

EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: DESAFIO DA EDUCAÇÃO CORPORATIVA DOS CORREIOS RUMO AO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO CORREIOS 2020

Bauru – SP, 06/2015

Ana Paula Costa e Silva – Universidade Católica de Brasília - asilva@ucb.br

Bernadete Moreira Pessanha Cordeiro - Universidade Católica de Brasília - bernadete@ucb.br

Luciane de Fátima Giroto – Correios - lucianegiroto@hotmail.com

Classe: Experiência Inovadora

Setor Educacional: Educação Corporativa

Classificação das Áreas de Pesquisa em EAD: Nível Meso – Gerenciamento, Organização e Tecnologia – Gerenciamento e Organização

Natureza do Trabalho: Descrição de Projeto em Andamento

RESUMO

Os desafios do mercado competitivo obrigam as organizações a buscarem um novo direcionamento de seus processos e a apropriação de novos sistemas de gestão que possibilitem o desenvolvimento do capital humano. As características da Educação Corporativa apontam para um mecanismo que assegura um diferencial competitivo no mercado. Este artigo traz elementos da Educação a Distância (EaD) com ênfase nos desafios a serem enfrentados pela empresa Correios rumo ao desenvolvimento do seu Plano Estratégico. Inicialmente apresenta-se um breve histórico da EaD, seguido pela noção de Educação Corporativa, em âmbito geral e aplicada aos Correios. Na sequência procura-se tratar do tema EaD nos Correios e seus desafios. A seguir, são elencadas as propostas elaboradas para superar as dificuldades apresentadas. Na conclusão, estão os benefícios que podem ser alcançados pelo uso da Tecnologia da Informação aplicada à Educação Corporativa. Por fim, como metodologia utilizou-se uma pesquisa exploratória bibliográfica, com ênfase nas publicações da última década, e entrevistas semiestruturadas, realizadas por e-mail junto a profissionais de ensino da empresa pesquisada.

Palavras-chave: Educação a Distância; Educação Corporativa; Correios.

1- Introdução

O presente trabalho surgiu do interesse em realizar um ensaio sobre a Educação a Distância (EaD) na instituição pública Correios, a fim de se compreender os principais desafios da Educação Corporativa na realização do plano de metas estabelecido pela organização, para cumprir as demandas de capacitação dos colaboradores, necessárias ao desenvolvimento de suas competências, e propor alternativas às dificuldades encontradas.

Conforme os Correios (2015), a empresa é a segunda empregadora nacional e conta com cerca de 119 mil funcionários em todo o país, atuando, em sua maioria, na área operacional. Considerando esse quantitativo de colaboradores e a capilaridade de seus pontos de atendimento, tratamento e entrega, a organização enfrenta significativa rotatividade de seus quadros. As políticas de Gestão de Pessoas, entre elas a Educação Corporativa, contribuem para que a cultura corporativa e o *know-how* do negócio não se percam. A EaD representa uma oportunidade singular de se alcançar as pessoas nos mais diversos e distantes lugares, e de levar de forma rápida o aprendizado aos novos (e antigos) integrantes do quadro de pessoal da empresa.

Na EaD, a atuação docente é essencial para a interatividade e a efetividade da formação. Muito embora alguns autores procurem diferenciar a figura do tutor e do professor na EaD, conclui-se que há certa dificuldade em tratar desses dois papéis de forma distinta. Assim, no presente trabalho, os termos tutor e professor serão adotados como sinônimos para identificar o profissional que atua como mediador da aprendizagem e interage com o aluno por meio de recursos tecnológicos.

Acredita-se que esse trabalho pode ser relevante aos mais de cem mil empregados, suas famílias e demais membros da sociedade interessados em conhecer um pouco mais sobre a Educação Corporativa e a Educação a Distância dos Correios.

2 – Objetivos

O objetivo geral é descrever as principais dificuldades encontradas pela Educação Corporativa na modalidade a distância no desenvolvimento de competências dos colaboradores dos Correios, dentro da execução do Planejamento Estratégico 2020. Destacam-se como objetivos específicos:

a) apresentar informações relevantes sobre Educação Corporativa e Educação a Distância na instituição pesquisada e elucidar alguns de seus problemas e

b) propor medidas para superar os desafios e elencar benefícios, entre eles, programas corporativos na modalidade a distância.

