

JOSÉ ALMEIDA CRUZ JÚNIOR

**Comunidade Virtual de Aprendizagem – O Caso de Uma Agência Bancária na
Cidade de Itabaiana/SE
Gestão de Pessoas e Relação de Trabalho: Tema 09 – Conhecimento e
Aprendizagem (Conforme Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em
Administração)**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Núcleo de Pós-Graduação e
Extensão – NPGE, da Faculdade de Administração de Negócios de Sergipe –
FANESE, como requisito para a obtenção do título de Especialista em Gestão
Empresarial e Inteligência Organizacional**

Rosângela Farias Barreto

Felora Daliri Sherafat

José Almeida Cruz Júnior

Aprovado com média: 8,0

Aracaju/SE, 19 de setembro de 2016.

RESUMO

Este estudo teve como objetivo verificar de que modo a CVA contribui para a melhoria da qualidade das atividades desenvolvidas pelos gestores do BNB da Agência Itabaiana/SE enquanto ferramenta de aprendizagem. Seu referencial teórico foi baseado em artigos científicos recentes de autores ligados à área de Gestão de Pessoas e Relação de Trabalho. A metodologia utilizada no presente trabalho se destacou por ser exploratória e descritiva, considerando-a como quantitativa e o procedimento técnico utilizado foi o estudo de caso. Foram utilizadas informações do Banco de Dados da agência do BNB e foi aplicado um questionário a todos os gestores da referida agência e assim levantar os resultados apresentados.

Palavras-chave: Gestão do Conhecimento, Educação Corporativa e Comunidade Virtual de Aprendizagem.

ABSTRACT

This paper aims to verify the way that *CVA (Comunidade Virtual de Aprendizagem – Virtual Learning Community)* contributes to the improvement of quality of activities developed by the managers of BNB Bank in Itabaiana-Sergipe, Brazil as a learning tool. The references are based in recent scientific papers of authors linked to People Management and Labor Relations. The methodology used in this paper is descriptive and exploratory, being considered as quantitative, and the technical procedure is case study. Information from the database of BNB Bank was used, as well as a questionnaire that was applied to all the managers of the bank, thus gathering the results presented in this paper.

Key words: Knowledge Management. Corporate Education. Virtual Learning Community.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	4
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	6
2.1 Gestão do Conhecimento.....	6
2.2 Educação Corporativa.....	8
2.3 Comunidades Virtuais de Aprendizagem.....	10
3 METODOLOGIA.....	12
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	14
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
6 REFERÊNCIAS.....	20

1 INTRODUÇÃO

O ambiente em que as organizações estão inseridas se tornou bastante volátil, inconstante e altamente competitivo, fazendo com que as empresas procurem meios de se adequarem e até mesmo influenciarem o meio em que atuam. Faz-se necessário que as organizações, sejam elas públicas ou privadas, pensem estrategicamente buscando obter vantagens competitivas, alinhando a sua missão, visão e valores aos objetivos estratégicos como um todo.

De Carvalho (2015), destaca que a educação corporativa tem sido utilizada como estratégia empresarial apta a proporcionar vantagem competitiva, colaborando com o objetivo de converter oportunidades em negócios através do conhecimento desenvolvido e compartilhado constantemente entre as pessoas que fazem parte ou estão em contato com as organizações.

Para Mathias e Santos (2014), a progressiva diminuição das distâncias entre as pessoas, e entre essas e o conhecimento, decorre da inserção, no cotidiano e no trabalho, das Tecnologias Digitais de Informação, Comunicação e Expressão (TDICE), para justificar a existência de tecnologias que ampliam cada vez mais a interação entre pessoas, grupos, organizações e até mesmo sociedades.

Os Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA) são um tipo de TDICE existentes no mundo corporativo e as organizações têm utilizado essa ferramenta com o objetivo de disseminar o conhecimento das mais diversas áreas de interesse de uma organização.

O Banco do Nordeste do Brasil S/A (BNB), na condição de maior instituição financeira da América do Sul voltada para o desenvolvimento regional, através de sua Universidade Corporativa, disponibiliza para todos os seus colaboradores um AVA denominado Comunidade Virtual de Aprendizagem (CVA).

