

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
Etec CORONEL FERNANDO FEBELIANO DA COSTA
Ensino Médio com Habilitação Profissional Técnica em
Administração

João Victor Santaterra Azevedo

Júlia Oliveira de Souza

Pedro Henrique Sales da Silva

Rafaela Rodrigues Machado

Vitória Cadorin Costa

UNIVERSIDADES CORPORATIVAS:

Inserção do jovem no mercado de trabalho e o processo de
capacitação contínua

Piracicaba

2024

João Victor Santaterra Azevedo

Julia Oliveira de Souza

Pedro Henrique Sales da Silva

Rafaela Rodrigues Machado

Vitória Cadorin Costa

UNIVERSIDADES CORPORATIVAS:

**Inserção do jovem no mercado de trabalho e o processo de
capacitação contínua**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso Técnico em
Administração da Etec Cel. Fernando
Febeliano da Costa, orientado pela Prof.^a
Rosângela do Carmo Laureano da Silva
Pereira como requisito parcial para obtenção
do título de Técnico em Administração.

Piracicaba

2024

DEDICATÓRIA

Dedica-se este trabalho a todas as pessoas que passaram por nossa jornada e auxiliaram com informações e na construção dos conceitos inerentes ao assunto abordado.

AGRADECIMENTOS

Fazemos votos de agradecimento a todas as pessoas que contribuíram para a construção desta monografia e que dedicaram o seu tempo para auxiliar os autores a desenvolverem os conceitos estudados e aplicados. Queremos recordar os professores que nos acompanharam nos três anos deste curso, e em especial, a professora-orientadora deste trabalho, Rosangela do Carmo Laureano da Silva Pereira. Expressamos a mais sincera gratidão as nossas famílias e amigos que nos acompanharam nesta jornada.

EPÍGRAFE

“É impossível para um homem aprender aquilo que ele acha que já sabe”.

EPICURO

RESUMO

Este trabalho busca solucionar a problemática da inserção dos jovens no mercado de trabalho, criando um vínculo com a proposta das Universidades Corporativas. Aborda também a necessidade de uma capacitação e formação contínua dos colaboradores que compõem os quadros de funcionários das organizações. Tudo isso é fundamentado e apoiado por pesquisas bibliográficas que abordam temáticas inerentes ao assunto e estruturam a proposta. Foram aplicadas as ferramentas de gestão, que têm a função de colaborar para a identificação das oportunidades e dos principais aspectos dos sujeitos afetados pela problemática original. Como resultado dessa monografia, obteve-se como objeto final uma plataforma que tem como propósito fornecer cursos e capacitações profissionalizantes. As empresas parceiras disponibilizam e aplicam seus cursos para a comunidade em geral ou apenas para os sujeitos que integram o ambiente micro da organização. Como resultados, garante-se: a contratação de mão de obra previamente qualificada, reduzindo o tempo e custos no processo de treinamento de integração. Além disso, no aspecto interno, é composta por pessoas que têm a capacidade de crescer, cada vez mais, em quesitos pessoais e profissionais, tendo sempre em vista a melhoria dos processos empresariais. Os jovens têm a oportunidade de conhecer as empresas, se aplicar em uma trilha e inserir ou não seu currículo. Os colaboradores podem acessar a plataforma e ter acesso a informações extremamente pertinentes que terão a função de acrescentar muito mais ao currículo individual e nas relações interpessoais.

Palavras-Chave: Jovens; Universidades; Corporativas; Capacitação; Empresas;

ABSTRACT

This work seeks to solve the problem of young people entering the job market by creating a link with the proposal for Corporate Universities. It also addresses the need for continuous training and education for employees in organizations. All of this is based on and supported by bibliographical research that addresses issues inherent to the subject and structures the proposal. Management tools were applied to help identify opportunities and the main aspects of the subjects affected by the original problem. As a result of this monograph, the final object was a platform whose purpose is to provide vocational courses and training. The partner companies make their courses available and apply them to the community in general or just to the people who are part of the organization's micro environment. The results guarantee: the hiring of a previously qualified workforce, reducing the time and costs of the integration training process. In addition, internally, it is made up of people who have the capacity to grow more and more in personal and professional terms, always with a view to improving business processes. Young people have the opportunity to get to know the companies, apply for a course and enter their CV or not. Employees can access the platform and have access to extremely pertinent information that will add much more to their individual CVs and interpersonal relationships.

Keywords: Young people; Universities; Corporate; Training; Companies;

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1-Lista de Respostas Levantadas	33
Figura 2- Resultado em Escala da Resposta	34
Figura 3-Mapa de Empatia	36
Figura 4-Análise SWOT	37
Figura 5-Análise 5W2H	38
Figura 6-Campo de Monitoramento de Acessos e resultados.....	43
Figura 7-Tela de cadastro de perfil de novo usuário e tela inicial após o cadastro ...	44
Figura 8-Tela Inicial em Desktop.....	45
Figura 9-Tela Inicial em Smartphone	45
Figura 10-Campo "Empresas" no perfil do usuário	46
Figura 11-Arte de divulgação da plataforma	46

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Pergunta sobre o gênero dos entrevistados	29
Gráfico 2: Pergunta sobre a Faixa Etária	30
Gráfico 3: Pergunta sobre o nível de escolaridade.....	31
Gráfico 4: Pergunta sobre o vínculo empregatício	31
Gráfico 5: Pergunta sobre o conhecimento a respeito do tema	32
Gráfico 6: Pergunta para levantamento de opinião sobre afirmação.....	35

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. UNIVERSIDADES CORPORATIVAS.....	12
1.1 Objetivo Geral	13
1.2 Objetivos Específicos.....	13
1.3 Situação Problema.....	13
1.4 Justificativa	14
1.5 Metodologia	15
2. REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1 Gestão Empresarial	16
2.2 Desenvolvimento Pessoal e Profissional: papel do gestor.....	18
2.3 Gerações: jovens no mercado de trabalho	21
2.4 Universidades Corporativas	23
2.4.1 Tipos de universidades corporativas.....	24
2.4.2 Contribuições, metas e objetivos	25
3. APLICAÇÃO DAS FERRAMENTAS DE GESTÃO, PESQUISA E ENTREVISTA.....	29
3.1. Análise do Resultado da Pesquisa Pública.....	29
3.1.1 Levantamento sobre gênero	29
3.1.2 Levantamento de Faixa Etária	30
3.1.3 Levantamento do Nível de Escolaridade	31
3.1.4 Levantamento sobre o Vínculo Empregatício	31
3.1.5 Levantamento sobre o Conhecimento a Respeito do Tema	32
3.1.6 Exposição Pública: O que as pessoas acreditam ser uma universidade corporativa.....	33
3.1.7 Levantamento sobre Relevância do Tema	34
3.1.8 Levantamento sobre Opinião.....	35
3.2 Mapa de Empatia	36
3.3 Análise SWOT.....	37
3.4 Análise 5W2H	38

3.5 Estudo de Caso e Entrevista Aplicada	39
4. APLICABILIDADE	41
4.1 Resumo Geral da Proposta.....	41
4.2 Perspectiva do Perfil Empresarial	41
4.3 Perspectiva do Perfil do Usuário	44
5. RESULTADOS ESPERADOS	47
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
APÊNDICE A – TUTORIAL DE USO DA PLATAFORMA	50

INTRODUÇÃO

No primeiro capítulo, será abordado o conceito de universidades corporativas, explorando seu propósito e os benefícios que podem trazer para as organizações. São listados os objetivos gerais do trabalho, bem como os objetivos específicos que se buscam alcançar. Além disso, será discutida a situação-problema que motiva a criação dessas universidades e a justificativa para sua implementação no contexto empresarial. A metodologia será descrita, explicando os métodos de pesquisa e análise utilizados para a investigação do tema.

No segundo capítulo, é feita uma análise teórica sobre a gestão empresarial e o papel das universidades corporativas nesse contexto. Será discutido o papel do gestor no desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores, além do processo das diferentes gerações presentes no mercado de trabalho, com foco nos jovens e sua adaptação ao ambiente corporativo. Serão explorados também os tipos de universidades corporativas existentes, suas contribuições, metas e objetivos dentro das organizações.

No capítulo três, são aplicadas ferramentas de gestão e pesquisa para coletar dados sobre universidades corporativas e o entendimento da comunidade, utilizando métodos como pesquisas, entrevistas e análises de informações. A análise dos resultados da pesquisa pública será detalhada, abordando aspectos como gênero, faixa etária, nível de escolaridade, vínculo empregatício e o conhecimento do público sobre o tema. Também será discutida a percepção pública sobre as universidades corporativas, além de se apresentar levantamento sobre a relevância do tema e as opiniões dos participantes. Serão desenvolvidas ferramentas como o Mapa de Empatia, análise SWOT, 5W2H e um estudo de caso com entrevista aplicada.

O capítulo quatro trabalha a aplicabilidade das universidades corporativas, ou seja, desenvolve-se o produto, a ferramenta que será utilizada como proposta de melhoria para a situação problema identificada previamente. São trabalhadas a proposta geral, a perspectiva do perfil empresarial e do perfil dos usuários. A análise se concentrará em como esses perfis influenciam a implementação e os resultados das universidades corporativas, levando em consideração tanto as necessidades organizacionais quanto as expectativas dos colaboradores.

Por fim, nos capítulos cinco e seis apresentam-se, os resultados esperados com a aplicação da proposta de melhoria e a conclusão, integrando os autores, a função do trabalho para eles, para a sociedade e as organizações.

1. UNIVERSIDADES CORPORATIVAS

A qualificação da mão de obra em todas as camadas das organizações é pauta constantemente abordada no mundo corporativo. As empresas que prezam por um quadro de funcionários bem envolvido em sua realidade estrutural, investe em ferramentas fortes e precisas como as Universidades Corporativas - instituição interna que reúne informações e formações acerca do ambiente micro da organização. Por outra perspectiva, coloca-se em constante discussão a postura com que os jovens encaram a realidade de uma empresa e a rotina que é exigida nesses lugares.

Em uma perspectiva geral, observou-se no mercado necessidades básicas e desejos extremamente pertinentes quanto a qualidade do trabalho, tudo isso tendo o tempo de qualificação mais otimizado. A falta de comprometimento, assiduidade, assertividade e outros fatores aliados a uma oferta de mão de obra com conhecimentos superficiais e pouca procura por investir em capacitação fazem com que a urgência e relevância do tema sejam maiores.

Isso porque, todos esses fatos geradores supracitados tornam as ações de contingência a eles muito mais difíceis e na maior parte dos casos pouco eficientes, não se permitindo alocar corretamente os esforços e recursos disponíveis para saná-los. Ao negligenciar o que é correto, tanto a relação organização-colaborador quanto a própria estrutura organizacional são postas em risco e estão vulneráveis a tomarem rumos pouco satisfatórios.

Desse modo, a proposta das universidades corporativas com enfoque nos jovens profissionais passou pelo filtro de outros instrumentos que auxiliaram a compreender o tema, encontrar os meios pelos quais seriam possíveis – físicos, recursos monetários, tempo e outros – além da sua viabilidade e pertinência. A força e as diversas oportunidades que vão ao encontro desse método aplicado através abrem caminho para superar as diversas barreiras e ameaças que possam surgir, isso se deve ao fato de que, ao se deparar com as mesmas dificuldades em relação a qualificação e qualidade, fechar os olhos não pode ser uma atitude a se tomar e abster-se da obrigação de procurar meios para conter as consequências, tão pouco. Escolher as Universidades Corporativas equilibra a balança para os dois lados, ou seja, ganham a empresa, que passa operar sistemicamente mais fortalecida, e os seus funcionários de maneira coletiva ou individual – carregando experiência para a

execução de tarefas no dia a dia e enriquecendo o seu currículo e postura como indivíduo ativo no mercado.

