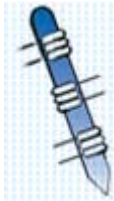




Educação Corporativa

*Atendimento aos Setores Prioritários da
Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior*

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior



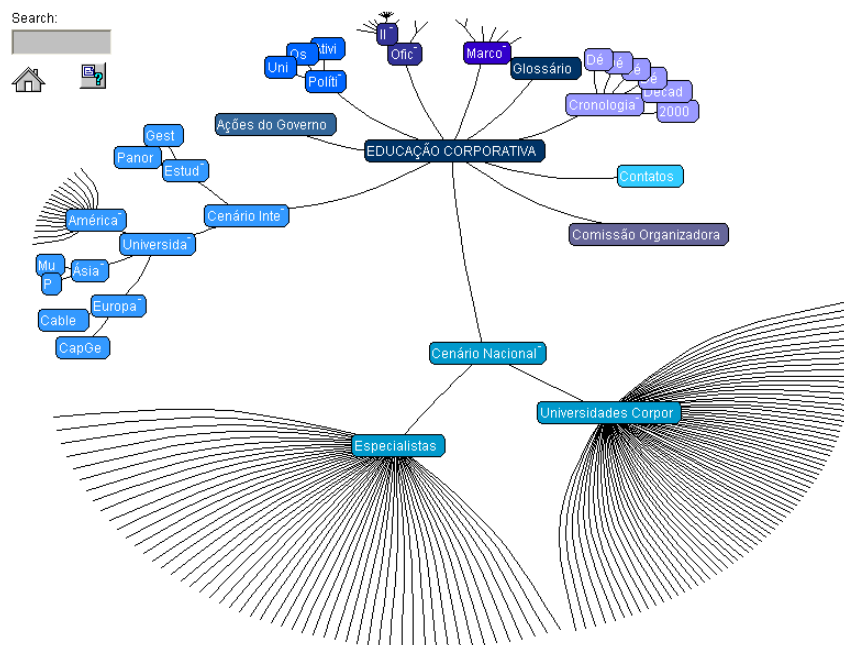
Oficina de
Educação
Corporativa



- I e II Oficina de Educação Corporativa – 2003 e 2004
 - *Portal da Educação Corporativa*
 - *Coletânea de artigos*
 - *Levantamento das atividades de Educação Corporativa no Brasil*

■ Portal da Educação Corporativa

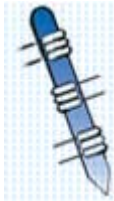
- *Especialistas*
- *Universidades Corporativas*
- *Documentos Teóricos*
- *Artigos*
- *Palestras*
- *Programação das Oficinas*



■ Coletânea de Artigos

- ❑ *II Oficina de Educação Corporativa e a Política industrial, Tecnologia e de Comércio Exterior - Roberto Jaguaribe*
- ❑ *Educação corporativa no Brasil no contexto das políticas públicas de emprego - Remígio Todeschini*
- ❑ *Panorama da Educação Corporativa no Contexto Internacional - Kira Taraparov*
- ❑ *Gestão do conhecimento e educação on-line: Uma experiência internacional - Anna da Soledade Vieira e Erik Fleischer*
- ❑ *Da educação a distância à educação corporativa: O que está acontecendo nas empresas e escolas do Brasil? - Marcos Formiga*
- ❑ *Atividades de ensino e aprendizagem nas corporações brasileiras: alguns fundamentos teóricos e políticos - Afrânio Carvalho Aguiar*
- ❑ *Universidades Corporativas: vetores de uma cultura tecnológica - Manuel Fernando Lousada Soares*





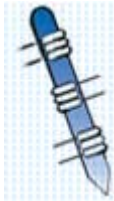
Oficina de Educação Corporativa



- Levantamento das atividades de Educação Corporativa no Brasil :

Primeiro Questionário

- ❑ *Dados de Identificação*
- ❑ *Caracterização da Instituição*
- ❑ *Atividades de Educação Corporativa*
- ❑ *Capacitação dos Instrutores/Professores*
- ❑ *Planejamento das Atividades*
- ❑ *Implantação das Atividades*
- ❑ *Gestão das Atividades de Educação Corporativa*



Oficina de
Educação
Corporativa



■ Levantamento das atividades de Educação Corporativa no Brasil :

Segundo Questionário

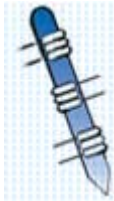
- ❑ *DADOS DE IDENTIFICAÇÃO INSTITUCIONAL*
- ❑ *CARACTERIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO*
- ❑ *ATIVIDADES DE EDUCAÇÃO CORPORATIVA*
- ❑ *SISTEMA DE GOVERNANÇA*
- ❑ *PLANEJAMENTO OPERACIONAL DAS ATIVIDADES DE EDUCAÇÃO CORPORATIVA*
- ❑ *RECURSOS INTERNOS DISPONÍVEIS*
- ❑ *PARCERIAS UTILIZADAS*
- ❑ *ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ANO ANTERIOR*
- ❑ *AVALIAÇÃO*
- ❑ *INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES*

Principais Agentes da Educação Corporativa

ABM
Abramge
Abril
Accor
Albert Einstein
Alcatel
Alcoa
Algar
Amil
Arbras
Associl
Banco do Brasil
Bank Boston
Bematech
BNDES
Brasil Telecom
Bristol
Carrefour
CEF
Citigroup
CNI
Correios
Datasul
Elektro
Eletronorte
Embasa

Embratel
Fachinni
Fiat
Globo
GM
Hospital Sírio Libanês
HSBC
Illy Café
Inepar
Itaú
Kraft Food
Leader
Marcopolo
Martins
McDonald's
Metro SP
Microsiga
Motorola
Natura
Nestlé
Novatis
Oracle
Orbitall
Origin
Petrobrás
Piccadilly