Desta forma, este estudo tem como objetivo verificar de que modo a CVA contribui para a melhoria da qualidade das atividades desenvolvidas pelos gestores do BNB da Agência de Itabaiana/SE enquanto ferramenta de aprendizagem. Para alcançar o objetivo geral deste estudo, serão levantados os seguintes objetivos específicos:

Apresentar a Universidade Corporativa do BNB, verificar o funcionamento da Comunidade Virtual de Aprendizagem (CVA), levantar o perfil dos gestores lotados na Agência do BNB na cidade de Itabaiana/SE e analisar a percepção dos gestores da agência quanto a CVA.

As instituições financeiras, mais especificamente os bancos, têm alcançado resultados cada vez mais expressivos, vêm aumentando a gama de produtos e serviços oferecidos aos seus diversos tipos de clientes, como pessoas físicas, jurídicas e ao próprio Governo, auferindo lucros recordes a cada ano. Diversas são as causas para esse significativo desempenho, dentre elas, investimentos em treinamento e desenvolvimento de seus colaboradores.

A importância deste estudo está na exploração da utilização da CVA do Banco do Nordeste pelos gestores da Agência de Itabaiana/SE como ferramenta necessária para a aprendizagem.

Este estudo é viável devido à facilidade de obtenção de informações acerca da CVA do BNB, bem como é oportuno, pois será feita uma análise da percepção dos gestores da Agência do Banco em Itabaiana/SE, quanto à utilização da CVA. Sua utilidade está no desenvolvimento de uma pesquisa que servirá para solidificar a importância do conhecimento e aprendizagem nas agências do BNB, além de ser um trabalho que agrega valor ao estado da arte da área de gestão de pessoas e relação de trabalho.

Optou-se no presente estudo por desenvolver uma pesquisa exploratória e descritiva, em que foi feito um estudo de caso para verificar a percepção dos gestores do BNB da Agência de Itabaiana/SE quanto à utilização da CVA como ferramenta que contribui para a melhoria da qualidade de suas atividades profissionais.

No primeiro capítulo da pesquisa é apresentada uma introdução ao estudo do tema, bem como a justificativa e a situação problemática, os objetivos gerais e específicos. Já no segundo capítulo é exposta uma revisão bibliográfica parcial, contendo o referencial teórico. O capítulo três contém o método e instrumento de coleta de dados e por fim os resultados alcançados e as conclusões do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo aborda temas centrais relacionados ao objeto de estudo deste artigo, bem como seus conceitos e características relevantes, a saber: Gestão do Conhecimento, Educação Corporativa e Comunidade Virtual de Aprendizagem.

2.1 Gestão do Conhecimento

Para Cruz (2016), o conhecimento continuamente foi objeto de reflexões de filósofos, teólogos, cientistas, humanistas, dentre outros, desde a antiguidade até os dias de hoje. Entretanto, somente na segunda metade da década de 90, graças a crescente competitividade estimulada pela globalização e pela evolução tecnológica, o conhecimento se tornou fundamental ao desenvolvimento tecnológico, científico e socioeconômico das organizações.

Segundo Batista (2012), Gestão do Conhecimento é um sistema integrado capaz de criar, compartilhar e aplicar o conhecimento para ampliar a eficiência, aperfeiçoar a qualidade e a efetividade social e colaborar para o desenvolvimento brasileiro como também para a legalidade, impessoalidade, moralidade e publicidade na administração pública.

Possato (2015) afirma que Gestão do Conhecimento é forma de enxergar a organização, que busca pontos dos processos de negócio na qual o conhecimento possa ser utilizado como vantagem competitiva. Conhecimento sobre o mercado, os clientes, a concorrência, os processos de negócio, a tecnologia e tudo que possa proporcionar vantagem competitiva para a organização. Torna-se claro que as organizações necessitam aprender a criar, guardar, propagar o conhecimento com foco visionário na constante durabilidade do negócio.

Ainda segundo Possato (2015) o mais importante patrimônio das empresas passou a ser o conhecimento, contudo este está intrinsicamente ligado aos indivíduos, podendo ser

levado para as organizações exclusivamente através de sua aplicação, captura e reutilização.

Segundo Cruz (2016), o conhecimento, é oposto aos bens de capital, em alguns aspectos, já que o conhecimento quando explorado e compartilhado cresce, já o conhecimento desperdiçado é inutilizado.

Entretanto, Batista (2012) destaca que, diversas práticas de Gestão do Conhecimento, executadas por órgãos e entidades da administração pública do Brasil, não estão alinhadas com a direção estratégica da organização, a saber: visão, missão, objetivos estratégicos, estratégias e metas.

