

Telecentros de Informação e Negócios como suporte ao aprendizado ao longo da vida para micro e pequenos empreendedores

Lillian Alvares¹, José Rincón Ferreira², Kira Tarapanoff³ e Luc Quoniam⁴

Resumo

Trata dos Telecentros de Informação e Negócios (*TIN*) como suporte ao aprendizado ao longo da vida para micro e pequenos empreendedores. Defende-se a tese que, no Brasil, o programa *TIN*, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, poderá, desde que apoiado por políticas públicas, pelos empresários e pelas comunidades, tornar-se um importante veículo, não apenas de inclusão digital e econômica, mas principalmente, ser o elo de ligação para o aprendizado ao longo da vida de microempresas e empresas de pequeno porte do País. A idéia é fazer chegar, a educação corporativa, por meio do ensino à distância aos empreendedores e empresários reais e potenciais nos diversos municípios brasileiros. Para isto, será necessário dispor ainda de uma infra-estrutura adequada de telecomunicações e o apoio acadêmico, a ser obtido, em especial, quando do desenvolvimento de conteúdos, junto a universidades.

1. Introdução: a importância do aprendizado ao longo da vida

Desde os anos 80, o sistema produtivo já não era mais visto simplesmente como a combinação de capital, trabalho e recursos naturais. Empresas, mercados e economias contam com organização e conhecimento em adição à trinca tradicional de fatores de produção. Mais do que acumular capital, a organização acumula capacitação, conhecimento e desenvolve sua própria organização interna. Para Kerstenetzky (2004), o conhecimento e as capacidades das empresas se desenvolvem em um ambiente competitivo e inovador, no qual a sobrevivência da organização depende de sua habilidade em introduzir novas soluções aos problemas dos negócios e em lidar com os problemas que decorrem do crescimento. Em decorrência das economias baseadas no conhecimento serem diretamente afetada pelas tecnologias de informação e comunicação, sua principal característica é a necessidade permanente de educação com objetivo não só de

¹ Professora do Departamento de Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília, Pesquisadora Associada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. (Lillian.Alvares@desenvolvimento.gov.br)

² Diretor de Articulação Tecnológica da Secretaria de Tecnologia Industrial, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. (Jose.Ferreira@desenvolvimento.gov.br)

³ Consultora do Projeto “Telecentros de Informação e Negócios” da Secretaria de Tecnologia Industrial, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. (kat309@unb.br).

⁴ Professor, Pesquisador e Consultor. Université Sud Toulon y du Var, França e Universidade Fernando Pessoa, Portugal (quoniam@univ-tl.fr; quoniam@ufp.pt)

conhecer, mas de usar efetivamente o novo conhecimento, ao que se chama de educação ao longo da vida⁵.

2. Desenvolvimento de Competências por meio da Educação Corporativa

Prahalad e Hamel (1990) argumentam que, em vez de pensar na empresa como um conjunto de unidades de negócios, os gerentes deveriam começar a encará-la como um conjunto de competências essenciais, ou seja, habilidades e tecnologias que permitem a uma empresa oferecer benefícios aos clientes. Nessa mesma época, Senge (1990) estabeleceu o que se tornou um marco no entendimento da necessidade de capacitação de recursos humanos relacionada às estratégias empresariais. Por meio da convergência de cinco disciplinas, ele afirma que as instituições adquirem a capacidade de tornarem-se organizações de aprendizagem. O conjunto é formado por cinco conceitos: 3 individuais - pensamento sistêmico, domínio pessoal e modelos mentais e duas 2 coletivas - visão compartilhada e aprendizagem em equipe. Para o autor, a quinta disciplina é a primeira delas: o pensamento sistêmico, a disciplina resultante das outras quatro que converge para inovar nas organizações inteligentes.