RealABN
Redebahia
Renner
Sabesp
Sadia
Secovi
Serasa
Sesi
Souza Cruz
Tam
Telemar
Tigre
Transportadora Americana
Ultragáz
Unibanco
Unimed
Unisys
Unisys
Varig
Visa
Vivo
Volkswagen
Xerox

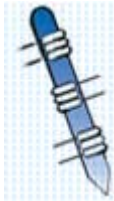


Oficina de
Educação
Corporativa



■ Atividades de Educação Corporativa no Brasil

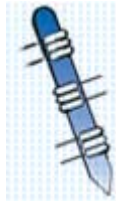
- Aproximadamente 90 iniciativas estruturadas de Educação Corporativa no Brasil. As organizações de grande porte, que atendem a mercados amplos e que possuem diversas unidades regionais, são as que, geralmente, mantêm uma estrutura centralizada de Educação Corporativa, através da qual promovem a difusão de conhecimentos para funcionários de todas as unidades da Corporação.



Oficina de
Educação
Corporativa



- Atividades de Educação Corporativa no Brasil
 - Mais de 50% das iniciativas registradas em levantamento recente surgiram no período 2000-2003, significando, portanto, que a estruturação de unidades de EC nas organizações é um fenômeno recente, pelo menos com as características de recurso estratégico das corporações, tal como acontece na maioria dos países do mundo.



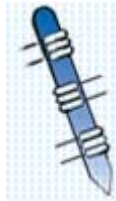
Oficina de
Educação
Corporativa



- Atividades de Educação Corporativa no Brasil
 - Ao promoverem a estruturação de atividades de Educação Corporativa, a organizações geralmente buscam:
 - Favorecer a competitividade organizacional.
 - Adquirir e/ou criar competência em áreas técnicas nas quais a empresa não tinha capacitação compatível com a demanda.
 - Facilitar os processos de inovação (de produto, de processo, de gestão).
 - Capacitar as equipes para atender às demandas decorrentes da adoção de novas práticas gerenciais.



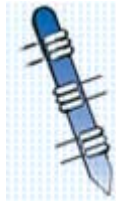
- Atividades de Educação Corporativa no Brasil
 - 82,8 % das organizações informam que suas atividades em educação derivam predominantemente das suas diretrizes estratégicas.



Oficina de
Educação
Corporativa



- Atividades de Educação Corporativa no Brasil
 - Das organizações pesquisadas, 12,5% informam que não atendem a clientela externa; das 87,5% restantes, a maioria somente atende a participantes vinculados a organizações da sua cadeia produtiva e as demais atendem a qualquer interessado.



Oficina de
Educação
Corporativa



- Atividades de Educação Corporativa no Brasil
 - Quanto aos Recursos Humanos utilizados para a implementação de atividades de Educação Corporativa, 44,0% das organizações afirmam utilizar recursos de consultoria externa institucional predominantemente, enquanto outras 44% o fazem raramente e 12,0% buscam consultoria externa institucional freqüentemente.



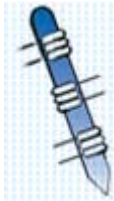
- Atividades de Educação Corporativa no Brasil
 - As empresas consultadas permitiram a constituição de uma lista de 108 diferentes instituições com as quais mantêm parcerias para a implementação das atividades em Educação Corporativa.



■ Atividades de Educação Corporativa no Brasil

□ Principais resultados alcançados através das ações de Educação Corporativa são:

- Facilitou o cumprimento das metas de planejamento da empresa.
- Favoreceu a competitividade organizacional.
- Adquiriu competências em áreas técnicas nas quais a empresa não tinha capacitação compatível com a demanda.
- Facilitou a integração do trabalho de equipe, inclusive o grau de satisfação dos funcionários.
- Alinhamento de ações educacionais corporativas às metas, resultados e modelo de competências adotado.
- Educação continua dos empregados.
- Ensino com enfoque na aplicação prática.
- Formação de líderes.
- Difusão da visão, missão e cultura da corporação.
- Contribuição para a imagem de empresa socialmente responsável.
- Disseminação da cultura de auto-desenvolvimento.
- Maior integração das áreas de negócios das empresas do grupo.

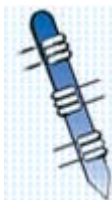


Oficina de
Educação
Corporativa



Atividades de Educação Corporativa no Brasil

- O que esperam as organizações quanto às ações de apoio do setor governamental?
 - *Maior integração a Políticas Públicas, em especial à Política Industrial Tecnológica.*
 - *Maior integração com a estrutura governamental.*
 - *Melhorar e agilizar o processo de certificação acadêmica.*



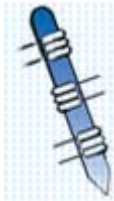
Oficina de
Educação
Corporativa



Mapa Estratégico da Indústria

Tendências da Indústria Mundial: Desafios para o Brasil

Confederação Nacional da Indústria

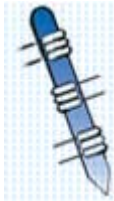


Oficina de
Educação
Corporativa



Novos indutores da competitividade

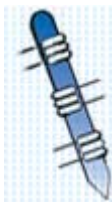
- Maior valor agregado na produção provém atualmente do conhecimento
- Informação é um insumo básico para a competitividade
- Agilidade, velocidade e qualidade são agora essenciais
- Inovação em constante mudança



Oficina de
Educação
Corporativa



A estratégia da competitividade é portanto, complexa, mas depende fundamentalmente de uma revolução no sistema de educação e de geração e difusão de conhecimento. A chave dessa transformação reside em ações voltadas para elevação da qualidade da educação básica e na criação de condições para o desenvolvimento de um sistema de educação continuada flexível e de qualidade