A base de Tecnologia de Informação (TI) necessita estar alinhada com as estratégias de Gestão do Conhecimento das organizações. Desta forma, se uma das estratégias de Gestão do Conhecimento é transferir conhecimento entre profissionais que estão afastados geograficamente, uma infraestrutura para compartilhamento de conhecimento através de comunidades de prática virtuais pode ser fundamental para possibilitar essa estratégia (BATISTA, 2012).

Para Cruz (2016), nota-se que os conceitos sobre a Gestão do Conhecimento buscam entender como as organizações obtêm, exploram, geram, compartilham e utilizam o conhecimento dos membros da organização. Desta maneira, os gestores da organização devem ter a capacidade de gerenciamento agregada com o conhecimento e as áreas de atuação no meio organizacional, além de gerar e difundir uma visão abundante de confiabilidade, ética, criatividade e honestidade de finalidades, preocupando-se em conceder, analisar e gerar informações e conhecimentos, mirando estratégias claras das necessidades da organização.

A Gestão do conhecimento na organização deve propiciar uma relação de igualdade e democrática nas etapas de execução do trabalho entre os funcionários de modo que estes possam deliberar conjuntamente e compartilhar experiências. A Gestão do Conhecimento não acontece através de uma única equipe, ela deve fazer parte do dia a dia de todos os membros da organização, visto que o conhecimento está em cada

funcionário e a proposta é converter o conhecimento individual em conhecimento comum a toda organização (CRUZ, 2016).

Batista (2012) enfatiza que, a liderança ou alta administração possui um papel importante para o sucesso da implantação da Gestão do Conhecimento nas organizações. É ela que deve direcionar o esforço de implantação da Gestão do Conhecimento, apresentando e reforçando a visão e as estratégias que devem estar alinhadas com a direção estratégica da organização. Compete à liderança instituir a estrutura de governança e as posições organizacionais para formalizar as iniciativas de Gestão do Conhecimento. Isso inclui, dentre outras ações a criação de comunidades de prática e redes de conhecimento.

2.2 Educação Corporativa

A Educação Corporativa é ferramenta da Gestão do Conhecimento capaz de proporcionar treinamento e desenvolvimento para as pessoas que fazem as organizações. Para Ferreira et al (2014), as empresas vêm utilizando a implantação de um programa de Educação Corporativa com o objetivo de fornecer educação contínua aos seus colaboradores. Segundo este autor, a educação não é novidade no meio organizacional, pois, sempre se buscou passar conhecimento aos colaboradores através de treinamentos, cursos e palestras.

Favero (2015) afirma que todos os setores de uma organização devem ser treinados, com o objetivo de responder as mudanças de um mercado complexo, exigente e em constante mudança, sobretudo o mercado financeiro. Desta forma, as empresas têm desenvolvido seu próprio processo de ensino e aprendizagem, orientando a educação de seus colaboradores.

Silva (2015) afirma que a Educação Corporativa foi mudando ao passar por diversos momentos relacionados ao contexto social e histórico em que estava inserida. Quando era identificada a insuficiência de um modelo, outro era criado a partir do desenvolvimento das estruturas já existentes. Para ela, a literatura indica que os processos educativos foram sendo construídos e adaptados às circunstâncias do contexto histórico em que eles se encontravam.

Segundo Meinster (1999 apud DE CARVALHO, 2015, p. 68), foi a partir da segunda metade do século XX que empresas norte-americanas, de diversos portes, começaram a se dedicar com mais energia a processos de aprendizagem com o objetivo de desenvolver as rotinas de trabalho. E foi nas empresas de tecnologia, com significativos investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e necessidade constante de treinamento, que a educação corporativa apresentou seus programas mais sólidos.

De Carvalho (2015), destaca que durante as décadas de 50, 60 e 70, as universidades corporativas, também chamadas de institutos ou faculdades corporativas, propagaram-se pelos Estados Unidos com o objetivo de capacitar profissionais para realizarem melhor suas tarefas atuais e futuras. A princípio, os cursos abrangiam as áreas de administração, finanças e marketing estavam ao dispor do corpo gerencial das empresas.

Para Silva (2015), Educação Corporativa é um conjunto de sistemas educacionais, implantados pelas organizações, que favorece o desenvolvimento de competências, habilidades, atitudes e posturas e não somente a aquisição de conhecimento técnico.

