



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS – CSHNB
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



Um estudo sobre os critérios usados pelo Banco do Brasil S/A na capacitação e desenvolvimento dos bancários da agência de São João do Piauí-PI.

A study on the criteria used by Banco do Brasil S/A in the training and development of bankers of the agency of São João do Piauí-PI.

Ronildo Gonçalves de Moura

Graduando do Curso de Bacharelado em Administração.

Ronildo_moura@hotmail.com

Universidade Federal do Piauí – UFPI, CSHNB.

Cléverson Vasconcelos da Nóbrega

Professor do Curso de Bacharelado em Administração. Doutor. Orientador.

Cleverson.nobrega@gmail.com

Universidade Federal do Piauí – UFPI, CSHNB.

FICHA CATALOGRÁFICA
Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí
Biblioteca José Albano de Macêdo

M929e Moura, Ronildo Gonçalves de.

Um estudo sobre os critérios usados pelo Banco do Brasil S/A na capacitação e desenvolvimento dos bancários da agência São João do Piauí-PI / Ronildo Gonçalves de Moura– 2017.

CD-ROM : il.; 4 ¾ pol. (27 f.)

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2018.

Orientador(A): Prof. Dr. Cléverson Vasconcelos da Nóbrega

1. Capacitação-Bancário. 2.Bancário-Aperfeiçoamento.
- 3.Banco do Brasil-Capacitação-Bancário. I. Título.

CDD 658.312



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

RONILDO GONÇALVES DE MOURA

Um estudo sobre os critérios usados pelo Banco do Brasil S/A na capacitação e desenvolvimento dos bancários da agência de São João do Piauí-PI

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

() **Aprovado(a)**

(X) **Aprovado(a) com restrições**

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 10 de julho de 20 17.

Prof. Cléverson Vasconcelos da Nóbrega, Me.

Profa. Janayna Arruda Barroso, Ma.

Profa. Jakeline Rodrigues de Aquino Bezerra, Ma.

RESUMO

O presente artigo pretende investigar os critérios usados pelo Banco do Brasil S/A, da agência de São João do Piauí-PI quanto à capacitação de seus funcionários. O estudo pretende assim identificar os motivos associados à capacitação interna do pessoal que culminam com desenvolvimento e qualificação profissional do pessoal e, conseqüentemente, um melhor atendimento ao público. A investigação é caracterizada por um estudo de caso, tomando como base uma pesquisa do tipo levantamento e análise dos percentuais obtidos. Os resultados demonstraram que a maioria considera importante o aperfeiçoamento e a capacitação e fazem uso das ferramentas oferecidas pela Universidade Corporativa do Banco do Brasil S/A (UNIBB) como forma de aprimorarem suas competências, melhorarem os processos internos do banco, desenvolverem um trabalho cada vez mais eficiente com vistas ao atendimento dos clientes da agência, galgarem níveis mais elevados internamente e buscarem a valorização profissional no mercado, além da própria satisfação pessoal.

PALAVRAS-CHAVE: Aperfeiçoamento. Capacitação. Aprendizado. Banco do Brasil S/A.

ABSTRACT

This article intends to investigate the criteria used by Banco do Brasil S / A agency of São João do Piauí-PI regarding the qualification of its employees. The study thus seeks to identify the reasons associated with the internal training of personnel that culminate in the development and professional qualification of the personnel and, consequently, a better service to the public. The research is characterized by a case study, based on a survey of type survey and analysis of the percentages obtained. The results showed that the majority consider the improvement and training as important and make use of the tools offered by the Banco do Brasil S / A (UNIBB) Corporate University as a way to improve their skills, improve the bank's internal processes, More efficient in order to serve the clients of the agency, reach higher levels internally and seek professional appreciation in the market, as well as personal satisfaction.

KEYWORDS: Improvement. Training. Learning. Banco do Brasil S / A.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, tem-se intensificado nas empresas como um todo, o processo de aperfeiçoamento de seus funcionários, muitas vezes chamados de colaboradores e reconhecidos como ativo patrimonial da empresa, por esta razão buscam-se ferramentas tecnológicas que aprimorem a capacitação e o desenvolvimento contínuo. Assim, o aprendizado e a melhoria surgem nas organizações como partes essenciais do seu modo de funcionamento no dia-a-dia, buscando-se a correção e eliminação do problema na origem e a proposição de execução de trabalhos de maneira mais eficientes.

Há aproximadamente duas décadas, a palavra investimento geralmente estava ligada a uma aplicação financeira ou compra de novos equipamentos; nos dias atuais, essa mesma palavra volta-se também ao funcionário, através de sua valorização, tendo como foco a descoberta e aplicação de novos modelos de gestão. Atualmente os recursos são providenciados para que os funcionários tenham a devida atenção e assim desenvolvam seu trabalho com eficiência e qualidade, já que os mesmos são os responsáveis pelo sucesso da empresa (CHIAVENATO, 2007).

Assim, as empresas que investem em treinamento dos funcionários têm notadamente mais visibilidade e competitividade no mercado de trabalho, pois tem colaboradores bem mais preparados. Um investimento feito e planejado de forma eficiente torne funcionários produtivos e motivados, desde que este planejamento seja feito à luz das reais necessidades de cada um, podendo gerar satisfação e alcançar o potencial desejado.

No entanto, criar um plano estratégico para atender às necessidades da empresa, cursos adequados de capacitação, escolher o público alvo entre seus profissionais, não deve ser uma tarefa das mais fáceis. Torna-se primordial também que a empresa conscientize seu funcionário do que é esperado dele após o treinamento, pois infelizmente não são raros os casos em que, após determinada capacitação o colaborador deixa a empresa. Em alguns casos, algumas empresas se utilizam da aplicação de contrato para que o colaborador, uma vez treinado, aplique o conhecimento adquirido na empresa por um período determinado, inclusive com a aplicação de multa.

Os cursos de aperfeiçoamento e capacitação variam de acordo com a área de negócio da empresa e a função do colaborador, bem como do tipo de necessidade. São diversas as empresas que hoje investem em seu quadro de colaboradores¹. É possível aproveitar um profissional que não seja formado em determinada área, mas que possui bom desempenho nas atividades que exerce. Sendo que, a empresa consegue moldar esse colaborador seguindo as políticas da empresa, aumentando sua produtividade.

É cada vez maior a velocidade em que ocorrem as mudanças no mercado de trabalho, então é essencial que os colaboradores estejam preparados para se adaptar aos tipos de trabalho que surge principalmente se for o caso de uma empresa em que se acumulam funções. Com isso, o presente artigo aborda como ocorre o processo de aperfeiçoamento dos funcionários do Banco do Brasil, na agência de São João do Piauí, com a finalidade de estudar as contribuições oferecidas pela empresa para a qualificação profissional dos seus empregados e melhor qualidade de prestação de serviço ao público.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A pesquisa foi conduzida no Banco do Brasil S/A, instituição criada em 12 de Outubro de 1808, no Rio de Janeiro. Possui 5.429 agências espalhadas no Brasil e atendimento em mais de 133 países, tem aproximadamente 114 mil funcionários, 56 milhões de clientes, sendo a maior instituição financeira da América latina, está no mercado a mais de 200 anos.

No Banco do Brasil o processo de aprendizado é permanente, baseado no poder transformador da educação, capacitação e desenvolvimento. Em 2002 o banco desenvolveu ações de capacitação, estratégia da organização e com a demanda de mercado criou a Universidade Corporativa Banco do Brasil, com proposta político-pedagógica para atuação em gestão de pessoas. Mas foi no ano de 2012 que a referida universidade teve sua aplicação na prática e disponibilidade de forma geral.