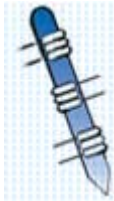


Oficina de
Educação
Corporativa



Mudanças no Paradigma da Produção

Empresas Tradicionais	Novos Paradigmas
<i>Eficiência induz competitividade</i>	<i>Inovação induz competitividade</i>
<i>Crescimento por maiores volumes</i>	<i>Crescimento por inovação</i>
<i>Competição de empresas</i>	<i>Competição entre fornecedores</i>
<i>Habilidades Gerenciais</i>	<i>Habilidades de conhecimento</i>
<i>Controle da poluição</i>	<i>Desenvolvimento Sustentável</i>

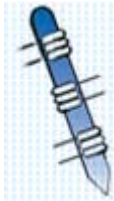


Oficina de
Educação
Corporativa



Indutores Críticos do Crescimento e da Competitividade

- Criatividade
- Adequada infra-estrutura de comunicações
- Mão-de-obra educada, flexível e treinada que possa aprimorar continuamente suas habilidades
- Inovação e espírito empreendedor para enfrentar a revolução do conhecimento

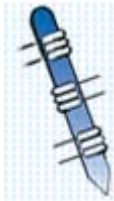


Oficina de
Educação
Corporativa



Sistema Nacional de Inovação: Aspectos Críticos

- Acesso ao conhecimento global
- Criação e adaptação de conhecimento
- Disseminação do conhecimento
- Utilização do conhecimento

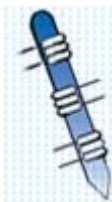


Oficina de
Educação
Corporativa



Implicações para o Brasil

- O país se arrisca perigosamente em perder novas ondas de desenvolvimento, porque tem dificuldades de explorar o potencial do estoque crescente de conhecimento global
- É preciso desenvolver estratégias para usar tanto o conhecimento já existente quanto o novo



Oficina de
Educação
Corporativa



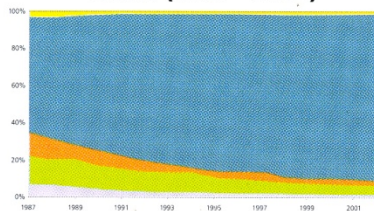
Brasil: oportunidades e ameaças

Oportunidades	Ameaças/riscos
<i>Investir na melhoria do sistema de inovação</i>	<i>Ambiente insuficientemente indutor da competitividade para forçar melhorias tecnológicas</i>
<i>Ampliar as conquistas nas áreas de educação e de treinamento, desenvolvendo um sistema efetivo de aprendizagem vitalícia</i>	<i>Investimentos insuficientes em treinamento voltado para organizações e processos</i>

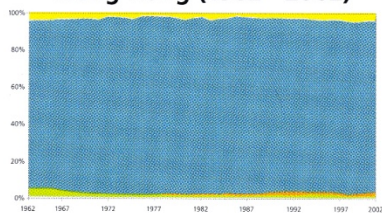
■ ESTRUTURA DAS EXPORTAÇÕES

Estrutura das Exportações

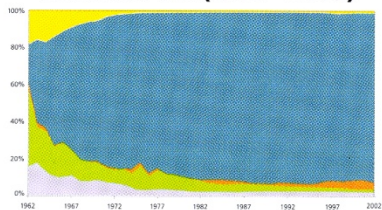
China (1987 - 2002)



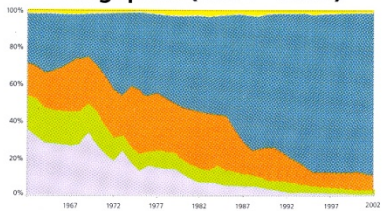
Hong Kong (1962 - 2002)



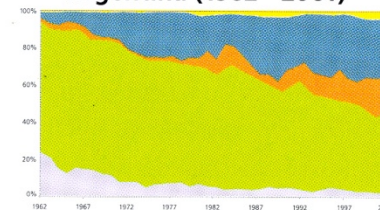
Coréia do Sul (1962 - 2002)



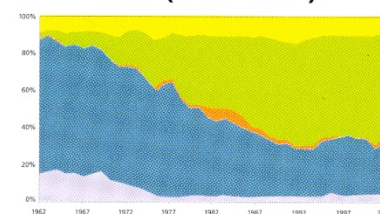
Cingapura (1962 - 2002)



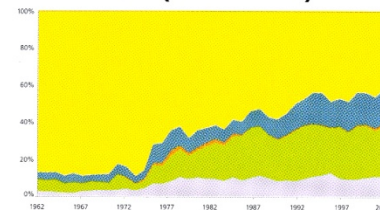
Argentina (1962 - 2001)



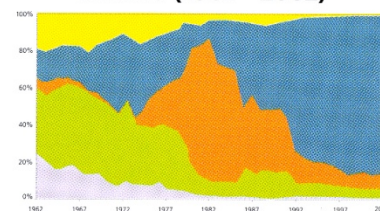
Brasil (1962 - 2001)



Chile (1962 - 2001)