Já para Batista e Quandt (2015), Educação Corporativa abrange processos de educação continuada, firmados com vistas à atualização do pessoal de modo uniforme em todas os setores da organização. Pode ser executada sob a forma de universidade corporativa, sistemas de ensino à distância, dentre outros.

De Carvalho (2015) afirma que, a educação corporativa une de modo coerente as competências humanas, empresariais e organizacionais, as quais se encontram integradas com as estratégias de longo prazo da organização. Este autor destaca que as práticas desenvolvidas baseadas na educação corporativa são estratégicas uma vez que estão diretamente ligadas à construção de vantagens competitivas sustentáveis.

Para Favero (2015), a Educação Corporativa tem como objetivo conseguir um controle mais preciso do processo de aprendizagem nas organizações, ligando de forma mais ajustada o programas de aprendizagem aos objetivos estratégicos da empresa.

Cruz (2016) destaca que, as organizações quanto à educação corporativa, devem oferecer treinamentos formais voltados às práticas de Gestão do conhecimento e mais cursos de capacitação como foco na melhoria do desempenho individual e organizacional. A aprendizagem e o compartilhamento do conhecimento entre os colaboradores devem ser otimizados, encorajando os mesmos a disseminarem seus conhecimentos.

Tumelero (2012) destaca que é necessário que as organizações criem ferramentas que possam mensurar como a Educação Corporativa contribui de forma positiva para a construção do resultado financeiro das organizações.

2.3 Comunidades Virtuais de Aprendizagem

Segundo Ferreira et al (2014), no passado as mudanças no mundo organizacional ocorriam de forma lenta, contudo a Tecnologia da Informação (TI) com toda a sua vitalidade e rápido desenvolvimento, trouxe dinamismo à disseminação da informação, diminuindo distâncias, devendo ser utilizada para desenvolver conhecimento. Este autor afirma que a TI pode contribuir muito no processo de aprendizagem nas organizações e uma das formas é através da Educação a Distância.

Segundo Mathias e Santos (2014), as Tecnologias Digitais de Informação, Comunicação e Expressão (TDICEs) têm exercido um papel importante relacionando a aprendizagem à gestão do conhecimento, sendo mediadoras dos processos de educação corporativa e, ao mesmo tempo, instrumentos de aproximação entre os profissionais e os conhecimentos disponíveis. E um exemplo dessas tecnologias são os Ambientes Virtuais de Aprendizagem ou Espaços Colaborativos Virtuais.

Para Batista (2015), Espaços Colaborativos Virtuais são locais que possibilitam o trabalho conjunto entre pessoas independentemente do local em que elas estejam fisicamente. Significa a capacidade ajustada de compartilhar documentos e editá-los de maneira colaborativa além da possibilidade da realização de áudio/vídeo conferências. Diversos são os benefícios, a saber: possibilita acessar, em qualquer lugar do mundo, os melhores especialistas; diminui despesas com viagens; e permite que as pessoas

trabalhem no local e horário que acreditem serem melhor para atingirem melhores resultados, bem como disponibiliza informações das quais elas necessitam.

Para Ferreira et al (2014), é possível diminuir significativamente os custos de tempo e dinheiro através de cursos *on-line* abrigados em um Ambiente Virtual de Aprendizagem. A tecnologia possui um papel facilitador do processo de aprendizagem nas organizações, devendo ser aliada da Educação Corporativa.

Miranda (2016), afirma que a Tecnologia da Informação tem se tornado um importante parceiro pedagógico da educação corporativa. Através de modalidades de treinamentos à distância, o conhecimento se torna mais acessível e democrático, sendo possíveis diversas habilidades de desenvolvimento.

Esse autor ainda destaca que é preciso ter clareza na utilização dos cursos e outros recursos virtuais disponibilizados aos colaboradores, pois ter um número significativo de oportunidades de desenvolvimento *on-line* não contribuirá para a organização quando são subutilizadas pelos colaboradores ou até mesmo tidas como mais uma obrigação a ser cumprida.

Para Ferreira et al (2014), num processo de aprendizagem em organizações, se faz necessário que o funcionário administre o seu próprio desenvolvimento, sobretudo quando ocorre o uso de recursos tecnológicos como internet e Ambientes Virtuais de Aprendizagem. O aluno adulto necessita gerenciar seu tempo e material de forma que possa realizar um curso virtual de forma prazerosa e que acarrete benefícios.

