionários. São essas empresas que se colocam acima da média das demais, mostrando as últimas tendências no desenvolvimento de seu pessoal.

Com educação corporativa, surge a parceria entre empresas e universidades - uma amizade que fica cada vez mais sólida e engorda substancialmente o caixa das escolas. Não satisfeitas com a bagagem do currículo tradicional, as organizações estão se unindo com as escolas e adaptando os programas às suas necessidades. Apostam nos cursos fechados, "in company".

Feitos a quatro mãos, sob medida para cada organização, esses cursos aproveitam o know-how acadêmico e o aproximam da rotina corporativa.

O funcionário agradece, mas a empresa também encontra nesse tipo de programa uma série de vantagens. Algumas escolas, fazem pacotes com custos até 50% menores para cursos "in company". Além disso, há o benefício de se poder discutir abertamente os problemas da empresa - os "business games" e projetos são montados em cima da realidade da corporação -- e melhorar o convívio entre os funcionários. Sem falar, ainda, nas perigosas relações que brotam em um curso normal e, por vezes, acabam levando o funcionário para outra companhia.

1. Jack J. Phillips, HRD Trends Worldwide: Shared Solutions to Compete in a Global Economy, Houston, Texas, Gulf Publ. Co., 1999.
2. Jeanne C. Meister, Educação Corporativa: A Gestão do Capital Intelectual Através das Universidades Corporativas, São Paulo, Makron Books, 1999.
3. Gazeta Mercantil, Segunda – feira - 25 de Janeiro de 1999.