

## Centro: Gestao

### Curso: CST em Gestão de Recursos Humanos

**Titulo:** O PAPEL DO TREINAMENTO NA PROMOÇÃO DA EDUCAÇÃO CORPORATIVA: UM ESTUDO DE CASO DE EMPRESA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA DE CURITIBA.

**Autores:** Martins, M.H. Bello, F.G.M. Vaselek, L. Lotz, E.

**Email:** [mestrado@unicuritiba.edu.br](mailto:mestrado@unicuritiba.edu.br)

**IES:** UNICURITIBA

**Palavra Chave:** Pesquisa Treinamento Educação corporativa Ensino a distância

#### Resumo:

Este trabalho tem por foco apresentar o papel do treinamento na promoção da educação corporativa em uma organização que atua com o ensino a distância, face aos seus desafios em relação aos seus colaboradores. Tem o intuito de identificar o grau de satisfação dos colaboradores em relação ao treinamento recebido, as informações transmitidas, e ao feedback. Atuando no mercado de ensino a distância desde 1999, tem por objetivo de desenvolver sistemas de ensino qualificados e adaptados a realidade brasileira, por meio de conceito de inteligência educacional, ou seja, através da preparação e formatação de conteúdos para livros, videoaulas e plataformas computacionais, sempre de forma integrada e complementar possibilitando a aprendizagem à distância, tendo como produto principal o Plano Educação, responsável pela promoção da educação corporativa em organizações por todo Brasil. Atualmente é composta por 585 colaboradores distribuídos em 7 (sete) unidades pelo Brasil (Curitiba, Brasília, Recife, Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Belo Horizonte). Em Curitiba, esta localizada a Matriz com 208 (duzentos e oito) colaboradores, a sede Barigui com 129 (cento e vinte e nove) colaboradores e mais 67 (sessenta e sete) colaboradores em mais duas empresas do grupo, das quais uma administra toda parte acadêmica (secretaria) dos cursos de graduação. O presente estudo foi fundamentado de acordo com a pesquisa-ação, no processo ensino-aprendizagem e, posteriormente, na observação, coleta de dados: (entrevista semiestruturada e questionários) e análise, em ambos utilizando o método indutivo. Optou-se em realizar a técnica de entrevista do tipo semiestruturada, envolvendo cinco departamentos (Marketing, Tecnologia da Informação, Comercial, Recursos Humanos) e 8 (oito) pessoas, coletando assim os dados primários, bem como uma análise documental para levantar os dados secundários (histórico da organização). Em paralelo às entrevistas, foram aplicados os questionários (quantitativos) com 41 questões que serviram de complemento para demais ferramentas de diagnóstico, servindo para identificar e levantar as necessidades de treinamento (LNT). O questionário foi elaborado e aplicado por amostragem a 30 (trinta) colaboradores da matriz, que conta com 208 atualmente, e tabulado, obtendo assim os resultados para embasar as propostas de melhorias. Verificou-se assim que com as transformações que o mundo do trabalho vem passando, torna-se necessário preparar as organizações para enfrentarem o dinamismo e a flexibilidade na adaptação dos avanços tecnológicos. Para isso, faz-se necessário observar e analisar o ambiente da organização, percebendo suas fraquezas e utilizando suas forças para potencializar as estratégias de melhorias. Neste sentido, constatou-se que os colaboradores consideram a empresa um bom lugar para trabalhar, estão satisfeitos com seus líderes e condições de trabalho. No entanto, apresentaram insatisfação considerável nas questões de comunicação, treinamento e reconhecimento/relacionamento. Conclui-se que a empresa encontra-se diante de uma grande oportunidade de reavaliar seus processos internos. Assim, a fim de aumentar o índice de satisfação nas questões acima mencionadas, devem ser adotados novos métodos de reestruturação de treinamentos, aplicando-os com maior frequência e principalmente de acordo com as necessidades da empresa, ou seja, é fundamental investir em treinamento e feedback, utilizando o Plano Educação, como ferramenta de capacitação para seus colaboradores, proporcionando oportunidades para o contínuo desenvolvimento pessoal, tanto no que se refere à função atual como também para funções futuras, resultando assim uma melhor produtividade, satisfação e motivação dos mesmos pois são eles os sujeitos ativos deste processo e, só dessa maneira a organização obterá um diferencial no mercado de competitividade de capital humano, bem como na minimização dos custos para a empresa.