Segundo Miranda (2016), o sucesso da utilização de tecnologias instrucionais à distância depende da correta adequação ao público, recursos e necessidades da organização. Ainda que a utilização da aprendizagem via *web* esteja se consolidando como uma ferramenta efetiva frente à necessidade respostas e entregas rápidas, os especialistas em Treinamento e Desenvolvimento consideraram maior eficiência no uso de modelos semipresenciais, que conjugam estratégias de aprendizagem presencial e à distância. Desta forma se exploraria as vantagens das duas formas de treinamento.

Para Mathias e Santos (2014), é possível identificar em ambientes corporativos, comunidades virtuais organizadas em sites, blogs e plataformas que abrigam cursos e treinamentos virtuais a distância. Tais comunidades são capazes de proporcionar um ambiente que estimula a colaboração, compartilhamento de informações, opiniões críticas e sugestões ou simplesmente possibilita que os colaboradores possam acessá-las.

Mathias e Santos (2014) ainda destacam que em CVA's, é possível ensinar e aprender sem a presença de um professor para conduzir o ritmo, o volume e a qualidade da aprendizagem. Essas características decorrem da participação dos envolvidos e da necessidade de aprendizagem que percebem ao entrarem em contato com o conteúdo ou com os demais participantes, bem como da relevância pelo assunto.

3 METODOLOGIA

As pesquisas podem ser classificadas com base em seus objetivos gerais em: exploratórias, descritivas e explicativas. Conforme Gil (2006, p. 41):

Pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade **com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir** hipóteses. [...] e as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.

Para Yin (2005, p. 32), “um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

A pesquisa utilizada no presente projeto destaca-se por ser exploratória e descritiva, considerando-a como quantitativa e o procedimento técnico utilizado é o estudo de caso. A coleta de dados será realizada através de um questionário.

Para Vergara (2007, p. 26) as questões de pesquisa “são algumas questões que se levantam e que deverão ser respondidas no estudo. As questões funcionam como um roteiro de pesquisa”. Para alcançar os objetivos levantados nesse projeto, foram formuladas as seguintes questões de pesquisa:

- Como se dá o funcionamento da Universidade Corporativa do BNB?
- Como se dá o funcionamento da Comunidade Virtual de Aprendizagem (CVA)?
- Qual o perfil dos colaboradores lotados na Agência do BNB na cidade de Itabaiana/SE?
- Qual a percepção dos colaboradores da agência quanto a CVA?

Segundo Vergara (2007, p. 50) universo é o conjunto de elementos que possuem as características que são objetos de estudo. Já a amostra é uma parte do universo escolhida segundo algum critério de representatividade.

Neste estudo foram considerados como universo da pesquisa, 10 (dez) colaboradores que compõem o quadro de gestores da agência do BNB em Itabaiana/SE, a saber: 01 (um) Gerente Geral, 07 (sete) Gerentes de Negócios e 02 (dois) Gerentes Executivos. Os sujeitos da pesquisa são caracterizados por todos os gestores da agência objeto deste estudo.

Para Yin (2005, p. 109), “as evidências para um estudo de caso podem vir de seis fontes distintas: documentos, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos.”

O autor afirma que além da atenção que se dá a essas fontes, alguns princípios predominantes são importantes para o trabalho de coleta de dados na realização do estudo de caso, a saber:

- Várias fontes de evidências (evidências provenientes de duas ou mais fontes, mas que convergem em relação ao mesmo conjunto de fatos ou descobertas);
- Um banco de dados para o estudo de caso (uma reunião formal de evidências distintas a partir do relatório final do estudo de caso);

➤ Um encadeamento de evidências (ligações explícitas entre questões feitas, os dados coletados e as conclusões a que chegou).

Para efeito desse estudo, foram utilizados como fontes de evidências: documentos, registros em arquivo, questionários, outros. Foram analisados documentos relevantes, registros em arquivos, tantos físicos como virtuais armazenados nos bancos de dados da organização objeto de estudo, bem como os dados coletados através de questionários aplicados aos gestores da agência bancária.

Segundo Yin (2005, p. 137), “a análise de dados consiste em examinar, categorizar, classificar em tabelas, testar ou do contrário, recombina as evidências quantitativas e qualitativas para tratar as proposições iniciais de um estudo”.