Outros autores procuraram estabelecer o conceito de competência no contexto de aprendizagem, associando-o ao de estratégia empresarial. Inicialmente conceituam competência como “A capacidade da pessoa assumir iniciativas, ir além das atividades prescritas, ser capaz de compreender e dominar novas situações no trabalho, ser responsável e ser reconhecida por isso. É a inteligência prática de situações que se apóiam nos conhecimentos adquiridos e os transformam com quanto mais força, quanto mais aumenta a complexidade das situações” (FLEURY; FLEURY, 2001 p. 19).

Saber aprender primeiramente significava trabalhar o conhecimento e a experiência; rever modelos mentais; saber desenvolver-se e propiciar o desenvolvimento dos outros. No segundo momento, saber aprender significa criar a cultura organizacional, os sistemas e os mecanismos requeridos para a aprendizagem (FLEURY; FLEURY, 2001)

O conhecimento necessário está em constante e acelerada evolução, o que implica na obrigatoriedade de geração, disseminação, Aplicação e comprovação de conhecimentos focados na estratégia do negócio. Os programas tradicionais de treinamento não conseguem atender a esta demanda, por não estarem alinhados à estratégia da empresa. Para Tarapanoff (2006), as novas necessidades podem ser resumidas em:

- Estar completamente voltada ao ambiente de negócio de cada organização;
- Atuar no desenvolvimento de competências essenciais;
- Ser inovadora no modo de compartilhamento e distribuição do conhecimento;
- Ter como premissa a disseminação do conhecimento em qualquer momento, em qualquer lugar;
- Atuar no desenvolvimento e gerenciamento de ferramentas que propiciem de forma intensa a captação do conhecimento presente na organização (por meio de seus profissionais, clientes, fornecedores e comunidade) e sua adequada disseminação para fácil utilização sempre que necessário;

5 *Lifelong Learning*

- Ter público-alvo amplo, não se restringindo ao público interno, mas entendendo que o conhecimento é desenvolvido e utilizado por toda a rede de profissionais que envolvem cada organização;
- Procurar acompanhar a utilização prática do conhecimento, ou seja, a transformação do conhecimento em vantagem competitiva, gerando capital intelectual para as organizações.

3. Experiência de EC no Brasil

No Brasil, o conceito de Universidade Corporativa (UC) começou a ser aplicado no início da década de 90. A partir de 2000 ocorreu um crescimento acentuado. Atualmente, mais de 100 organizações brasileiras ou multinacionais, públicas ou privadas, já desenvolveram sistemas educacionais estruturados pelos princípios de universidade corporativa. Ao apresentar os dados da Pesquisa Levantamento da Educação Corporativa no Brasil, conduzida pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Aguiar (2006) apresenta os principais objetivos de uma empresa ao decidir pela criação de uma UC. São eles:

- o desejo de vincular o aprendizado e o desenvolvimento às principais metas empresariais;
- criar uma abordagem sistemática ao aprendizado e ao desenvolvimento;
- difundir cultura e valores comuns em toda a organização e;
- desenvolver a empregabilidade dos funcionários.

Para que a experiência de uma UC seja positiva, faz-se necessário conciliar os interesses do público-alvo com as estratégias da empresa. Ou seja, o principal foco da UC deve estar no desenvolvimento das competências profissionais, técnicas e gerenciais, que sejam essenciais para o sucesso das estratégias empresariais.

Pode-se dizer que o objetivo principal é o de desenvolver as competências críticas em vez de habilidades. É necessário, portanto, que a formulação da UC vincule as principais estratégias empresariais ao projeto e desenvolvimento das soluções de aprendizagem. Estas soluções devem contemplar, essencialmente, as necessidades do negócio, tornando o escopo estratégico. Múltiplas formas de aprendizagem devem ser buscadas, migrando do modelo tradicional de sala de aula. Por fim, sistemas efetivos de avaliação dos resultados obtidos são necessários para o sucesso da iniciativa.

Para Tarapanoff (2006), as universidades corporativas são complementares às universidades tradicionais. A universidade tradicional fornece toda a formação conceitual e metodológica aos profissionais, enquanto a corporativa oportuniza formação focada no ambiente de negócios, desenvolvendo o aprimoramento nas competências essenciais ou críticas de cada organização. Existem vários casos de sucesso de alianças estabelecidas entre as universidades corporativas e as universidades tradicionais, visando à formação da rede de trabalho da organização.