A agência em que o trabalho foi realizado situa-se no município de São João do Piauí e foi inaugurada em 01/08/1966, na Rua Getúlio Vargas, S/N, Centro. Posteriormente, nos anos 80, a agência mudou de endereço, para a Praça Noé Carvalho, 793, Centro, São João do Piauí (PI).

A agência, bem como o Banco do Brasil de forma geral, passou pelo processo de automação e redução de pessoal no início dos anos 90. Na agência onde há cerca de 30 anos havia 64 funcionários, hoje são somente 14 desenvolvendo as atividades diárias.

O processo de automação ocorreu em todas as agências e a implantação das novas tecnologias, desgastante para os quadros de funcionários da empresa, com resistência dos mesmos e em duas defesas, os órgãos sindicais do setor bancário. Nesta época de mudança foi lançado o PDV - Programa de Demissão Voluntária, para regularização dos quadros das agências com excessos de funcionários.

Com a criação da Universidade Corporativa Banco do Brasil, tem-se o objetivo de aperfeiçoar as capacidades dos funcionários, fortalecendo e facilitando o aprendizado à distância, através de ferramentas de qualidade.

A proposta da empresa, com a disponibilidade das ferramentas de capacitação, precisa estar em sintonia com a necessidade do público-alvo. A análise dos critérios e propostas da plataforma *online* busca demonstrar se atende aos anseios dos funcionários.

Na contemporaneidade, diversas organizações no Brasil e no Mundo criaram seus próprios programas de educação corporativa com a finalidade de capacitar seus funcionários para o mercado globalizado e competitivo existente. Tais programas personalizados objetivam atender à necessidade específica de seus funcionários. Com a globalização, a terceira revolução industrial, o avanço tecnológico e o desenvolvimento das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação), se tornaram cada vez mais necessários a capacitação profissional. Atualmente, os cursos EaD (Educação à Distância) são a alternativa de muitas empresas para a capacitação de seus funcionários, para a aprendizagem organizacional, por permitir a capacitação de um grande número de pessoas, com custo reduzido, flexibilidade de horário, conteúdo dos cursos adaptado de forma dinâmica e personalizada à necessidade do capacitado.

Segundo Boog (1999), o treinamento é a educação profissional que visa adaptar o homem ao trabalho em determinada empresa, preparando-o adequadamente para o exercício de um cargo. Pode ser aplicado a todos os níveis da empresa. Weber(2004), por sua vez, afirma que o funcionário moderno tem que, cada vez mais se especializar para assim desenvolver satisfatoriamente suas funções, pois de acordo com ele:

O funcionário moderno, como convém à técnica racional da vida moderna, está cada vez mais sujeito, constante e inevitavelmente, a um treinamento específico e cada vez mais especializado (WEBER, 2004, p.545).

Com o avanço tecnológico e a eficácia da educação a distância ficou mais acessível, tanto aos funcionários públicos quanto aos privados, a capacitação, atualização e aprendizagem continuada dos mesmos de forma dinâmica, interativa e diversificada, além do fácil acesso que a educação continuada à distância proporciona. Segundo Ricardo (2005, p. 30), “com o progresso tecnológico, a EaD busca aperfeiçoar a entrega de conteúdos e proporcionar maior interatividade entre membros de comunidades de aprendizagem”. Medeiros (2010), complementa e afirma que podem permitir a oportunidade de aprendizagem contínua dos servidores públicos e a ampliação do acesso a qualquer hora e qualquer lugar.

Com isso, se torna notório nos perfis teórico-históricos do funcionalismo, confrontados à atuação dos agentes públicos, que realizam os cursos de capacitação profissional, utilizando a EAD, com a finalidade de inovação e qualificação. Destaca-se também a capacitação continuada do funcionário público que se faz necessária em virtude da exigência às normas que devem ser cumpridas dentro da gestão pública, em que exige-se dos servidores o pleno conhecimento de suas atividades e das suas obrigações a serem desempenhadas e cumpridas com qualidade e eficácia. Tal pensamento é reforçado por autores como Senge (2009), Goulart (2005) e Belloni (2009) ao destacarem que trata-se de um período de novos saberes, e as tendências apontam para a busca constante de inovação, de capacitação e qualificação de pessoas com a cultura organizacional de aprendizagem contínua, sendo o agente público parte integrante desta nova sociedade.

Com isso, pressupõe-se que, é necessária a capacitação e qualificação permanente, além de um conhecimento adequado da tecnologia para melhorar o desempenho do servidor, para que assim ele possa atender a demanda da população, na qual espera receber serviços prestados com qualidade e eficiência, características que se pretendem no perfil do agente público gerencial. Assim, as profundas mudanças provocaram transformações no mundo do trabalho, trouxeram a necessidade de (re)educar as pessoas para um novo perfil de profissional, com formação mais abrangente, interagindo com as novas tecnologias e lidando com as informações advindas desse novo tipo de saber ou propiciadas por ele (OLIVEIRA, 2008; RICARDO, 2005).

Atualmente, dentro do contexto de mercado comercial, surge com muita força a idéia de que não é necessário somente os servidores ou funcionários buscarem capacitação, inovação e qualificação, mas também as empresas oferecerem capacitação e qualificação aos seus funcionários, pois o ganho maior será da empresa com servidores qualificados para o mercado competitivo. Com isso a capacitação de pessoas torna-se cada vez mais um mecanismo eficaz para acompanhar a evolução do mundo dos negócios, fazendo com que a capacitação de funcionários se torne cada vez mais geradora de ganhos para a instituição no mercado no qual estão inserido os servidores públicos.

Para Robbins (2005), os programas de treinamento podem afetar o comportamento no trabalho, através do aperfeiçoamento das habilidades necessárias para que o funcionário realize suas tarefas com sucesso e dessa forma aumentando o potencial humano de desempenho de alto nível. Deste modo as pessoas aumentam suas potencialidades e se sentem mais motivadas.

2.1 Os cursos de capacitação ao longo dos anos no Banco do Brasil

Até o ano de 2012, os cursos eram feitos de forma "manual". Cadastrava-se no sistema a intenção do curso a realizar. Depois de alguns dias recebia-se o material impresso para estudo, que era remetido via malote aos cuidados do gerente geral da agência. Este recebia material e gabarito. Entregava ao funcionário material impresso do curso escolhido em oportunidade anterior e o gerente ficava de posse do gabarito. Cabia ao funcionário declarar quando estivesse apto a realizar o exame, após período de semanas de estudo. Quando da confirmação do funcionário, o gerente recolhia o material de estudo e entregava a prova ao funcionário, que em uma sala, respondia de forma escrita, prova aplicada de múltiplas escolhas. Ao final, o gerente conferia o gabarito, com questões mínimas / máximas de acerto para aprovação, e anotava no sistema: APROVADO / REPROVADO, dependendo do desempenho do funcionário.

Atualmente com o avanço tecnológico tudo mudou, os funcionários têm sua própria plataforma individual de acesso 24 horas onde pode escolher e fazer os cursos que quiser e de seu interesse pessoal e profissional, o estudo pode ser feito de acordo com sua disponibilidade e de qualquer lugar que o funcionário esteja conectado à internet, desde o conforto de sua casa até mesmo viajando, pois quem vai planejar onde e como estudar é o funcionário.