O tratamento dos dados desta pesquisa aconteceu de forma quantitativa, através do cruzamento de dados das respostas encontradas no questionário aplicado a todos os funcionários da Agência do BNB na cidade de Itabaiana/SE. Para isso foi utilizada a ferramenta de construção e aplicação de questionários do Google Docs.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 A Universidade Corporativa do BNB

A Universidade Corporativa Banco do Nordeste, instalada em 15 de outubro de 2010, tem como missão promover a gestão do conhecimento e o desenvolvimento de competências, por meio da educação continuada, objetivando o alcance de resultados sustentáveis, visando ser reconhecida como centro de excelência na gestão do conhecimento e no desenvolvimento de competências para a região Nordeste.

A Universidade Corporativa considera como fundamentais na sua ação a incorporação de conceitos como educação, conhecimento, desenvolvimento, células de conhecimento, aprendizagem em qualquer hora e lugar, formação e gestão por competências. Cada competência é um conjunto de atributos que indica o nível de prontidão do empregado

na respectiva função. Para o desenvolvimento ou reforço dessas competências, o banco desenvolve programas de capacitação e de certificação, proporcionando a cada empregado a oportunidade de alcançar os níveis exigidos para a função que ocupa ou que venha a ocupar.

Para proporcionar o desenvolvimento e aprimoramento das competências do negócio, a Universidade Corporativa está estruturada em escolas que têm como objetivo prover soluções de aprendizagem nas diversas áreas, buscando agrupar temas que possuem uma forte relação entre si, a saber: Escola de Gestão, Escola de Desenvolvimento Regional, Escola de Negócios, Escola de Suporte Corporativo e Escola de Relações Institucionais.

A Universidade Corporativa tem o seu processo de ensino-aprendizagem baseado na teoria geral da educação voltada para adultos – Andragogia. Tem como objetivo a associação permanente entre teoria (perspectivas, modelos, métodos e ferramentas) e a realidade organizacional.

A Universidade Corporativa pode ainda ser definida como uma consultoria provedora de soluções de aprendizagem, tendo como público-alvo preferencial todos os empregados e estagiários do Banco do Nordeste. Para isso, conta com uma equipe multidisciplinar cujos integrantes desenvolvem atividades incluídas nos seguintes processos-chave: Educação Formal, Educação a Distância, Capacitação Externa, Certificações, dentre outros.

4.2 A Comunidade Virtual de Aprendizagem

Uma das ferramentas utilizadas pela Universidade Corporativa do BNB para a disseminação do conhecimento é a Comunidade Virtual de Aprendizagem (CVA), que é um Ambiente Virtual de Aprendizagem em que todos os funcionários e estagiários do Banco têm acesso e que abriga diversos cursos virtuais na modalidade Ensino a Distância (EAD).

Para tanto propõe a intensificação de uma cultura de aprendizagem coletiva, pois tem como princípios básicos estimular a produção conjunta de conhecimento relacionado à missão, ao negócio e às estratégias da empresa, construção compartilhada de soluções

conceituais e práticas para as questões cotidianas e a autonomia das unidades de negócio para a promoção do desenvolvimento dos recursos humanos.

O funcionamento da CVA se dá da seguinte forma:

- Oferta dos eventos da Comunidade Virtual de Aprendizagem
- Inscrições por parte do treinando no site da comunidade virtual de aprendizagem
- Confirmação / Autorização do evento
- Realização do evento
- Informação dos Resultados
- Emissão do Certificado pelo próprio treinando

A CVA possui as seguintes características principais:

Participação Ativa do Treinando - Partindo do princípio de que é o aluno quem aprende e que ninguém pode substituí-lo nessa tarefa, entendemos a aprendizagem como um processo ativo, construtivo e participativo.

Responsabilidade Compartilhada - É imperativo que o Aprendiz adulto possa sentir-se responsável por seus compromissos, capaz de tomar decisões e escolher, em diferentes circunstâncias, o melhor caminho a seguir sendo responsável por seu auto aprendizado.

Valorização da Experiência - A experiência do adulto é extremamente rica. Ele tem condições de identificar onde se concentram seus pontos de interesses pessoais, fruto da experiência vivida e incorporada à sua personalidade.

Praticidade - O adulto, em geral, busca soluções práticas, de aplicação imediata aos problemas diários. À proporção que as situações de aprendizagem se identificam com momentos de sua vida, existe maior probabilidade de resultados altamente significativos, possibilitando aplicar em seu trabalho, as habilidades adquiridas.