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (2007) apresentou uma classificação para universidades corporativas, a fim de promover um prêmio das melhores práticas adotadas. A classificação incluiu quatro modelos, a saber:

- Universidade Corporativa Institucional, relacionada aos modelos fechados que atendem apenas a instituição que o abriga;
- Universidade Corporativa Matricial, que se refere aos modelos abertos, destinados a atender várias instituições;
- Universidade Corporativa Social, referente às iniciativas de Educação Corporativa no âmbito da Responsabilidade Social das Empresas e;

- Universidade Corporativa Setorial, caracterizada pela união de empresas concorrentes no mercado, mas parceiras no aprimoramento das pessoas e na formação do perfil de profissional demandado pelo setor.

4. Conhecimento e Emprego

A avaliação da economia de vários países mostra que quanto mais intensa é a introdução de conhecimento na produção, especialmente no que se refere aquele conhecimento baseado em tecnologia da informação, maior a demanda por trabalhadores mais habilitados. Essa situação tem trazido efeitos devastadores para aqueles sem qualificação, excluindo um grande número de trabalhadores do mercado de trabalho. Nos países capitalistas centrais existem parcelas significativas da população empregada em atividades envolvidas com a produção, armazenamento e transmissão de informações e conhecimento - cerca de 50 % do contingente de trabalho disponível, segundo a OCDE (2004).

O estudo da OECD sobre empregos (*Jobs Study*, 1994) registrou uma tendência iniciada nos anos 80 de polarização nos mercados de trabalho. Nos Estados Unidos, por exemplo, diminuíram as vagas para trabalhadores menos habilitados enquanto o nível de desemprego permaneceu o mesmo, indicando a necessidade de ocupação desses postos em atividades especializadas. No Reino Unido também se verificou a diferença entre a oferta de vagas para trabalhadores com especialização e sem especialização. Na maior parte dos países europeus, houve uma polarização em termos de vagas entre trabalhadores especializados e não especializados. No Japão, entretanto, eles minimizaram a polarização em oportunidades de trabalho, qualificando o trabalhador a partir de políticas e outras regulamentações governamentais baseadas no uso de tecnologias para qualificação do trabalhador.

Algumas hipóteses tentam explicar essas tendências. A mais consistente é o aumento da competição internacional, que ocorre inicialmente no ambiente empresarial, impondo um ritmo de qualificação ao trabalhador. Alguns pesquisadores apontam as mudanças no comportamento empresarial como a principal razão para o decréscimo da oferta de oportunidades de trabalho para trabalhadores sem qualificação. O novo perfil requerido no ambiente de trabalho exige, além do conhecimento técnico, qualidades como iniciativa, criatividade, solução de problemas, flexibilidade para mudanças, e valorizam essas habilidades, conforme mostra a figura 1.

O papel dos governos nesse ambiente precisa ser bastante efetivo para evitar os problemas sociais advindos do desemprego. Considerando que a produtividade e o crescimento são determinados pela razão entre progresso técnico e acumulação de conhecimento, um dos facilitadores que devem ser estimulados é o de políticas governamentais que vislumbrem disseminar e compartilhar eficientemente a informação. Particularmente, as políticas relacionadas com ciência e tecnologia, indústria e educação deverão ser a nova tônica das economias baseadas no conhecimento.

A OCDE (1996) recomenda priorizar as seguintes ações estratégicas de governo em direção a uma economia baseada no conhecimento:

- intensificar a difusão do conhecimento;
- elevar o nível do capital humano e;
- facilitar a promoção de mudanças organizacionais.