2.2 Os critérios utilizados pelos funcionários do banco

Atualmente no novo cenário comercial mundial as informações são de suma importância e capacitar-se é essencial, com isso fez com que emergisse uma nova sociedade empresarial a chamada sociedade do conhecimento, e dentro desse contexto o conhecimento passou a ser um diferencial, principalmente dentro de mercados competitivos nacionais e internacionais, ou seja, o mercado de trabalho atual tornando cada vez mais relevante a busca pela capacitação, qualificação e inovação.

Nessa nova era, sociedade de conhecimento, a relevância dada à inovação, capacitação e qualificação fez surgir com força a necessidade de que essa procura deveria partir do servidor ou funcionário, tendo como principais argumentos a busca pela melhora de posição no mercado ou no trabalho, pela manutenção e permanência neste, ou por uma qualificação para concorrer a uma vaga de emprego.

Diante de tudo que foi citado anteriormente, que analisamos os critérios de seleção utilizados pelos servidores públicos do Banco do Brasil S/A da agência de São João do Piauí para capacitação, qualificação e inovação dos mesmos. De acordo com o que foi pesquisado, os critérios utilizados pelos funcionários do BB para se capacitarem foi a valorização dos funcionários, com a realização dos cursos. Já a importância dos cursos de aperfeiçoamento ofertados on-line pela Universidade Corporativa é motivada e feita com a finalidade de ascensão profissional.

2.3 Os motivos que os fazem buscar capacitações internas do UNIBB

Sabe-se que, o desenvolvimento profissional busca capacitar o servidor para posições na carreira profissional com alcance de médio prazo, já que trabalha além das habilidades o poder fazer. A educação continuada dos funcionários públicos visa dar formação para a vida e para o trabalho, tem longo alcance e duração que tratam as atitudes, o querer fazer (EBOLI, 2002). Uma vez que, o desenvolvimento tecnológico e sua utilização nos programas de

aprendizagem apresentam algumas características relevantes para aplicação da aprendizagem mediada por tecnologia (AMT), retratando assim a importância da atitude dos funcionários como alunos, para que sejam proativos e busquem o autoconhecimento, autodesenvolvimento e incorporem na cultura organizacional através da capacitação, inovação e qualificação profissional.

Com isso, é evidente que os funcionários do Banco do Brasil, agência de São João do Piauí, buscam as capacitações internas a fim de se qualificar e inovar para que assim possa prestar serviços com qualidade e eficácia a demanda populacional destinada, tendo como motivo a qualificação profissional e reconhecimento.

Os mesmos são motivados a fazer os cursos de capacitação oferecidos pelo BB, por satisfação e se identificam com os temas dos cursos, pois a forma de abordagem dos conteúdos ofertados na plataforma da Universidade Corporativa é adequada às exigências das funções de trabalho da empresa como finidade com a área de atuação do profissional, qualificação para mudar de área interna dentro da empresa, atualização de conhecimentos e dentre outros.

2.4 As vantagens da realização do aperfeiçoamento profissional

Na atualidade, as transformações ocorridas nas relações de trabalho acabaram por gerar novos modelos contratuais onde a rigorosidade no relacionamento entre empregadores e empregados dão espaço a uma maior flexibilidade externa e tudo por causa do mercado competitivo e busca pelo destaque no mercado. Relações essas que além de estarem marcadas por novos moldes contratuais, frente aos novos processos produtivos, procuram dar mais valor ao capital humano da empresa, ou seja, valorização do profissional e investimento na sua qualificação. Devido a esses fatores ganharem força a cada dia, a idéia de valorização do funcionário como o incentivo a inovação e qualificação, remuneração e capacitação profissional.

De acordo com Chiavenato (2007, p.339),

O treinamento enquanto subsistema da área de recursos humanos passou a ser um excelente mediador da aprendizagem. O propósito do treinamento é aumentar a produtividade dos indivíduos em seus cargos influenciando seus comportamentos.

O saber, o conhecimento ele muda e evolui com o passar dos anos, pois as empresas estão expostas e vulneráveis a essas mudanças impostas pelo mercado competitivo e avanço tecnológico, com isso é necessário inovar, capacitar e aprender essas novas mudanças ocorridas no ambiente de trabalho ao longo dos anos para isso é necessário dar oportunidade, suporte e incentivo para os funcionários, para que os mesmo busquem e se capacitem. Porque essas capacitações e inovações profissionais aumentam a produtividade, qualifica o profissional cada vez mais além de ser um incentivo ao aprendizado.

Segundo Chiavenato (2008), as pessoas quando se tornam parceiros da organização, elas são capazes de conduzir as organizações com excelência, dedicação, responsabilidades e comprometimento.

3 METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos da pesquisa caracterizam-se por sua natureza exploratória e descritiva, tendo como foco um estudo de caso, realizado na agência do Banco do Brasil S/A, da cidade de São João do Piauí-PI, cujo método tem sido extensivamente adotado nas pesquisas em ciências sociais, como por exemplo, na Administração que possui uma forte orientação para a prática (YIN, 2006).

Para isso o alcance dos objetivos estabelecidos, foi utilizado um instrumento de pesquisa estruturado contendo duas partes. Na primeira buscou-se levantar o perfil dos respondentes e na segunda parte procurou-se identificar as principais motivações para as escolhas dos cursos, os temas a eles associados, a frequência para a realização, a importância dada a plataforma online entre outras. Pelo fato de uma agência de pequeno porte com apenas 14 funcionários e o pesquisador ter pleno acesso a todos, optou-se por incluir todos eles, não sendo portanto, utilizados critérios estatísticos não probabilísticos de seleção tal escolha.

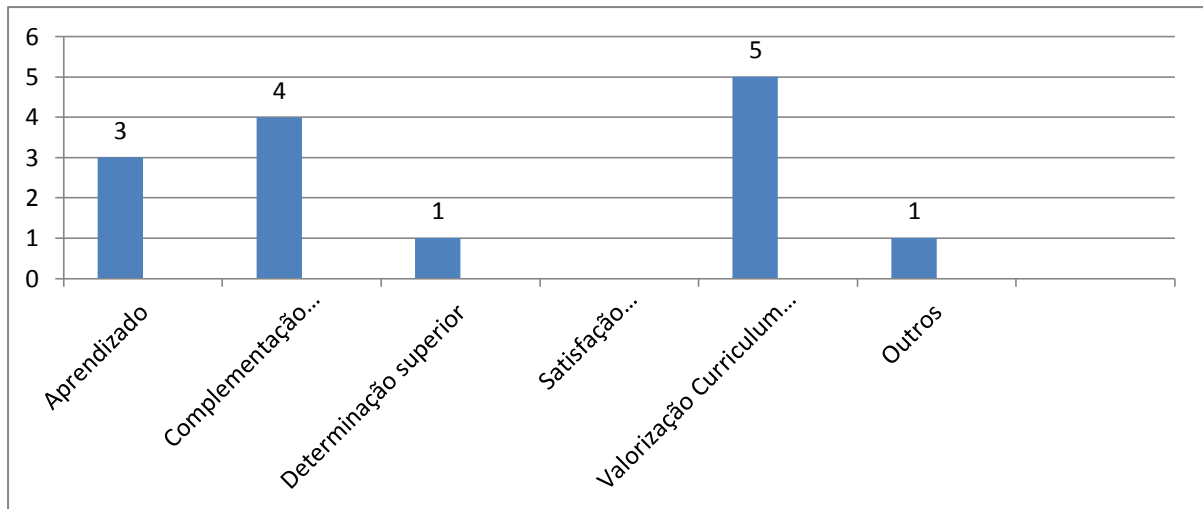
Inicialmente realizou-se uma análise documental da pesquisa caracterizada pela seleção e leitura dos materiais disponibilizados pelo banco, impressos e *online*, tais como manuais, jornais internos, website, servindo de fonte e modelo, que auxiliaram na elaboração e adaptação do questionário usado entre os participantes. Como critério de seleção, a aplicabilidade, pois estes meios de comunicação interna já são comuns entre o quadro funcional da empresa.