3- Referencial Teórico e Procedimentos Metodológicos

No referencial teórico foi utilizada bibliografia sobre o tema e informações contidas nos *websites* da Associação Brasileira de Educação a Distância (ABED), dos Correios e do Governo Federal.

Como procedimento metodológico foram realizadas entrevistas semiestruturadas por e-mail junto a profissionais de Educação Corporativa dos Correios buscando-se compreender os elementos que permeiam o assunto.

4 - Educação a Distância no âmbito da Educação Corporativa

Para efeitos desse trabalho, entende-se como Educação a Distância aquela que utiliza uma estratégia tecnológica e pressupõe separação espacial e/ou temporal entre professor e alunos. Com o advento da *internet*, de computadores pessoais e de celulares multifuncionais, a EaD expandiu-se de modo surpreendente nas últimas décadas e ganhou atenção cada vez maior de vários países. Segundo a ABED, (2013), o Censo EaD 2012/2013 revelou que as matrículas na modalidade EaD em 2012 alcançaram a marca dos 5,8 milhões e crescem exponencialmente a cada ano.

No contexto corporativo, a EaD tem se apresentado como uma modalidade bastante adequada à dinâmica e às especificidades da rotina dos colaboradores, que necessitam do acesso às oportunidades formativas com flexibilidade de espaço e tempo, para que possam conciliá-las com suas atividades profissionais.

Diante das exigências desse mercado globalizado, tecnológico e não linear, encontra-se um paradoxo: as empresas possuem inúmeras vagas a serem preenchidas e, em contrapartida, há um grande número de pessoas procurando uma oportunidade de trabalho. Os candidatos, muitas vezes, não apresentam as competências necessárias que a organização almeja. O mercado não prepara os profissionais em todos os pontos requeridos pelas corporações. Uma das alternativas encontradas para sanar essa demanda foi a criação de Universidades Corporativas (UC) mantidas pelas próprias empresas. Sobre a Educação Corporativa, elegeu-se a definição a seguir:

(...) Educação corporativa pode ser definida como uma prática coordenada de gestão de pessoas e de gestão do conhecimento tendo como orientação a estratégia de longo prazo de uma organização. Educação corporativa é mais do que treinamento empresarial ou qualificação de mão-de-obra. Trata-se de articular coerentemente as competências individuais e organizacionais no contexto mais amplo da empresa. Nesse sentido, práticas de educação corporativa estão intrinsecamente relacionadas ao processo de inovação nas empresas e ao aumento da competitividade de seus produtos (bens ou serviços). (BRASIL, 2015, s.p.).

O principal foco da Educação Corporativa é alinhar o aprendizado ao planejamento estratégico da empresa, que necessita de uma prática continuada e de longo prazo, a fim de se realizar a gestão do conhecimento corporativo. Há algum tempo, a Universidade Corporativa necessitava de um espaço físico, um *campus*. Atualmente, trata-se muito mais de um processo, uma política de Gestão de Pessoas das organizações.

5 - A Educação Corporativa nos Correios

De acordo com o *website* oficial dos Correios, é possível entender o histórico de sua Universidade Corporativa:

Em termos práticos, era preciso alinhar os programas educacionais com as estratégias da Empresa e também ampliar o público alvo desses programas. A essas necessidades somou-se o fato de que nos últimos anos tomou lugar uma verdadeira multiplicação de universidades corporativas, sistema adotado por grandes empresas estrangeiras e nacionais. É nesse cenário que, em dezembro de 2001, a Universidade Corporativa dos Correios-ÚNICO foi criada, com intuito de unificar as ações educacionais dentro da Empresa e estendê-las para toda a cadeia de valor. (CORREIOS, 2015, s.p.).

Na esteira de outras empresas, os Correios sentiram a necessidade de transpor a ideia do Treinamento e Desenvolvimento (T&D) para o modelo de Universidade Corporativa. Com este modelo procura-se padronizar as ações educacionais e criar programas de treinamento multidisciplinares que alcancem desde a base até a mais alta direção da empresa, abrangendo também os empregados de todas as unidades, uma vez que os Correios estão presentes em todo o território nacional.