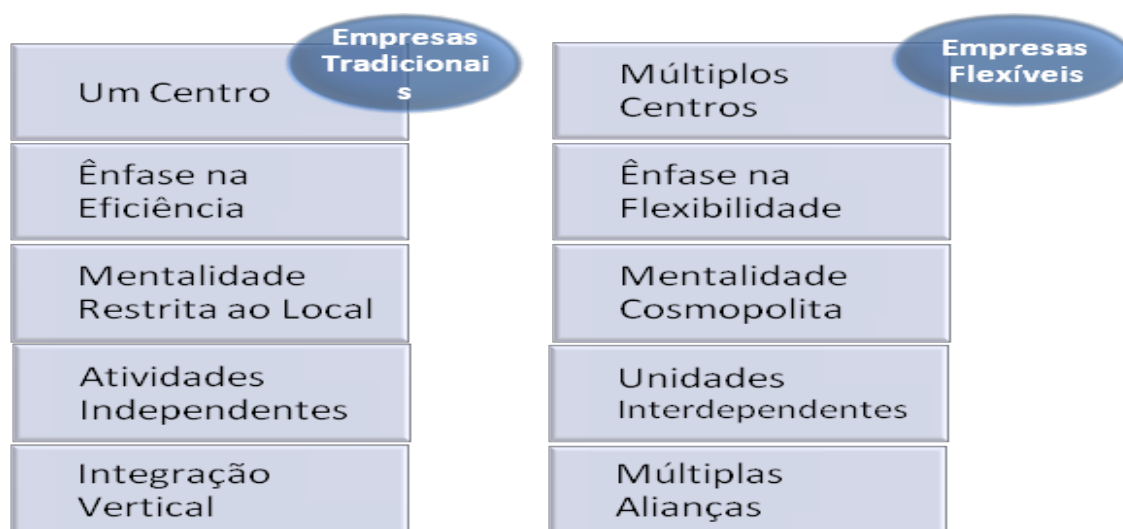


Figura 1 - Mudanças no Ambiente Empresarial com reflexos para a formação do trabalhador

Fonte: Bahrami (1992)

Em relação à primeira, é indispensável disponibilizar as condições para a colaboração mútua entre universidade, empresa e governo, a fim de promover a difusão de novas tecnologias para uma ampla gama de empresas. Deve ser uma ação estruturante, incluindo nesse conjunto de ações aquelas com objetivo de facilitar o desenvolvimento de infra-estruturas de informação.

Sobre a necessidade de elevar o nível do capital humano, as políticas devem visualizar a ampliação de novas habilidades e competências, além de influenciar na capacidade de aprendizado. Isso inclui prover educação formal, criar incentivos para as empresas e indivíduos para se engajarem em treinamentos contínuos e aprendizado ao longo da vida. E, naturalmente, melhorar a oferta e demanda de trabalho em termos de requerimentos de habilidades. As mudanças organizacionais se referem à necessidade de traduzir mudanças tecnológicas em ganhos de produtividade. O governo, por sua vez, deve prover às empresas a infra-estrutura necessária para que a transição ocorra.

5. Capacitação e Competitividade na Microempresa e Empresa de Pequeno Porte

As microempresas e empresas de pequeno porte (ME e EPP) têm encontrado significativa dificuldade no Brasil para obter ganhos de produtividade. Os desafios vão desde o acesso ao crédito até a inviabilidade de acesso a informação, isso, sem mencionar o fato de serem mais vulneráveis às mudanças no ambiente econômico.

Em relação a capacitação, o Sebrae comprova que a proporção de ME e EPP que capacitam seus empregados é elevada, mas é ainda bem menor que das médias e das grande empresas. O percentual ampliou de 49,4%, em 1999, para 66,7%, em 2003. Não existe, no entanto, movimento coordenado para maximizar o aproveitamento destes esforços para as ME e EPP ampliando o grave o descompasso da proposta educacional com as necessidades empresariais.

Entre os resultados da pesquisa, destaca-se que a capacitação aparece como prioridade de investimento da empresa, 61,8% desejam investir em capacitação e desses 85% prefere treinar seus empregados no próprio estabelecimento.

