

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS FINANCEIROS

Juliana Ferreira

**AVALIAÇÃO DO PORTAL DA UNIVERSIDADE
CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL**

Florianópolis
2007

Juliana Ferreira

AVALIAÇÃO DO PORTAL DA UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL

Trabalho final do apresentado aos membros da Banca Examinadora e homologado como pré-requisito à obtenção de aprovação no curso de Especialização de Gestão em Negócios Financeiros, do Programa de Pós-Graduação de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Luis Roque Klering

**Florianópolis
2007**

Juliana Ferreira

AVALIAÇÃO DO PORTAL DA UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL

Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Foi aprovado por todos os membros da Banca Examinadora e homologado como pré-requisito à obtenção de aprovação no curso de Especialização de Gestão em Negócios Financeiros.

Conceito Final: B

Aprovado em 18 de outubro de 2007.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.(a) Elaine di Diego Antunes

Prof.(a) Silvia Generali da Costa

Prof.(a) _____

Orientador - Prof. _____

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar a percepção de uma pequena amostra de funcionários de uma grande instituição financeira, o Banco do Brasil, em relação ao portal de sua Universidade Corporativa na intranet ou na internet. Foram selecionadas dimensões para a investigação, entre elas: uso do portal, conhecimento do portal, facilidade de comunicação, qualidade do conteúdo, impacto no aprendizado e no auto-desenvolvimento, impacto na carreira e apoio institucional.

Em relação ao referencial teórico foram abordados temas relacionados à educação corporativa, universidades corporativas, portais corporativos e a descrição da Universidade Corporativa e seu portal.

Para possibilitar o levantamento dos dados foi efetuada a aplicação de questionário entre os colegas da especialização em gestão de negócios financeiros.

Apresentando no final deste trabalho a concordância parcial entre a maioria das dimensões, tendo discordância apenas quanto ao apoio institucional.

Palavras-Chave: educação corporativa; universidade corporativa; portais corporativos.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Universidade Corporativa do Banco do Brasil.....	16
Gráfico 1 – Idade.....	21
Gráfico 2 – Tempo de Trabalho no Banco do Brasil.....	22
Gráfico 3 – Função.....	22
Gráfico 4 – Local de Trabalho.....	23
Gráfico 5 – Conteúdos Acessados.....	24

SUMÁRIO

RESUMO.....	4
1. INTRODUÇÃO.....	7
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	9
EDUCAÇÃO	9
EDUCAÇÃO CORPORATIVA.....	9
UNIVERSIDADE CORPORATIVA.....	11
A UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL.....	13
PORTAIS CORPORATIVOS.....	15
O PORTAL DA UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL.....	17
3. METODOLOGIA.....	20
DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	20
TIPO DE PESQUISA.....	21
RESULTADOS.....	22
ANÁLISE DOS RESULTADOS OBTIDOS.....	27
4. CONCLUSÕES.....	30
REFERÊNCIAS.....	32
ANEXO.....	33

1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais devido à enorme quantidade de conhecimentos existentes e com o qual nos deparamos diariamente, somos levados cada vez mais a aprender sempre e constantemente. As pessoas cada vez mais necessitam especializar-se em suas áreas de conhecimento. Aliado a isso, ocorre também uma alteração na forma como as empresas vêm à educação. Percebendo a mesma como um investimento, sendo necessário para capacitação de seu quadro funcional. E conseqüentemente a isso, a melhoria da produtividade, independentemente da área de atuação na empresa.

Referente também ao tema abordado, no momento atual, em que o mundo está em constante alteração, e a globalização torna-se evidente em todos os momentos, percebe-se a valorização do conhecimento, em detrimento a itens como: bens materiais, equipamentos, prédios, estes definidos como bens tangíveis. A intangibilidade do conhecimento e da comunicação tem tomado tamanha relevância perante a sociedade, que as empresas buscam cada vez mais usarem isso como diferencial competitivo.

Com a importância demonstrada acima, relativa ao conhecimento do trabalhador, as empresas passaram a reestruturar suas áreas de treinamento de pessoal, atualizando-a, e passando a criar unidades específicas dentro da empresa, direcionadas a este propósito. A reestruturação da gestão de pessoas no ambiente da empresa, aliado ao contexto apresentado, envolve o desenvolvimento de uma cultura educacional, visando a sustentabilidade dos negócios da empresa.

Tendo como pano de fundo essa reestruturação da área de gestão de pessoas, as empresas passaram a abordar o assunto, com a criação de universidades corporativas, definindo como um espaço, que tanto pode ser físico ou virtual, quanto ambos.

Em relação ao Banco do Brasil, este trabalho de educação corporativa vem sido desenvolvido desde meados de 1965, propiciando desenvolvimento pessoal e profissional a seu quadro funcional, ampliado gradativamente a clientes, fornecedores e parceiros. A Universidade Corporativa Banco do Brasil com a concepção em que foi criada, está pautada em princípios filosóficos e organizacionais. Utilizando diversas formas de transmissão e disseminação do conhecimento da empresa, como cursos auto-instrucionais, presenciais, treinamento em serviço, entre outros.

Para viabilizar tudo o que foi abordado, a Universidade Corporativa utiliza um portal de conhecimento corporativo, por meio do site. Neste site é veiculada a maior parte das

informações a respeito dos cursos e treinamentos, sendo utilizado o mesmo para disseminação de conhecimentos respeito de projetos de ascensão profissional desenvolvidos pelo Banco.

Neste trabalho pretende-se analisar a percepção dos funcionários a respeito do portal da Universidade Corporativa e verificar possibilidades de melhorias do mesmo. A pesquisa foi realizada com os funcionários do Banco do Brasil matriculados na 2ª turma do curso de Especialização de Gestão de Negócios Financeiros, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. As pessoas pesquisadas estão dispostas nas mais diversas agências e órgãos do Banco do Brasil, principalmente nos três Estados do Sul do Brasil - Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

A questão a ser respondida neste trabalho é: considerando a proposta apresentada pela Universidade Corporativa do Banco do Brasil, o portal existente está cumprindo seu propósito perante a visão dos funcionários?

Para atender a esta questão de pesquisa, foram considerados os seguintes objetivos específicos: identificar como o Banco de Brasil desenvolve seus projetos de Educação Corporativa através da Universidade Corporativa; identificar as funcionalidades disponíveis no portal da Universidade Corporativa; analisar a percepção e utilização do site Universidade Corporativa pelos funcionários do Banco; verificar a acessibilidade do portal, pertinência e adequação dos conhecimentos veiculados no portal e a necessidade dos funcionários; verificar a necessidade de melhoria no portal.

O presente trabalho justifica-se pela necessidade de avaliação da ferramenta disponibilizada pelo Banco do Brasil, que tem por objetivo viabilizar aos seus funcionários a identificação de ações de desenvolvimento profissional pertinentes e a realização treinamentos à distância, dentro do portal. Esta justificativa deve-se ao fato que o Banco não tem por hábito realizar esta avaliação, servindo o mesmo trabalho como base para uma futura pesquisa, pode servir como sugestão para a área responsável no Banco do Brasil.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para abordar o assunto Avaliação do Portal da Universidade Corporativa Banco do Brasil é necessário antes elucidar alguns temas envolvidos na questão, como educação, educação corporativa, universidades corporativas e portais corporativos.

2.1 Educação

O sistema educacional dentro da sociedade sempre foi contextualizado de acordo com fatores determinantes dos ideais de educação. Dentre os vários fatores que interferem nesse processo que fundamenta a educação em uma sociedade estão: a situação histórica, a cultura, a estrutura social, a orientação política e a vida econômica.

Desde a antiguidade até os dias atuais foi evidenciado a dicotomia entre o trabalho intelectual e o trabalho manual. Desde a Grécia, quanto na Roma antiga, era perceptível a separação entre formação para o trabalho e a formação intelectual, sendo que o segundo tipo de formação era apenas para a elite dominante. Isto continuou também na era medieval, com a visão teocêntrica da sociedade, tendo a pretensão de formar o homem de negócios para a classe burguesa.

A partir do desenvolvimento do mundo do trabalho, na era industrial, a educação também passou a ser vista de outra forma. Com o novo modelo de administração adotada nesta época, o taylorismo passaram a serem criadas áreas de treinamento e desenvolvimento dentro das empresas, com o enfoque de realizar cursos ao público interno e oferecer programas com o objetivo de desenvolver habilidades específicas, com vistas a melhoria da produção.

2.2 Educação Corporativa

A Educação como apresentada anteriormente é um tema que interessa a todos os setores da sociedade, inclusive as empresas, e tem estado na pauta de todas elas que estejam empenhadas em aumentar a sua competitividade.