Atualmente a CVA oferece cerca de 100 (cem) cursos voltados para diversas áreas de interesse da instituição, como: Certificações Bancárias, Ética, Etiqueta Empresarial, Administração, Direito, Economia, Responsabilidade Socioambiental, Governança Corporativa, Avaliação de Risco, bem como cursos e capacitação de sistemas utilizados diariamente pelos funcionários e estagiários.

4.3 O perfil dos gestores

Verificou-se na pesquisa que 70% dos gestores são do sexo masculino e 30% feminino, 50% possuem entre 31 e 40 anos, 30% entre 51 e 60 anos e 20% entre 41 e 50 anos. 40% dos gestores trabalham entre 11 e 20 anos no Banco, 30% entre 1 e 10 anos e 30% a mais de 30 anos. Quanto ao grau de instrução dos gestores, 40% possuem a graduação completa, 30% graduação incompleta, 20% pós-graduação completa e 10% pós-graduação incompleta.

Desta forma, nota-se a predominância do sexo masculino no quadro de gestores da agência, todos possuem mais de 30 anos de idade sendo que a grande maioria possui mais de 10 anos na instituição, demonstrando que os gestores possuem significativa experiência na atividade bancária.

4.4 A percepção dos gestores

Verificou-se que 40% dos gestores afirmam que a Comunidade Virtual de Aprendizagem (CVA) auxilia na aquisição do conhecimento que eles necessitam para desempenhar bem suas funções no Banco. Outros 30% afirmam que frequentemente a CVA os auxilia nesse processo, enquanto que 30% afirmam que raramente a CVA os auxilia nessa aquisição.

Fica claro que a maioria dos gestores acredita que a CVA contribui para que eles adquiram os conhecimentos necessários para desempenharem bem suas funções, mas uma parcela significativa pensa de forma contrária.

Cerca de 70% dos gestores afirmam que os cursos oferecidos pela CVA contribuem tanto para consecução dos objetivos e metas que o Banco propõe para eles individualmente quanto para a consecução dos objetivos e metas que o Banco propõe para a agência. Contudo, 30% dos gestores afirmam que raramente a CVA contribui para que tais metas e objetivos possam ser alcançados.

Quando questionados se os materiais didáticos oferecidos pelos cursos da CVA facilitam a aprendizagem de seus conteúdos, a grande maioria, cerca de 80% dos gestores afirmam que os materiais didáticos facilitam o processo de aprendizagem, sendo que apenas 20% afirmam que raramente esses materiais os auxiliam neste processo.

Cerca de 70% dos gestores afirmam que o modelo de avaliação da CVA realmente mensura os conhecimentos adquiridos nos cursos, 20% afirmam que raramente as avaliações são capazes de medir o conhecimento adquirido e 10% afirmam que o modelo de avaliação da CVA não é capaz de mensurar os conhecimentos adquiridos nos cursos ministrados pela CVA.

Os gestores foram questionados se a CVA os auxiliavam no processo de promoção e crescimento no Banco. Para 80% dos gestores, a CVA contribui em suas promoções no Banco. Entretanto, 20% dos gestores afirmaram que a CVA não os auxiliam no processo de promoção e crescimento junto à instituição.

Quando questionados acerca das sugestões de melhoria que os gestores tinham para a CVA, apenas 40% dos gestores se manifestaram. Eles sugeriram que houvesse uma maior participação e interação dos instrutores com o aluno, que a CVA disponibilizasse um maior número de cursos voltados para a execução de procedimentos utilizados no dia-a-dia das agências, oferecendo conteúdos mais didáticos, práticos e dinâmicos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral desse estudo consiste em verificar de que modo a CVA contribui para a melhoria da qualidade das atividades desenvolvidas pelos gestores do BNB da Agência

de Itabaiana/SE enquanto ferramenta de aprendizagem. Para tanto, foi apresentada a Universidade Corporativa do BNB, verificado o funcionamento da Comunidade Virtual de Aprendizagem (CVA), identificado o perfil dos gestores da referida agência e analisada a percepção dos gestores da agência quanto a CVA.

Notou-se que o que o quadro de gestores da agência do BNB da agência Itabaiana/SE é composto por funcionários que possuem significativa experiência na atividade bancária, com predominância do sexo masculino e a maioria possui ensino superior completo. Vale destacar que todos conhecem bem a Comunidade Virtual de Aprendizagem do BNB, tendo concluído diversos cursos através desta ferramenta de aprendizagem.