O período de aplicação e coleta dos questionários ocorreu entre os dias 24/04/2017 e 25/04/2017, no próprio banco durante o horário de chegada à empresa, antes do horário de expediente normal, sendo que houve a distribuição dos questionários, onde alguns deram retorno em seguida e outros no dia seguinte, mas com retorno de todos os 14 participantes. Para a tabulação dos dados, foi utilizado o *software Microsoft Excel*, como forma de viabilizar a elaboração das tabelas e cálculos percentuais que subsidiaram a análise quantitativa dos dados.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A etapa empírica da pesquisa ocorreu por meio da aplicação dos questionários com todos os 14 servidores públicos que trabalham no Banco do Brasil e, em um primeiro momento, buscou-se realizar um levantamento do perfil. Os entrevistados são todos do sexo masculino, com idades entre 18 e 55 anos, com nível de escolaridade que vai do ensino médio à pós-graduação. Com relação ao tempo de trabalho no banco, possuem entre 1 e 31 anos e dividem-se nas mais diferentes atividades bancárias: escriturário, caixa, assistente, gerente geral, gerente de serviço e gerente de relacionamento. Na segunda parte do questionário aplicado, tratou de questões mais específicas a respeito dos motivos, critérios e importância dos cursos *online* de capacitação interna, sendo encontradas algumas informações importantes que serão descritas a seguir.

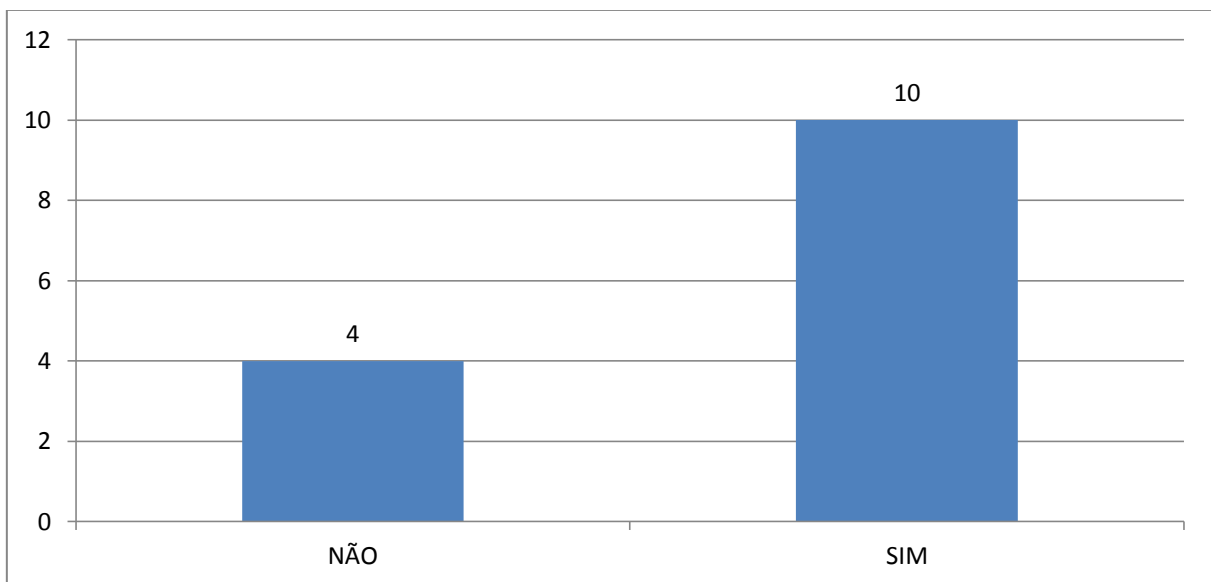
Gráfico 1: Critérios utilizados pelos funcionários para realização dos cursos



Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

Percebe-se que os critérios utilizados pelos funcionários para escolha dos cursos realizados ou a serem realizados é motivada principalmente pela valorização do currículo e complementação de informações sobre o trabalho. É digno de nota que a determinação superior tenha sido pouco escolhida, mostrando que, possivelmente, tais atividades não são encaradas pelos funcionários como uma obrigação, mas sim uma oportunidade que o banco oferece para o crescimento profissional e pessoal.

Gráfico 2: Quantidade de funcionários que realizam os cursos

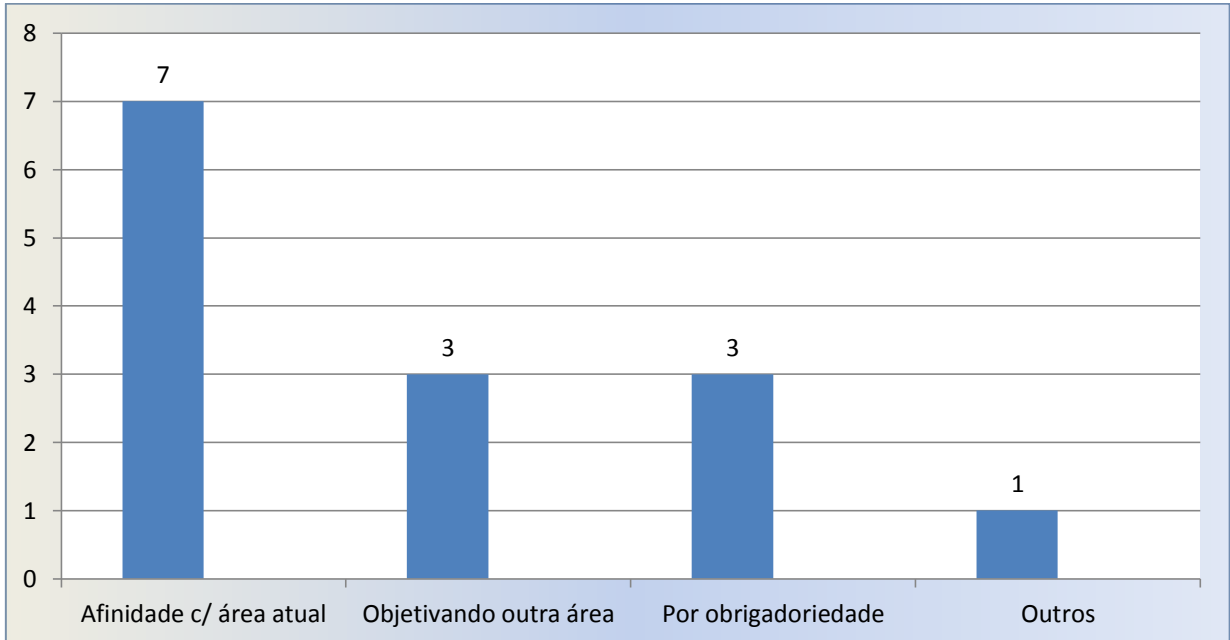


Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

De acordo com os achados, verificou-se que dos 14 funcionários, 10 costumam participar das capacitações. Não se pode averiguar os motivos que impedem os demais funcionários de buscar se aperfeiçoarem, porém acredita-se que há alguma relação com comodismo e ausência de interesse em mudança de função.

Isso se deve ao fato de que muitas vezes o funcionário se sente seguro em determinada função, encontrando de fato tarefas de trabalho condizentes com suas habilidades e até mesmo perfil pessoal.