Segundo Eboli (2004), este tema da Educação Corporativa surgiu primeiro no mundo corporativo para depois ganhar espaço no mundo acadêmico. Não sendo ainda um tema consistente sob o ponto de vista conceitual, mas vigoroso em termos de prática empresarial.

De acordo com Eboli (2004), a educação corporativa teve seu início da partir desse novo ambiente empresarial, que se vive atualmente, caracterizado por profundas e freqüentes mudanças e com necessidade de respostas cada vez mais ágéis, o que fez que se alterasse significativamente o perfil dos gestores e colaboradores das empresas.

A partir desse novo enfoque começou a ser exigido cada vez mais das pessoas uma postura voltada para o autodesenvolvimento e para a aprendizagem contínua. Para a criação desse perfil de colaborador ou gestor as empresas passaram a implantar sistemas educacionais buscando privilegiar a aquisição de habilidades, atitudes e posturas, e não somente a aquisição de conhecimento técnico e instrumental. As empresas enquadradas com este novo perfil passaram a perceber como vantagem competitiva este comprometimento da empresa com a educação e o desenvolvimento de seus colaboradores. Surgindo a partir disso o conceito de educação corporativa e univesidade corporativa.

Para compreender o aparecimento desse novo contexto de educação dentro das empresas é preciso apresentar as forças que sustentaram o aparecimento desse fenômeno, entre elas: a emergência de organizações mais flexíveis, o advento da economia do conhecimento, sendo base para formação da riqueza e a rápida obsolescência do mesmo, o novo foco na empregabilidade e o o enfoque da educação com visão estratégica global.

Essa nova realidade apresentada exige que todas as pessoas possuam a capacidade de criar trabalho e conhecimento organizacional, com vista a contribuir de maneira efetiva para o sucesso dos negócios. Este novo enfoque dado ao trabalho e ao conhecimento estimulou o surgimento de Universidades Corporativas. Entre as razões para sua criação encontram-se os seguintes fatores: a divulgação dos valores da empresa, a imagem externa e a imagem interna da empresa.

Existe uma valorização cada vez maior da gestão do conhecimento, sendo esta uma atividade vital para o sucesso das organizações. Percebendo a importância dos funcionários envolverem-se em treinamentos, ensinamentos e motivação de seus colegas, dando menos atenção a simples execução de tarefas. É observado que o trabalho exige funcionários capazes de pensar criticamente, tomar decisões, solucionar problemas e comunicar efetivamente com colegas e clientes, vendo a empresa como um todo integrado.

De acordo com Eboli (2004, pág.59) são definidos sete princípios de sucesso de um plano estratégico de Educação Corporativa, que são:

1. Competitividade: Valorizar a educação como forma de desenvolver o capital intelectual dos colaboradores, transformando-os efetivamente em fator de diferenciação da empresa frente aos concorrentes, ampliando assim sua capacidade de competir. Significa buscar continuamente elevar o patamar de competitividade

empresarial, por meio da implantação, desenvolvimento e consolidação das competências críticas – empresariais e humanas.

2. Perpetuidade: Entender a educação não apenas como um processo de desenvolvimento e realização do potencial existente em cada colaborador, mas também um processo de transmissão cultural da herança cultural, a fim de perpetuar a existência da empresa.

3. Conectividade: Privilegiar a construção social do conhecimento, estabelecendo conexões e intensificando a comunicação e a interação. Objetiva ampliar a quantidade e a qualidade da rede de relacionamentos com o público interno e externo.

4. Disponibilidade: Oferecer e disponibilizar atividades e recursos educacionais de fácil uso e acesso, propiciando condições favoráveis para que os colaboradores realizem a aprendizagem a qualquer hora e lugar.

5. Cidadania: Estimular o exercício da cidadania individual e corporativa, formando atores sociais, ou seja, sujeitos capazes de refletir criticamente sobre a realidade organizacional, de construí-la e modificá-la, e de atuar pautados por postura ética e socialmente responsável.

6. Parceria: Entender que desenvolver continuamente as competências dos colaboradores é uma tarefa muito complexa, exigindo que se estabeleçam parcerias internas (com líderes e gestores) e externas (com instituições de ensino superior).

7. Sustentabilidade: Ser um centro gerador de resultados para a empresa, procurando sempre agregar valor ao negócio. Pode significar também buscar fontes alternativas de recursos que permitam um orçamento próprio e auto-sustentável.

O mapeamento das práticas relacionadas a cada um desses princípios é um desafio para o avanço da Educação Corporativa.

Segundo Amara(2003, pag...), em sua proposta de Educação Corporativa é apresentado o seguinte conceito:

Educação Corporativa é o sistema educacional de uma organização que contempla um conjunto multidimensional de possibilidades de desenvolvimento humano e oportuniza um processo contínuo, crescente e independente de conexões de aprendizagens individuais e coletivas na organização (colaboradores e membros da cadeia de valor), tendo a finalidade de organizar a capacitação da empresa para atuar num contexto de competitividade.

Sendo também, conforme apresentado por Varela,

... a educação corporativa é um instrumento útil e necessário para toda empresa que busca a sustentabilidade e sua integração com a sociedade. Além de estimular o desenvolvimento profissional do trabalhador e a própria profissionalização, a educação corporativa torna-se um diferencial competitivo ao aumentar o nível de aprendizado, capacitação, atualização e o conhecimento de ponta dentro da organização.

2.3 Universidade Corporativa

Já em relação a conceituação da Universidade Corporativa, esta pauta-se como um sistema de desenvolvimento de pessoas referendado na gestão de competências, relacionando a aplicação de seus princípios a partir de um sistema de aprendizagem contínua.

Surgindo como complemento estratégico do aprendizado e de desenvolvimento dos funcionários, com a visão de que o conhecimento tem cada vez mais um prazo de validade e,

portanto a necessidade de melhorar a força de trabalho tornou-se crucial para assegurar a sobrevivência das organizações.

A missão inerente apresentada para as Universidades Corporativas é representado pela formação e desenvolvimento de talentos na gestão de negócios, promovendo a gestão do conhecimento organizacional, por meio de um processo de aprendizagem ativa e contínua. E seu objetivo o desenvolvimento e a instalação de competências empresarias e humana para a viabilização das estratégias de negócios.

De acordo com Eboli (2004, pag 48), os projetos de Universidade Corporativa apresentados pelas empresas enfatizam as metas globais, entre elas: a difusão da idéia de que o capital intelectual será o fator de diferenciação nas empresas, o despertar dos talentos, a vocação para o aprendizado, a responsabilidade por seu processo de autodesenvolvimento, o incentivo a atividades de autodesenvolvimento e a motivação e retenção dos melhores talentos, contribuindo para o aumento da realização e felicidade pessoal.

As principais características que diferem a forma anterior de educação dentro das empresas, realizadas através de centros de treinamento, para a atual, nas universidades corporativas levam em consideração diversos itens.

Os centros de treinamento tinham como objetivo o desenvolvimento de habilidades, realizando a aprendizagem de forma individual, orientando pelo escopo tático, enfatizando as necessidades individuais. O público dos centros de treinamento era apenas o interno, e finalmente o resultado era o aumento das habilidades.

Já as universidades corporativas focam o desenvolvimento de competências, tendo a forma de aprendizagem de maneira organizacional, enfatizando as estratégias de negócio. Atendendo tanto o público interno quanto o externo, num espaço tanto real quanto virtual. Sendo o seu resultado o aumento de competitividade.

De acordo com o abordado, a atual forma de educação dentro das empresas, tem como padrão de atendimento a sua clientela, tanto o espaço real, quanto o virtual, tendo diversas maneiras de ensino-aprendizagem como: realização de cursos presenciais, treinamentos em serviço e a distância, auto instrucionais, material impresso, vídeo, internet, entre outras.

As universidades corporativas devem saber identificar e priorizar as necessidades de aprendizagem individuais e futuras, vinculando o treinamento às principais estratégias empresariais, assegurando um projeto, desenvolvimento, apresentação e avaliação consistentes e oferecendo orientação para o desenvolvimento de uma filosofia de aprendizagem.

Segundo Meister (1999) os currículos da universidades corporativas promovem o desenvolvimento dos funcionários em três áreas: cidadania corporativa, estrutura contextual e competências básicas do ambiente de negócios.