Por fim, diversos indicadores impulsionaram positivamente a exploração mais profunda do assunto e justificaram apresentá-lo ao público. Apenas relacionar as duas palavras “universidade” e “corporativa” é muito pouco perto do que se pode alcançar. Dentro dessa condição, pode-se utilizar dessa ferramenta e construir possibilidades distintas e métodos de abordagem muito coerentes diante de tantas necessidades. Para isso, é necessário conceituar diversos temas relacionados a gestão de pessoas e corporações e, ao próprio tema em conjunto. Aliar-se positivamente a tecnologia é uma iniciativa essencial para o sucesso deste trabalho, pois, são por esse canal que se sustenta a maior parte das relações de networking e redes de conhecimento são tecidas pelos usuários.

1.1. Objetivo Geral

Analisar o papel das Universidades Corporativas como instrumentos estratégicos nas empresas e desenvolver uma plataforma inovadora que auxilie na implementação dessa proposta no ambiente de trabalho, contribuindo para a qualificação e eficiência dos profissionais.

1.2. Objetivos Específicos

- Conceituar universidades corporativas e os elementos que compõem este processo;
- Analisar estratégias de ensino eficazes dentro das organizações;
- Identificar o tema Universidade Corporativa;
- Estudar o mercado e mensurar o conhecimento acerca do tema;
- Criar uma plataforma dinâmica e interativa, com foco especial nos jovens profissionais, que promova o desenvolvimento pessoal e profissional dos usuários.

1.3. Situação Problema

Observou-se uma geração de jovens despreparados para ingressar no mercado de trabalho por conta da escassez de oportunidades, muitos não possuem

conhecimentos, requisitos e competências interpessoais, justamente por não terem acesso a subsídios eficazes e não poderem trabalhar pela falta de experiência, essa que, só se adquire colocando em prática as habilidades desenvolvidas. Ressalta-se também a perspectiva da necessidade de uma formação contínua daqueles que já estão em organizações e exercem uma função.

1.4. Justificativa

Justifica-se abordar esse tema com o intuito de disseminar e cultivar nas empresas uma cultura de mediação e qualificação constante, que vise alcançar a máxima eficiência em cada um de seus processos, ofertando uma estrutura de conteúdo para formação e treinamento dos funcionários, não somente para os indivíduos que se encontram inseridos na cultura da empresa, mas também para os jovens, que estão iniciando sua carreira.

O ferramental da proposta pretende atender à necessidade de um mercado que tem de lidar com mudanças sutis e periódicas em suas formas de se “autogerir”, tal como também ofertar, através da proposta de plataforma um primeiro contato dos jovens, os quais cada vez mais fazem parte dos quadros de funcionários das empresas, com a estrutura de uma universidade corporativa e suas benesses.

Diante de tal necessidade em ter se a base operacional de cada função sendo bem executada, a proposta da implementação das universidades corporativas vai ao encontro de consideráveis necessidades teóricas e práticas, macro e micro ao ambiente profissional de uma empresa, com foco em trazer aos funcionários uma base profissional qualitativa e pertinente para sua cultura organizacional através das “Soft Skills”, ferramentas de análise, treinamentos com certificação, maneiras de abordagem em ambiente profissional entre muitas outras “trilhas” com conteúdo e cursos diversos que podem ser úteis para qualificação e diferenciação entre os funcionários.

Com isso, a ferramenta passa a ter um papel importante na formação assertiva e inerente do indivíduo, do terceirizado da empresa ao mais experiente. O conhecimento teórico se une ao prático em questão de tempo, o que beneficia o ambiente corporativo como um todo, trabalhando um direcionamento das soluções de maneira específica às suas necessidades, possibilitando uma postura preventiva, a fim de evitar a rotatividade de pessoal, reduzir gastos de contratação e principalmente,

trabalhando os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), ODS 8: trabalho decente e crescimento econômico e ODS 9: indústria, inovação e infraestrutura, descritos no plano da Organização das Nações Unidas (ONU).

1.5 Metodologia

- **Pesquisas bibliográficas:** dentro das pesquisas bibliográficas o principal objetivo será recolher e analisar diversas opiniões e conceitos acerca das universidades corporativas e os temas que permeiam o assunto.
- **Desenvolvimento das ferramentas da administração (Análise SWOT, 5W2H e Mapa de Empatia):** Aplicar metodologias desenvolvidas em sala de aula e que fazem parte da rotina de gestão para que, em cenários diversos e personas de múltiplas facetas, o tema seja aplicado e ajustado conforme as necessidades e passe pelos ajustes que se mostrem necessário.
- **Pesquisas de campo (Amostragens estatísticas com a comunidade):** Interagir com a comunidade escolar e a sociedade como um todo para encontrar dados que justifiquem e mostrem a real necessidade e o conhecimento acerca do tema proposto – das universidades corporativas e da viabilidade de uma plataforma que dê vida ao projeto.
- **Entrevistas com profissionais da área e acesso a protótipos:** Contatar profissionais e organizações – prática mais conhecida como networking – que tenham algum escopo de projeto, protótipo, ou ainda, que já tenham aplicado em sua rotina organizacional as universidades corporativas. Indagando e tendo devolutiva sobre o processo de implementação, desenvolvimento, adaptação e resultados obtidos após um determinado período de uso da proposta.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Como primeira etapa para um bom desenvolvimento da proposta, é fundamental aprofundar-se ao tema e também os elementos que permeiam e compõem significativamente o conhecimento correto sobre as Universidades Corporativas.

2.1 Gestão Empresarial

A gestão ou a condução de uma organização depende de indivíduos que entendam de fato, como lidar com os desafios diários e com as múltiplas adversidades que surgem no caminho. É do senso comum entre as diversas áreas da gestão que, não somente a saúde financeira deve ser tratada.

Gestão empresarial é uma estratégia de condução de negócios a melhores resultados, partindo de ações que envolvem a organização de processos, o controle das finanças, a administração dos recursos humanos e materiais e tudo aquilo que é essencial para a sua manutenção. Perceba que estamos falando de um conceito amplo, já que é voltado a todas as áreas da empresa. E não poderia ser diferente, já que toda empresa é como uma máquina complexa, que depende do funcionamento adequado de todos os seus setores para otimizar o desempenho e alcançar resultados cada vez melhores. Ser o dono do negócio não significa ser um gestor de empresa. Para tanto, é imprescindível dominar conceitos e adotar as melhores práticas e ferramentas voltadas à sobrevivência, crescimento e expansão dos negócios. Não se trata de um luxo, mas de uma necessidade. (www.fia.com.br - FIA BUSINESS SCHOOL)

Observa-se que, a necessidade de domínio em relação aos assuntos que constroem a vida da organização não necessariamente está relacionada ao dono ou aos sócios. Na maior parte dos casos a obstrução da visão deles – consequência do desejo constante e sem limites de altos lucros ou resultados exorbitantes –, torna necessário a presença de um lado ímpar e que leve a luz necessidades reais e que influenciam a vida da empresa. O trecho ressalta com precisão que esse estilo de gestão não é algo fútil ou desnecessário e, assim, um custo que vale a pena ser aplicado.

Dito tudo isso, aplicar formas de melhoria nas condições de trabalho relacionados a conhecimentos dos indivíduos que integram o sistema das empresas é uma função fundamental também de um bom gestor. Cabe a ele, nesta posição, ser

capaz de transmitir o seu conhecimento e encarar – não erroneamente como muitos casos existentes – como meio de trilhar um percurso de crescimento cada vez mais frutuoso, em que empresa, colaboradores, gestores e até mesmo o mercado ganhem.

Ela se relaciona com a definição de metas, organização de processos, planejamento estratégico, análises de custos, compras, vendas, pagamentos e recebimentos, contratações e demissões, enfim, tudo o que envolve o ambiente de uma empresa. Cada uma dessas áreas depende de boas práticas específicas de gestão, seja para cuidar melhor das finanças do negócio ou de seus colaboradores, por exemplo. Mas em sua definição macro, podemos entender que a gestão empresarial não é apenas importante, mas fundamental para conduzir as ações no rumo certo. Gastar mais do que fatura, manter equipamentos obsoletos, deixar de incrementar esforços de produtividade ou não implantar processos eficientes de cobrança são falhas de gestão que não tardam a cobrar seu preço. (www.fia.com.br - FIA BUSINESS SCHOOL)

Dados esses fatos, as múltiplas ocorrências que passam por essa área, deixam mais claro porque a necessidade de uma aplicação forte faz a diferença quando se trata de uma gestão fortalecida de boas práticas. Operar estrategicamente, com foco nas operações e naqueles que as realizam é como estabelecer relação com um barco, em que, apesar das tempestades ou mudanças de rotas necessárias de serem feitas, as consequências não serão efeitos catastróficos, pois quem conduz sabe como controlar. Mediante esses fatores de controle, o gestor possui nas mãos a capacidade administrar também o tesouro do conhecimento, pô-lo em prática quando escolhe permanecer ao lado dos seus colaboradores. Através de ferramentas diversas – neste caso em especial as universidades corporativas –, o gestor pode melhorar ainda mais a forma com que a empresa desenvolve competências e habilidades que servem e servirão como gatilhos para fazer uma operação funcional cada vez melhor, visto que, o conhecimento sistêmico permite facilidades muito maiores e melhores.

O desenvolvimento das competências globais da instituição, induz por sua vez, a abertura das portas para que a cultura corporativa seja mais rica e tenha plena capacidade de ser adotada por todos. O autor de diversas obras a respeito desse tema, Sílvio Luíz Johann, explora muito bem o tema em seu livro: “Gestão da Cultura Corporativa: como as organizações de alto desempenho gerenciam sua cultura organizacional”.

Ao discutir a cultura corporativa bem empregada e os resultados que ela implementa na organização – Sentido de Pertencimento e Propósito Compartilhado, Visão de Futuro e Metas Desafiadoras, Engajamento e Produtividade, Formação de Colaboradores Devotados e Correlação com Produtividade e Lucro – pode estabelecer-se uma correlação entre ela e as Universidades Corporativas de modo ainda mais claro e fácil. Verifica-se que, todos os meios pelos quais uma empresa pode galgar para atingir eficiência e eficácia de seus processos, produtos ou pessoal, passa por quesitos bem empregados de sua cultura. Dentro do perfil de gestão empresarial – abrangendo também a necessidade de se pensar, não obsessivamente, nos lucros e resultados – tanto uma cultura corporativa bem gerida quanto uma universidade corporativa eficaz têm a capacidade de impactar positivamente a produtividade e os resultados financeiros da empresa.

Desse modo, a cultura corporativa quando bem trabalhada – ou gerenciada –, oferece um sentido de pertencência às pessoas que atuam na mesma organização, dando-lhes um profundo significado em comum, na forma de uma visão de futuro, de objetivos e metas desafiadoras. Não há lugar para o vazio, para o tédio e para a desesperança. Assim como nas religiões, de maneira geral, quando a cultura de uma empresa é bem administrada, ao longo do tempo leva à formação de um exército de devotados colaboradores que, conforme o caso, podem atingir o limiar da fanatização. Não há como escapar do fato de que uma cultura corporativa bem gerida pode apresentar uma forte correlação com produtividade e lucro. (JHOHANN, 2004. Pág. 2-3)

Assim, ao investir no desenvolvimento contínuo de seus funcionários através de programas educacionais específicos, como as universidades corporativas, existe uma expressiva contribuição para um aumento na eficiência operacional e na inovação, o que pode resultar por sua vez, em um retorno financeiro positivo para a organização e no treinamento da equipe.

2.2 Desenvolvimento Pessoal e Profissional: papel do gestor

O propósito atual do mercado no qual as mais diversas empresas estão inseridas, é introduzir ao seu quadro de funcionários, mão de obra especializada e que tenha propósitos de buscar e desenvolver técnicas constantes de aperfeiçoamento para suas mais diversas habilidades.

Abraçar a perspectiva de um crescimento integral, os indivíduos do mercado podem buscar cada vez mais o desenvolvimento pessoal e o profissional. Para justificar isso, GRACIETTI (2023) cita que “O mercado de trabalho e a concorrência crescente exigem desenvolvimento profissional e aprendizado constante para atingir objetivos de carreira”. Ou seja, torna-se imprescindível que todos aqueles que estão ativos, sejam propensos as mudanças e busquem isso sempre de forma eficiente e eficaz.