Gráfico 3: Motivo da escolha dos cursos a realizar na plataforma

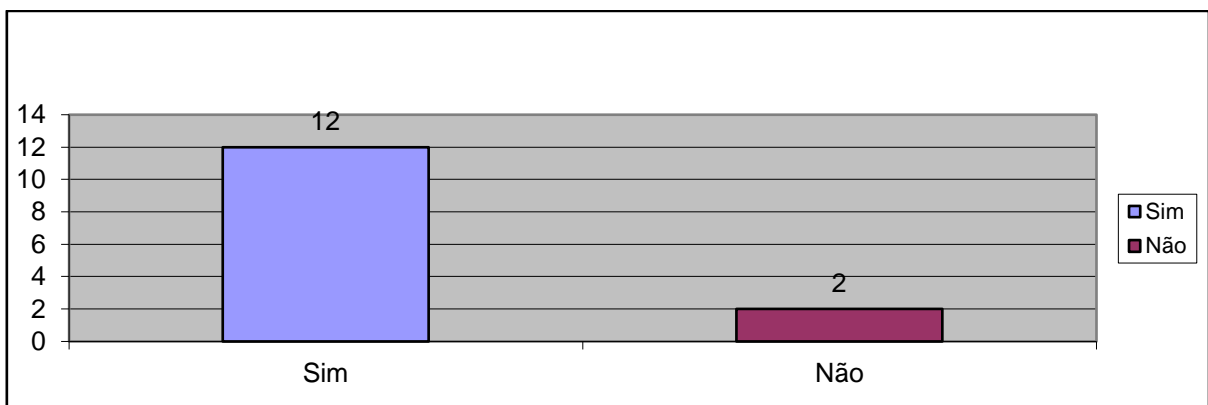


Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

Sobre os motivos que levam os funcionários do quadro funcional da empresa a escolher os cursos a realizar, temos os seguintes: 7 destas pessoas afirmam escolher os cursos por afinidades com a área em que já atuam, enquanto três escolhem porque tem como objetivos mudar de área de atuação. Outros três responderam que realizam os cursos por obrigatoriedade e por fim, um funcionário escolheu outro motivo para escolher, mesmo não declarando qual seria especificamente.

Foi perguntando se existem critérios para a valorização dos funcionários, com a realização dos cursos da plataforma. A maioria confirmou que sim, num total de 14 entrevistados, 12 ou seja, quase 90% afirmaram por se sentirem valorizados, enquanto 2 funcionários responderam não se sentirem valorizados.

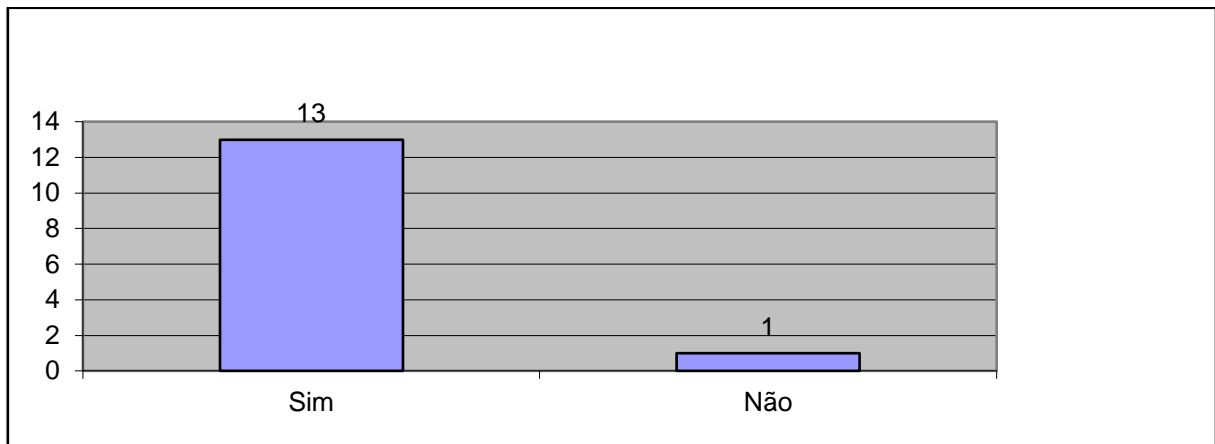
Gráfico 4: Existência de critérios para valorização dos funcionários com os cursos



Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

A ascensão profissional foi relacionada com a realização dos cursos e quase todos os funcionários, 13 na verdade, responderam sim, que os cursos são importantes para crescer dentro da empresa e somente um funcionário respondeu negativamente.

Gráfico 5: Importância dos cursos para ascensão profissional



Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

Na seção a seguir, apresentam-se os resultados da pesquisa, direcionados a aspectos mais específicos como por exemplo, Critérios para a escolha dos cursos na Universidade Corporativa, os motivos da escolha de determinado curso na Universidade Corporativa, a satisfação dos temas dos cursos e abordagem na plataforma etc.

4.1 Análise de resultados a partir da escala de Likert

Tabela 1 – Critérios para a escolha dos cursos na Universidade Corporativa (em %)

Critérios	Discordo Totalment	Discordo	Indiferent e	Concordo	Concordo Totalment	Total
O aprendizado se constitui na minha maior motivação para a realização dos cursos oferecidos pela Universidade Corporativa	0	0	38,46	38,46	23,08	100
Os cursos são úteis como complementação de informações para	0	15,38	23,08	7,69	53,85	100

as rotinas de trabalho no dia-a-dia

Escolho e realizo os cursos cujos temas me ofereçam satisfação profissional e pessoal no aprendizado	0	7,69	15,38	53,85	23,08	100
Participo dos cursos ofertados na Universidade Corporativa por obrigação de instância superior	23,08	23,08	23,08	23,08	7,68	100
Minha escolha é motivada por valorização de currículo interno pós cursos realizados	7,69	0	23,08	30,76	38,47	100

Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017

O primeiro item pesquisado neste trabalho foi o critério utilizado pelos funcionários do Banco do Brasil S/A, para a escolha dos cursos realizados e teve como objetivo realizar análise sobre a importância da capacitação interna para o desenvolvimento dos bancários e de suas funções do Banco do Brasil S/A, da agência de São João do Piauí, com a realização dos cursos internos de capacitação da UNIBB.

Observa-se o aprendizado, como um dos critérios escolhidos para realização dos cursos, onde mais de 61% dos entrevistados o confirmaram, mas 38,46% são indiferentes, podendo fazê-lo por vários motivos, conforme alternativas dos outros tópicos seguintes, mas que não seria por aprendizagem. De acordo com Araújo (2006, p.92) “o treinamento e o desenvolvimento enfatizam tanto a tarefa quanto a pessoa que executa, buscando um aprendizado ou aprimoramento como resultado final”.

Com mesmo percentual do tópico anterior, funcionários afirmam realizar os cursos para buscar informações para os dias de trabalho. Com 38,46% são os que discordam e se sentem indiferentes. Fica claro aqui que os cursos são de fundamental importância para as rotinas de trabalhos dos funcionários. A abordagem dos cursos dispõe de simulações de diferentes situações diárias, com casos hipotéticos baseados na realidade, tendo sim, informações oportunas para auxílio dos funcionários.

Sobre a existência de satisfação profissional e pessoal como motivo para realização dos cursos, com quase 77% de afirmação dos respondentes foram enfáticos nesse motivo. Aqui nota-se afinidade por determinadas áreas dos cursos.