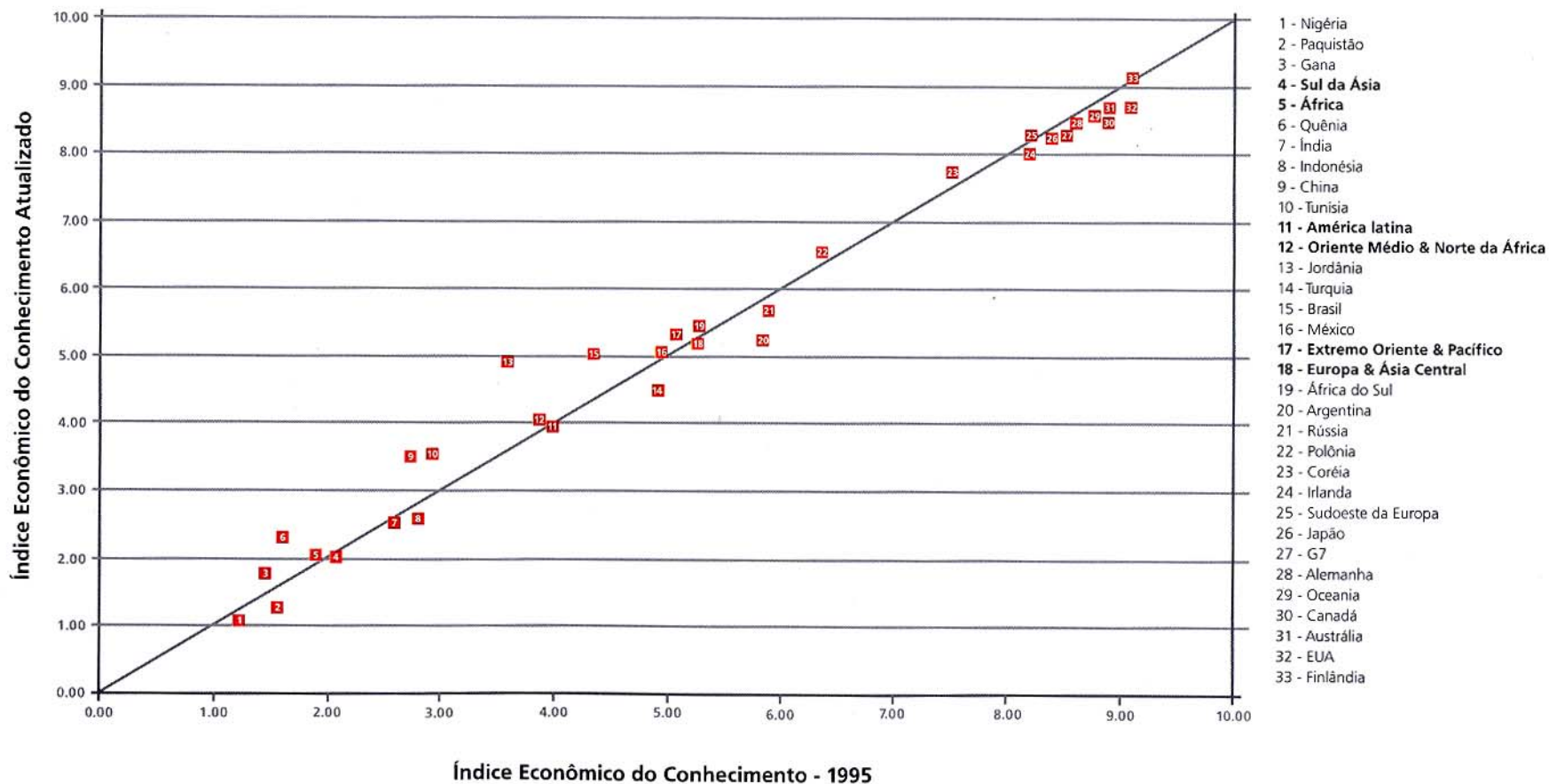
México (1962 - 2002)



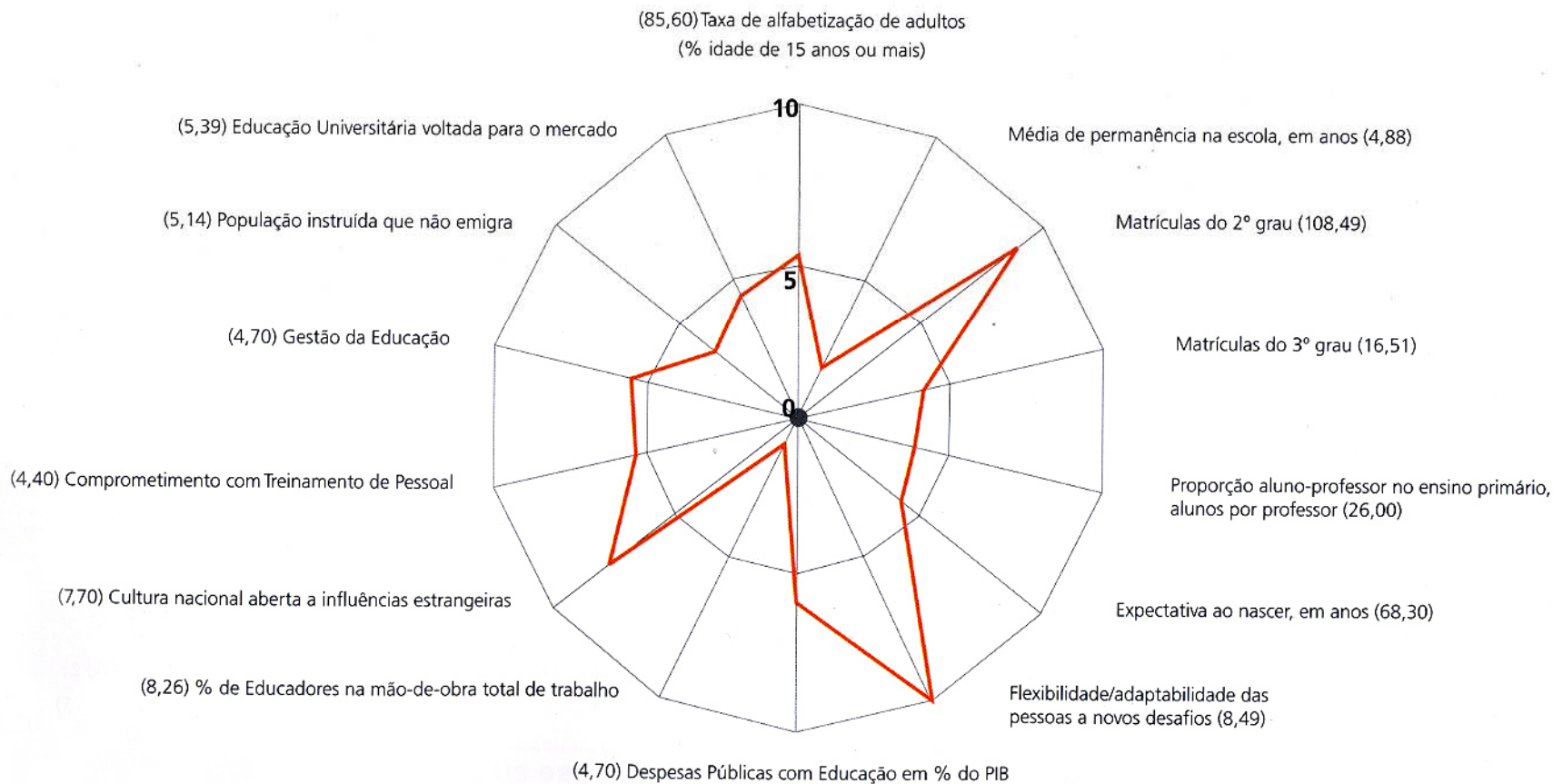
- Minérios e metais
- Manufaturados
- Combustíveis
- Alimentos
- Produtos agrícolas e matérias-primas