O desenvolvimento profissional tem como foco ampliar as competências profissionais de uma pessoa, seja por meio de treinamentos, formação acadêmica, cursos livres, mentorias, ou outros formatos de aprendizado. Ou seja: é tudo aquilo que um indivíduo faz com o objetivo de ampliar a sua capacidade técnica e/ou comportamental com foco na carreira. [...]O desenvolvimento pessoal, por sua vez, diz respeito a um processo que pode durar a vida toda. Trata-se do crescimento de um indivíduo como um todo, contemplando a melhoria contínua em diversos aspectos, como físico, emocional, espiritual, comportamental, psicológico, entre outros. O nome “desenvolvimento pessoal” dá a impressão de que se refere a algo relacionado apenas à vida pessoal do indivíduo, mas, na verdade, é bem mais amplo e tem impacto em todos os âmbitos. (COSENZA, 2024)

A aplicabilidade desses dois tópicos de forma unificada, leva os curiosos pelo tema a concentrarem-se em dois novos assuntos que permeiam a ação dos sujeitos enquanto busca desenvolver-se nos âmbitos pessoal e profissional. As famosas “softs e hard skills” são resultados das atitudes tomadas para a evolução almejada.

Tanto o desenvolvimento pessoal como profissional focam na ampliação de hard e soft skills. [...]Isso significa que, apesar de diferentes, esses dois tipos de relacionamentos estão interligados. Da mesma forma que o pessoal influencia o profissional, tudo o que é feito em prol da carreira também pode agregar positivamente para as outras esferas da vida de um indivíduo. (COSENZA, 2024)

Tendo compreendido quais são as necessidades e o que esses conceitos, distintos, mas interdependes abordam, somos transportados a novos caminhos da gestão e das propostas de crescimento. Dentro da cadeia corporativa, o Gestor de Recursos Humanos (RH) ou Gestor de Pessoas é quem deve dispor-se e oferecer ferramentas para que os colabores possam, por sua vez, se não as pôr em prática, terem a oportunidade de constantemente aprimorá-las, uma vez que:

A gestão de pessoas tem cada vez mais ocupado uma posição estratégica nas organizações, em busca da garantia de uma vantagem competitiva no mercado. Desse modo, as lideranças precisam gerar e difundir uma cultura de aprendizagem contínua, visando ao crescimento econômico, bem como a geração de novas competências individuais e organizacionais que resultem em vantagens competitivas e sustentabilidade da organização. (KNAPIK, 2012, Pág. 7)

Sendo assim, o crescimento da organização é dependente também da forma com que os indivíduos que a compõem crescem e fornecem vantagens a ela. Tendo apresentado uma justificativa para a necessidade de implementação da cultura de aprendizagem, a autora complementa:

Os profissionais de recursos humanos devem, pois, exercer seu papel de agentes de mudanças na preparação para o mundo do trabalho, adequando os processos de gestão à audácia e às ambições do mercado competitivo e à busca frenética por resultados, identificando e desenvolvendo principalmente atitudes capazes de atender às exigências do mercado globalizado, mas sem deixar de lado os aspectos humanos das relações e a qualidade de vida. (KNAPIK, 2012, Pág. 7)

Portanto, cabe aos gestores, líderes, os reais agentes da transformação aplicarem recursos pelos quais darão aos seus subordinados a oportunidade de crescerem e evoluírem. É assim, mais uma vez que se chega às Universidades Corporativas. Concentrar de forma integrada e metódica a realidade da organização e práticas que podem ser aplicadas tanto ali para o exercício de sua função quanto em tantos outros lugares, é oportunizar e investir em crescimento, expansão e formas distintas de galgar posições cada vez mais confortáveis em um mercado afiado e exigente ao extremo. Para pôr em prática as ferramentas estratégicas de aprendizagem, podendo exemplificá-las da seguinte forma:

Os programas de T&D são processos de aprendizagem que provocam mudanças e um amadurecimento profissional e individual, agregando conhecimentos, desenvolvendo habilidades e atitudes e mudando conceitos. Cada nova aprendizagem gera uma nova lacuna no conhecimento. O TREINAMENTO É, ASSIM, UM PROCESSO CONTÍNUO E CÍCLICO. (KNAPIK, 2012, Pág. 302).

Aplicar ferramentas que viabilizem o processo de aprendizagem, permitindo que os programas de treinamento e desenvolvimento (T&D) sejam eficientes e eficazes é uma maneira de fazer diferente dos demais. Muitos personagens no meio corporativo e até mesmo dentro das organizações, podem considerar o gasto com

treinamento como algo alheio as necessidades reais ou simplesmente supérfluo. Entretanto, como já citado anteriormente, seguimos a linha de raciocínio de que: conhecimento e melhoria contínua é igual à vantagem competitiva e crescimento de mercado, assim, tudo aquilo de se aplica ou investe nestes estilos de programas - como as Universidades Corporativas, por exemplo -, é uma experimentação que se bem desenvolvida dará novas trilhas a serem percorridas como meta de expandir seu negócio.

A aprendizagem é abordada como um processo contínuo e cíclico pois, nunca acaba. O profissional que se considera hábil ao extremo a ponto de dizer que não precisa aprender mais nada, esse, não pode ser chamado de profissional. Diversos autores escreveram, em múltiplas formas sobre "o aprender" e o processo que isso carrega. É mudança constante, atualização da visão sobre atitudes, conceitos e métodos.

Por fim, sobressaltam-se algumas questões: quem serão os afetados pela mudança? Na teoria, todos devem passar pelo ciclo do aprendizado, mas, isso acontece da mesma forma? E a resposta será: todos devem, mas isso não pode acontecer da mesma forma. Gerações e pessoas mudam, a forma de encarar a vida e o trabalho não é mais a mesma do século passado e nem vai ser a do século futuro. Para isso, ser flexível será essencial quando observa se os quesitos tantos pessoais quanto profissionais.

2.3 Gerações: jovens no mercado de trabalho

Muitas pessoas são sábias, mas não sabem transmitir esse conhecimento, e um bom comunicador consegue fazer com que seu ouvinte não só entenda seu modo de pensar como também convença o mesmo a aceitar o que foi transmitido convencendo-o a pensar de uma maneira diferente. Para que isso ocorra existe algumas técnicas para aprender a aprender e ensinar o que foi aprendido. Uma delas é entender o como a pessoa se comporta e age no dia a dia, desse modo se cria uma conexão e a comunicação fica mais fácil.

Conhecimento não é acúmulo de informação. É competência para agir. Por que a maioria dos estudantes aprende uma matéria, dedicando dias e mais ao seu estudo, e depois de todo esse trabalho se esquece de tudo? (Quanta energia desperdiçada!) Isso acontece ou já aconteceu com todos nós. Você seria aprovado hoje em um exame, como o vestibular, por exemplo, ou em um concurso para a própria função que ocupa hoje? O problema é que na escola não aprendemos de fato. Só engolimos uma série de conhecimentos. Precisamos aprender a aprender. Conhecimento não significa acúmulo de informação, mas competência para a ação. (RIBEIRO 1993 p.30)

Aprender também a maneira como cada executivo, seja jovem ou sênior, lida com as mudanças, principalmente a mudança no ambiente de trabalho e ver quais os impactos, as características, inseguranças e preconceitos enfrentam, contribuem para entender quais podem ser suas perspectivas de carreira.

Em suma, o fato de aprender algo e transmiti-lo com clareza fazendo com que o ouvinte entenda e absorva, conta muito mais do que ter informações e não ter competência para usá-las. Levando para o mundo corporativo pode-se observar que o maior conflito se dá justamente por essa questão, como cada geração lida com as informações de acordo com suas características.

A geração Baby Boomers – nascidos entre 1940 a 1960 – tem ética e compromisso com a organização de modo muito intenso. Se necessário dedicam longas horas para concluírem seus objetivos, respeitam a hierarquia e buscam crescer por meio de reconhecimento.

Geração X – nascidos entre 1960 e 1980 – possuem adaptabilidade e equilíbrio, são adeptas as multitarefas e se adaptam de maneira muito rápida as tecnologias. Equilibram a vida pessoal e o trabalho e valorizam autonomia por sua flexibilidade.

Os Millennials – nascidos entre 1980 e 1990 – tem a necessidade de buscar propósitos no ambiente profissional, valorizam impacto social e ambiental positivo, alinham seus valores pessoais aos seus valores profissionais. A inovação e a criatividade são muito presentes neles pois valorizam a colaboração e trabalhos em equipe e buscam constantemente por feedbacks para que a aprendizagem deles seja continua.

A Geração Z – nascidos entre 1990 e 2010 – cresceu no mundo virtual e por isso possuem habilidade tecnológicas avançadas, por esse mesmo motivo valorizam diversidade e representatividade dentro do ambiente de trabalho, gostam do não convencional e tendem a ser empreendedores.

Cada geração apresenta seu ônus e bônus, isso porque cada um se adequa às suas próprias necessidades.

Os indivíduos organizam suas vidas a partir das necessidades do seu trabalho, pois esse se torna uma espécie de regulador social, que interfere na disposição do tempo e do espaço das atividades da vida dos indivíduos e legitima as diferentes fases da vida - estudo, trabalho e aposentadoria (LIMA et al, 2012)

As universidades corporativas acabam minimizando esse conflito geracional porque o jovem ingressa no mercado de trabalho de maneira positiva, com recursos e especializações necessárias para seu crescimento profissional.

2.4 Universidades Corporativas

A universidade corporativa é um modelo de capacitação interna oferecido por empresas para desenvolver as habilidades de seus funcionários. Oferece cursos e treinamentos alinhados com os objetivos da empresa, visando melhorar a competência e a produtividade dos colaboradores. Além disso, ajuda a reter talentos e manter os empregados atualizados com as melhores práticas do setor. De acordo com a autora e consultora MEISTER (2000) "A universidade corporativa – também conhecida como faculdade, academia ou instituto de aprendizagem – nada mais é do que uma unidade educativa dentro das organizações. Sua missão é treinar e garantir o aprendizado contínuo de toda a sua cadeia de valor, ou seja, funcionários, clientes e fornecedores. O objetivo é que todos passem a ter qualificações necessárias para atender às metas da organização, colaborando assim para seu sucesso. "

"O método de universidade corporativa permite que o funcionário administre de forma proativa seu próprio desenvolvimento profissional. Ou seja, em vez de seguir passivamente um programa elaborado pelo seu gerente, ele mesmo sugere o tipo de treinamento de que precisa. Além disso, dentro desse sistema são oferecidas oportunidades incríveis de aprimoramento. Há desde aulas de inglês até cursos de MBA." Dessa forma, o método de educação corporativa se torna uma maneira eficiente para que o próprio colaborador reconheça e aprimore seus pontos negativos, sem a necessidade de um direcionamento externo.

O sistema de universidade corporativa surgiu na década de 1950 e 1960, como uma resposta direta das grandes empresas a necessidade de qualificação contínua de seus colaboradores. A iniciativa pioneira das empresas resultou na criação de um

sistema elaborado de educação corporativa, com currículos adaptados às estratégias e objetivos da organização, proporcionando um ambiente de aprendizado contínuo que apoia o crescimento profissional dos colaboradores.

Começaram a aparecer no final da década de 50 porque as empresas se deram conta de que não podiam mais depender das instituições de ensino superior para desenvolver sua força de trabalho. Decidiram, então, assumir um papel proativo no desenvolvimento de sistemas educacionais e vinculá-los de maneira mais estreita às metas empresariais. (MEISTER, 2000)

As universidades corporativas são, portanto, unidades educativas dentro das organizações que têm como missão proporcionar aprendizado contínuo para funcionários, clientes e fornecedores, alinhando suas competências com as metas empresariais. O início de seu surgimento no final dos anos 50, nos Estados Unidos devido à necessidade das empresas de desenvolver internamente suas forças de trabalho de forma mais estratégica e alinhada com as exigências do mercado. Diferem das áreas de treinamento tradicionais por oferecerem autonomia aos funcionários na gestão de seu desenvolvimento profissional e por proporcionarem diversas oportunidades educacionais. A partir disso foi desenvolvido um projeto para criação de um aplicativo que otimiza a integração das universidades corporativas dentro de empresas. Sendo assim as oportunidades de qualificação são contínuas melhorando a qualidade e a eficiência do trabalho.