A área da cidadania corporativa procura levar os funcionários a discutir a cultura, valores, tradições e a visão da empresa. A estrutura contextual oferece um noção dos negócios da empresa, seus produtos e serviços, seus clientes, concorrentes e melhores práticas. E a área de competências desenvolve um conjunto de competências específicas que definem a vantagem competitiva da empresas. De acordo com Meister (1999), as competências básicas comuns identificadas pela empresa são: aprendendo a aprender, comunicação e elaboração, raciocínio criativo e resolução de problemas, conhecimento tecnológico, conhecimento dos negócios globais, desenvolvimento de liderança e autogerenciamento da carreira.

Segundo Brissac, em definição de Universidade Corporativa, apresenta as seguintes conceitos:

Uma universidade corporativa funciona como um pólo de irradiação e consolidação da cultura empresarial, motivo pelo qual direta e indiretamente deverão fazer parte do seu currículo as atividades ligadas aos princípios, crenças e valores da organização. Ela busca também preencher as lacunas deixadas pelo sistema tradicional de ensino. Um exemplo é a demanda por cursos de comunicação oral e escrita, que normalmente não fazem parte do currículo das faculdades tradicionais. Outro é a formação comportamental, uma necessidade atual, quando as pessoas procuram unir interesses pessoais e profissionais para viver melhor.

Ainda segundo Brissac:

A universidade corporativa se diferencia de um simples treinamento interno por oferecer múltiplas escolhas em cursos e programas para funcionários e colaboradores. Workshops, programas de imersão, cursos e palestras fazem parte das ferramentas utilizadas no treinamento oferecido ao colaborador, que conta com programas de desenvolvimento, projetos de endomarketing (uso das estratégias tradicionais do marketing dentro das corporações), projetos sociais, de relacionamento com parceiros e clientes, formação técnico-comportamental, entre outros. Além disso, a universidade visa responder às iniciativas estratégicas da empresa.

2.4 A Universidade Corporativa do Banco do Brasil

O desenvolvimento da educação corporativa no Banco do Brasil teve importante contribuição da sua Universidade Corporativa. O sistema de educação corporativa na instituição existe desde 1965, buscando a excelência empresarial e propiciando condições de desenvolvimento pessoal e profissional a seus funcionários. A Universidade Corporativa da forma atual foi iniciada em 2002, numa forma de evolução do processo já existente de

educação corporativa. Seu lançamento teve por objetivo atender num primeiro plano a uma estratégia mercadológica e a estruturação de formação profissional.

Em relação ao primeiro objetivo, a estratégia mercadológica visando levar ao mercado uma maior visibilidade de sua expertise interna, ampliando sua oportunidade de relacionamentos. Já o segundo objetivo, a estruturação visava além de facilitar o acesso, uma maior representatividade e o fortalecimento da dimensão política da área.

Os programas da Universidade Corporativa baseiam-se em princípios filosóficos e organizacionais, que tem os seguintes propósitos:

- Desenvolvimento da excelência humana e profissional de seus funcionários;
- Provimento de soluções para problemas de desempenho profissional;
- Aperfeiçoamento da performance organizacional; e
- Formação de sucessores para quadros técnicos e gerenciais do Banco do Brasil.

Em relação proposta de desenvolvimento, a Universidade Corporativa Banco do Brasil segue como padrão as aprendizagens consideradas universais pela Unesco:

- Aprender a Conhecer - conciliando uma cultura geral, ampla o suficiente, com a necessidade de aprofundamento em uma área específica de atuação, construindo as bases para se aprender ao longo de toda a vida;

- Aprender a Fazer - desenvolvimento da capacidade de enfrentar situações inusitadas que requerem, na maioria das vezes, o trabalho coletivo em pequenas equipes ou em unidades organizacionais maiores; assumir iniciativa e responsabilidade em face das situações profissionais;

- Aprender a Conviver - perceber a crescente interdependência dos seres humanos, buscando conhecer o outro, sua história, tradição e cultura e aceitando a diversidade humana. A realização de projetos comuns, a gestão inteligente e pacífica dos conflitos envolve a análise compartilhada de riscos e a ação conjunta em face dos desafios do futuro;

- Aprender a Ser - desenvolvimento da autonomia e a capacidade de julgar, bem como fortalecer a responsabilidade pelo auto-desenvolvimento pessoal, profissional e social.

Baseado nos princípios acima comentados, o processo educacional da Universidade Corporativa orienta-se nos princípios metodológicos, tais como:

- Participante: sujeito da educação - o aprendiz é reconhecido como agente da educação; daí ser denominado "participante". É ressaltada a dimensão da cidadania, ou seja, a ação efetiva de cada indivíduo para interferir no destino da comunidade. As tendências

pedagógicas que buscam formatar o educando como ente passivo, mero receptor de conteúdos, são rejeitadas;

- **Problematização da Realidade** - os temas estudados referem-se a questões relevantes para os participantes e são apresentados de maneira não-dogmática. Nas ações educacionais internas, os problemas concretos do Banco são levantados e analisados pelos funcionários, possibilitando o desenvolvimento da capacidade crítica, a partir de uma visão multilateral da realidade;

- **Método Socializador e Dialógico** - o trabalho educacional é cooperativo, dirigido à elaboração conjunta de um saber que resulta da síntese entre teoria e prática. Além das técnicas de ensino individuais, utilizam-se técnicas socializadoras, fundamentadas no diálogo e no trabalho em equipe;

O modelo de universidade corporativa adotado constitui-se numa configuração que integra vários sistemas de gestão de pessoas e de educação corporativa, como tal, constituindo-se numa função ou braço de atuação da gestão de pessoas, estando a ela submetida hierarquicamente. As concepções e princípios filosóficos são orientados a com base na teoria do construtivismo, a partir da qual são delimitados os eixos metodológicos e as dimensões de aprendizagem. O conteúdo instrucional dos cursos, dependendo do tema, são elaborados internamente pelos próprios funcionários com expertise no assunto ou por especialistas do mercado para a construção conjunta dos conteúdos e metodologias. Os docentes da universidade corporativa são os próprios funcionários, com formações diversas, que são submetidos a um processo seletivo e posterior treinamento. Os usuários são todos os funcionários da instituição, como também os elementos da cadeia de valor com o qual se relaciona. Esse público é denominado comunidade de aprendizagem que são os clientes, fornecedores, parceiros com o qual a universidade estabelece trocas de ações educacionais.

Além de todos os cursos oferecidos, são oferecidos também recursos financeiros através bolsas de estudo de graduação, pós-graduação e o programa extraordinário para investimentos em livros, assinaturas e cursos diversos.

2.5 Portais Corporativos

Entre a diversidade de soluções de gestão de conhecimento disponíveis na atualidade para ajudar os usuários a encontrar às informações que necessitam em suas tarefas diárias, destaca-se o Portal Corporativo.

Os portais corporativos são descritos como aplicativos que permitem que as organizações disponibilizem um ponto único e personalizado de acesso a informações internas e externas, facilitando assim a tomada de decisões de negócios com melhor embasamento, atuando como plataformas de integração para a informação corporativa.

Como se pode perceber, os portais corporativos estão cada vez mais se inserindo em um segmento muito abrangente e complexo, tratando-se de preparar a empresa para atuar no novo cenário de negócios, onde os intangíveis ganham destaque e a velocidade na tomada de decisão passa a ser crítica.

De acordo com Battisti (2003), que afirma que a idéia dos portais corporativos surgiu a partir da criação dos portais na Internet. O objetivo é criar um ponto de acesso único a todas as informações e aplicativos que o usuário precisa, a treinamentos on-line e às orientações gerais para realizar seu trabalho diário.

Nos dias de hoje um dos maiores desafios é transformar as intranets iniciais em portais corporativos. Sendo que estes têm que ser uma mídia de mão dupla, crescendo na medida da participação dos funcionários.

Segundo Battisti (2003), “O portal precisa ser projetado tendo como base as necessidades do usuário. É importante entender como as pessoas realizam seu trabalho e projetar um portal que faça sentido do ponto de vista do usuário comum então do ponto de vista da equipe técnica. O usuário tem que poder acessar e pesquisar as informações usando diferentes caminhos.”.

De acordo com Terra e Gordon (2002) em relação às funcionalidades que devem estar presentes em um portal corporativo, estão as seguintes: encontrar informação relevante e fontes de conhecimento, codificar e publicar os conhecimentos dos funcionários e colaborar on-line através das mais diversas ferramentas.

Ainda dentro do tema de portais corporativos é necessário sempre a proposição de um mecanismo que permita a avaliação tanto da qualidade técnica dos portais, quanto do impacto dessa tecnologia nos processos organizacionais associados à gestão do conhecimento.

