

A educação corporativa como estratégia das empresas no Brasil para aquisição de vantagem competitiva

Carlos Augusto Costa da Silva

Trata-se a seguir da dissertação de mestrado de Carlos Augusto Costa da Silva, apresentada no Programa de Pós-Graduação em Gestão de Negócios (Mestrado em Gestão de Negócios) desta Universidade.

O autor tem como tema principal a educação corporativa no Brasil pesquisando o seu conceito e sua aplicação e suas conseqüências para as empresas, especialmente quanto à aquisição da vantagem competitiva, bem como para os funcionários. Situa a Educação no contexto brasileiro apresentando a universidade como espaço privilegiado da sua concretização. Ao apresentar o conceito de universidade e seus objetivos a compara com a educação corporativa nas suas semelhanças e diferenças o que o possibilitou traçar um perfil de cada uma com suas características próprias. O autor situa a universidade brasileira no contexto atual analisando suas lacunas e problemas ao mesmo tempo que introduz a educação corporativa como uma tentativa, por parte das empresas, de sanar as lacunas sentidas por elas, especialmente no que se refere à aquisição de competências..Competências, estas cada vez mais diversificadas em função do rápido processo de mudanças tecnológicas conseqüentes do processo de globalização.

O autor apresenta resultado de pesquisa empírica que teve como universo empresas que adotaram a educação corporativa e instituições de ensino que desenvolveram, nestas empresas, programas de educação corporativa tendo realizado entrevistas com executivos responsáveis por estes programas e com docentes envolvidos com os mesmos. O autor conclui que a educação corporativa exerce um papel importante no preparo dos executivos para enfrentamento da concorrência de mercado. Todavia, afirma o autor, a educação corporativa pelo seu forte compromisso pragmático caracterizado pela aprendizagem com enfoque nas soluções de problemas específicos daquele momento se restringe ao ensino de competências específicas à cada empresa num dado momento da sua realidade. Este fato, também restringe o escopo do que

se entende por educação reduzindo- a um processo pragmático de aprendizagem do como fazer. O pensamento crítico, o aprender a pensar o complexo não fazem parte da pedagogia proposta pela educação corporativa. O autor chama a atenção para a padronização cultural, como também a padronização de pensamento e de percepções presentes na educação corporativa o que veda a criatividade e a inovação dos funcionários e conseqüentemente limita a empresa na aquisição de sua vantagem competitiva.

O autor termina o seu trabalho colocando a questão da reação função da educação corporativa. Estaria ela apontando para um rompimento com os objetivos da universidade “*stricto sensu*” num mundo globalizado? Poderia a Universidade corporativa se propor a ser um espaço de desenvolvimento e formação de pessoas e de cidadãos?

Profa. Dra. Maria Aparecida Ferreira de Aguiar
Mestrado em Gestão de Negócios
Universidade Católica de Santos
Orientadora