A Universidade Corporativa do BNB foi apresentada neste estudo, e esta se destaca como um órgão dentro do BNB que tem como objetivo a promoção da gestão do conhecimento, desenvolvendo competências através da educação continuada. Baseada na educação voltada para adultos, a Universidade Corporativa do BNB se baseia em quatro pilares principais, a saber: Educação Formal, Educação a Distância, Capacitação Externa e Certificações.

Verificou-se que umas das ferramentas principais da Universidade Corporativa no BNB é a Comunidade Virtual de Aprendizagem (CVA), que se destaca como sendo um método de disseminação do conhecimento mediante os recursos didáticos e tecnológicos de educação à distância. Destinada aos funcionários e estagiários do BNB, seu objetivo é disseminar o conhecimento construído pela organização e pela sociedade que esteja em sintonia com a missão, negócio e estratégias da empresa.

Neste estudo foi verificada a percepção dos gestores quanto a CVA. A maioria dos gestores afirmou que a CVA os auxiliam na aquisição dos conhecimentos que necessitam para desempenharem bem suas funções, bem como contribui para que eles atinjam as metas e objetivos pessoais e da agência. Significativa parte dos gestores acredita que o material didático da CVA é adequado, que o seu método de avaliação realmente mensura os conhecimentos adquiridos e que a CVA contribui para o processo de promoção e crescimento dentro da empresa.

Como limitações do presente estudo, vale destacar que este, se limitou a analisar a aplicação da CVA exclusivamente à amostra pesquisada e, portanto, não seria adequado generalizar os resultados para o universo de agências do BNB, cabendo um estudo mais amplo com o maior número possível de colaboradores desta instituição bancária. Como recomendação para estudos futuros, sugere-se que se possa verificar a viabilidade de implantação de uma Comunidade Virtual de Aprendizagem para micro e pequenas empresas que fazem parte de uma Associação Comercial ou de uma Câmara de Dirigentes Lojistas de uma determinada localidade.

Por fim, nota-se que a Comunidade Virtual de Aprendizagem não somente contribuiu para a melhoria do desempenho dos gestores da agência do BNB na cidade de Itabaiana/SE, como também maximizou a disseminação do conhecimento, contribuindo para o desenvolvimento dos gestores da agência objeto de estudo.

6 REFERÊNCIAS

BATISTA, Fábio Ferreira. **Modelo de gestão do conhecimento para a administração pública brasileira: como implementar a gestão do conhecimento para produzir resultados em benefício do cidadão**. 2012.

BATISTA, Fábio Ferreira; QUANDT, Carlos O. **Gestão do conhecimento na administração pública: resultados da pesquisa Ipea 2014—práticas de gestão do conhecimento**. 2015.

CRUZ, Aline Machado. **Fatores condicionantes da implantação da gestão do conhecimento como base ao desenvolvimento organizacional: um estudo de caso no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia—Campus Porto Seguro**. 2016.

DE CARVALHO, Luciano Martins. **Educação Corporativa e Desempenho Estratégico**. Revista de Administração FACES Journal, v. 13, n. 3, 2015.

FAVERO, Elisa Malfatti. **Universidades corporativas: uma prática inovadora para o aprendizado dentro da Caixa Econômica Federal e do Banco Bradesco.** 2015.

FERREIRA, Emanuel Moreira et al. **Educação corporativa: ferramenta de impulsão motivacional no setor bancário na cidade de João Pessoa-PB.** 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. 8. reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

MATHIAS, Emmily Flügel; SANTOS, Gilberto Lacerda. **As comunidades virtuais como instrumento de educação corporativa: estudo de caso no Tribunal de Contas da União.** 2014.

MIRANDA, Yram de Olinda Neves. **O uso do sistema de treinamento e desenvolvimento como estratégia corporativa.** 2016. Tese de Doutorado.

SILVA, Karla Mayara Domingos da. **A crença dos funcionários sobre a utilidade das práticas de Educação Corporativa desenvolvidas pela Universidade Corporativa de uma Instituição Financeira.** 2015.

TUMELERO, Cleonir et al. **Relação entre práticas de educação corporativa e resultados financeiros de empresas que atuam no mercado brasileiro.** Revista Administração em Diálogo-RAD, v. 14, n. 2, 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 8ª ed. São Paulo. Atlas, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos;** trad. Daniel Grassi. 3. Ed – Porto Alegre: Bookman, 2005.