2.4.1 Tipos de universidades corporativas

Com uma visão ampla, as empresas perceberam que não era necessário depender exclusivamente dos profissionais com formação universitária, especialmente considerando que nem todos têm acesso a esse tipo de educação. Como resultado, instituições optaram por estabelecer Universidades Corporativas, que oferecem oportunidades de capacitação, desenvolvimento para seus colaboradores e promover compromissos sociais, independentemente de sua formação acadêmica. Essas iniciativas visam moldar e ensinar os profissionais de forma qualificada e alinhada com as necessidades específicas da corporação.

Observando a funcionalidade das Universidades Corporativas, que traz mudanças positivas nas corporações fortalecendo o vínculo entre aprendizado e aplicação prática, aplica integração e treinamento constante para os indivíduos para

que sejam profissionais qualificados com os treinamentos, além de que mantem a cultura de aprendizagem contínua na empresa.

As Universidade Corporativas propõem cursos que não apenas transmitam conhecimento, mas também promovem um compromisso social, influenciando processos de mudança organizacional e a cultura empresarial possibilitando a integração de novos indivíduos na empresa, moldando-o de forma produtiva.

A empresa escola começaram a aparecer no final da década de 80 porque as empresas se deram conta que não podiam mais depender das instituições de ensino superior para desenvolver força de trabalho. Decidiram, então, assumir o papel proativo no desenvolvimento de sistemas educacionais e vinculá-los de maneira estreita às metas empresárias. (GIL 2009 apud MEISTER, 2000)

Analisando este cenário ALPERSTEDT (2001) cita que a universidade reproduz o saber, estabelece um compromisso social e forma pessoas pensantes. É por meio das universidades corporativas que algumas empresas disponibilizam e oferecem seus próprios cursos a funcionários, clientes, fornecedores e até mesmo ao público em geral. A iniciativa de criação de cursos próprios é motivada por processos de mudança organizacional orientados para a busca da efetividade, ou, em outras palavras, é o reflexo da promoção da aprendizagem organizacional.

2.4.2 Contribuições, metas e objetivos

Desde a década de 90, percebia-se no ambiente profissional a necessidade de que as universidades oferecidas pelas empresas para qualificação e moldagem inerentes de seus funcionários deveria evoluir em seus métodos e métricas para aplicação e feedback.

Conforme tal necessidade, as empresas cada vez mais investem seus recursos para proporcionar treinamentos e experiências mais tangíveis aos colaboradores.

Questiona-se, contudo, se tais universidades oferecem aos seus participantes subsídios para refletir, criticar, criar, agir em todas as ações inseridas no escopo da educação, ou se, ao contrário, optam pela doutrinação. (VERGARA, S. C., BRAUER, M., & GOMES, A. P. C. Z., 2005)

Porém, pesquisas, como a que originou tal dúvida, mostram que cada vez mais há se um aspecto de ensino com “doutrinação” dentro das empresas, tendo em vistas suas métricas, e métodos de aplicação mais usadas (empregados veteranos como palestrantes e portadores de tendências organizacionais, metodologias singulares e

bruscas, treinamentos afastados da realidade contemporânea do ambiente externo e afastados do estado da arte)

A citação traz à luz um alerta para a disseminação de conhecimento técnico, teórico e prático sem a compreensão do pensamento crítico do colaborador para com o ambiente micro da empresa, reforçando a necessidade de, mais que conteúdos específicos para a organização, mas que também trabalhem as habilidades individuais de cada indivíduo alocado ali, de forma a trabalhar seu senso crítico e de pensamento.

Algumas Universidades Corporativas priorizam o treinamento realizado totalmente pela própria organização, e utilizam como docentes e organizadores dos cursos seus próprios empregados, em vez de utilizar também professores capacitados oriundos da universidade tradicional.

Esse tipo de adesão ao modelo de treinamento adotado por determinadas empresas faz com que os funcionários se abstenham do pensamento e senso crítico no seu dia a dia, podendo causar uma tênue sensação de indução do modelo de gestão da plataforma ao indivíduo, o qual se vê num círculo fechado, impossibilitado de gerar e transmitir novas ideias para o ambiente em que trabalha, depositando seu esforço num modelo único adotado pela empresa, que, na maioria das vezes visa excepcionalmente o lucro e a produtividade no negócio.

Por isso, é de suma importância que a implementação de melhorias para esse processo seja contínua e redundante, principalmente no que diz respeito aos métodos. Nesse aspecto, é evidente que a plataforma apresentada por esse projeto vem ao encontro de tamanha problemática com um novo tipo de abordagem e interação aos novos ingressantes no mercado de trabalho.

DAVIS E NEWSTROM (1989) apontam também um fator facilitador dessa postura totalmente prática da teoria ensinada (distanciada à compreensão e análise minuciosa de tarefas propostas): a remuneração com base nas habilidades individuais de cada empregado.

Ambos os professores de Administração e matérias correlatas em Universidades nos Estados Unidos, fomentaram em seu livro “Comportamento Humano no Trabalho – Uma Abordagem Psicológica” uma visão abrangente e bastante usual sobre o contexto de certos comportamentos, práticas e sistemas que, a maioria das pessoas enquanto indivíduos atuantes de um meio profissional não de se deparar.

No decorrer da obra DAVIS E NEWSTROM (1989) trazem luz à aspectos acerca da relação da motivação causada pelos salários, incentivos e benefícios oferecidos por cada empresa, com ênfase nas diferentes situações e usos estratégico-operacional.

Em contratar com salários (que remuneram alguém por exercer um cargo) e com incentivos (que remuneram o nível de desempenho), salários baseados nas habilidades (também chamados de salários baseados no conhecimento) recompensam individualmente os empregados por aquilo que eles sabem fazer. (DAVIS e NEWSTROM, 1989)

Um dos pontos de observação apresentados foi o pagamento de salários pela prestação de serviços embasado nas habilidades de cada componente vinculado à empresa, onde ambos podem ter diferentes visões sobre esse sistema, o que pode passar à ser um meio tanto equilibrado e competitivo dentro da gestão da empresa e funcionários, os quais estariam dispostos à adotarem sistemas, no formato de universidade, afim de que haja uma equipariedade entre os saberes, condições, e conhecimentos complacentes com a proposta da empresa, como também pode fomentar uma competitividade de cargos e posições, enfatizando aptidão à determinadas habilidades para os próprios líderes e gestores.

A ideia de universidade e a facilidade de optar por um sistema que precisaria ser apenas implantado e desenvolvido com os colaboradores faz com que a qualificação assertiva se torne algo real e usual para a empresa, a qual oferece oportunidade de crescimento e bonificações para aqueles que pretendem se dissociar de toda grande maioria, agregar valor ao trabalho e sentir-se realizado profissionalmente.

Enfim, observa-se que a estrutura das universidades corporativas agregam muito à organização, e independente de seu modelo devem se atentar às necessidades internas de cada empresa de forma singular e com inovação em cada uma de suas etapas e processos, tanto em adesão quanto em aplicação (estratégia essa que deve ser pensada, estruturada, fomentada e gerida pelos gestores de RH, recrutamento, ou setor designado para tal), a fim de gerar uma educação de qualidade e fomentar a vontade dos indivíduos na busca pela qualificação e dissociação dos demais no ambiente de trabalho.

Tendo apontado academicamente a aplicabilidade e os quesitos necessários para o tema, passa se para as ferramentas de gestão. Elas permitem múltiplos pontos

de vista sobre o que gera a necessidade de tratar o assunto e como adotar práticas para melhor trabalhá-lo.

3. APLICAÇÃO DAS FERRAMENTAS DE GESTÃO, PESQUISA E ENTREVISTA

Após a consulta de diversos autores que discorrem sobre os múltiplos assuntos inerentes ao tema das Universidades Corporativas, é necessário que se aplique os conhecimentos internos que auxiliem na justificativa da aplicabilidade da proposta. Portanto, discorre-se abaixo em três conceitos: aplicação e resumo das ferramentas de gestão – Análise SWOT, 5W2H e Mapa de Empatia –, análise do resultado da pesquisa pública e entrevista para análise de caso.

3.1. Análise do Resultado da Pesquisa Pública

A análise dos gráficos a seguir detalha os resultados apurados nas pesquisas realizadas dentro e fora do ambiente em que este trabalho fora desenvolvido, contando com cerca de 131 respostas, dentre elas de alunos, professores e demais pessoas da comunidade local. Cada um dos gráficos têm o objetivo de facilitar na compreensão dos resultados levantados pelos mesmos e agregar ao conteúdo apresentado com dados verídicos e concisos.

3.1.1. Levantamento sobre gênero

Gráfico 1: Pergunta sobre o gênero dos entrevistados



Fonte: dos autores – 2024

Os resultados apurados neste formulário elaborado para o levantamento das informações sobre as Universidades Corporativas trazem a seguinte análise quanto

ao assunto “Gênero”: compõe mais da metade – 51% das respostas –, pessoas do gênero feminino. Os outros 49%, são do gênero masculino, não quiseram responder ou disseram se identificar com outra opção.

3.1.2. Levantamento de Faixa Etária

Gráfico 2: Pergunta sobre a Faixa Etária

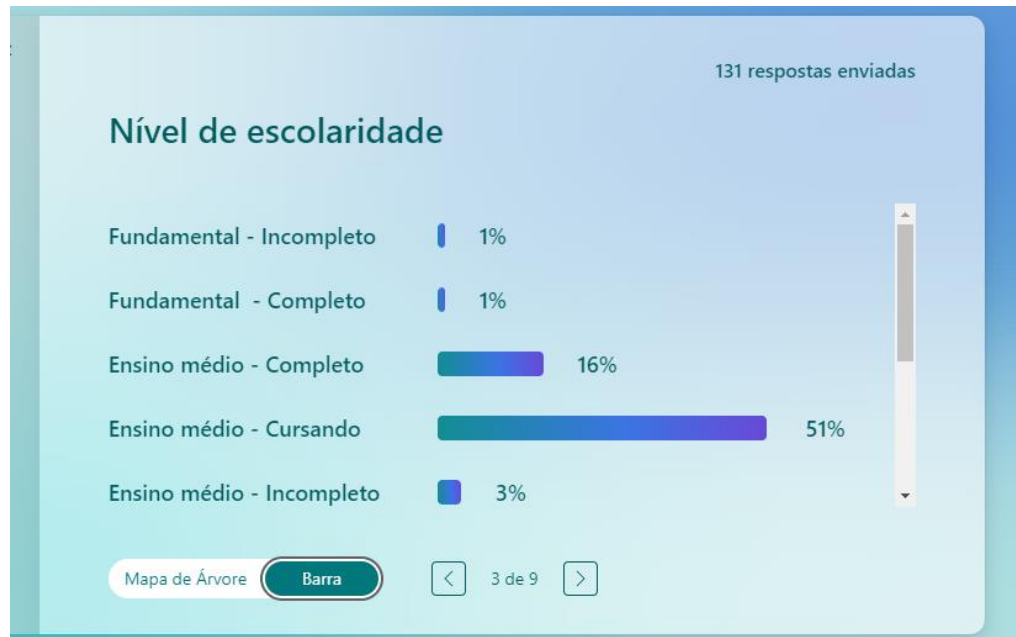


Fonte: dos autores – 2024

No que diz respeito à faixa etária, dos contribuintes que responderam a pesquisa, 66% do total deles têm idades entre 15 e 20 anos, o que é compreensível já que sua propagação se deu no ambiente escolar da Etec Fernando Febeliano da Costa.