6. Universidades corporativas em microempresas e empresas de pequeno porte

Hourneaux et al (2006) apresentaram algumas tendências de comportamento para a microempresa e empresa de pequeno porte. Os autores declaram que a educação setorial, isso é, em atividades específicas ou para determinadas categorias profissionais é uma evolução na solução de problemas de capacitação dessas empresas e possivelmente serão promovidas por associações, sindicatos ou organizações não governamentais, que realizam parcerias, envolvendo universidades ou institutos que têm competência para agregar valor aos programas educacionais.

Todavia, a pergunta central agora em relação a capacitação a microempresas é se o conceito de universidade corporativa é adequados nessa ambiente de negócios. Steffens e Novotne (2007) afirmam que o porte não traz impacto sobre a viabilidade da universidade corporativa na ME e EPP, pois os alicerces da educação corporativos estão na estratégia empresarial e na alta gerência e não na infra-estrutura ou no orçamento. Exemplifica que as três atividades principais da universidade corporativa nada têm a ver com seu tamanho, como o otimizar o desenvolvimento da força de trabalho do futuro, engajar a pesquisa e o desenvolvimento nas atividades da empresa e na utilização do conhecimento e experiência dos empregados para orientar às melhores práticas em todos os projetos desenvolvidos na empresa.

A fim de reforçar a importância da universidade corporativa para a microempresa e empresa de pequeno porte, os autores indicam algumas ações desejáveis que pudessem ter sustentação na universidade corporativa:

- Construir uma cultura de excelência e aprendizado, pois a universidade corporativa pode trabalhar esses valores em cada empregado.
- Diminuir os riscos da má gestão do conhecimento organizacional, por meio de esforço consistente na difusão das melhores práticas de grupos para grupos e de projetos para projetos.
- Aumentar a capacidade de inovação.
- Promover a descentralização da força de trabalho, atuando com grupos geograficamente distantes.
- Melhorar a vantagem competitiva da empresa por meio da construção do conhecimento corporativo e do aprendizado organizacional, garantindo assim ganhos contínuos de produtividade.
- Aumentar a eficiência por meio da melhor utilização dos conhecimentos corporativos.

Os autores vão além. Oferecem o plano de negócios para a ME e EPP lançar sua universidade corporativa. São quatro etapas. O início acontece pela Gestão da Aprendizagem (*Learning Management*), que trata de desenvolver o currículo a que os empregados devem submeter-se, a ser lecionado, sobretudo por instrutores da própria organização e uma pequena parte por especialistas externos. A maioria deve ser de aulas presenciais e alguns módulos podem ser oferecidos de maneira virtual.

A segunda etapa ocorre por meio da Gestão do Conhecimento (*Knowledge Management*), cujo foco está na ampliação do aprendizado, no compartilhamento de informações e na difusão das melhores práticas realizadas pela organização. Além disso, o sistema de gestão do conhecimento precisa facilitar a transformação do conhecimento tácito em conhecimento explícito e facilitar ao máximo a comunicação organizacional.

A terceira etapa, da Gestão do Saber ou Gestão de Capacidades (*Wisdom Management*), trata da Aplicação do conhecimento adquirido nas etapas anteriores. O autor reconhece que a maturi-

dade e experiência são necessárias, sobretudo em ambientes de empresa de pequeno porte cuja característica são equipes reduzidas, especialmente quando se trata de diminuir o tempo entre o aprendizado e a utilização de um novo conhecimento.

E finalmente, a última etapa do plano de negócios, Gestão da Inovação ou Gestão da Pesquisa e Desenvolvimento (*Innovation Management*), destacando a capacidade criativa no âmbito individual, com vistas a soluções particulares para cada projeto, considerando cronograma e orçamento de cada um. A Figura 2 a seguir mostra a seqüência sugerida pelo autor.