No quarto tópico, sobre a obrigatoriedade por instância superior para realização dos cursos, observou-se que 46,16% discordam da existência de tais procedimentos para se realizar cursos de capacitação. Pouco mais de 30% afirmam concordar com esses procedimentos. Existem motivos indeterminados. Há uma interpretação de que a maioria afirma não haver determinação superior. Em resumo, a maior parte dos funcionários faz cursos provavelmente por vários motivos, que sejam complementação de informações, motivação, satisfação profissional e valorização curricular, e em menor incidência por determinação superior.

Conforme apontado nos questionários, existe uma política de valorização de currículo interno com a realização dos cursos, e isso motiva a escolha para a maior parte dos funcionários, com mais de 69% em concordância nas suas respostas. São indiferentes 23,08%.

A maioria afirma existir valorização curricular, então esses mesmo os fazem cursos para valorizarem seus currículos, a fim de almejar ascensão profissional dentro da empresa.

Tabela 2 – Existência de critérios para valorização dos funcionários pós cursos (em %)

Critérios	Discordo Totalment	Discordo	Indiferent e	Concordo	Concordo Totalment	Total
Minha percepção em relação aos critérios para valorização interna na empresa Banco do Brasil S/A	7,69	7,69	15,38	38,47	30,77	100
A formação acadêmica e profissional fornecida pela Universidade Corporativa me fornece maturidade pessoal e profissional ascendente	7,69	7,69	7,69	30,76	46,17	100
O treinamento fornecido pela Universidade Corporativa estimula a motivação dos colaboradores da empresa, que se sentem mais valorizados	7,69	23,08	15,38	7,69	46,16	100

Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

Com a análise de critérios para valorização dos funcionários após os cursos realizados, os entrevistados apontaram sua percepção: a maioria concorda e concorda totalmente, com 38,47% e 30,77%, respectivamente. Do total, 15,38% discordam deste questionamento, e com mesmo percentual se sentem indiferentes. A ampla maioria acredita na valorização interna dentro da empresa, e tanto, que o fazem capacitações em busca deste objetivo.

A pesquisa também apontou que a formação acadêmica e profissional da Universidade Corporativa proporciona maturidade pessoal e profissional de forma ascendente dentro da empresa, representado com quase 77% das respostas. Isso demonstra que a maioria acredita neste critério, pela maioria de respondentes de forma positiva, uma vez que a abordagem dos cursos é baseada em casos reais, bem como rotinas de trabalho ligadas aos produtos do banco.

Para a maioria dos respondentes, há existência de critérios pós-cursos que fornecem motivação e valorização aos funcionários, conforme apontado por 53,85%. Aos que discordam são 30,77%, ficando mesmo uma impressão positiva do proposto neste tópico. À medida que haja retorno para o funcionário, é perceptível o sentimento de valorização, que estimula a motivação.

Tabela 3 – Realização de cursos e frequência na Universidade Corporativa (em %)

Regularidade	Discordo Total	Discordo	Indiferent e	Concordo	Concordo Total	Total
Meu acesso à Universidade Corporativa para a realização de cursos se dá semanalmente	23,08	7,68	23,08	23,08	23,08	100
Realizo cursos ofertados na Universidade Corporativa mensalmente	30,77	7,69	23,08	7,69	30,77	100
Tenho acesso à Universidade Corporativa para a realização de cursos de forma bimestral	7,69	30,77	23,08	30,77	7,69	100
Acesso minha página na Universidade Corporativa para realizar meus a cada três meses	23,08	38,47	7,69	15,38	15,38	100
Somente realizo meus cursos na Universidade Corporativa semestralmente	23,08	23,08	7,69	30,77	15,38	100

Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

A tabela 3 aborda a regularidade da realização dos cursos ofertados. Com 46% os entrevistados afirmam realizar os cursos toda semana, enquanto que 23% discordam e 30% discordam dessa frequência para se fazer cursos. Se há demanda semana por cursos significa que a atualização da plataforma é constante e que existe bastante material a ser explorado. Fica aqui demonstrado, que a maioria dos funcionários se capacita cujos motivos serão vistos nas tabelas seguintes do trabalho.

Nos dois tópicos seguintes, com frequência mensal e bimestral, pouco mais de 38% afirmam realizar cursos com essas regularidades, respectivamente, enquanto que em ambos os casos, 23,8% se sentem indiferentes nas respostas e novamente, 38,46% afirmam discordar. Então há uma regularidade igual, entre os que fazem e os que não fazem estes cursos, seja mensal e/ou bimestral. Nota-se que estes públicos são diferentes do primeiro tópico,

Sobre realização dos cursos por trimestres, mais de 61% afirmam discordar, enquanto os que concordam são pouco mais de 30%, e com 7,69% ficam os indiferentes. Isso demonstra que a ampla maioria não realiza os cursos com essa demora de tempo, podendo fazê-los nas outras modalidades, como visto nos demais tópicos desta tabela.

No último tópico, sobre realização de cursos a cada seis meses, temos empate de respostas, com 46% para os que concordam e os que discordam desta pergunta. Com estes percentuais de respostas iguais para concordância, podemos citar a função de caixa ou até mesmo os escriturários, grupos de funções sem mudanças cotidianas. Aos discordantes, temos os grupos que buscam ascensão profissional, ou mesmo fazendo cursos quando solicitado por estâncias superiores e demais alternativas. Destes, 7,69% se declararam indiferentes.

Tabela 4 – O motivo da escolha de determinado curso na Universidade Corporativa (em %)

Motivos	Discordo Totalment	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo Totalment	Total
Escolho determinado curso na Universidade Corporativa por ter afinidade com minha área de atuação profissional	0	7,69	23,08	30,76	38,47	100
Minha escolha de curso realizado ou a realizar na Universidade Corporativa se dá por motivo de afinidade pessoal	0	7,69	38,47	30,76	23,08	100
Escolho determinado curso na Universidade Corporativa objetivando outra área interna ou externa dentro da empresa	0	0	30,76	38,48	30,76	100
A minha escolha de cursos na Universidade Corporativa é determinada por obrigatoriedade da empresa.	7,69	15,38	38,46	23,08	15,38	100

Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

A tabela 4 explora os motivos dos funcionários sobre a realização dos cursos na Universidade Corporativa. Para pouco mais de 69%, a escolha é motivada por afinidade com a área de atuação profissional, o que nos leva a crer que somente o fazem para melhorar suas habilidades nas respectivas áreas atuantes, não o fazendo por desejo de ascensão profissional e pouco mais de 23% se sentem indiferentes quanto a este questionamento, complementando a resposta anterior.

Quase 54% dos entrevistados afirmam realizar os cursos por afinidade pessoal, o que leva a crer que a motivação seja parecida com a afinidade profissional. Destes respondentes, 38,47% se sentem indiferentes quanto ao questionamento para se fazer os cursos.

No tópico seguinte, sobre a realização dos cursos, almejando ascensão em áreas interna e/ou externas na empresa, 69,24% concordam. Ao mesmo tempo, 30,76% se sentem indiferente quanto a esta motivação, reafirmando de certa forma, a primeira abordagem aqui. Neste caso, conforme dados da tabela, a maior motivação para realizar cursos é a ascensão profissional em áreas internas e/ou externas do Banco do Brasil S/A.

Por fim, pouco mais de 38%, afirmam haver obrigatoriedade para realizar os cursos ofertados, enquanto 38,46% optam pela indiferença, que reafirmam o primeiro percentual. Em oposição, 23,07% discordam desta afirmativa. Isso demonstra que, além da livre escolha e outros motivos e critérios para realizar os cursos, há situações com determinação superior pela realização de muitos dos cursos disponíveis, de acordo com as respostas aqui pautadas.