2.6 O Portal da Universidade Corporativa do Banco do Brasil

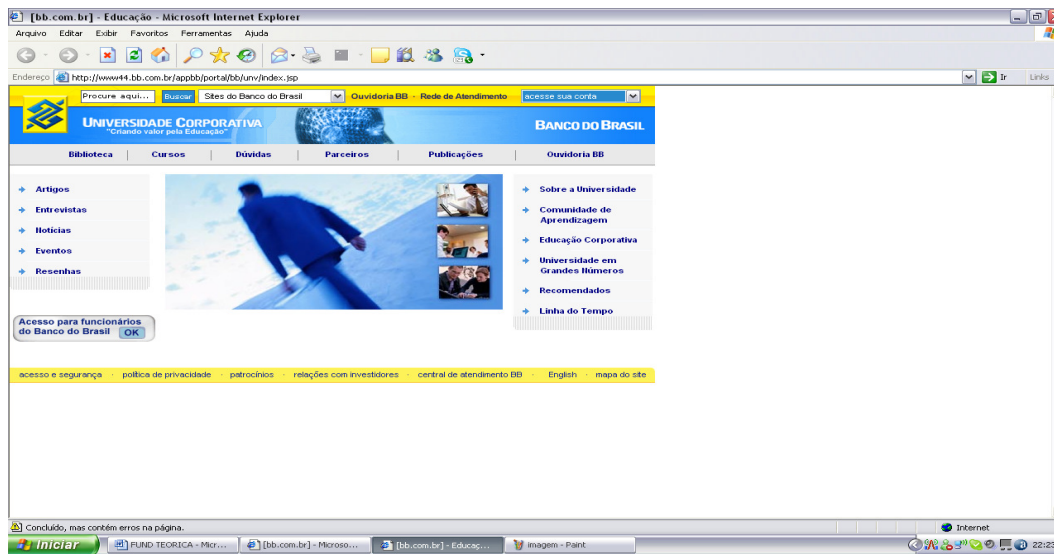


Figura 1: Universidade Corporativa do Banco do Brasil

Fonte: <http://www44.bb.com.br/appbb/portal/bb/unv/index.jsp>

Inaugurado em 2001, ele possibilita o acesso a toda a informação de sobre a educação corporativa da empresa em ambiente *web* (interno e externo).

Apresenta-se com uma parte acessível ao público em geral e com um link privativo aos funcionários da empresa, através do uso de chave de usuário e senha.

O portal apresenta as seguintes divisões: Cursos, Sua Carreira e Ferramentas. Possuindo links para Biblioteca, Educação Corporativa, Educadores Corporativos, Farol Gerencial, Na Rede, Orientação Profissional, Profissionalização e Trilhas.

A área de cursos apresenta os seguintes *links*: catálogo, cursos on-line e sala dos alunos.

No primeiro item é possível realizar a busca dos cursos oferecidos pelos mais diversos itens como: domínio temático, nome do curso, código, modalidade, enfoque de aprendizagem, público-alvo, perspectiva na Gestão de Desempenho por Competências e por mídia. Já no segundo item de Cursos on-line podem ser diversos cursos que podem ser feitos via *web*. E no terceiro item, a Sala dos Alunos, está à disposição informações, dicas e experiências relacionadas aos treinamentos. Este espaço oferece conteúdos complementares aos cursos, como por exemplo: leituras, sites, perguntas freqüentes, erratas e novidades.

Na área intitulada Sua Carreira, existem os itens: O que é, Programas, Caminhos da Ascensão, Talentos e Oportunidade e Certificações. O primeiro item O que é apresenta um texto que afirma que na empresa os funcionários tem a possibilidade de planejar a sua

trajetória profissional. É descrito o Programa de Ascensão Profissional. No item de Programas é feita referência aos programas já efetuados pelo Banco, com informações sobre objetivo, público-alvo, processo de seleção, pré-requisitos, certificação e lista de funcionários certificadas. Já no terceiro item, Caminhos da Ascensão há um quadro dos degraus de ascensão por responsabilidade funcional demonstrando a percorrer na trilha de ascensão. No item de Talentos e Oportunidades é apresentado o sistema TAO que é como um banco de dados com informações inseridas pelos funcionários e outras de sistemas de banco de dados da organização. Este sistema é utilizado para identificar talentos, visando facilitar o recrutamento e evidenciando oportunidades apoiando o processo seletivo. E finalmente do último item desta área, as certificações são apresentadas as diversas certificações exigidas pelo Banco com a descrição dos objetivos, público-alvo e a relação de funcionários certificados.

Na próxima área de trabalho aparece as Ferramentas Gerenciais, há as seguintes opções: Publicações, referências de gestão, Sistematização do Treinamento Gerencial e Dicas Dorsey e Rocha.

No link da biblioteca é colocado à disposição o acesso aos acervos bibliográfico e digital, as teses e informa as novas aquisições.

No item de educação corporativa são apresentados os seguintes tópicos: o principal, onde são apresentados os propósitos dos programas e as ações de aprendizagem oferecidas pela empresa e descreve os meios pelos quais, o conhecimento é produzido. O segundo tópico é o Ciclo de Palestras, onde constam eventos de atualização técnico-gerencial com temas relacionados a estratégia da empresa. Os próximos tópicos são referentes a Graduação, Especialização, Mestrado e Doutorado, onde são descritas as características dos programas de incentivo oferecido pela empresa. Consta também o tópico BB MBA que aborda sobre o programa de treinamento destinado a executivos e técnicos desenvolvidos entre 1993 e 2004. O tópico, apresentado na seqüência é o MBA à distância, onde é descrito a característica do programa iniciado em 2004 e que já beneficiou mais de 6000 pessoas.

Ainda dentro do item Educação corporativa há o tema, Idiomas Estrangeiros que apresenta o programa que concede bolsas de estudo. No tópico seguinte o tema abordado é a Excelência Executiva que descreve o programa que tem por objetivo potencializar as qualificações e aptidões dos executivos da empresa. No tópico de avaliação é mostrado informações sobre o sistema integrado de avaliação de programas de treinamento e desenvolvimento, procurando verificar a efetividade dos treinamentos.

No tópico Princípios Filosóficos há uma explicação dos princípios norteadores da organização quanto a este tema. E, finalmente, o Programa Extraordinário, que tem por objetivo ampliar e democratizar o acesso aos investimentos corporativos em educação, estimulando o desenvolvimento profissional e pessoal dos funcionários.

Outros links abordados no portal da UNIBB são os seguintes:

- Educadores Corporativos, que aborda o quadro inicial de educadores e os caminhos para ser um educador.
- Farol Gerencial que possui um espaço para o compartilhamento de práticas cotidianas.
- Na Rede, onde é apresentado um mural, local este onde são divulgados artigos produzidos por funcionários participantes de programas de graduação e pós-graduação.
- Orientação Profissional, que aborda o programa que presta ações de suporte e apoio nos processos de escolha profissional e gestão de carreira.
- Profissionalização, que apresenta o programa que tem por objetivo estimular a discussão de assuntos sócio-organizacionais e proporcionar instrumentos de auto-desenvolvimento profissional
- Trilhas, que apresenta os caminhos educacionais a serem seguidos por cada um na busca de sua excelência pessoal e profissional.
- Gepes Regionais.

Dentro de tudo o que foi abordado anteriormente, desde a fundamentação da educação, passando pela definição de educação corporativa, universidade corporativa, portais corporativos até a apresentação do portal da Universidade Corporativa do Banco do Brasil, podemos perceber a importância deste assunto.

3. METODOLOGIA

3.1 Descrição da Empresa

Conforme já mencionado em toda a extensão deste trabalho a pesquisa será efetuado no Banco do Brasil, empresa com uma história de quase 200 anos desde a sua fundação em 1808, na época do Brasil Império. A empresa conforme sua estrutura é uma empresa de economia mista que tem como seu principal acionista o Governo, com mais de 68,7% das ações e o restante distribuída entre demais acionistas, entre eles: PREVI (11,4%), BNDESpar (5,0%), pessoas físicas (4,0%), pessoas jurídicas (3,9%) e capital estrangeiro (6,9%).

Sua estrutura de pessoal conta, conforme posição em março de 2007, anterior à reestruturação ocorrida em junho do mesmo ano, contava com 82.468 funcionários e 10.112 estagiários.

O Banco do Brasil conforme seus números apresentados possuem a seguinte estrutura:

- em sua rede de distribuição no país possui 3.974 agências e 11.159 pontos de atendimento;
- em sua rede de distribuição no exterior possui 16 agências e 25 pontos de atendimento;
- 39.765 terminais de auto-atendimento;
- em quantidade de clientes possui 22,993 milhões de clientes pessoas físicas e 1,581 clientes pessoas jurídicas.