BENCHMARKING: O BRASIL NA ECONOMIA GLOBAL DO CONHECIMENTO

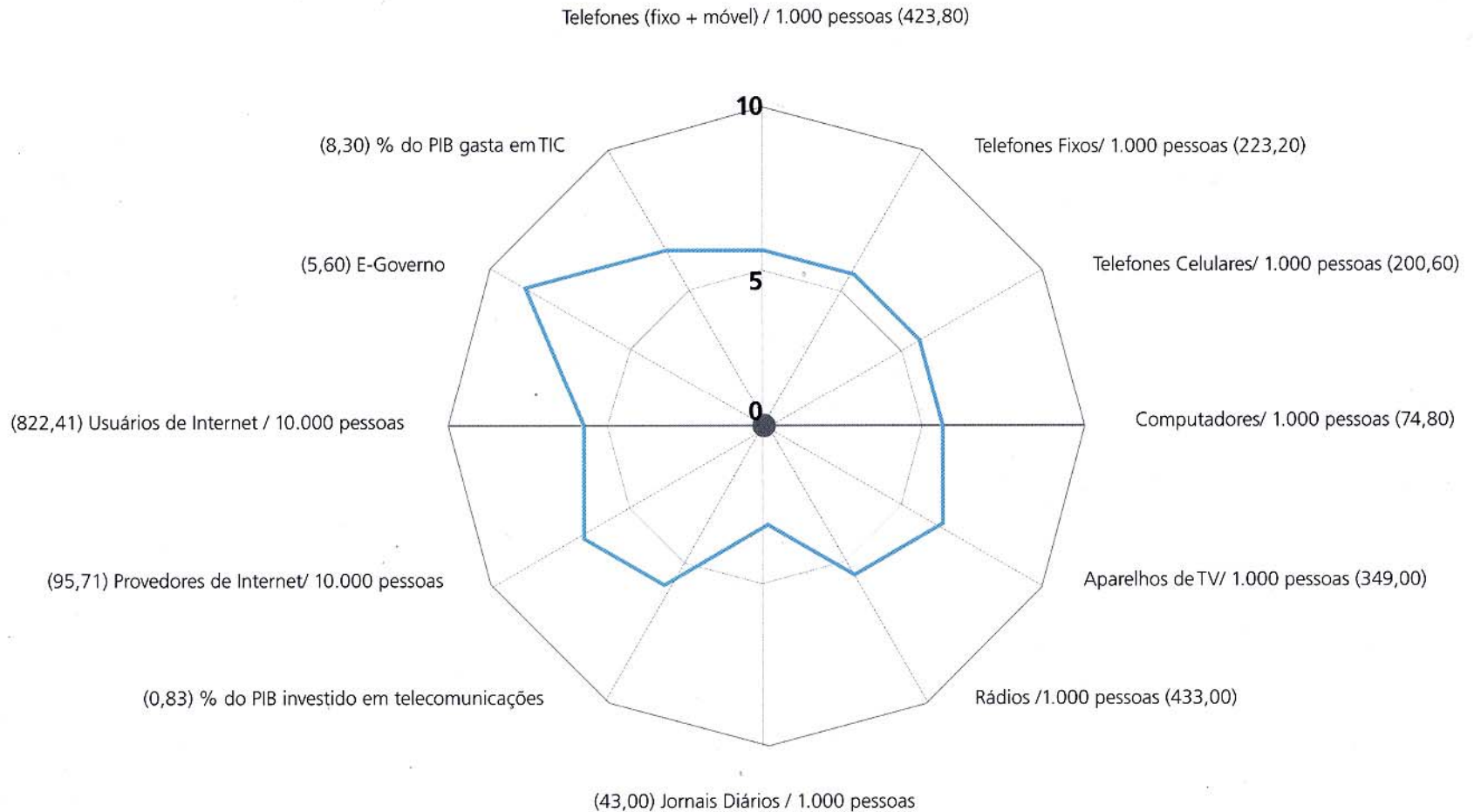
Índice da Economia do Conhecimento - média da posição do País na escala dos 12 indicadores mais relevantes para a economia do conhecimento em termos do ambiente econômico, educação, inovação e infra-estrutura de informação