5.1 - A EaD nos Correios

Acompanhando forte tendência no campo educacional, a EaD foi aos poucos sendo incorporada ao portfólio de cursos corporativos dos Correios. Hoje, os empregados contam com treinamentos semipresenciais e a distância, com e sem tutoria, além dos tradicionais cursos presenciais. Segundo pesquisa realizada com os profissionais que atuam na área de Educação Corporativa dos Correios, a oferta de cursos *online* tem aproximadamente sete anos. Atualmente, o Ambiente Virtual de Aprendizagem denominado UniCorreios Virtual está disponível para acesso pela internet, em três endereços (<http://unicorreiosvirtual.correios.com.br>; <http://ead.correios.com.br>; www.universidadecorreios.com.br). Por meio do site, os funcionários podem se inscrever nos cursos, realizar os treinamentos e as atividades, consultar os materiais e interagir entre si.

Dessa forma, os Correios buscam com o treinamento um alinhamento com o planejamento estratégico, que a empresa denominou Plano Estratégico Correios 2020, elaborado para o ciclo 2010-2020. A instituição almeja alcançar o *status* de ser um conglomerado empresarial moderno, flexível, dinâmico e

com negócios diversificados, acompanhando o nível de desenvolvimento do mercado e do País.

O número de alunos dos cursos varia de acordo com a estratégia educacional escolhida pela empresa. A título de exemplo, é possível citar o Curso Correspondente no País, que foi disponibilizado na página da UniCorreios Virtual em 2014 e tinha como público vinte mil empregados. O curso procurava atender determinação legal para a regulamentação da atividade de Correspondente e certificação dos colaboradores, nos termos do art. 12 da Resolução nº 3.954, de 24/02/2011 do Banco Central do Brasil. O programa foi dimensionado com carga horária de 10 horas, dividido em quatro módulos, ficou disponível até o fim do ano, e contava com um simulado ao final preparando os alunos para o exame de certificação aplicado pela ASSBAN (Associação dos Bancos do Distrito Federal). Segundo dados fornecidos pela instituição, até o mês de setembro de 2014, sete mil pessoas já haviam concluído o curso.

6 - Os desafios da EaD

Entende-se como uns dos desafios da EaD a quebra do paradigma, ou seja, a superação do preconceito. Por ser uma ferramenta, a Educação a Distância pode ser bem ou mal aproveitada. O aluno que foi alfabetizado e estudou durante toda a vida no modelo tradicional tem que se adaptar a esse novo modelo de estudo e construção de aprendizado. É possível citar a evasão como outro grande desafio da EaD. A quantidade de matrículas é elevada, no entanto, a taxa de conclusão dos cursos ainda é pequena. As novas plataformas educacionais estão avançando cada vez mais no sentido da interatividade, e os fóruns e *chats* parecem ser bons espaços dialógicos para suprir essa lacuna.

6.1 - Os desafios da EaD nos Correios

Na Educação Corporativa dos Correios, podem ser observadas as mesmas dificuldades enfrentadas pela EaD de modo geral. Segundo dados fornecidos pela empresa, a evasão dos cursos corporativos dos Correios, oferecidos em 2013, girou em torno de 30% dos matriculados. Para a EaD, os recursos tecnológicos impactam de maneira significativa na realização das ações de ensino. A tecnologia se desdobra como um desafio de várias nuances para as instituições que desejam manter cursos online. Uma vez que não há um ambiente físico de sala de aula, o ambiente virtual é o espaço onde o aluno desenvolverá as atividades necessárias à apreensão do conteúdo.

7 - Propostas para o desenvolvimento da EaD nos Correios

Diante dos desafios elucidados no capítulo anterior, pode-se vislumbrar algumas alternativas para a EaD criar um ambiente propício para a geração, o desenvolvimento, a disseminação e a gestão do conhecimento.

7.1 - Mudança de cultura e investimento

Para a implementação de uma Educação Corporativa forte e atuante, é imprescindível o envolvimento do corpo gerencial da empresa, no sentido de validar a atuação da área educacional e os programas de treinamento. A Educação Corporativa, como já abordada, é um processo do qual se pretende resultados em longo prazo. Dessa forma, os projetos necessitam de continuidade, histórico, foco nos objetivos inicialmente planejados e retroalimentação dos resultados obtidos pela organização.