A estrutura do Banco do Brasil possui uma estrutura de atendimento conforme o perfil de cada cliente, separando em públicos-alvos de atendimento nesta estrutura. A separação acontece na forma de pilares de atendimento.

O primeiro pilar a ser apresentado é o Varejo, o pilar que possui a maior estrutura, tendo por conta ser o que possui o maior número de clientes, entre eles as pessoas físicas e as pequenas e médias empresas.

Em seguida apresentamos o Atacado, que atende as grandes empresas, possuindo uma estrutura de atendimento especializada com produtos e funcionários treinados para atender este público.

O último pilar a ser apresentado é o Governo que possui também uma estrutura pequena, tanto quanto o Atacado e atende as esferas do governo no âmbito federal, estadual e municipal e nos poderes legislativo, executivo e judiciário, atendendo também as empresas

públicas. Possuindo também funcionários especializados no atendimento a este público, que possui diversas especificidades.

Conforme apresentado acima, descrevendo a estrutura do Banco, em seus pilares de atendimento, descrevemos o perfil de atendimento de cada tipo de agência em que será feita a abordagem com questionário sobre o portal da Universidade Corporativa.

A metodologia a ser adotada neste trabalho é o método survey que tem por objetivo a coleta de informações sobre características, percepções relativas a um grupo de pessoas. Tem por características básicas a coleta de informações junto a uma fração da população. A forma de abordagem descritiva tendo em vista ser esta a maneira que tem por resultante o mapeamento da distribuição do fenômeno a ser estudado, que aqui trata de avaliar a percepção dos funcionários a respeito do portal da Universidade Corporativa do Banco do Brasil.

3.2 Tipo de Pesquisa

Este trabalho tem por objetivo principal na parte metodológica analisar quantitativamente, tendo por objetivo conhecer a percepção de um pequeno grupo de funcionários em relação ao portal da Universidade Corporativa do Banco do Brasil.

De acordo com Macedo (2005, p.77), “a pesquisa quantitativa oferece alta representatividade estatística e baixa produtividade. Ela utiliza amostras representativas do universo”.

Apresenta-se como um estudo descritivo com a realização de uma pesquisa de opinião em uma amostra de funcionários.

Segundo Macedo, (2005, p.55) “os estudos descritivos pretendem descrever com exatidão, os atos e fenômenos de determinada realidade”

A técnica de pesquisa utilizada neste estudo quantitativo-descritivo é o método survey. Para o propósito desta pesquisa, foi utilizado um questionário com perguntas fechadas. A amostra foi determinada como apresentada anteriormente, tendo um percentual de resposta de 5,9% sendo classificados por tempo de banco, idade, função e localização.

A pesquisa teve como pretensão mensurar as atitudes e percepções dos funcionários da empresa em relação ao portal da universidade corporativa. Segundo Aaker, Kumar e Day (2004, p. 288), atitudes são “estados mentais usados pelos indivíduos para estruturar a forma pelo qual eles percebem seu ambiente e para orientar a maneira como respondem a ele”. São três os fatores que forma uma atitude: o cognitivo, o afetivo e de intenção. O componente

cognitivo representa as informações de um indivíduo sobre um objeto. O componente sentimental resume os sentimentos que uma pessoa tem em relação a um objeto, situação ou indivíduo.

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado com questões fechadas, abrangendo as dimensões apresentadas no referencial teórico, entre elas: uso do portal, conhecimento do portal, facilidade de navegação, qualidade do conteúdo e impacto no aprendizado e no auto-desenvolvimento, impacto na carreira e apoio institucional.

3.3 Resultados

Em relação à idade dos respondentes foi observado que dentre as faixas etárias pesquisadas, que entre 26 a 35 anos há 34% da população, entre 36 a 50 anos tem 57% do total e acima de 50 anos, apenas 9% da população. Não foi obtida respostas quanto à faixa etária inferior a 26 anos.

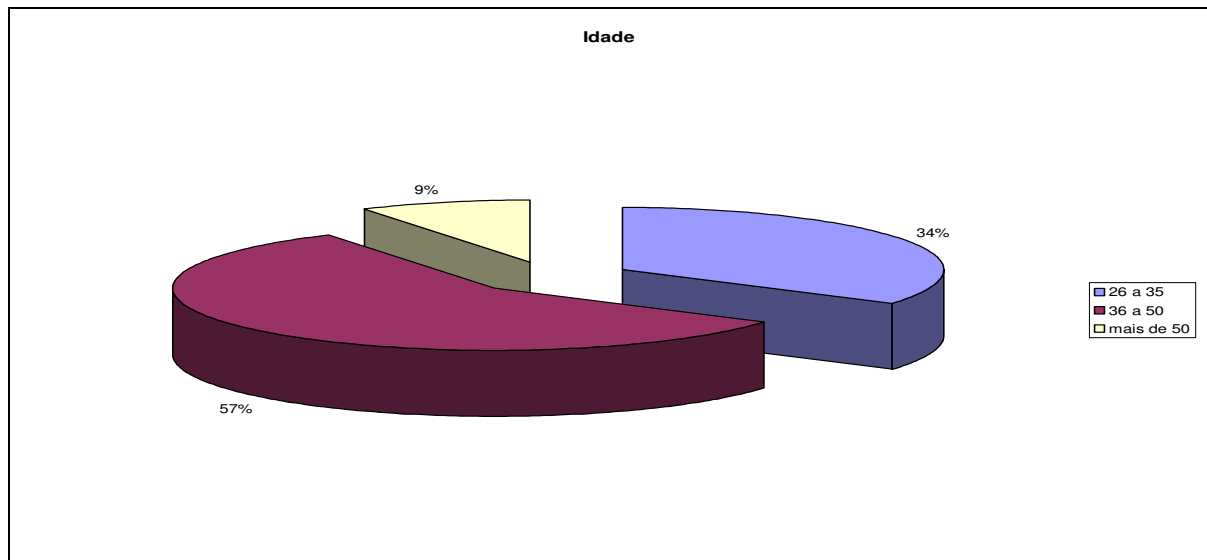


Gráfico 1 – Idade

Quanto ao tempo de trabalho no Banco do Brasil observou-se 20% possuem entre 0 e 5 anos de trabalho, 26% entre 6 a 10 anos, 43% entre 11 a 25 anos e apenas 11% possuíam mais de 25 anos de trabalho no Banco do Brasil.

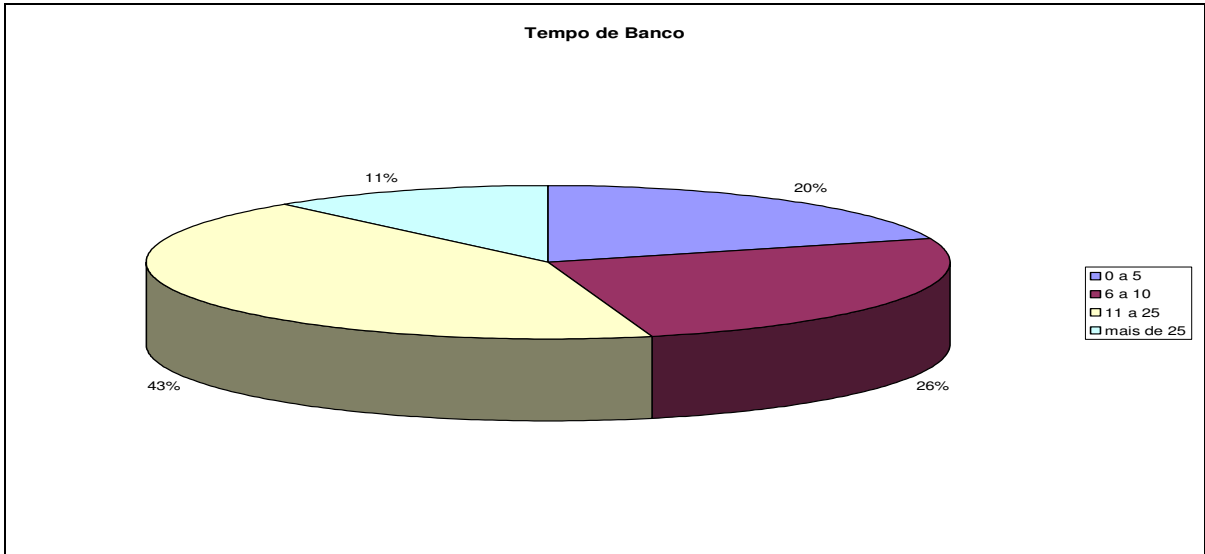


Gráfico 2 – Tempo de trabalho no Banco do Brasil

Em relação à função exercida, 6% trabalham na função de escriturário ou caixa efetivo, 29% na função de Auxiliar Administrativo ou Assistente, 11% a função de Analista atuando em áreas meio e 54% atuando em cargo gerencial, conforme pode ser constatado no quadroabaixo:

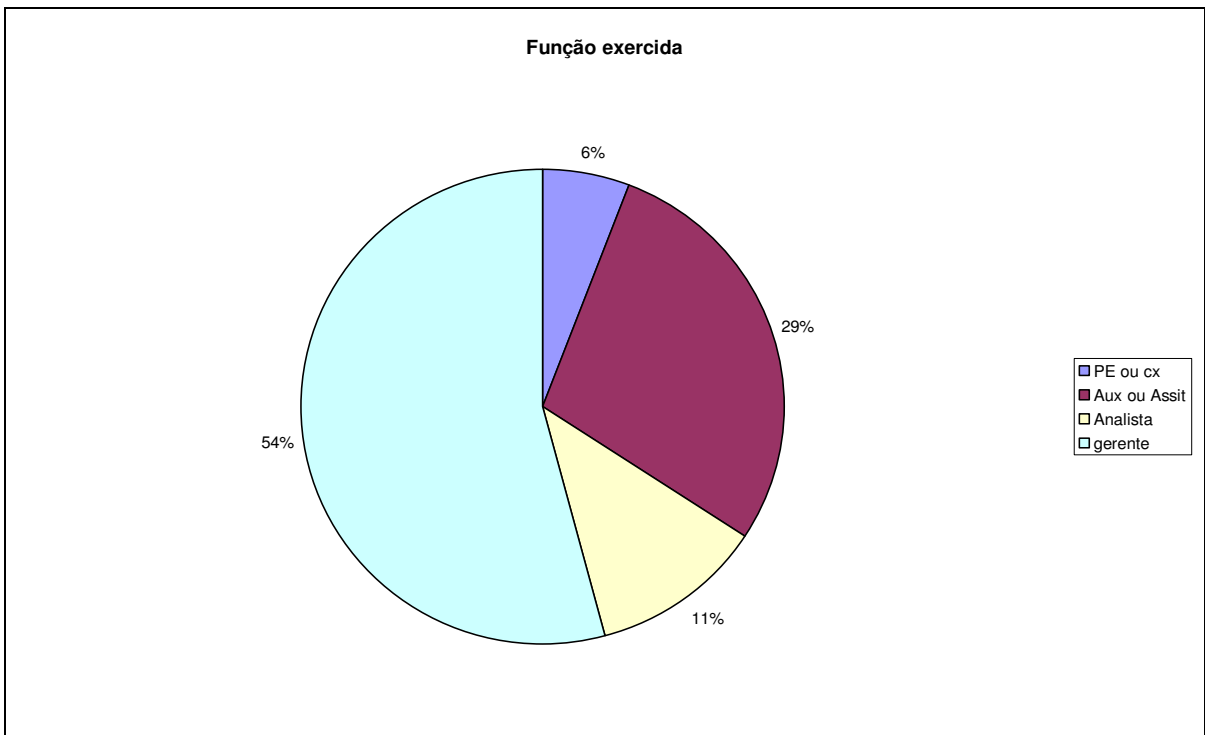


Gráfico 3 – Função

Quanto ao local de trabalho, a grande maioria dos pesquisados atua em agências do pilar varejo, sendo esta a divisão quanto a este perfil a seguinte: 60% no pilar varejo, 6% no pilar governo, 3% no pilar Atacado e 31% em demais órgãos.

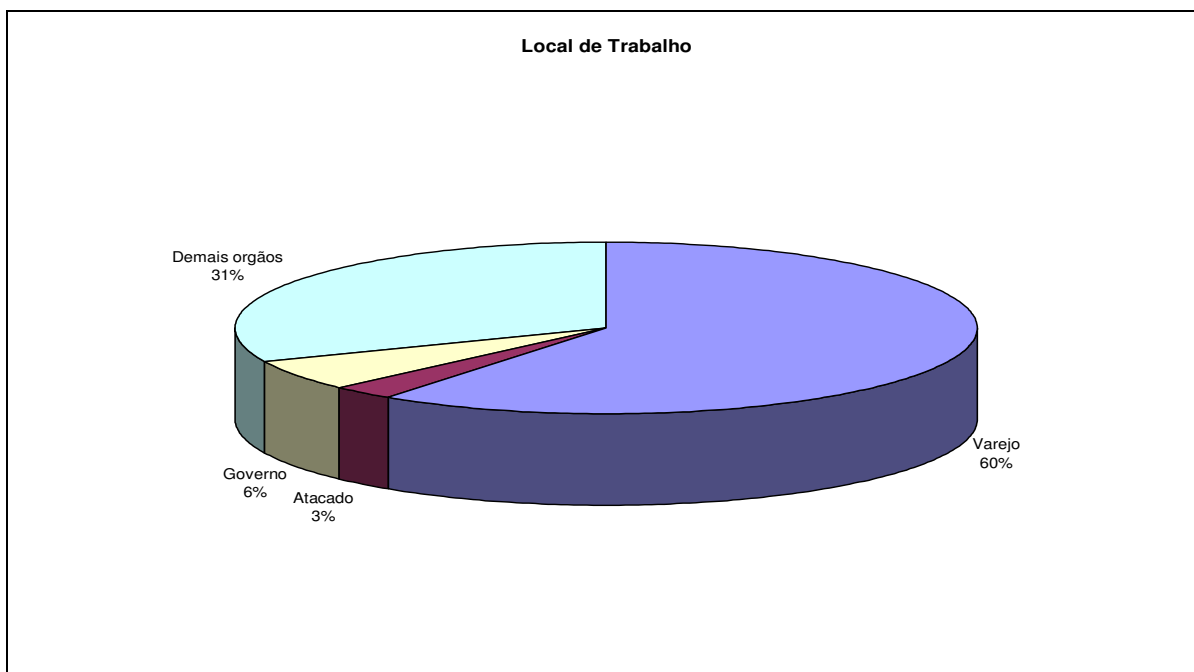


Gráfico 4 – Local de Trabalho

Em relação ao uso do portal da Universidade Corporativa do Banco do Brasil, a maior frequência de acesso é mensal, com 69% do total de entrevistados acessando o portal ao menos uma vez ao mês, sendo que as demais frequências de acesso entre diária, semanal e mensal com 3%, 9% e 9% respectivamente. Sendo que 11% da população pesquisada não acessam o portal.

Quanto aos conteúdos acessados no portal da Universidade Corporativa, os mais acessados são os seguintes, cursos on-line com 82% de acesso do total de funcionários pesquisados, seguido pelo Catálogo de Cursos com 71% de acesso, e como terceiro colocado na questão de conteúdos acessados no portal esta a Biblioteca com 45% do total. O gráfico abaixo demonstra em percentuais o quanto cada conteúdo disponibilizado é acessado pelos funcionários.