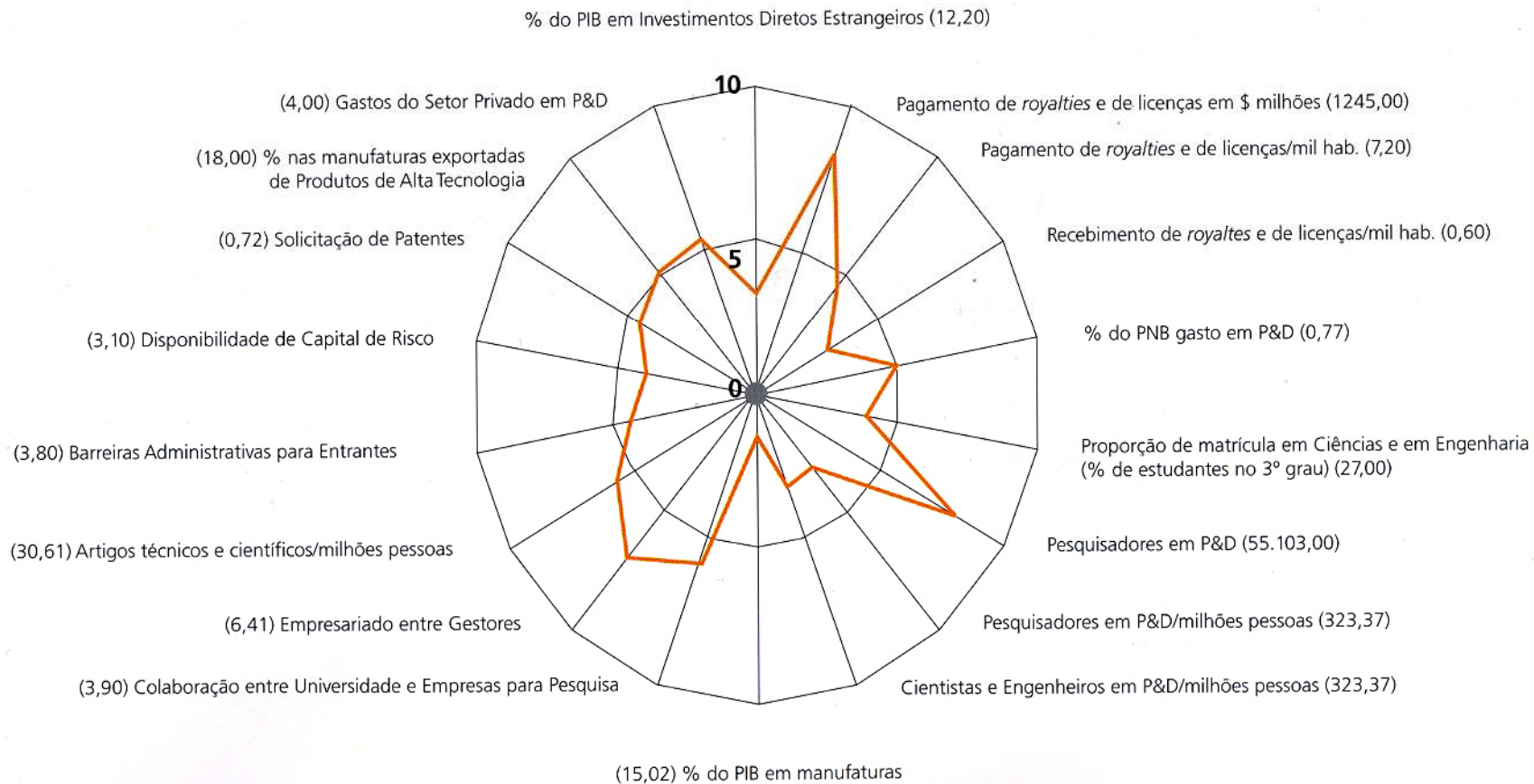
BRASIL: VARIÁVEIS EDUCACIONAIS



BRASIL: VARIÁVEIS TIC

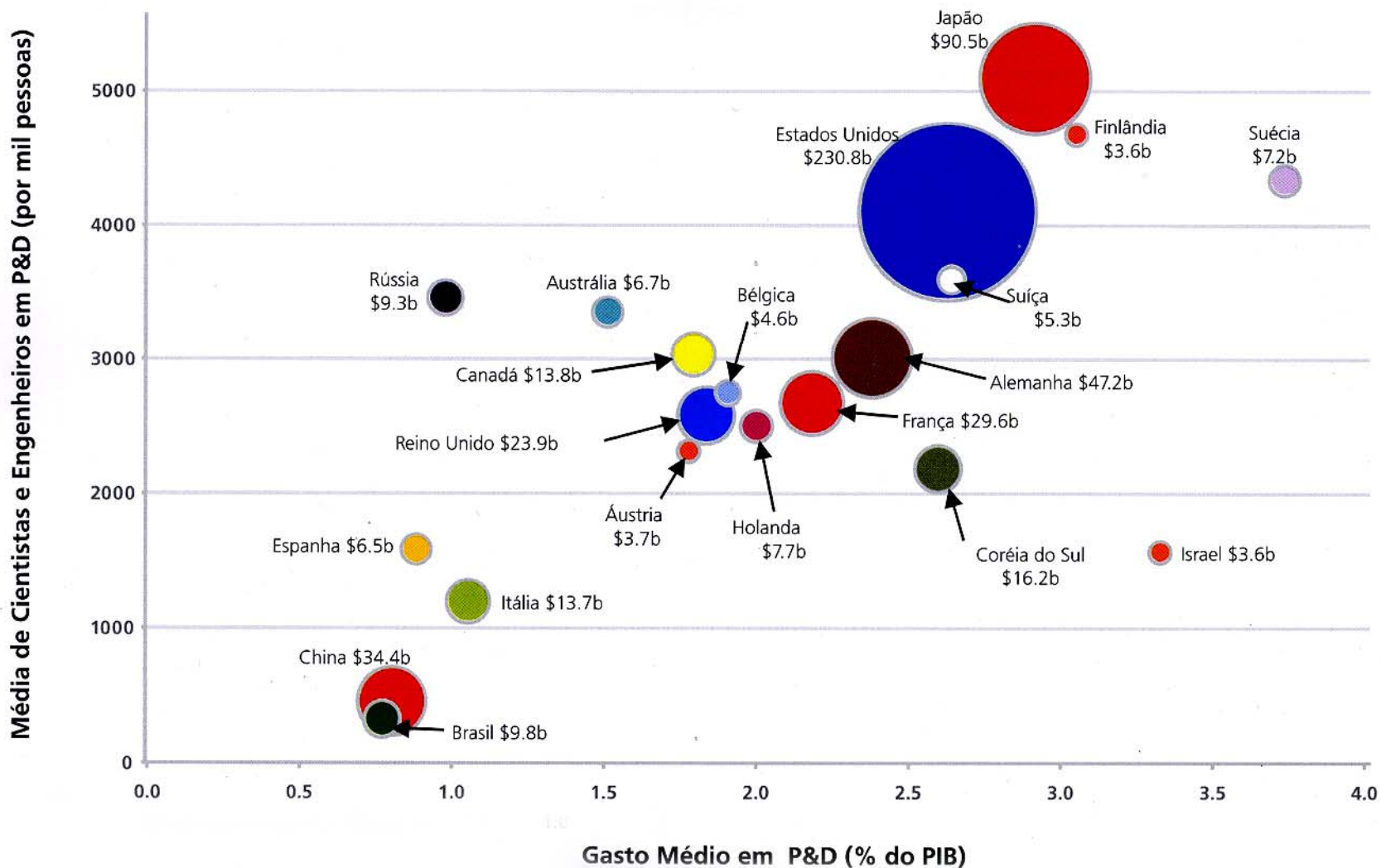


BRASIL: VARIÁVEIS DE SISTEMA DE INOVAÇÃO



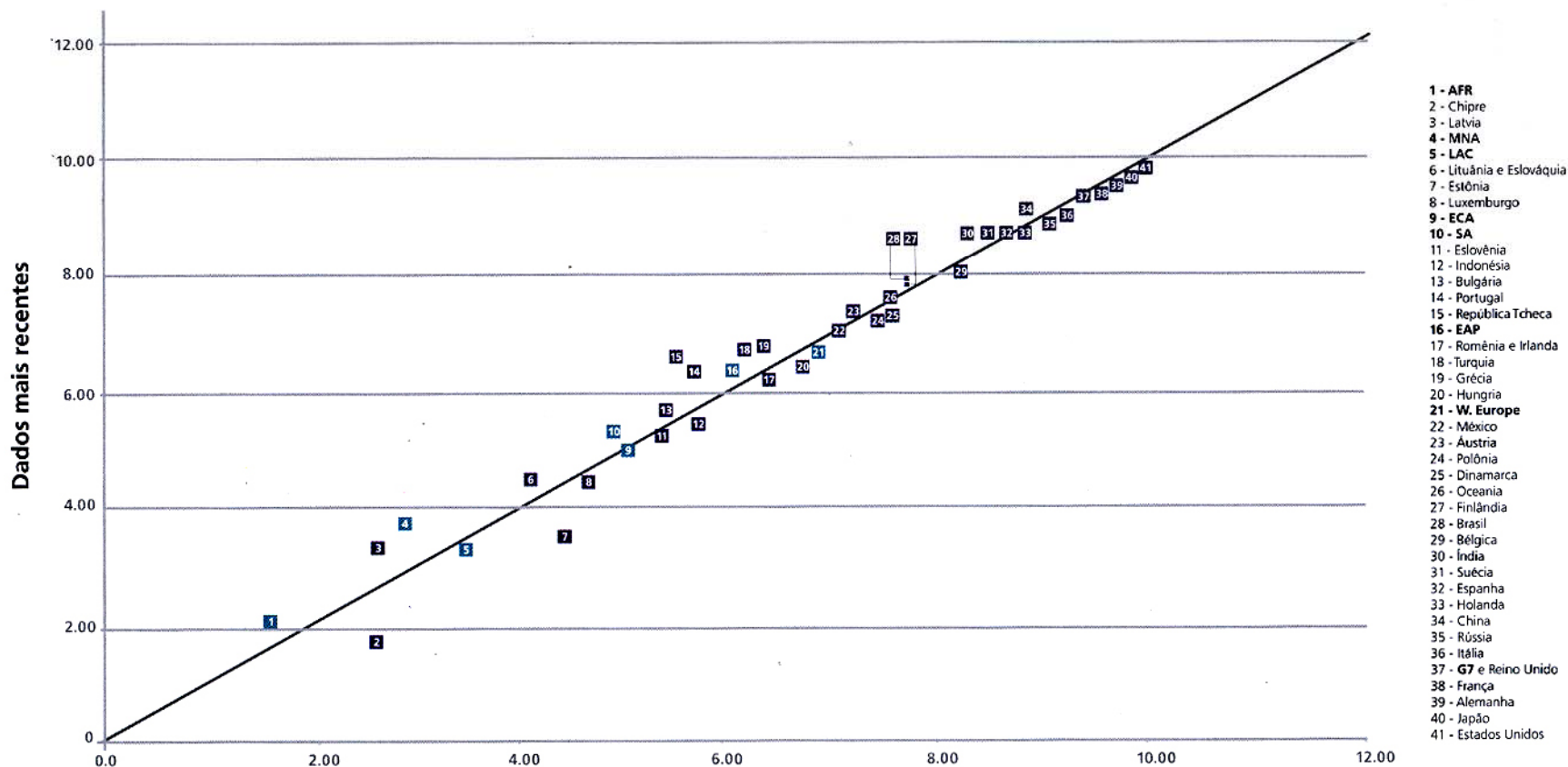
■ GASTO TOTAL MÉDIO EM P&D: ECONOMIAS TOP 20

1997 – 2000 (US\$ bilhões em PPP)

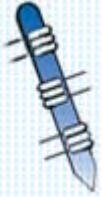


■ INTENSIDADE DE INOVAÇÃO: RECURSOS ALOCADOS E RESULTADOS (EM VALORES ABSOLUTOS)

Índice Combinado de Inovação: cientistas e engenheiros, publicações científicas e técnicas, e patentes registradas nos EUA (Valores Absolutos)



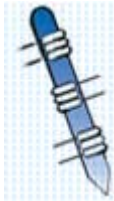
1995



Oficina de
Educação
Corporativa



*O futuro da indústria brasileira está
intimamente ligado à
educação e ao conhecimento*



Oficina de
Educação
Corporativa



■ *63 Programas Estratégicos*

27. Formação Profissional

28. Formação Continuada

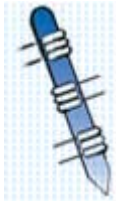
■ Próximos passos

1. *Intensificar a relação entre o governo e o setor produtivo, por meio da identificação da intersecção dos dados coletados e os dados disponíveis do levantamento da Educação Corporativa no Brasil*



■ Próximos passos

2. *Irradiar as experiências de Educação Corporativa*

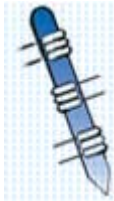


Oficina de
Educação
Corporativa



■ Próximos passos

3. *Envolver as 500 maiores empresas – 4a. Oficina*



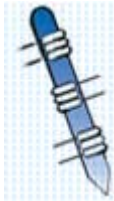
Oficina de
Educação
Corporativa



■ Como ?