3.1.3. Levantamento do Nível de Escolaridade

Gráfico 3: Pergunta sobre o nível de escolaridade

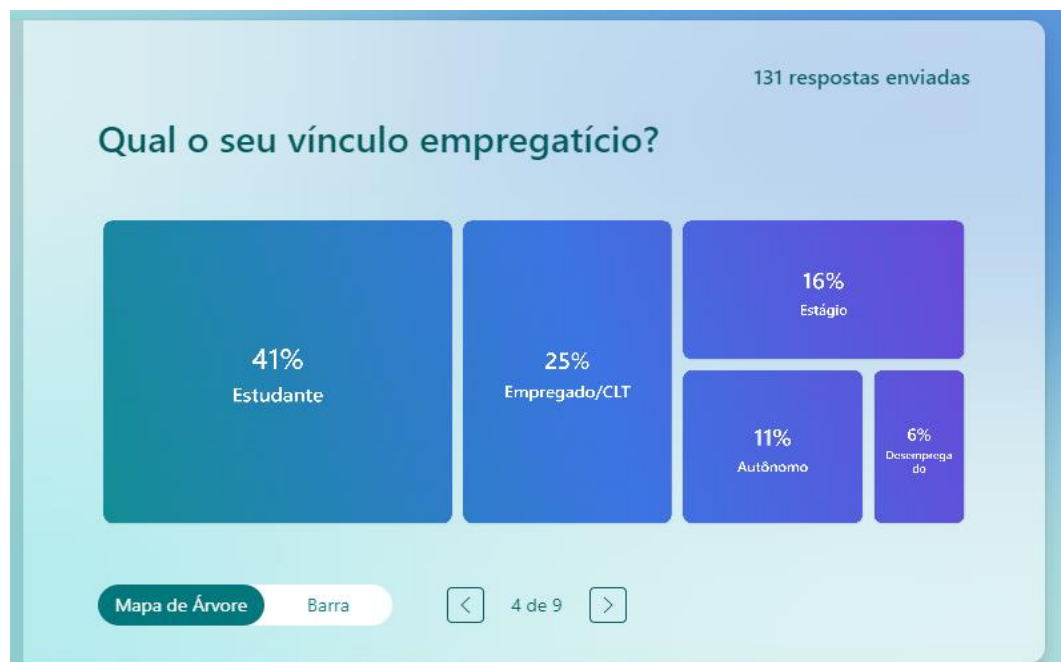


Fonte: dos autores – 2024

Por ser realizado em uma escola, o trabalho teve a maior parte de suas respostas oriundas de alunos e demais pessoas que estão cursando o ensino médio – 51% do total de respostas.

3.1.4 Levantamento sobre o Vínculo Empregatício

Gráfico 4: Pergunta sobre o vínculo empregatício



Fonte: dos autores – 2024

Ao serem questionados sobre o vínculo empregatício de cada um que respondeu, 41% ainda é somente estudante, enquanto 52% das pessoas que responderam possuem um vínculo empregatício com alguma empresa (trabalho, contrato de estágio, etc) e apenas 6% não possuem nenhum vínculo empregatício, seja como CLT, estágio ou autônomo.

3.1.5. Levantamento sobre o Conhecimento a Respeito do Tema

Gráfico 5: Pergunta sobre o conhecimento a respeito do tema

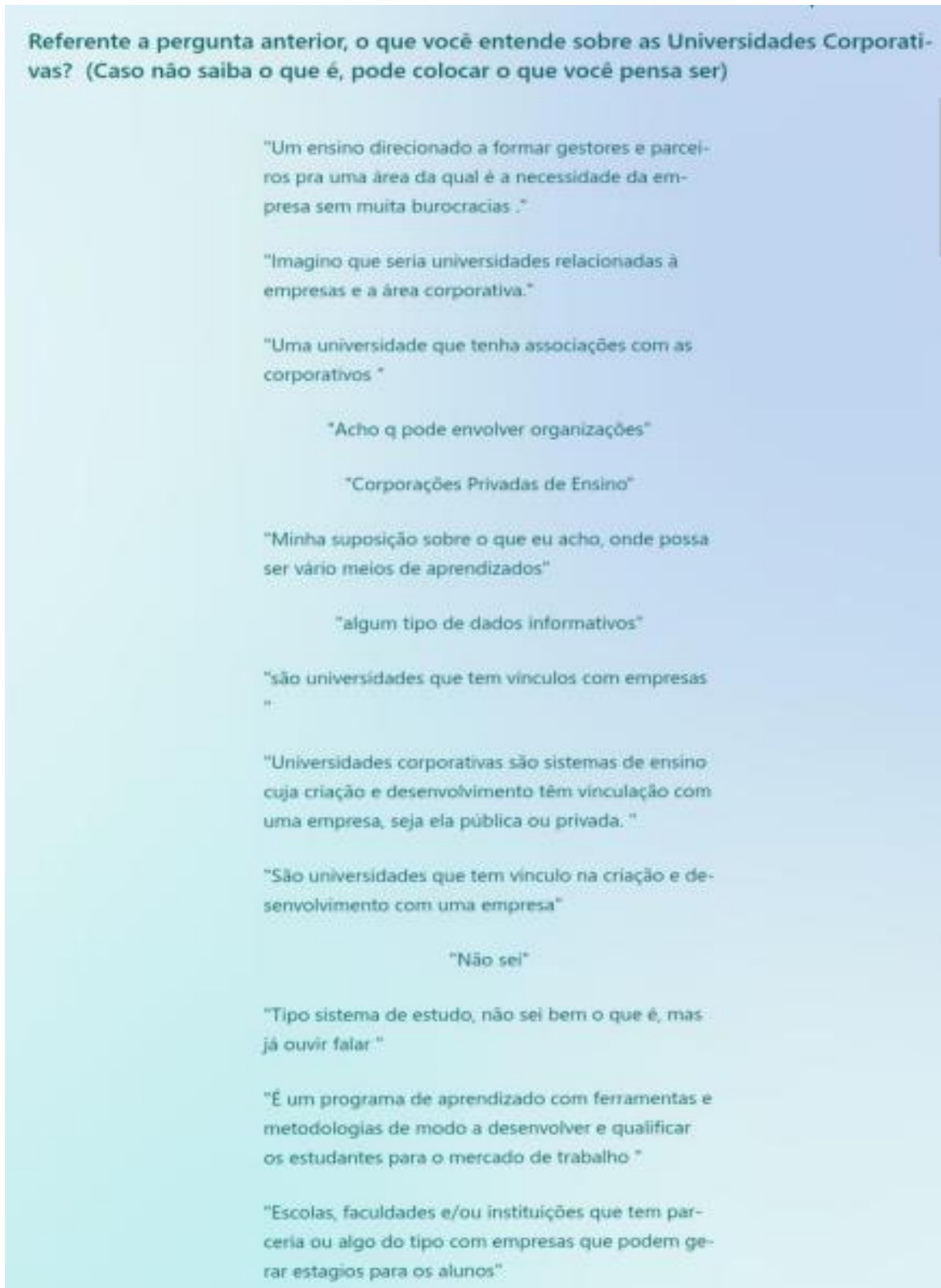


Fonte: dos autores – 2024

Ao serem questionados sobre o conhecimento prévio do tema – O que é uma Universidade Corporativa – 68% das pessoas que responderam, mostraram não conhecer, não ouvir falar e nem conseguiram dar uma definição clara sobre o assunto, o que, tratando-se de algo muito relevante, para a maioria que é estudante, e que ajuda os jovens no mercado de trabalho, forte e diariamente com as trilhas de conhecimento e o suporte técnico das plataformas, faz com que essa desinformação geral em alguns jovens de hoje impliquem à eles um atraso no saber, e até lhe feche algumas portas, o que não é nada agradável.

3.1.6. Exposição Pública: O que as pessoas acreditam ser uma universidade corporativa.

Figura 1-Lista de Respostas Levantadas



Fonte: dos autores – 2024

Arelado ao gráfico 5, os contribuintes foram convidados à expressarem de forma objetiva, mesmo que não soubessem exatamente, o que significava o termo “universidades corporativas”. Algumas respostas foram:

- “Acho que pode envolver organizações”
- “Escolas, faculdades e/ou instituições que tem parceria ou algo do tipo com empresas que podem gerar estágios para os alunos”
- “É um programa de aprendizado com ferramentas e metodologias de modo a desenvolver e qualificar os estudantes para o mercado de trabalho “
- “São universidades que tem vínculos com empresas”
- “Não sei”
- “Algum tipo de dados informativos”

3.1.7. Levantamento sobre Relevância do Tema

Figura 2- Resultado em Escala da Resposta



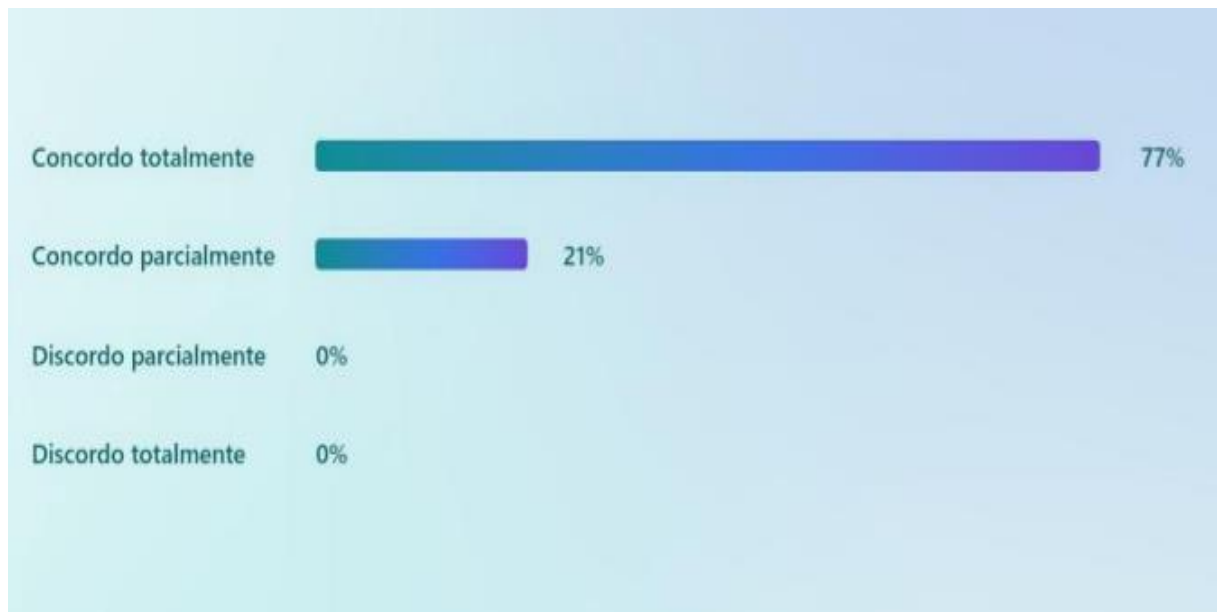
Fonte: dos autores - 2024

Subsequente ao levantamento do conhecimento, foi feita uma breve explicação sobre o tema e depois disso, fora proposto para os que respondiam ao formulário avaliassem o quão relevante é o tema do trabalho, o que rendeu ao final uma nota de 4.3 pontos de aprovação, o que gera também certa confiabilidade na implementação e desenvolvimento do projeto.

3.1.8. Levantamento sobre Opinião

Para finalizar o questionário foi apresentada a seguinte questão sobre conhecimento global das empresas: “Marque uma resposta de acordo com sua opinião sobre essa afirmação: "Hoje, mais do que nunca, é necessário que além de quem está fora, aqueles que estão dentro das organizações à conheçam e compreendam a seu respeito.””