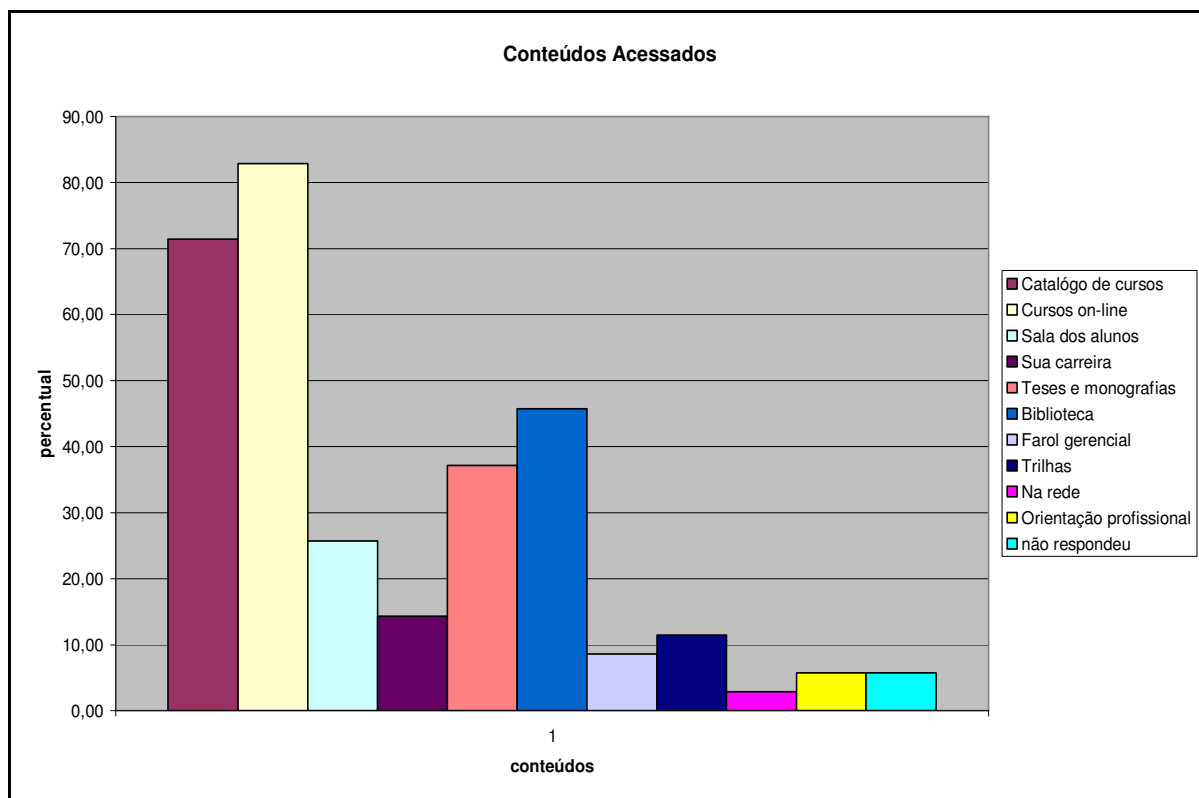


Gráfico 5 – Conteúdos Acessados

Quanto aos questionamentos efetuados no quesito de facilidade de navegação, foram efetuadas quatro perguntas, sendo que para cada uma delas as respostas foram as apresentadas abaixo.

Em relação à primeira pergunta neste tema, questionando se é fácil navegar no portal da UNIBB, se os conteúdos são encontrados com rapidez e se o acesso ao portal da UNIBB encontra-se sempre disponível as respostas em valores percentuais foram iguais, tendo 86% responderam sim as questões, 9% responderam não e 6% não responderam as questões.

A quarta questão dentro deste tema é se o computador que trabalho permite uma conexão e navegação com rapidez ao portal da UNIBB, tendo 74% de resposta afirmativa a esta questão, 23% de resposta negativa e 3% de não resposta.

Quanto à qualidade do conteúdo foram efetuadas três perguntas. A primeira questão foi quanto à informação disponível no portal é precisa e aprofundada, tendo 9% do total respondido que concordam totalmente com a afirmativa, 49% concordam parcialmente, 31% que concordam, 9% que discordam parcialmente. Houve 3% que não responderam à questão.

Neste quesito ainda, foi apresentada a afirmação se os conteúdos apresentados são importantes para o trabalho. Tendo esta afirmação 23% do total de entrevistados que

concordam totalmente, 46% que concordam parcialmente, 26% que concordam e 3% que discordam parcialmente, sendo que 3% não responderam.

E finalmente foi perguntado quanto a qualidades dos conteúdos apresentados. Do total de entrevistados, 6% consideram a qualidade como excelente, 46% como muito bom, 43% apenas bom, 3% regular. Apresentando também o 3% de não resposta a questão.

Quanto ao impacto na aprendizagem e no auto-desenvolvimento, foram efetuados 4(quatro) questionamentos. O primeiro foi se consideram o portal uma importante fonte de aprendizado. As respostas foram as seguintes: 23% concordam totalmente, 31% concordam parcialmente, 40% concordam e 3% discordam parcialmente. Tendo 3% do total que não responderam.

A segunda questão deste item é quanto a as ferramentas de aprendizado disponíveis no portal da UNIBB, se estas são importantes para o auto-desenvolvimento. As respostas foram as seguintes: 29% concordam totalmente com a afirmação, 37% concordam parcialmente, 26% concordam e 3% discordam parcialmente da afirmação. Tendo esta questão 6% do total que não responderam à questão.

Dentro deste item a próxima questão foi quanto aos cursos realizados no portal se os mesmos proporcionaram um aprendizado relevante. Os percentuais de respostas foram os seguintes: 17% concordam totalmente com a afirmativa apresentada, 49% concordam parcialmente, 17% concordam e 14% discordam parcialmente. Teve esta questão 3% do total que não responderam.

A última questão dentro deste item foi referente ao portal da UNIBB, se o mesmo oferece treinamentos úteis para o trabalho. As respostas foram as seguintes, 29% concordam totalmente com a afirmação apresentada, 37% concordam parcialmente, 26% concordam e 3% discordam parcialmente da afirmativa.

No quesito de impacto na carreira, foram efetuados também 4 (quatro) questionamentos. O primeiro deste item é quanto a se o portal da UNIBB disponibiliza informações relevantes sobre programas de capacitação da empresa, as respostas foram as seguintes, 11% concordam totalmente com a afirmação, 49% concordam parcialmente, 23% concordam e 14% discordam parcialmente.

A segunda questão é quanto se as informações do portal da UNIBB se ajudam na gestão da carreira. Tendo os seguintes percentuais, 9% concordam totalmente, 37% que concordam parcialmente, 26% que concordam e 26% que discordam parcialmente.

A terceira questão deste item é se o programa Trilhas do Conhecimento ajuda a localizar treinamentos e/ou conhecimentos para o meu desenvolvimento profissional. Sendo

que 11% das pessoas que responderam à pesquisa concordam totalmente com a afirmativa, 14% concordam parcialmente, 43% concordam, 23% discordam parcialmente e 6% discordam totalmente.

A última questão deste item é referente ao portal da UNIBB, se este é útil para o desenvolvimento profissional, 23% concordam totalmente, 17% concordam parcialmente, 49% concordam e 9% discordam parcialmente.

O último quesito pesquisado foi referente a apoio institucional. Foi questionado se a administração da dependência incentiva a utilização do portal da UNIBB, com 11% de concordância total, 14% de concordância parcial, 17% de concordância, 29% de discordância parcial e 29% de discordância total.

A segunda questão é se as ferramentas do portal são bem divulgadas aos funcionários, tendo 6% de concordância total, 9% de concordância parcial, 17% de concordância, 54% de discordância parcial e 14% de discordância total.

E finalmente a última questão da pesquisa e deste item é quanto se ao Banco estimula o acesso ao portal da UNIBB. Esta afirmação obteve 9% de concordância total, 11% de concordância parcial, 31% de concordância, 37% de discordância parcial e 11% de discordância total.

3.4 Análise dos Resultados Obtidos

Os questionários como mencionado anteriormente foram enviados a todos os colegas do curso de especialização em Gestão de Negócios Financeiros pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Inicialmente é um público aleatório, tendo em vista a abrangência do curso, mas em análise as respostas, levantou-se que mais da metade dos funcionários que responderam estavam atuando em cargos gerencias em nível de gerência média ou administrador de dependência.

Quando a idade, a predominância dos respondentes preponderou na faixa etária dos 36 aos 50 anos. Tendo como tempo de banco, em sua maioria, de 11 a 25 anos de trabalho.

No perfil de local de trabalho, predominou o pilar Varejo, onde realmente é apresentado como o maior pilar de atuação do banco, em virtude do maior número de clientes, encarteirados neste pilar de atendimento.

Partindo para a análise das dimensões pesquisadas, quanto ao Uso ao Portal, foi constatado que o acesso ao portal é efetuado pela maioria com frequência mensal.

Quanto à dimensão do Conhecimento do Portal, verificou-se que muitos links são acessados por poucos usuários, devido a baixa divulgação destes itens para o público alvo do portal. Enquanto que outros itens, como o catálogo de cursos e os cursos on-line, são acessados pela maioria dos funcionários, tendo em vista a necessidade apresentada, em virtude dos mesmos serem complementares e/ou fundamentais aos cursos auto-instrucionais disponibilizados pelo Banco do Brasil.

Quanto à dimensão de Facilidade de Navegação, o resultado levantado na pesquisa demonstrou que o portal é acessível neste aspecto, tanto na navegação pelo mesmo, na procura de conteúdos, na disponibilidade do portal e na conexão.

Em relação à Qualidade do Conteúdo, a maioria dos entrevistados concorda que parcialmente a informação disponível no portal é precisa e aprofundada e que os conteúdos apresentados no portal são importantes para o seu trabalho. Ainda nesta dimensão, na pergunta que questionava a qualidade do conteúdo, as respostas se dividiram principalmente entre considerarem o conteúdo como muito bom e como apenas bom.