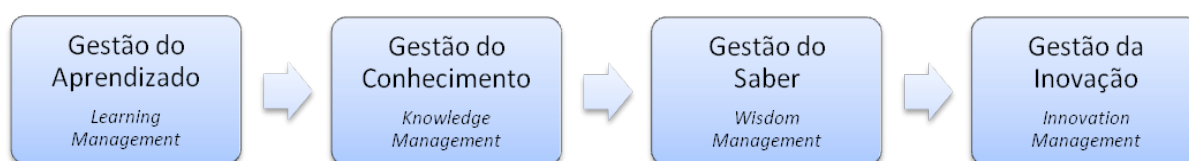


Figura 2 – Etapas de desenvolvimento da UC na ME e EPP

A propósito do novo conceito de Gestão do Saber (*Wisdom Management*), trata-se de sistematizar o conceito de como o conhecimento é usado. Allen (2007) define como um processo planejado e sistemático pelo qual uma organização gerencia seus empregados no uso e Aplicação do conhecimento e habilidades em uma trajetória que beneficia a organização. Para ele, o *continuum* conhecimento pode ser representado conforme a Figura 3 a seguir.



Figura 3 – Continuum do conhecimento

Fonte: Allen (2007)

No mesmo artigo, Allen oferece os princípios básicos da Gestão do Saber. Para ele, são três elementos. O primeiro trata de descobrir exatamente quais as necessidades de desenvolvimento da sua organização e do seu pessoal. O segundo, após ter descoberto as necessidades, determine os melhores meios de dar às pessoas conhecimento, habilidade e experiência requeridos. E para concluir, garantir um método de transformar o desenvolvimento ocorrido em comportamentos que causem impactos positivos na performance.

Além da universidade corporativa propriamente dita, alguns autores são firmes em atestar que não apenas a universidade corporativa é compatível com a microempresa e empresa de pequeno porte, mas os sistemas de gestão do aprendizado (*Learning Management System - LMS*) têm o potencial ampliado nesse ambiente.

A limitação orçamentária, no entanto, pode comprometer o pleno funcionamento de uma universidade corporativa na ME e EPP. Os elementos que irão adequar o projeto de capacitação integrado à estratégia da empresa e os seus recursos financeiros são aqueles relacionados com a clareza e convergência dos objetivos. Quanto mais focado estiverem as metas e resultados esperados da ME e EPP mais exato estará o curso da universidade corporativa, o que não vai

demandar esforços adicionais de correção de rota. Mais do que em outro tipo de empresa, aqui a universidade corporativa deve ser tratada como uma unidade de negócio.

7. Contribuição das Tecnologias de Informação e Comunicação para o estímulo ao empreendedorismo: Telecentros de Informação e Negócios

Os autores que tratam de educação corporativa são muito claros em afirmar que as tecnologias-não-presenças irão consolidar a quarta geração de universidades corporativas, o das universidades corporativas virtuais. As oportunidades eletrônicas possíveis para ampliar a capacitação devem ser consideradas e mais do que isso, difundidas. O conceito de inclusão digital para a microempresa e empresa de pequeno porte pode ser atribuído principalmente ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior com o seu Programa de Telecentros de Informação e Negócios em nível nacional e mesmo internacional.

Concebido naquele Ministério e apoiado por diversas instituições públicas e privadas, o Programa Telecentro de Informação e Negócios (*TIN*) constitui na verdadeira superação das barreiras digitais pelo uso intensivo das Tecnologias da Informação e Comunicação pelo empresário desse segmento econômico.

A principal finalidade dos Telecentros de Informação e Negócios (*TIN*) é promover a inclusão digital da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, fortalecendo o empreendedorismo e a competitividade deste segmento inserindo-o na economia da informação e do conhecimento. Os *TIN* são ambientes informativos e educativos propícios ao compartilhamento e à transferência de conhecimentos e informações tecnológicas e de negócios para a criação, desenvolvimento e alavancagem das microempresas e empresas de pequeno porte e atividades de empreendedorismo local com o objetivo de criação de renda, de novas oportunidades de negócio e de emprego visando ao desenvolvimento sustentável das comunidades.

Como resultado, espera-se que por meio dos Telecentros, ocorra o estímulo a inclusão digital da microempresa e empresa de pequeno porte brasileira na economia, tornando-a inovadora e competitiva, contribuindo para a geração de renda e emprego.