Nesse cenário, a EaD pode atuar como uma forte parceira. Embora requeira um grande investimento em sua implantação inicial, com a seleção e contratação de especialistas e montagem do ambiente virtual de aprendizagem, a execução da EaD é menos onerosa para a empresa, pois

otimiza os recursos investidos na concepção das ações educacionais a um número maior de pessoas.

7.2 - Apropriação de novas tecnologias

A tecnologia está cada vez mais presente na vida das pessoas. Por isso, as organizações devem acompanhar as mudanças que estas ocasionam no dia a dia das pessoas e na forma como elas se comunicam.

Conforme mencionado na introdução, a EaD caminha para o *status* multiplataforma: computadores, *tablets*, celulares. Em publicação recente, José Armando Valente e Maria Elizabeth Bianconcini de Almeida, estudaram a influência da mobilidade nos processos de aprendizagem e no contexto, dando o destaque para as tecnologias móveis sem fio (TMSF):

As tecnologias móveis sem fio (TMSF), principalmente os laptops, os celulares e os *tablets*, têm criado novas possibilidades de aprendizagem, caracterizadas como *m-learning*. No *m-learning* ou aprendizagem com mobilidade, como tem sido denominado na literatura brasileira (Graziola Jr., 2009; Graziola Jr.; Schlemmer, 2008; Schlemmer; Saccol; Barbosa; Reinhard, 2007), o aprendiz dispõe de dispositivos de conexão contínua à internet, podendo criar situações de aprendizagem sobre qualquer assunto a qualquer momento e em qualquer lugar que esteja. (VALENTE; ALMEIDA, 2014, p. 2).

8 - Conclusões e Recomendações

Atualmente o capital intelectual transformou-se no grande diferencial das organizações. Nesse cenário, a gestão do conhecimento aparece como um poderoso recurso da organização para a sustentabilidade, reinvenção e manutenção no mercado concorrencial.

O conhecimento não pode ser visto como encarcerado e finito. Ele deve ser entendido como um processo de construção e reconstrução contínuo, colaborativo, e que deve avançar com as estratégias empresariais, valendo-se da EaD como grande apoiadora. É indispensável que, nesse processo, estejam inseridos também outros aspectos importantes como a melhoria das plataformas, da rede e dos ambientes virtuais de aprendizagem, a capacitação e o desenvolvimento dos profissionais de educação e o uso de estratégias de gestão de pessoas.

Para auxiliar os Correios a alcançarem as metas corporativas elencadas no seu Plano Estratégico, faz-se necessária uma maior flexibilização de suas ações educacionais. As empresas precisam estar inseridas na realidade virtual valendo-se de dinâmicas, metodologias de ensino e de novas maneiras de se utilizar as antigas modalidades de educação como a EaD, que não se constitui em metodologia, mas em modalidade educativa que se organiza por meio do tripé metodologia, gestão e avaliação.

Sem esgotar o tema, este trabalho pode servir de ferramenta para pesquisas e estudos futuros no ambiente corporativo estudado. Além disso, poderá ajudar a ampliar as pesquisas realizadas e, até mesmo, os objetivos delineados.

Referências

ABED. **Censo EaD 2012/2013.** Disponível em: <http://www.abed.org.br/censoead/censoEAD.BR_2012_pt.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2014.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **O que é Educação Corporativa?** Disponível em <<http://www.educor.desenvolvimento.gov.br/educacao>>. Acesso em: 23 jun. 2015.

CORREIOS. **Principais números.** Disponível em <<http://www.correios.com.br/sobre-correios/a-empresa/quem-somos/principais-numeros>>. Acesso em: 23 jun. 2015.

_____. **Universidade Correios.** Disponível em <<http://www.correios.com.br/sobre-correios/educacao-e-cultura/universidade-correios>>. Acesso em: 23 jun. 2015.

VALENTE, José A.; ALMEIDA, Maria Elizabeth B. Narrativas digitais e o estudo de contextos de aprendizagem. In: **Em Rede: Revista de Educação a Distância.** v.1, n.1. 2014. Disponível em:<<http://www.aunirede.org.br/revista/index.php/emrede/article/download/10/31>>. Acesso em: 23 jun. 2015.