Fóruns de Competitividade



Oficina de Educação Corporativa



2000 – 2002

- Complexo Eletrônico
- Construção Civil
- Couro e Calçados
- Madeira e Móveis
- Plástico
- Têxtil e Confecções
- Transporte Aéreo
- Turismo

2003 – 2004

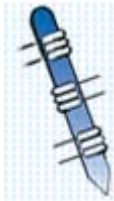
- Aeroespacial
- Agroquímica
- Automotiva
- Bens de Capital
- Biotecnologia
- Farmacêutica
- Gemas e Jóias
- Higiene Pessoal,
Perfumaria e Cosméticos
- Siderurgia

Em estudo

- Agronegócios
- Aviação Agrícola
- Biocombustíveis (Álcool e Biodiesel)
- Carnes
- Exportação de Serviços de Engenharia
- Papel e Celulose
- Naval e Marinha Mercante
- *Software*



Arranjos Produtivos Locais



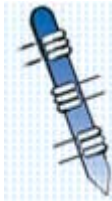
Oficina de
Educação
Corporativa



- APL's selecionados do MDIC
- APL's selecionados do MCT
- APL's selecionados do Sebrae
- Outros APL's selecionados



Processo Produtivo Básico



Oficina de
Educação
Corporativa



Conjunto mínimo de operações industriais realizadas no País para cada produto ou família de produtos

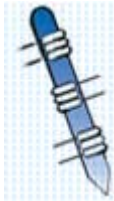
Para o acesso das empresas aos benefícios da ZFM e da Lei de Informática é necessário que os bens sejam fabricados de acordo com o PPB

A existência de tais incentivos é responsável pela permanência ou instalação no País de muitos empreendimentos nos diversos setores do complexo eletrônico, o que permitiu o atendimento à demanda interna da maioria dos produtos acabados de eletrônica de consumo e de boa parte dos de informática e de telecomunicações.

Os PPBs passaram a ser usados efetivamente como um instrumento de política industrial, na medida em que a utilização de componentes, partes e peças fabricados no País, ou com potencialidade de vir a sê-lo, passou a ser mandatória.



Fórum Setorial de Franquia



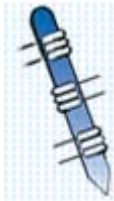
Oficina de
Educação
Corporativa



- **Internacionalização:** internacionalização de franquias, atração de investimentos estrangeiros e harmonização da Lei de Franquia no Mercosul
- **Desenvolvimento e Expansão:** novas modalidades de franquia, expandir o conceito para fora dos grandes centros, identificar em APLs (Arranjos Produtivos Locais) negócios com potencial de se tornarem franquias.
- **Capacitação e Gestão:** capacitação gerencial para franqueados e de internacionalização para franqueadores são duas das ações desse Grupo, o qual apresenta, ainda, treinamentos para identificação e avaliação de franquias.




Programa Brasileiro de Design



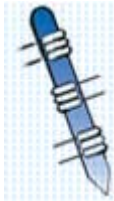
Oficina de
Educação
Corporativa



- Ações indutoras da modernidade industrial e tecnológica, por meio do design, visando a contribuir para o incremento da qualidade e competitividade dos bens e serviços produzidos no Brasil.



Programa do Artesanato Brasileiro - PAB



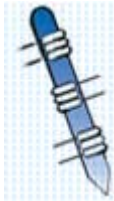
Oficina de Educação Corporativa



- o manejo da matéria-prima, a produção, a divulgação e a comercialização do produto artesanal tanto no mercado interno quanto no internacional,
- surge demanda por um apoio governamental para que, além da geração de ocupação e renda, também possibilite a preservação da cultura brasileira em cada momento da elaboração do produto.
- baseada no potencial de geração de ocupação e renda; no incremento da exportação dos produtos artesanais; no desenvolvimento e aproveitamento das vocações regionais e locais; bem como no aumento da competitividade para a comercialização, em face dos mercados interno e externo.



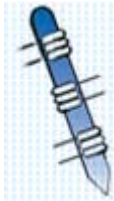
Comércio Exterior



Oficina de Educação Corporativa



- Legislação de exportação
- Classificação de produtos
- Formação de empresas exportadoras
- Financiamento à exportação
- Preferências tarifárias na exportação
- Sistema Geral de Preferências (SGP)
- Acordos internacionais
- Barreiras comerciais
- Transporte internacional
- Regimes aduaneiros especiais
- Tributação
- Defesa comercial (*dumping*, subsídios e salvaguardas), entre outros

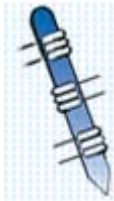


Oficina de
Educação
Corporativa



■ Como Fazer

- Reuniões setoriais – entre detentores de UC e não detentores
- Identificação de módulos instrucionais com potencial de compartilhamento / contratação de conteúdistas para necessidades identificadas
- Disponibilização em EAD – E-proinfo / MEC



Oficina de
Educação
Corporativa



*“Ninguém muda ninguém;
Ninguém muda sozinho;
Nós mudamos nos encontros”.*

Roberto Crema