Na dimensão de Impacto na Aprendizagem e no Auto-desenvolvimento, nas questões apresentadas quanto a consideração do portal como uma fonte de aprendizado, as ferramentas disponíveis no portal como importantes para o auto-desenvolvimento, aos cursos realizados no portal em proporcionar um aprendizado relevante e finalmente se o portal oferece treinamentos úteis para o trabalho, percebeu-se que a maioria concorda parcialmente com as afirmações apresentadas. Sendo assim, dentro desta dimensão percebe-se que o portal tem que ser melhorado, para que ofereça melhores ferramentas e treinamentos que impactem consideravelmente a aprendizagem e o auto-desenvolvimento.

Na dimensão de Impacto na Carreira, nas questões relativas à disponibilização de informações sobre programas de capacitação na empresa e se as informações disponibilizadas ajudam na gestão da carreira, a maioria concorda parcialmente com as afirmações. Sugerindo que o mesmo pode ser melhorado, ampliando a divulgação das informações de capacitação e disponibilizando melhores meios para ajudar no gerenciamento da carreira.

Ainda dentro desta dimensão levantou-se a concordância nas questões de quanto ao programa Trilhas de Aprendizagem, se o mesmo ajuda na localização de treinamentos importantes para o desenvolvimento profissional e também se o portal é útil para o desenvolvimento profissional. Sendo que como no parágrafo anterior, os mesmos podem ser melhorados.

E finalmente na última dimensão pesquisada, de Apoio Institucional, foi onde houve o maior número de respostas com um perfil negativo. Na questão de incentivo pela administração da dependência as respostas se dividiram prioritariamente entre a total discordância e a discordância parcial. Na questão das ferramentas e conteúdos do portal serem bem divulgadas aos funcionários também houve o grande apontamento da discordância parcial, com mais da metade das respostas neste item. E finalmente foi questionada se o Banco do Brasil estimula o funcionário a acessar o portal da Universidade Corporativa, onde também foi apontado discordância parcial a esta questão.

4. CONCLUSÕES

Partindo do referencial teórico referente aos portais corporativos como facilitador da gestão do conhecimento e dos objetivos apresentados às universidades corporativas. O portal, que foi avaliado neste estudo, poderia ser mais bem utilizado em todo o seu contexto. O portal ainda não é um ponto de referência na educação corporativa no Banco do Brasil, tendo em vista o resultado apresentada na pesquisa efetuada.

O presente estudo foi limitado, tendo em vista a amostra pesquisada, tentou-se abranger certo número de pessoas, tendo como base os alunos matriculados nesta especialização em Gestão de Negócios Financeiros pela UFRGS, no período de outubro de 2005 a outubro de 2007.

Dentro de tudo o que foi apontado, e em resposta a questão levantada no início, conclui-se que o portal da Universidade Corporativa do Banco do Brasil cumpre seu propósito perante a visão dos funcionários, podendo ser mais bem aproveitado pelos mesmos, faltando principalmente uma melhor divulgação, o que refletiria em melhoria significativa em todas as dimensões pesquisadas.

Quanto aos objetivos propostos, foram todos respondidos no decorrer deste trabalho, o que significa que através deste é possível conhecer a forma como o Banco do Brasil desenvolve seus projetos de Educação Corporativa, conhecer as funcionalidades disponíveis no portal, verificar a percepção dos mesmos e sobre o portal e bem como a acessibilidade, pertinência e adequação dos conteúdos e a necessidade de melhoria.

E como sugestão final, tem como proposta apresentar os resultados desta pesquisa à área responsável pela Educação Corporativa no Banco do Brasil, visando tornar-se subsídio para pesquisa em amostra representativa da população total do Banco. Ainda como proposição, sugere-se que esta pesquisa pode ser efetuada dentro da disponibilidade do sistema do Banco do Brasil (SISBB).

REFERÊNCIAS

- AAKER, David A., KUMMAR, V&DAY, George. S. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2004.
- BATTISI, Júlio César Fabris. **Portal corporativo: você ainda vai ter um**. Disponível em: <http://www.timaster.com.br>. Acesso em: 14 de setembro de 2007
- BRISSAC, Chantal. **Por Dentro das Universidades Corporativas**. Disponível em: http://www.vencer.com.br/materia_completa.asp?codedition=56&pagenumber=11. Acesso em: 16 de outubro de 2007.
- EBOLI, M. O desenvolvimento das pessoas e a educação corporativa. In: FLEURY, M.T. **As pessoas na organização**. São Paulo: Gente, 2002.
- _____. Educação Corporativa no Brasil: Da Prática à Teoria. XXVIII Encontro Nacional da Pós-Graduação em Administração. Curitiba, 2004.
- _____. **Educação Corporativa no Brasil, Mitos e Verdades**. São Paulo:Gente, 2004.
- MACEDO, Manoel Moacir Costa. **Metodologia Científica Aplicada**. Brasília: Scala Gráfica e Editora, 2005.
- MEISTER, Jeanne C. **Educação Corporativa – A Gestão do Capital Intelectual Através das Universidades Corporativas**. São Paulo: Makron Books, 1999.
- TERRA, J.C.C. & GORDON, C. **Portais Corporativos. A revolução na gestão do conhecimento**. São Paulo: Negócio Editora, 2002.
- UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL: Disponível em: <http://www.bb.com.br>. Acessado em: 01 de setembro de 2007.
- VARELLA, Irani. **Sustentabilidade e Educação Corporativa**. Disponível em: <http://www.portaldovoluntario.org.br/site/pagina.php?idartigo=80&idmenu=46>. Acessado em 16 de outubro de 2007.

ANEXO

Questionário

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

MBA Gestão de Negócios Financeiros

PERFIL

IDADE:

- 18 a 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 50 anos
- acima de 50 anos

TEMPO DE BANCO

- 0 a 5 anos
- 6 a 10 anos
- 11 a 25 anos
- acima de 25 anos

FUNÇÃO:

- Escriturário ou Caixa Efetivo
- Auxiliar Administrativo ou Assistente
- Analista
- Gerente

LOCAL DE TRABALHO

- Agência Varejo
- Agência Empresarial ou Corporate
- Agência Governo
- Demais órgãos

Em relação à Universidade Corporativa do Banco do Brasil:**Uso do Portal**

1 - Frequência de acesso ao portal da UNIBB:

- Diária
- Semanal
- Quinzenal
- Mensal
- Não acesso

Conhecimento do Portal

2 - Conteúdos que acessa no portal da UNIBB:

- Catálogo de cursos
- Cursos on-line
- Sala dos alunos
- Sua Carreira
- Teses e Monografias
- Biblioteca
- Farol Gerencial
- Trilhas
- Na Rede
- Orientação Profissional

Facilidade de Navegação

3 - É fácil navegar no portal da UNIBB:

- Sim
- Não

4 - Encontro com rapidez os conteúdos que procuro:

- Sim
- Não

5 - O acesso ao portal da UNIBB está sempre disponível:

- Sim
- Não

6 - O computador em que trabalho permite uma conexão e navegação com rapidez ao portal da UNIBB:

- Sim
- Não

Qualidade de Conteúdo

7 - A informação disponível no portal é precisa e aprofundada:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

8 - Os conteúdos apresentados no portal são importantes para meu trabalho:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

9 - A qualidade dos conteúdos apresentados no portal é:

- Excelente
- Muito bom
- Bom
- Regular
- Insatisfatório

Impacto no Aprendizado e no Auto-desenvolvimento

10 - Considero o portal uma importante fonte de aprendizagem:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

11 - As ferramentas de aprendizado disponíveis no portal da UNIBB são importantes para o meu auto-desenvolvimento:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

12 - Os cursos auto-instrucionais que realizei no portal me proporcionaram um aprendizado relevante:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

13 - O portal me oferece treinamentos úteis para meu trabalho:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

Impacto na Carreira

14 - O portal da UNIBB disponibiliza informações relevantes sobre programas de capacitação da empresa:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

15 - As informações do portal da UNIBB me ajudam na gestão da minha carreira:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

16 - O programa Trilhas de Aprendizagem me ajuda a localizar treinamentos e/ou conhecimentos importantes para o meu desenvolvimento profissional:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

17 - O portal da UNIBB é útil para o meu desenvolvimento profissional:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

APOIO INSTITUCIONAL

18 - A administração da dependência incentiva à utilização do portal da UNIBB:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

19 - As ferramentas e conteúdos do portal são bem divulgados aos funcionários:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

20 - O Banco do Brasil me estimula a acessar o portal da UNIBB:

- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente
- Concordo
- Discordo parcialmente
- Discordo totalmente

Você tem alguma sugestão de melhoria para o portal da UNIBB? Caso possua, descreva-a: