

EL GERENCIAMIENTO DE LOS MEDIOS VIRTUALES EN LAS UNIVERSIDADES
CORPORATIVAS BRASILENAS: LOS CASOS ALGAR Y SOUZA CRUZ

AREA TEMATICA I

UNIVERSIDADES VIRTUALES Y CENTROS DE EDUCACION A LA DISTANCIA

AUTORES

Marcos Baptista Lopez Dalmau

mdalmau@led.ufsc.br

Amir Mattar Valente, Dr.

amir@led.ufsc.br

Eduardo Lobo, Meng

elobo@led.ufsc.br

Maurício Fernandes Pereira, Meng

mpereira@cse.ufsc.br

Ricardo Miranda Barcia, PhD

Resumen

El concepto de Universidades Corporativas viene creciendo en Brasil visto que se puede aplicar y diseminar la cultura, los hábitos y las competencias organizacionales para todos los colaboradores. Los medios utilizados por las Universidades Corporativas varían de acuerdo con el tipo de programa de capacitación a ser ofertado. Actualmente, el medio presencial aun es el mas utilizado. Todavía, pesquisas indican un crecimiento en la utilización del medio a la distancia. En ese sentido, se presenta como las empresas Algar y Souza Cruz gerencian la aplicación del medio a la distancia en sus programas de capacitación profesional.

INTRODUCCION

Las Universidades Corporativas surgieron con el objetivo de suplir las deficiencias provenientes de la educación para proporcionar un aprendizaje permanente y ágil para las organizaciones, con la finalidad de capacitar, motivar y retener profesionales en las organizaciones (MEISTER, 1999).

Para algunas organizaciones, la utilización de este concepto se debe a la preocupación con la visión estratégica del negocio donde el desarrollo y la necesidad de compartir el conocimiento, pueden ser considerados factores esenciales para la implementación de esta nueva práctica.

Existen básicamente cuatro tipos básicos de programas desarrollados para las Universidades Corporativas que son, como se ha señalado por ALLEN (1999 apud BEAMISH, 2000):

- Entrenamiento
- Entrenamiento y desarrollo – suplementa el entrenamiento con enfoque en las tareas con desarrollo del comportamiento
- Reconocimiento de créditos – los cursos son total o parcialmente reconocidos, y
- Reconocimiento de cursos – los cursos están entre los mejores del área.

La determinación del programa más indicado depende directamente de la identificación de las necesidades de las organizaciones. Para EBOLI (2001), las Universidades Corporativas de las organizaciones brasileñas buscan incorporar programas que desarrollen las competencias humanas exigidas por las organizaciones o sea, los de Entrenamiento y Desarrollo.

Los cursos de las Universidades Corporativas pueden ser ofrecidos de manera presencial o a la distancia. En este sentido, se presentan a seguir las características y los criterios utilizados por las

Empresas en la gerencia de estos medios para la aplicación de los mismos en sus programas de capacitación profesional.

LA EDUCACION A LA DISTANCIA

Para las Universidades Corporativas, la utilización del EALD (Enseño A La Distancia) posibilitaría un acceso mayor al conocimiento, bien como, multiplicaría el numero de informaciones de manera dirigida para los colaboradores de la organización.

La posibilidad de perfeccionar la capacidad productiva, manteniendo y desarrollando la cultura de la organización, asociada también a la ventaja de organizar el aprendizaje y el desarrollo profesional en el propio trabajo, donde la frecuencia tiende a ser mayor, más flexible y, los costos de viajes y de manutención tienden a disminuir (UNESCO, 1998, p. 59), son algunos de los varios factores que resaltan la importancia de este medio para las empresas.

De manera resumida, se puede decir que las empresas tienden a obtener resultados positivos con la utilización de programas de educación a la distancia en situaciones que exijan traslado de un gran grupo, velocidad para repasar muchas informaciones, importancia de la diseminación de la cultura de la organización, entre otras razones.

Dependiendo del programa de capacitación a ser realizado por las Universidades Corporativas, pueden ser utilizadas los siguientes medios tecnológicos, como presentado por NETO (1998)

Tabla 1: Métodos e Medios de Capacitación

LOS MÉTODOS	% EN LAS EMPRESAS DE PONTA	% TOTAL DE LA PESQUISA
Video	99	97
Libros Técnicos (Material Impreso)	97	94
TBC	66	35
Videoconferencia	45	24
Internet	3	-

Fonte: Neto (1998)

Por causa de la practicabilidad y del alcance ofrecidos por las medias de tercera y de cuarta generación, las Universidades Corporativas tienden a conseguir de una sola vez capacitar todo su cuerpo funcional, lo que en términos de costos y tiempo, son atractivos bien considerables.

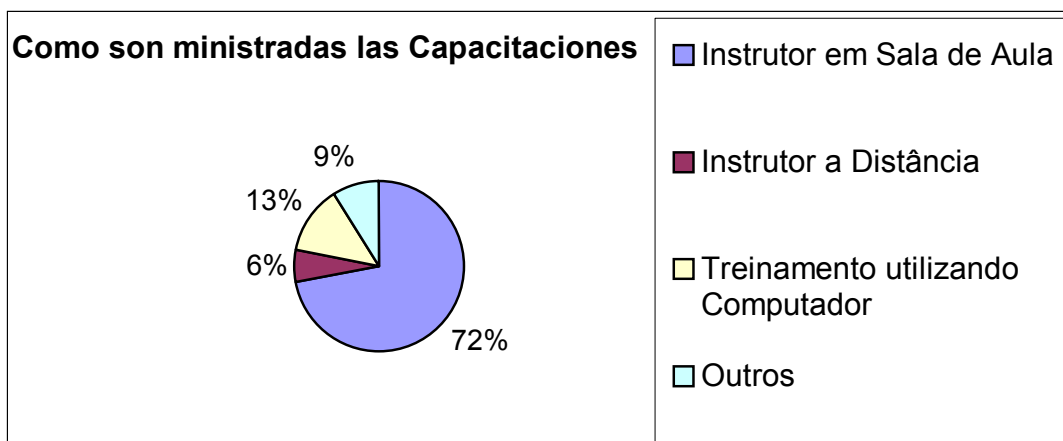
EL MEDIO PRESENCIAL

De acuerdo con MOORE apud KEEGAN (1996, p. 25) la educación presencial es aplicada formalmente en sala de clases..., donde profesor y estudiantes están físicamente presentes en el mismo tiempo y en el mismo lugar.

El medio presencial aunque sea ampliamente utilizado por las empresas y por las Universidades Corporativas presentadas en este artículo, recibe varias críticas con relación a sus propias limitaciones (tiempo, espacio, alcance limitado, etc.). Tales críticas, por lo visto, no interfieren con el proceso de decisión de las organizaciones.

De esta manera, se puede decir que el medio presencial probablemente será por un largo tiempo ampliamente utilizado en la capacitación profesional por las empresas, como demostrado en la figura abajo:

Figura 1 – Como son Ministradas las Capacitaciones



Fonte: <http://www.trainingsupersite.com/publications/magazines/training/010delivery.htm>

Los motivos por tanta aceptación son varios. Por ser mas conocido y utilizado en toas las camadas de la sociedad, por depender de un instructor, por obligar la presencia en las salas de clase, por enfatizar emociones y el lenguaje corporal, los resultados todavía son mejores de que los del medio a la distancia.

En fin, tales características resaltan lo que las Universidades Corporativas podrán ganar con la aplicación de este medio. Por otro lado, para las empresas, la situación no es tan simple cuanto parece. Los casos a seguir van a demostrar como las organizaciones administran estos medios para aplicar los cursos por intermedio de sus Universidades Corporativas.

LAS UNIVERSIDADES CORPORATIVAS DE SOUZA CRUZ Y DE ALGAR Y LA ADMINISTRACION DE LOS MEDIOS PRESENCIALES Y A LA DISTANCIA.

Los casos citados a seguir fueron escogidos mediante importancia de las empresas para con la sociedad comercial brasileña. La Souza Cruz es una empresa multinacional que trabaja con la producción de cigarrillos. Se puede afirmar que su modelo de gestión busca ser bastante innovador y vuelto para satisfacer las necesidades de sus profesionales. Ya el Grupo Algar es un conglomerado de empresas que trabaja en el área de las telecomunicaciones, servicios, entretenimiento y negocios agrícolas, localizado en Uberlandia, Estado de Minas Gerais.

Dependiendo de los tipos de programas a ser realizados, las dos empresas pueden ministrar sus cursos de manera presencial o a la distancia.

Con relación a la Universidad Souza Cruz, de acuerdo con la afirmación de SAMPAIO (2001), para la perfecta determinación del medio mas indicado, el factor más importante a considerarse es la enseñanza por parte de los funcionarios. Esto significa que la cultura de la organización influencia fuertemente en la determinación del medio mas indicado. De esta manera,

este es el motivo que algunos cursos son presentados de manera presencial, pues el intercambio entre el alumno y el instructor es esencial para algunos profesionales.

Atendiendo inicialmente a un grupo de 600 funcionarios, la universidad Souza Cruz fue implementada apostando en la iniciativa de que el perfeccionamiento de sus profesionales ocurriría de manera más flexible, por intermedio del medio a la distancia.

Por otro lado, la universidad esta migrando progresivamente sus programas de capacitación profesional de forma presencial para el medio virtual hasta encontrar el punto de equilibrio en virtud de la existencia de algunas barreras impuestas por los funcionarios contrarios a la idea.

Con relación a la Universidad Corporativa Algar, o Unialgar, su ejecución se debe al hecho del interés del grupo empresarial en preparar a sus profesionales de manera a suplir a sus necesidades individuales de capacitación. COSTA (2000) destaca que los programas son elaborados considerando la necesidad de alineamiento con los objetivos estratégicos y con las competencias esenciales identificadas, y más la adecuación de temas y de los niveles de actualización y profundidad.

El plan de la Unialgar para la capacitación continuada prevé cursos, programas de entrenamiento y desarrollo con temas específicos y renovables anualmente y tales cursos pueden o no ser aplicados por la propia empresa.

Los cursos de forma presencial disponibles por Unialgar tiene como enfoque principal los programas educacionales estructurados que demuestran la cultura de la organización a todos los profesionales.

Ya los cursos a la distancia, a principio, buscan poner a disposición una estructura que a los pocos propicie un contacto virtual con informaciones importantes de la empresa. En este sentido, como comentado por PENHA (2001), lo que importa para Algar en el momento es la cualidad y no la cantidad y, siendo así, la migración para los cursos totalmente a la distancia parece un poco lejana.

CONCLUSIONES

La definición del medio mas indicado para hacer disponibles los cursos ofrecidos por la Universidades Corporativas varía de acuerdo con la realidad de cada empresa.

El medio presencial generalmente es más indicado para ser utilizado en programas que necesiten transmitir nuevas habilidades, sin preocuparse con los factores tiempo y costos.

Ya el medio a la distancia exige un escenario totalmente distinto del presencial. O sea, la utilización de este medio es la más indicada para las Universidades Corporativas que desean transmitir un gran volumen de informaciones para un gran grupo de personas, situadas en varios locales distintos. De esta manera, mas allá de la uniformidad del mensaje, la administración de los recursos humanos se vuelve más facilitada por causa del tiempo y de los costos económicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BEAMISH, N.G. **E-Learning in the Context of the “Corporate University”**. Report. Centre for Organizational Effectiveness. March 2000. European Social Fund G3.
2. COSTA, M. L. – Unialgar. Material bibliográfico cedido pela empresa ALGAR, 2001.
3. EBOLI, M. Comunicação Pessoal no 30th IFTDO – World Conference of Training and Development. Porto Alegre, Brasil, 2001.
4. KEEGAN, Desmond (1996) Foundations of distance education. London and New York: Routledge. 3rd revised edition. 218pp.
5. MEISTER, J. C. **Educação Corporativa**. Tradução de Maria Claudia Santos Ribeiro Ratto. São Paulo: Makron Books, 1999.
6. NETO, L. G. S. **Métodos de Treinamento**. Revista RH em Síntese, n.20, Janeiro/ Fevereiro 1998, Pág 12-18. Tradução da pesquisa Human Performance Practices Survey da pesquisa publicada no The 1998 ASTD State of the Industry Report, Revista Training &

Development, EUA, Janeiro 1998. Arquivo disponível na internet:

http://www.gestaoerh.com.br/artigos/trde_018.shtml

7. PENHA, C. D. Unialgar. Comunicação pessoal no 30th IFTDO – World Conference of Training and Development. Porto Alegre, Brasil, 2001.
8. SAMPAIO, R. Cia. Souza Cruz de Cigarros, Depto Recursos Humanos. Comunicação pessoal. Março 2001.
9. UNESCO. Aprendizaje abierto y a distancia. Perspectivas y consideraciones políticas. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Spain, 1998.
10. www.algar.com.br. Site consultado em Maio de 2001.
11. www.souzacruz.com.br. Site consultado em Maio de 2001.