Gráfico 6: Pergunta para levantamento de opinião sobre afirmação



Fonte: dos autores – 2024

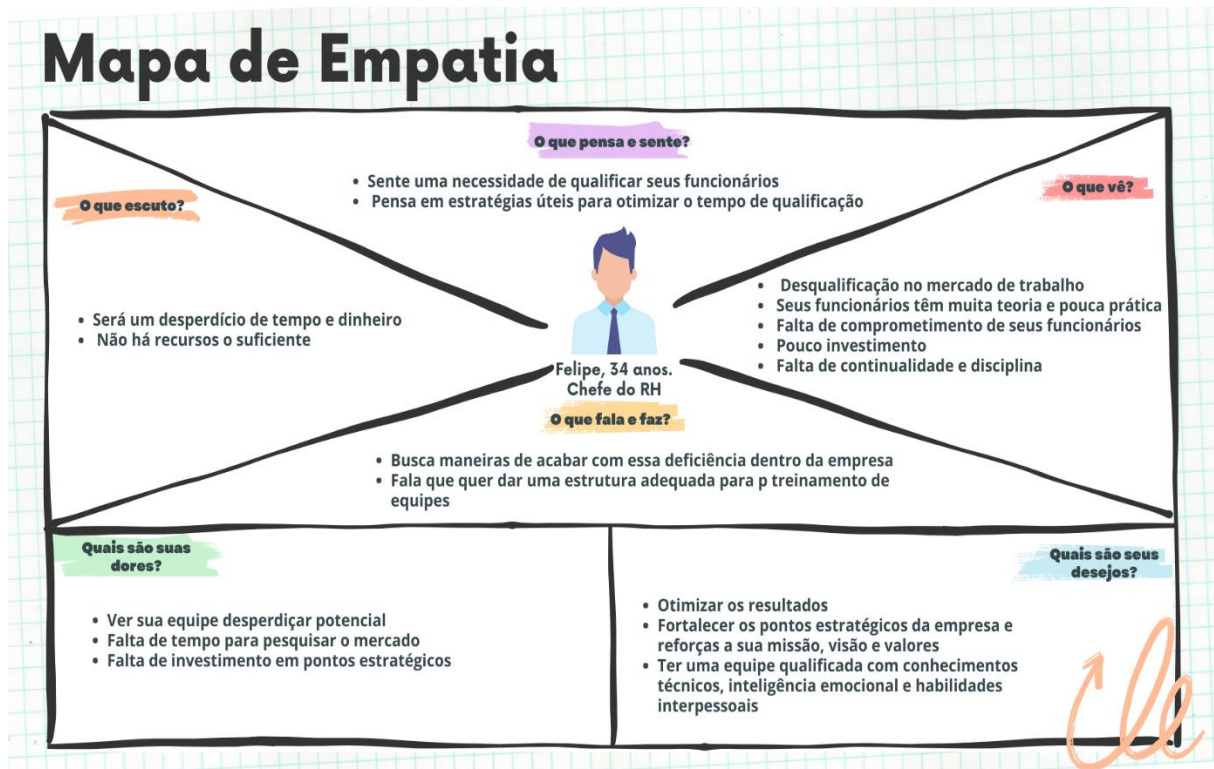
Como interpretação geral dessa questão, pode-se concluir que no cenário atual, que não apenas os agentes externos – ou macros – da organização tenham conhecimento sobre ela, mas sim os que estão absorvidos no cenário micro, assim o façam. De modo especial, ressalta-se os aspectos positivos desse aprofundar-se: ambiente coeso e engajado; senso de pertencimento e coletividade, contribuindo para o sucesso coletivo; trabalho em equipe; e também crescimento pessoal, uma vez que o profissional que se aprimora para o grupo aprende a ser melhor para si mesmo.

Tendo base um resumo geral das questões, pode-se considerar que a respeito do tema o conhecimento das pessoas é pouco, entretanto, ao relacionar as duas palavras conseguem fazer uma conexão quando dos termos formação e empresas. A viabilidade de uma plataforma com informações seguras e completas sobre o assunto é uma possibilidade forte e que impulsiona a seguir firme o propósito do projeto.

3.2. Mapa de Empatia

O mapa de empatia é uma ferramenta administrativa, um modelo visual, que permite aos usuários ilustrar de forma detalhada a posição do cliente através de seis questionamentos. Chegou-se assim aos resultados abaixo:

Figura 3-Mapa de Empatia



Fonte: dos autores – 2024

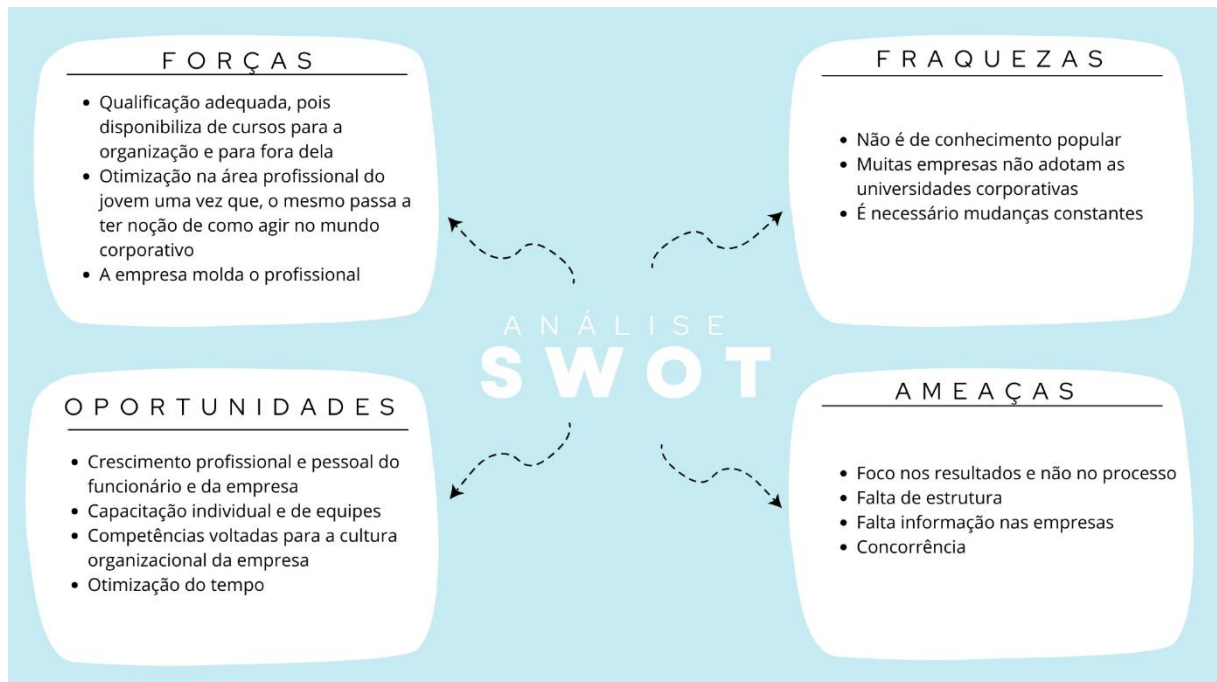
Por meio da aplicação da ferramenta administrativa, mapa de empatia, ficou evidente que para a realização dos seus desejos surgiu a necessidade da criação de um site para a empresa e uma plataforma que se adeque para treinamentos e cursos diversos.

Primeiramente, é preciso criar um site para que a empresa se apresente ao público, contando sua história, seus objetivos, sua missão, visão e valores. Nesse site terá uma aba escrito "Universidade Corporativa" que irá direcionar para a plataforma, nessa plataforma haverá dois tipos de acesso, o corporativo, para pessoas que já trabalham na empresa e o livre para pessoas que têm interesse em trabalhar ou serem treinados pela empresa.

3.3. Análise SWOT

Análise SWOT, também conhecida como matriz FOFA, é uma ferramenta que visa pontuar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de maneira estratégica para que haja um desenvolvimento melhor por meio do planejamento

Figura 4-Análise SWOT



Fonte: dos autores – 2024

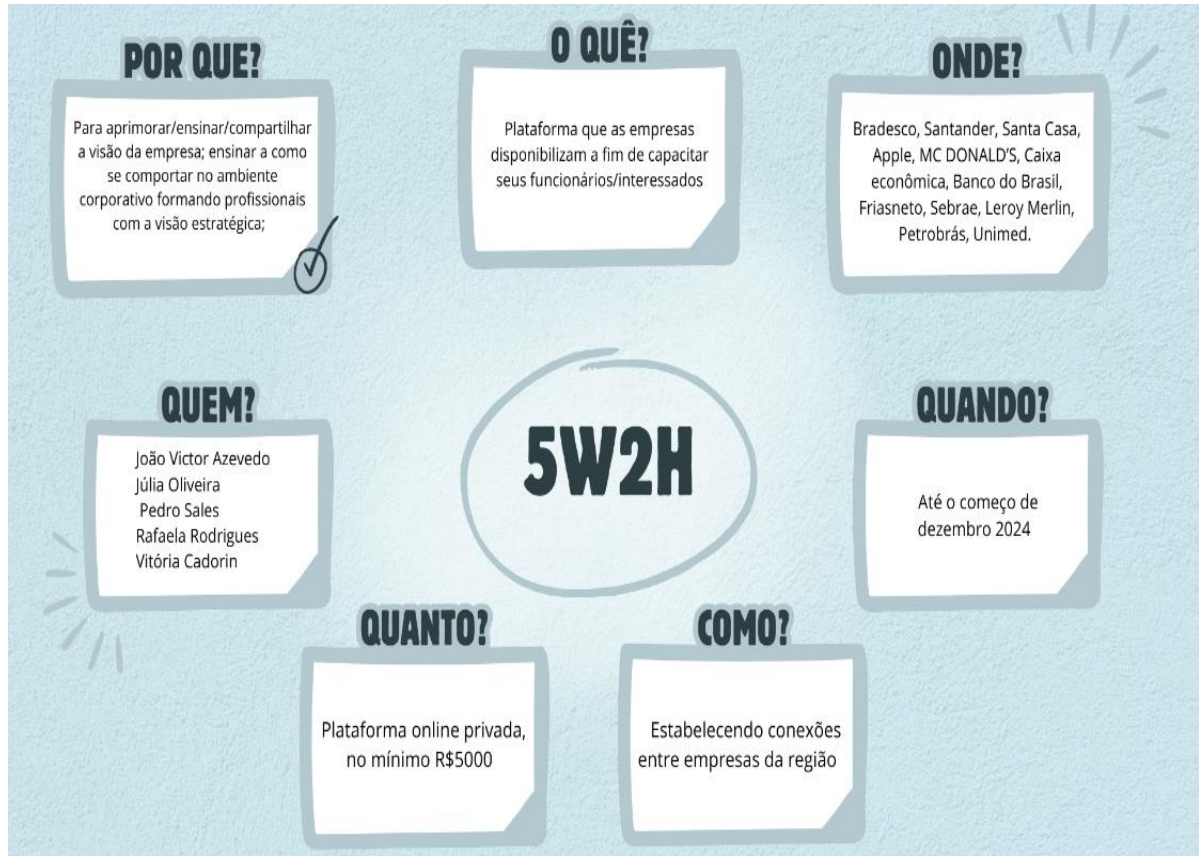
Dessa forma, fez-se indispensável a criação de um plano de ação que foi realizado com o auxílio da ferramenta Análise SWOT, com a proposta de evidenciar as melhorias, oportunidades e possíveis falhas.

Após a aplicação da ferramenta utilizada para a implementação do plano de ação, foi possível fazer um planejamento detalhado sobre os custos, qual será o público alvo e principalmente o assunto a ser tratado, como a relação entre empresa e usuário será estabelecida. A ferramenta administrativa que possibilita esse planejamento ser realizado de forma minuciosa é a ferramenta 5W2H.

3.4. Análise 5W2H

A ferramenta 5W2H tem o objetivo de traçar um plano de ação com base na resposta de sete perguntas que serão feitas sobre o processo de execução do projeto como mostra a seguir:

Figura 5-Análise 5W2H



Fonte: dos autores – 2024

Por meio da ferramenta 5W2H, o planejamento financeiro, estratégico e de marketing foi finalizado, também se verificou como será estabelecido a relação entre parcerias, empresa e usuário.

Desse modo, foi viável a criação do site, juntamente com a plataforma, como protótipo para seleção e capacitação através da universidade corporativa.