Para o MDIC (2006), o conceito de inclusão digital está intimamente ligado ao de inclusão social. A inclusão digital é também afirmação da cidadania. Pessoas e empresas que não têm acesso à tecnologia perdem oportunidades. Nos dias atuais o computador conectado à Internet é uma ferramenta de construção e do aprimoramento de conhecimento, permitindo o acesso à educação, ao trabalho, ao desenvolvimento pessoal e à melhor qualidade de vida. Em muitos países e mesmo no âmbito dos principais organismos internacionais, há um consenso que perder a corrida pelo acesso universal às novas tecnologias de informação e comunicação (TIC), em especial o acesso à rede Internet e a todos os seus serviços, significa também perder a corrida pelo desenvolvimento humano.

O documento base dos Telecentros de Informação e Negócios compreende os seguintes aspectos para a inclusão digital voltada para as MPE:

- Estimular com apoio de tecnologias e conteúdos específicos a competitividade e a geração de emprego e renda.
- Auxiliar os empresários e os seus empregados a introduzir tecnologias de informação e comunicação em suas atividades, propiciando melhoria da gestão empresarial e modernização dos processos de produção.
- Contribuir para a ampliação e integração das MPE ao mercado nacional por meio do comércio eletrônico.

- Estimular a participação do segmento no processo exportador brasileiro, disponibilizando conteúdos específicos e o uso das tecnologias da informação e comunicação.
- Alavancar o empreendedorismo nas comunidades.
- Inserir a comunidade empresarial na Sociedade da Informação.

O prolongamento da longevidade e a consolidação das MP e EPP por meio da inclusão digital viabilizada pelos Telecentros de Informação e Negócios permitirão solucionar uma das causas fundamentais da mortalidade das MP e EPP que é a falta de capacitação e qualificação gerencial dos empresários desse segmento em atividades básicas para o crescimento sustentável de uma empresa, tais como: montagem do plano de negócios viável, realização de controle contábil-financeiro, negociação e compra de insumos, negociação e formação de parcerias, gestão da qualidade e da produtividade e gestão de vendas, entre outros (89% das MP e EPP apresentam essa deficiência, segundo pesquisa do Sebrae).

8. Programa de Educação Corporativa em Telecentros de Informação e Negócios (PECTIN)

São essas características de intersecção entre as possibilidades de associação entre capacitação de modo virtual e os objetivos do Programa Telecentros de Informação e Negócios que dão sustentação ao Programa de Educação Corporativa em Telecentros de Informação e Negócios. O *PECTIN* está previsto para ser realizado em duas etapas. As primeiras ações a serem desenvolvidas no âmbito do Programa são:

- Implantar e operacionalizar um sistema de informações sobre atividade de EC, definindo um conjunto de dados sobre as atividades necessárias à microempresa e empresa de pequeno porte;
- Avaliar as características e objetivos do Plano Nacional de Qualificação Social e Profissional (PNQ) e do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) avaliando as possibilidades como possível fonte de financiamento para atividades de qualificação profissional;
- Construir um referencial teórico nacional de Educação Corporativa para ME e EPP;
- Participar dos esforços para o estabelecimento de intercâmbios com organizações no exterior que tenham destacada ação no campo da Educação Corporativa para a ME e EPP, com o objetivo de identificar e analisar os respectivos modelos de atuação, para disseminação dessas informações no Brasil;
- Estabelecer mecanismos para a mensuração do esforço das empresas empreendido em atividades de EC