Tabela 5 – A importância dos cursos da plataforma on-line para ascensão profissional (em %)

Valorização	Discordo Totalment	Discordo	Indiferent e	Concordo	Concordo Totalment	Total
A formação fornecida pela Universidade Corporativa fornece recompensas profissionais (aumento de salário, promoções, maior participação nos lucros da empresa, entre outros)	23,08	0	38,47	7,69	30,76	100
A formação fornecida pela Universidade Corporativa me permite enfrentar novos desafios profissionais com maior segurança.	23,08	7,69	7,69	30,77	30,77	100
A formação fornecida pela Universidade Corporativa me auxilia a desenvolver e executar trabalhos complexos.	15,38	7,68	15,38	30,77	30,77	100
Após a realização dos cursos oferecidos pela Universidade Corporativa percebi elevação do nível de qualidade do meu desempenho profissional	15,38	15,38	15,38	38,48	15,38	100

Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

Na Tabela 5, foi analisada a contribuição dos para a valorização profissional, ao que se segue: 38,45 afirmam concordar com as recompensas profissionais, e com mesmo percentual para indiferença, prevalecendo que há ganhos profissionais. Com o percentual de discordância de 23,08%, pode-se supor que são os que realizam menos cursos, por não acreditar nos retornos.

Na mesma tabela, segundo e terceiro itens analisados, têm-se respostas parecidas com pouco acima de 61%, os entrevistados afirmam que os cursos ofertados permitem enfrentar novos desafios e presta auxílio em trabalhos complexos, prevalecendo características positivas. Os percentuais de indiferença de 7,69 e 15,38%, reforçando ainda mais estas respostas. Esses dados demonstram motivos ainda maiores para escolha e realização dos cursos da plataforma.

Na abordagem do último tópico da tabela, 53,86% dizem perceber aumento no nível de qualidade do desempenho profissional, após os cursos realizados, e o percentual de indiferença de 15,38%, reafirma essa resposta. Pouco mais de 30% discordam ao que foi perguntado. Estes, por sua vez, estejam classificados nas categorias funções em que não haja mudanças cotidianas nas execuções de suas tarefas, conseqüentemente realizando menos capacitações.

Tabela 6 – Satisfação dos temas dos cursos e abordagem na plataforma (em %)

Satisfação	Discordo Totalment	Discordo	Indiferent e	Concordo	Concordo Totalment	Total
Os temas inseridos nos cursos elaborados pela Universidade Corporativa são de assuntos e vivências existentes no dia-a-dia das minhas atividades de trabalho	0	7,69	7,69	53,85	30,77	100
A abordagem dos cursos disponíveis na Universidade Corporativa é satisfatória e contribuem para meu aprendizado	7,69	0	7,69	38,48	46,16	100
A formação fornecida pela Universidade Corporativa ajuda-me a encontrar soluções criativas para os problemas no exercício de minhas atividades	0	7,69	23,08	38,47	30,76	100
A formação fornecida pela Universidade Corporativa permite novos aprendizados e a desenvolver minha carreira profissional.	0	0	30,77	53,85	15,38	100
A formação fornecida pela Universidade Corporativa me permite uma melhor inter-relação com as equipes de trabalho e gestores.	7,69	0	7,69	61,54	23,08	100
A apresentação visual (quantidade de informações, cor, botões, tamanho da letra e organização, imagens, desenhos, fotos, gráficos), das telas dos cursos da Universidade Corporativa facilita a leitura dos conteúdos.	0	7,69	0	53,85	38,48	100
As orientações disponibilizadas nos						

cursos da Universidade Corporativa são suficientes para a navegação e a utilização dos recursos no ambiente eletrônico de forma interativa.	0	7,69	15,38	46,16	30,77	100
A linguagem utilizada nos cursos da Universidade Corporativa são claras e objetivas, facilitando a compreensão do conteúdo.	7,69	0	7,69	38,47	46,16	100
As sequências das atividades dos cursos da Universidade Corporativa facilitam a minha aprendizagem	0	7,69	7,69	38,46	46,16	100

Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

Na tabela 6 procurou-se dar visibilidade a alguns aspectos considerados importantes para os funcionários, como por exemplo, os cursos e as abordagens usadas para transmiti-los na plataforma online. Nesse sentido, observa-se que, para ampla maioria (quase 85%), os temas dos cursos oferecidos são vistos como úteis pelos seus conteúdos serem utilizados no cotidiano, ajudando-os com as atividades diárias de trabalho. A forma como são repassados os conteúdos para quase 85% dos respondentes auxilia no aprendizado e para quase 70% permitem a encontrar soluções criativas no exercício diário.

Também para cerca de 70% dos funcionários, a formação que é oferecida pela Universidade Corporativa ajuda no desenvolvimento da carreira profissional e permite novos aprendizados. Cabe destacar que 30,77% se mostraram indiferentes quanto a esta última informação, de certo modo, reforçando o achado do item anterior. Aqui, vale a pena atentar para o fato de que para os funcionários da agência, a formação oferecida pode não estar atendendo plenamente as necessidades que são requeridas. Sugere-se que os insatisfeitos não façam parte dos que querem ascensão, que talvez o objetivo seja permanecer nos atuais cargos desempenhados

Sobre a maneira gráfica e visual e como a informação é distribuída pela Universidade Corporativa do Banco do Brasil S/A, mais de 90% das pessoas afirmaram que facilita a leitura e o entendimento do que é repassado nos cursos, fato que reforça o aprendizado e, conseqüentemente, um melhor serviço prestado aos clientes do banco.

Se por um lado a apresentação visual é satisfatória para maioria dos funcionários da agência, esse percentual já se reduz um pouco (76,93%), ao serem questionados acerca das orientações que são disponibilizadas nos cursos e se são suficientes para a navegação e utilização dos recursos no ambiente *online*, embora ainda continue a ser um percentual relativamente expressivo. O Ambiente virtual está em atualização em sua plataforma, pode-se deduzir que os insatisfeitos não estejam familiarizados com suas alterações e adequações.

Com relação à linguagem usada nos cursos, os resultados da investigação mostraram que são claras para a ampla maioria (84,63%), corroborando com os achados da sexta assertiva dessa tabela, assim como a sequência dos cursos e a facilitação de aprendizagem, cujo levantamento mostrou que 84,63% estão de acordo, reforçados pelo mesmo percentual positivo da segunda assertiva.

Assim, de maneira geral, percebe-se que com relação à satisfação dos temas dos cursos e as abordagens a maioria dos entrevistados portou-se por afirmar positivamente o proposto neste questionário, confirmando e valorizando que os cursos são benéficos, satisfatórios e que impulsiona o aprendizado dos funcionários.

Tabela 7 – Tipo de investimento dos funcionários para a realização dos cursos (em %)

Investimento	Discordo Totalment	Discordo	Indiferent e	Concordo	Concordo Totalment	Total
Existe investimento em valores monetários para a realização dos cursos disponíveis na Universidade Corporativa	46,16	23,08	15,38	7,69	7,69	100
Para a realização dos cursos existentes na Universidade Corporativa necessita-se somente de disposição e tempo disponível	0	0	7,69	38,46	53,85	100
É necessário sentir-se motivado para a realização dos cursos na Universidade Corporativa	0	0	15,38	38,46	46,16	100

Fonte: Pesquisa de campo realizada em 25/04/2017.