3.5. Estudo de Caso e Entrevista Aplicada

Um dos exemplos de evolução da proposta contínua de aprendizagem, é a empresa OJI Papéis Especiais. Daniel Santos Neto, Analista de Desenvolvimento da instituição, apresentou a ferramenta OJI Conecta, uma Universidade Corporativa da organização. Em entrevista contou que a ferramenta era apenas para um determinado perfil (gestores e líderes de departamentos), em 2018 precisava treinar essas novas pessoas para disseminar uma nova cultura, desenvolvendo assim profissionais preparados para obter um desenvolvimento profissional e com o foco em disseminar uma nova cultura.

Essa iniciativa foi para atender empresas maior ou igual a Oji Papéis. Durante a pandemia da Covid-19 foi necessário implementar dentro dessa plataforma uma maneira de introduzir aos funcionários as normas de segurança. Após esse período identificaram-se pequenas falhas nesse processo, o que levou a novas atualizações com a implementação de laboratórios de informática equipados com acessórios que faltavam para que o colaborador pudesse efetivamente participar do processo de absorção do conhecimento.

Perguntas realizadas na entrevista:

- Por que a Oji Papeis Especiais teve a iniciativa de fazer uma universidade corporativa?
- Qual é o objetivo dessa universidade para vocês?
- Como funciona? É algo obrigatório? Quem geralmente dá esses cursos? E fornecem certificados?
- Os cursos oferecidos são totalmente voltados para o profissional ou também existe uma parte para crescimento pessoal?
- Vocês utilizam sites para as pessoas verem seu próprio desempenho e quais cursos estão disponíveis para ele?
- Quais são as vantagens e desvantagens de ter uma universidade corporativa?

Na pandemia havia mais possibilidades em casa, foi aí que começou a academia de liderança. Desse modo foi desenvolvido a OjiConecta, que apresenta mais de 16535 conclusões de curso e mais de 30 gerentes com o acesso do

desempenho do estudante. A Universidade Corporativa utilizada na Oji Papeis é a ConexãoOji, com uma diversidade de inclusão e vários sistemas de forma híbrida, alguns deles são Saúde e segurança, academia técnica, academia de educação continuada, academia biblioteca. O funcionário assim que contratado é recepcionado pelos gestores e passa por uma integração dentro da fábrica, sendo apresentado para seus colegas. Após essa integração ele recebe o login com a senha da plataforma ConexãoOji para fazer a segunda parte da integração de forma híbrida, na qual ele passará 30 dias percorrendo uma trilha de cursos com a função de adaptação. Ele ainda conta que, durante o processo de aplicação da OJI Conecta, viu-se novas formas de utilização para ela.

Daniel Santos listou como uma das vantagens do projeto a padronização do conhecimento. Todos os funcionários podem se aprofundar sobre o universo da corporação e até mesmo conhecimentos básicos sobre direitos trabalhistas. Analisando as desvantagens, ele cita que uma delas pode ser a falta de adesão a proposta e a não participação, entretanto, isso são casos raros e isolados uma vez que as vantagens são tantas que não geram desinteresse ou essas situações mencionadas.

Após diversas pesquisas para aprimoramento, hoje a Universidade Corporativa da empresa é responsável pela integração de novos colaboradores e por sua "Trilha de Aprendizagem" - método criado para que os funcionários tenham acesso a cursos e materiais de apoio para desenvolverem-se em seus cargos e funções.

Uma curiosidade interessante desse projeto aplicado pela OJI é a diferenciação entre as ferramentas para funcionários de carreira/padrão para os jovens e estagiários. A trilha é mais moderna e interativa. Dentro desse método, eles podem interagir como em um jogo online, desenvolvendo sua persona e dando características ao seu avatar. Isso, explica Daniel, é uma forma mais atraente e que por consequência acaba fidelizando o ideal de aprendizagem. Um dos objetivos é incentivar os novos membros do mercado a persistir e compreender a necessidade da busca contínua por informações.

4. APLICABILIDADE

A aplicabilidade compreende desenvolver uma proposta de intervenção para o assunto abordado em toda a problemática já exposta durante as pesquisas iniciais, exploração dos conceitos inerentes ao tema e aplicação das ferramentas. Ou seja, este é o passo conclusivo da proposta, é inserir um meio pelo qual os pontos divergentes tornam-se convergentes.

4.1. Resumo Geral da Proposta

O aplicativo Mastermind é uma proposta que visa integrar o perfil empresarial aos perfis de jovens que estão ingressando ao mercado de trabalho. Neste ambiente, as empresas depositam seus cursos e formações e abrem as portas de seus negócios para que candidatos em busca de sua primeira oportunidade possam adquirir experiência.

A proposta da plataforma também visa proporcionar para as empresas que os membros já inseridos no seu quadro de funcionários tenham oportunidades de aperfeiçoamento contínuo. Isso constrói o perfil do colaborador que passa a ter mais habilidades e características específicas e sensíveis nas rotinas de trabalho.

Portanto, desenvolveu-se a plataforma de Universidade Corporativa Mastermind.

4.2. Perspectiva do Perfil Empresarial

O perfil empresarial compreende a área onde as organizações vão se alocar, desenvolver, aplicar suas ofertas de cursos e coloca-las a disposição da comunidade geral ou da comunidade organizacional. Após a conclusão, a empresa pode monitorar os dados dos usuários e inserir os certificados de conclusão

Figura 6-Tela de acesso para empresas já cadastradas ou 1º acesso para cadastro



Fonte: dos autores – 2024

Figura 7-Tela de cadastro do perfil corporativo



Fonte: dos autores – 2024

Figura 8-Tela Inicial do Perfil Corporativo



Fonte: dos autores – 2024

Optando pela comunidade externa – ambiente macro da organização – ela terá a oportunidade de analisar os perfis que realizaram as atividades disponíveis, seus resultados e ter acesso a informações de contato para eventualmente contratar os candidatos. O mesmo acontece com os perfis internos, com exceção de que neste caso ela irá monitorar os dados de tempo de acesso, conclusão e resultados obtidos.

Figura 6-Campo de Monitoramento de Acessos e resultados

The image shows a smartphone screen displaying the MasterMind application. The app has a purple header with the MasterMind logo and a search icon. Below the header is a table with four columns: Cursos, Inscritos, Email, and Data de início. The table lists ten entries for the 'Administração' course, showing the name of the student, their email address, and the date and time of their access. At the bottom of the screen, there are two buttons: 'Dados dos inscritos' (with a document icon) and 'Jornada dos estudantes' (with a bar chart and magnifying glass icon).

Cursos	Inscritos	Email	Data de início
Administração	Cleyton Machado	clayntinho.dopneu@gmail.com	08/08/2024 - 17h32
Administração	Clarissa Montenegro	montenegro.clarissa@gmail.com	16/09/2024 - 07h45
Administração	Tayla Santos	tayla.santos@hotmail.com	14/01/2024 - 18h36
Administração	Cicero Romão	cicero.romão@gmail.com	05/06/2024 - 17h12
Administração	Arnoldo Chuazeneguer	arnoldo.neguer@outlook.com	15/10/2024 - 16h23
Administração	George Michel	george.michel@etec.sp.gov.br	07/02/2024 - 19h15
Administração	Lorrayne Almeida	lolo.almeida@gmail.com	08/11/2024 - 08h47
Administração	Elton João	elton.jp@harmail.com	10/04/2024 - 9h16
Administração	Amanda Carter	amanda.carter@hotmail.com	09/05/2024 - 17h23
Administração	João Lenon	lenon.beatles@outlook.com	15/10/2024 - 02h51
Administração	Cleber Toledo	cleber.toledo@antander.corp.co	23/12/2023 - 11h44

Fonte: dos autores – 2024

4.3. Perspectiva do Perfil do Usuário

O perfil do usuário ou funcionário-discente compreende a área onde eles vão se cadastrar, inserir suas informações pessoais – e currículo no caso dos candidatos a vagas –, encontrar as organizações, explorar os conteúdos disponibilizados, concluir as trilhas e ter acesso as certificações.

Figura 7-Tela de cadastro de perfil de novo usuário e tela inicial após o cadastro



Fonte: dos autores – 2024

Figura 8-Tela Inicial em Desktop



Fonte: dos autores – 2024

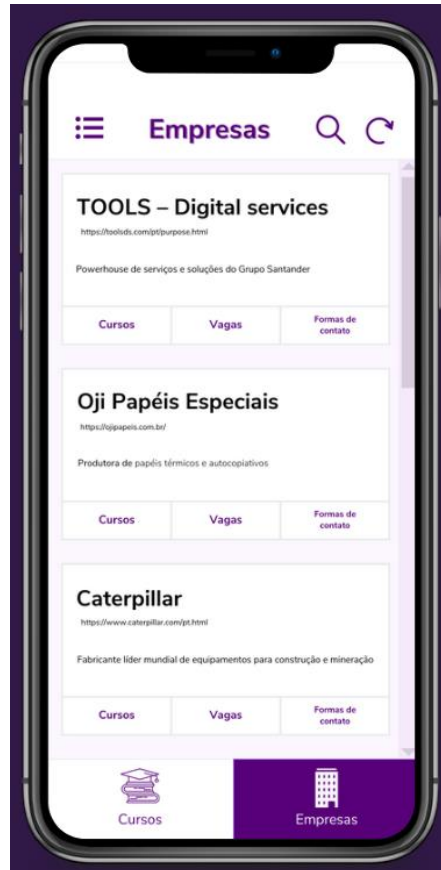
Figura 9-Tela Inicial em Smartphone



Fonte: dos autores – 2024

O ambiente empresas no MasterMind para usuários é uma listagem de todas as empresas que integram a plataforma. Nele podem ser encontrados os cursos, as vagas que ela disponibiliza através de divulgação da plataforma e os contatos institucionais das organizações.

Figura 10-Campo "Empresas" no perfil do usuário



Fonte: dos autores – 2024

Figura 11-Arte de divulgação da plataforma

Fonte: dos autores – 2024

5. RESULTADOS ESPERADOS

Contribuir para que as organizações passem a realizar uma contratação de maneira prática, eficaz e eficiente. Sendo, inicialmente o primeiro contato através da ferramenta digital entre o jovem e a empresa, o mesmo permitirá que apenas os usuários que tenham o perfil que a companhia procura, possam realizar o treinamento e avançar para as etapas do processo seletivo.

Garantir ao jovem trabalhador oportunidades reais e significativamente construtivas. Fazer dele agente de transformação no lar, na rua, na escola, nas pequenas, médias ou grandes corporações e até mesmo na sociedade. Oportunizar o mercado com mentes capazes de fazer crescer e ser ponte de transformação.

Ademais, um resultado esperado significativo do aplicativo é a oportunidade de capacitação contínua do funcionário, facilitando a oportunidade de crescimento profissional com uma disponibilidade de horários já que pode ser realizado a distância.

Espera-se assim que a empresa possa usufruir do aplicativo de forma criativa para capacitar e incentivar seus funcionários, além do que, a corporação pode constantemente acompanhar e avaliar o desempenho do funcionário em tempo real, tornando assim mais eficiente os treinamentos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta monografia teve como objetivo analisar o papel das universidades corporativas em meios organizacionais, destacando sua importância e elucidando a aplicabilidade de seus conceitos para o contexto dos jovens que ingressam no mercado de trabalho. Durante as pesquisas, foi expressivo o índice positivo para os cenários onde a implementação da ferramenta desempenha um papel fundamental na capacitação individual de cada indivíduo da empresa, o que possibilita o destaque individual dos mesmos, elevando suas habilidades individuais já formadas anteriormente à um novo nível de disciplina, conhecimento, adaptação e objetividade, o qual atenda às necessidades da organização.

A implementação das ferramentas da administração – 5W2H, Análise SWOT, Mapa de Empatia – tiveram papel importante na formulação do produto deste trabalho, sendo estas cruciais para o entendimento do tema e seu nível de compatibilidade com as necessidades atuais da sociedade atual. Todo o material levantado, atrelado à pesquisa para levantamento do nível de conhecimento público sobre a importância do tema, aponta para a necessidade do jovem em se inteirar cada vez mais sobre a desenvolvimento de habilidades e competências. Mesmo considerando que o cenário interno das organizações está repleto de pessoas que carregam consigo uma bagagem de conhecimento, mas que estão dispostas à serem moldadas conforme a necessidade do local de atuação e trabalhando sobre um plano de carreira pensado para o colaborador ingressante ou com sua participação no quadro de funcionários há uma sequência de cinco, dez, quinze ou até mesmo trinta anos.