9. Conclusões

O Programa de Educação Corporativa em Telecentros de Informação e Negócios encontra-se numa etapa de diagnóstico, concepção do referencial teórico e identificação de parcerias. É indiscutível a necessidade de capacitação permanente e ao longo da vida para a microempresa e empresa de pequeno porte para obtenção de ganho de competitividade. Pesquisas comprovam que houve o entendimento da necessidade de capacitação quando ampliou o esforço de 49,4%, em 1999, para 66,7%, em 2003. No entanto, considerando o tamanho do universo de microempresas e empresas de pequeno porte no Brasil, é fácil vislumbrar que um importante aliado da

educação corporativa voltada para esse segmento econômico são as TICs - tecnologias de informação e comunicação que podem facilmente ampliar o alcance e a qualidade da capacitação e, por que não, aportar novas perspectivas de aprendizado. Os Telecentros de Informação e Negócios, por sua vez, constituem-se no principal aliado para cumprir esse objetivo, seja pela sua alta capilaridade, seja pelos seus objetivos específicos de inclusão digital para a ME e EPP. Outro ponto importante a ressaltar é o de ser um instrumento governamental que pode ser utilizado para promover a capacitação indispensável para o crescimento econômico do país a partir do fortalecimento da microempresa e empresa de pequeno porte.

Referências

- AGUIAR, A.C. *Atividades de educação corporativa no Brasil: análise das Informações coletadas em 2006 pela Secretaria de Tecnologia Industrial/Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior*. Brasília: MDIC, 2006.
- ALLEN, M. (Ed.). *The corporate university handbook: designing, managing and growing a successful program*. New York: Amacon, 2002. 278 p.
- BAHRAMI, H. The emerging flexible organization. *California Management Review*, 1992.
- FLEURY, A. ; FLEURY, M. T. L. *Estratégias empresariais e formação de competências*. 2. ed. S. Paulo: Atlas, 2001
- HOURNEAUX, F.; ÉBOLI, M.; MANCINI, S. Breve Panorama da educação corporativa no Brasil: apresentação de resultados de pesquisa. In: FERREIRA, J. R.; BENETTI, G. (Org.). *O futuro da indústria: educação corporativa: reflexões e práticas*. Brasília: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Secretaria de Tecnologia Industrial; Confederação Nacional da Indústria. Instituto Euvaldo Lodi, 2006. p. 101-116. (Série - Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior, nº 13)
- KERSTENETZKY, J. Organização empresarial em Alfred Marshall. *Estudos Econômicos*, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 369-392, abr / jun 2004.
- MEISTER, J.C. The Brave New World of Corporate Education. *The Chronicle of Higher Education*, Washington, fev. 2001.
- ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. *The significance of knowledge management in the business sector*. Washington: OCDE, 2004. (Policy Brief).
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. *The knowledge-based economy*. Paris, OCDE, 1996. Disponível em <<http://www.oecd.org/dataoecd/51/8/1913021.pdf>>. Acesso em 22 mar 2008.
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. *The OECD jobs study: facts, analysis, strategies*. 1994. 55 p. Disponível em <http://http://www.oecd.org/dataoecd/42/51/1941679.pdf>. Acesso em 04 abr 2008.
- PRAHALAD, C. ; HAMEL, G. The Core competences of the corporation. *Harvard Business Review*, Cambridge, mai./jun. 1990.
- SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Boletim estatístico de micro e pequenas empresas. In: *Observatório Sebrae*. Brasília: Sebrae. 2005. 84 p.
- SENGE, P. *A quinta disciplina: arte, teoria e prática da organização de aprendizagem*. Trad. de Regina Amarante. São Paulo: Best Seller, Círculo do Livro, 1990.
- STEFFENS, L.E.; NOVOTNE, S.M. Corporate universities in small companies. In: ALLEN, M. (Ed.). *The next generation of corporate universities: innovative approaches for developing people and expanding organizational capabilities*. São Francisco: John Wiley & Sons, 2007. p. 189-207.
- TARAPANOFF, K.; AGUIAR, A.C. Avaliação em Educação Corporativa. In: FERREIRA, J. R.; BENETTI, G. (Org.). *O futuro da indústria: educação corporativa: reflexões e práticas*. Brasília: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Secretaria de Tecnologia Industrial; Confederação Nacional da Indústria. Instituto Euvaldo Lodi, 2006. p. 117-129. (Série Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior, n. 13).