Sendo assim, o produto deste trabalho, um aplicativo, nomeado “MasterMind”, tem como objetivo oferecer conhecimento e transformação. Ele garante preparação e melhor aptidão para o mercado de trabalho, propondo um ganho que reflete em cada vez mais resultados positivos. Através da parceria com grandes corporações brotam oportunidades e chances em números maiores e amparadas por mão de obra cada vez melhor.

Com isto, espera-se que este trabalho vá ao encontro da problemática e agregue de forma significativa para a resolução do quadro atual da situação em que muitos jovens se encontram. E, mesmo se deparando com um mercado frio, exigente e imparcial, sejam hábeis e exímios articuladores para lidar com as mais diversas situações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANCO, Alessandra Rosa. **O Perfil das Universidades Corporativas no Brasil**. Revista de Administração Mackenzie. Scielo. São Paulo: 2006. Disponível em: www.scielo.br/j/ram/a/hJqNvxppqgQgwFRPs9LwHDZb/?lang=pt#. Acesso em: 23 de junho de 2024.

COSENZA, Bruna. **Desenvolvimento pessoal e profissional: como se relacionam?** Disponível em: <https://www.vittude.com/blog/desenvolvimento-pessoal-e-profissional/>.. Acesso em: 20 jun. 2024. 16h43mi

DAVIS, Keith. NEWSTROM, John. **“Comportamento humano no trabalho: uma abordagem psicológica”**, Edição n° 6. Estados Unidos. PIONEIRA-Thomson Learning, 1989.

FIA BUSINESS SCHOOL. **Gestão Empresarial: o que é, como funciona e como aplicar**. 2018. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/gestao-empresarial/amp/>. Acesso em: 19 jun. 2024 15h34min

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GRACIETTI, Larissa. **Desenvolvimento profissional: o que é, importância e papel da empresa**. 2023. Disponível em: <https://www.feedz.com.br/blog/desenvolvimento-profissional/>.. Acesso em: 19 jun. 2024. 14h21min

JHOHANN, Sílvio Luiz. **Gestão da Cultura Corporativa: como as organizações de alto desempenho gerenciam sua cultura organizacional**. 1. Ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

KNAPIK, Janete. **Gestão de Pessoas e Talentos**. 1. Ed. Curitiba: InterSaberes, 2012.

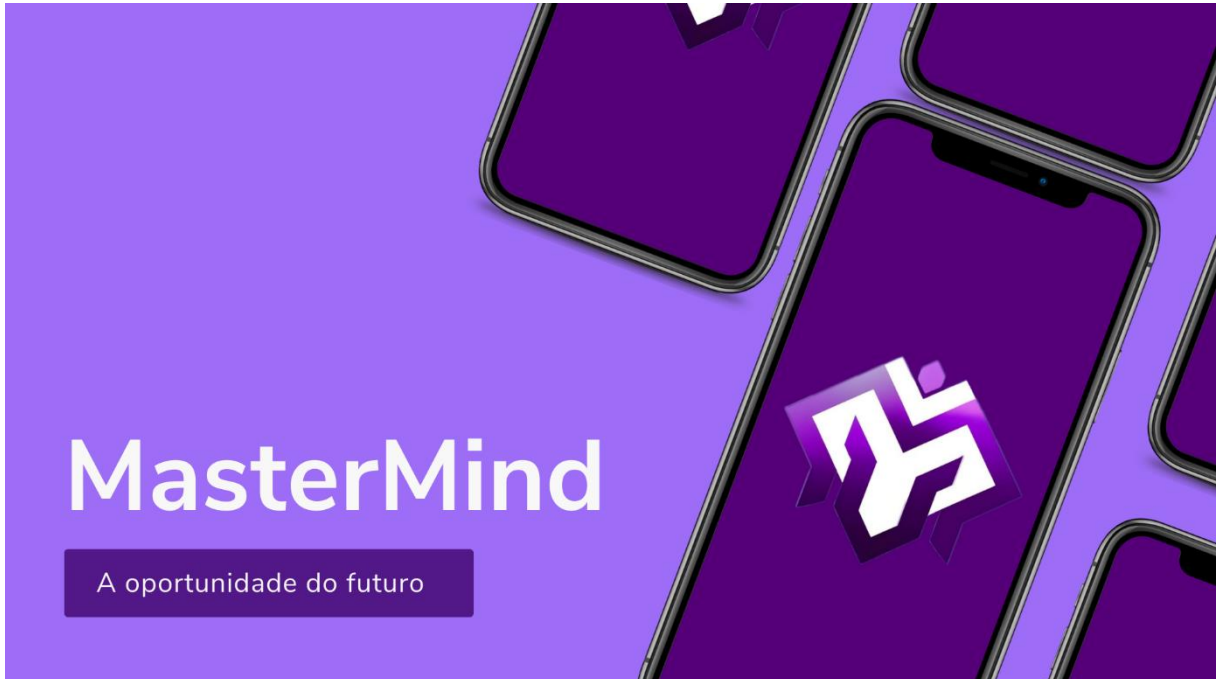
MEISTER, Jeanne. **Educação Corporativa**. 1 ed. São Paulo: Abril, ano 3, n° 27, set. 2000

MULTIVIX. **Gerações no mercado de trabalho: como cada uma se comporta?** 2023. Disponível em: <https://multivix.edu.br/blog/geracoes-mercado-trabalho/>. Acesso em: 25 jun 2024, 11:10

RIBEIRO, Lair. **Comunicação Global: A Mágica da Influência**. 30. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1993. 130-131 p. v. 2. ISBN 85-85363-64-9.

VERGARA, S. C., BRAUER, M., & GOMES, A. P. C. Z. **UNIVERSIDADES CORPORATIVAS: EDUCAÇÃO OU DOCTRINAÇÃO?** RAM. Revista De Administração Mackenzie, 6(3), 167–191). Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/9rwd4vm7fFZmVXpPXyqkLXx/#>. Acesso em: 20 jun. 2024. 20h39min

APÊNDICE A – TUTORIAL DE USO DA PLATAFORMA



1º Passo

REALIZAR O CADASTRO

Crie seu perfil e sua senha.



2º Passo

PREENCHER SUAS INFORMAÇÕES

Não esqueça de anexar seu currículo e colocar sua profissão na hora de preencher seu cadastro



3º Passo

ESCOLHER O CURSO

Escolha um curso desenvolvido para fazer.





Depois de iniciar em um curso

VOCÊ PODE ACOMPANHAR A SUA JORNADA E O SEU DESEMPENHO A TODO MOMENTO NO APP

De acordo com seu desempenho, a MasterMind encaminhará vagas disponíveis que se encaixam no perfil do curso, assim você poderá aplicar seus resultados e concorrer a uma vaga de emprego em uma empresa parceira.

EMPRESAS




ÁREA EMPRESAS

Na área de empresas você pode verificar o curso que cada uma das empresas parceiras tem para oferecer

INFORMAÇÕES DE CONTATO

Além de cursos, nossos parceiros também oferecem vagas de emprego, na área de empresas você pode consultar as formas de contato e as vagas disponíveis.




Praticidade

O App MasterMind além de aprendizado trás a praticidade, um design prático que fornece ao usuário mais facilidade de encontrar o que procura.

RÁPIDO PARA BAIXAR

Disponível na App Store e Google Play



MASTERMIND

EDUCATIONAL APP

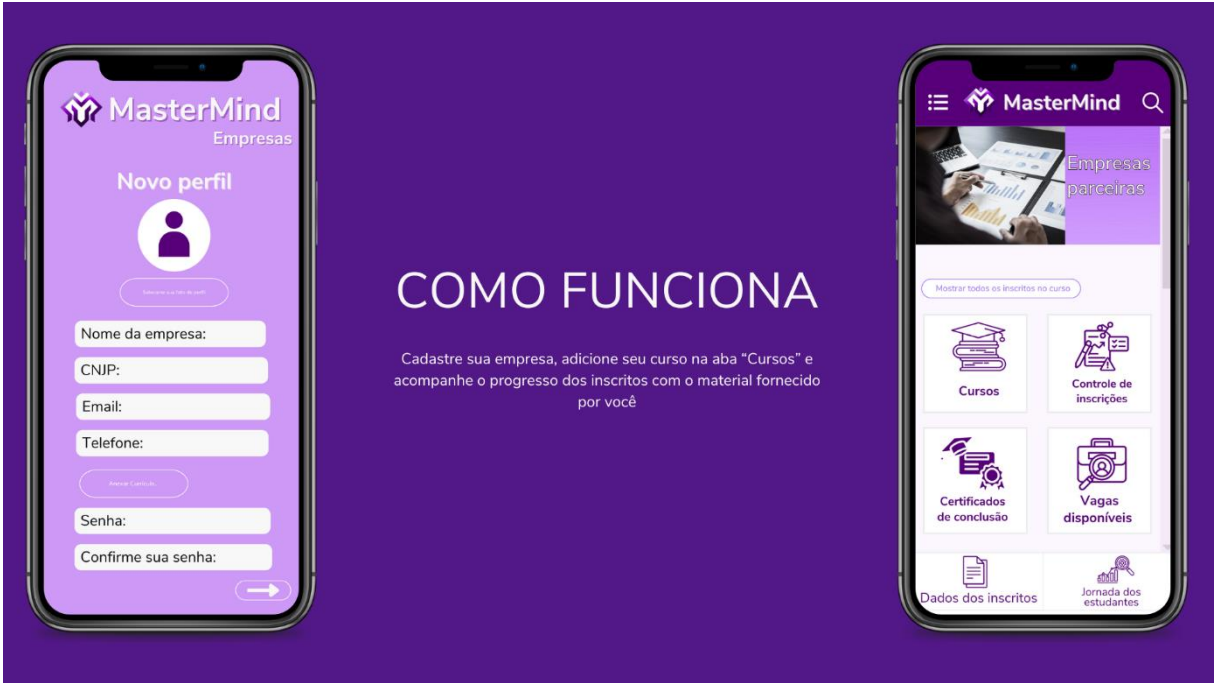


MasterMind para empresas

MasterMind Empresas

Temos uma parte do app dedicada totalmente
as empresas parceiras





COMO FUNCIONA

Cadastre sua empresa, adicione seu curso na aba "Cursos" e acompanhe o progresso dos inscritos com o material fornecido por você

PARA QUEM SERVE A ABA "DADOS DOS INSCRITOS"?

FORMAS DE CONTATO E DOCUMENTAÇÃO DOS INSCRITOS

Caso um dos inscritos em seu curso se destaque, você poderá convidá-lo para fazer parte de sua equipe, na parte de dados você terá acesso a informações como email, telefone e cidade, assim facilitando o contato entre a empresa e o candidato.

Cursos	Inscritos	Email	Data de Inscrição
Administração	Clayton Machado	claytonmachado@ig.com	09/08/2024 - 17:32
Administração	Clayton Machado	claytonmachado@ig.com	09/08/2024 - 17:32
Administração	Tayla Santos	tayla.santos@ig.com	14/05/2024 - 08:06
Administração	Claudio Rangel	claudio.rangel@ig.com	09/08/2024 - 17:32
Administração	Arnaldo Chaves	arnaldochaves@ig.com	15/08/2024 - 14:53
Administração	George Michel	george.michel@ig.com	07/02/2024 - 08:15
Administração	Caroline Almeida	caroline.almeida@ig.com	09/11/2024 - 08:47
Administração	Eliete Judo	eliete.judo@ig.com	09/08/2024 - 17:32
Administração	Amanda Carter	amanda.carter@ig.com	09/08/2024 - 17:32
Administração	Júlia Leon	julia.leon@ig.com	15/08/2024 - 02:51
Administração	Clayton Machado	claytonmachado@ig.com	18/12/2023 - 12:44