Na última tabela, sobre o investimento por parte dos funcionários para a realização dos cursos na plataforma *online* foi apontado que 69% discordam totalmente, outros com 15,38% discordam, e com este mesmo percentual, há os que afirmam concordam sobre dispor de valores monetários. Esta concordância por parte de alguns se dá ao fato de existir na plataforma 13 opções de cursos/certificados que são cobrados taxas de inscrição para a realização.

No último certame realizado dia 26/03/2017, foi aferido o valor de R\$ 84,00 (Oitenta e Quatro Reais), para os que realizaram a prova. Tal realização é de forma presencial, em pontos regionais chamados de pólos espalhados em todo o Brasil. De forma negativa, há a cobrança de R\$ 270,00 (Duzentos e Setenta Reais), para os faltantes que não justificarem suas ausências, demonstrado assim, pelos respondentes, a concordância deste tópico do questionário aplicado para a existência de valores monetários.

No último tópico da tabela, por ampla maioria, para pouco mais de 92%, precisa-se de disposição e tempo disponível para realizar os cursos e para 84,62% é necessário sentir-se motivado para as realizações dos cursos. As respostas são todas positivas para os dois últimos tópicos e os percentuais de indiferença, de 7,69 e 15,38% corroboram respectivamente as respostas citadas, não havendo qualquer discordância. Demonstrando assim que, disposição, tempo e motivação são requisitos essenciais para realização dos cursos na plataforma.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É de fundamental importância a realização de cursos e treinamentos que valorizem as capacitações. Conforme identificado no trabalho e apontou a maioria do quadro de funcionários entrevistados, também responderam sobre a utilização de critérios para a realização dos mesmos, sendo que afirmam ter satisfação com a abordagem e temas relacionados no processo de aprendizagem. Enfim, a maioria dos funcionários, afirma haver critérios que os valorizam com a realização de capacitações.

Necessário uma distinção entre dois tópicos pesquisados, um diz respeito ao critério utilizado para a realização dos cursos, que são vários, conforme demonstrado neste trabalho, o outro diz respeito como escolher os cursos a realizar, por afinidade com a área profissional, pessoal, entre outros.

A maioria respondeu que realiza os cursos regularmente, acima de setenta por cento, enquanto o quadro restante optou por responder não realizar em período regular, significando que se capacitam em períodos eventuais, mas que o fazem.

Há uma ligação entre a satisfação dos temas abordados e o motivo da escolha dos cursos na plataforma, pois são as mesmas quantidades de funcionários satisfeitos e os que apontaram motivos para suas escolhas, indicando que continuarão suas capacitações dos cursos ofertados.

Por fim, a maioria dos entrevistados respondeu satisfatoriamente sobre os critérios de escolhas para capacitação que se propôs este trabalho, pois dentre as perguntas: aprendizado, complementação de informação e satisfação profissional/pessoal, com maior número de respostas, significa que os ensinamentos absorvidos estão sendo praticados no trabalho, refletindo em profissionais mais capacitados e preparados para o desempenho profissional que espera o Banco do Brasil S/A, após o investimento aplicado.

REFERÊNCIAS

BELLONI, M. L. **Educação a distância**. Campinas: Autores Associados, 2009.

BOOG, G. G. **Manual de treinamento e desenvolvimento**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**. São Paulo: Pioneira, 2007.

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

EBOLI, Marisa. O desenvolvimento das pessoas e a educação corporativa. In: FLEURY, Maria Tereza Lema (org.). **As pessoas na Organização**. São Paulo: Editora Gente, 2002.

GOULART, S. Universidade Corporativa e Universidade Tradicional. In: RICARDO, E. J. (Org). **Educação corporativa e educação a distância**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

MEDEIROS, V. M. R. **Programa de Capacitação a distância para servidores públicos: A experiência da Escola de Governo do Rio Grande do Norte**, 2010.

OLIVEIRA, E. G. **Educação a distância na transição paradigmática**. 3. ed. Campinas: Papyrus, 2008.

RICARDO, E. J. Educação corporativa e educação à distância: algumas reflexões. In: RICARDO, E. J. (Org). **Educação corporativa e educação à distância**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SANTOS, E. O.; SILVA, M. Formação Corporativa On-Line: Multirreferencialidade e Interatividade como processos a serem desenvolvidos. In: RICARDO, E. J. (Org). **Educação corporativa e educação a distância**, Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

SENGE, P. M. **A quinta disciplina: arte e prática da organização que aprende**. 25 ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2009.

WEBER, M. **Ciência e Política**. 2. ed. São Paulo: Martin Claret, 2001.

WEBER, M. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**, v. 2. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Instrumento de pesquisa

I. Parte

	Entrevistados
1. Qual sua faixa etária?	Entre 18 à 55 anos ou mais
2. Nível de instrução	Ensino Médio completo, Superior Completo, Superior Incompleto e Pós Graduação
3. Há quanto tempo trabalho na empresa?	Entre 0 a 31 anos ou mais
4. Qual cargo exerce atualmente?	Gerente Geral, de Serviço, de Relacionamento, assistente, escriturário e caixa.

II. Parte

Legenda:

- 1 – Discordo totalmente
- 2 – Discordo
- 3 – Nem discordo e nem concordo
- 4 – Concordo
- 5 – Concordo totalmente

QUAL CRITÉRIO VOCÊ UTILIZA PARA A ESCOLHA DOS CURSOS REALIZADOS OU A REALIZAR NA UNIVERSIDADE CORPORATIVA?	1	2	3	4	5
O aprendizado se constitui na minha maior motivação para a realização dos cursos ofertados pela Universidade Corporativa					
Os cursos que são úteis como complementação de informações para as rotinas de trabalho no dia-a-dia					
Escolho e realizo os cursos cujos temas me ofereçam satisfação profissional e pessoal no aprendizado					
Participo dos cursos ofertados na Universidade Corporativa por obrigação de instância superior					
Minha escolha é motivada por valorização de currículo interno pós cursos realizados					

EXISTE ALGUM CRITÉRIO PARA VALORIZAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS, COM A REALIZAÇÃO DOS CURSOS DA UNIVERSIDADE CORPORATIVA?	1	2	3	4	5
Minha percepção em relação aos critérios para valorização interna na					

empresa Banco do Brasil S/A					
A formação acadêmica e profissional fornecida pela Universidade Corporativa me fornece maturidade pessoal e profissional ascendente.					
O treinamento fornecido pela Universidade Corporativa estimula a motivação dos colaboradores da empresa, que se sentem mais valorizados.					

VOCÊ REALIZA OS CURSOS REGULARMENTE PELA PLATAFORMA ON-LINE DA UNIVERSIDADE CORPORATIVA COM QUE FREQUÊNCIA?	1	2	3	4	5
Meu acesso à Universidade Corporativa para a realização de cursos se dá semanalmente					
Realizo cursos ofertados na Universidade Corporativa mensalmente					
Tenho acesso à Universidade Corporativa para a realização de cursos de forma bimestral					
Acesso minha página na Universidade Corporativa para realizar meus cursos a cada três meses					
Somente realizo meus cursos na Universidade Corporativa semestralmente					

PORQUE VOCÊ ESCOLHE FAZER DETERMINADO CURSO DISPONÍVEL NA PLATAFORMA DA UNIBB?	1	2	3	4	5
Escolho determinado curso na Universidade Corporativa por ter afinidade com minha área de atuação profissional					
Minha escolha de curso realizado ou a realizar na Universidade Corporativa se dá por motivo de afinidade pessoal					
Escolho determinado curso na Universidade Corporativa objetivando outra área interna ou externa dentro da empresa					
A minha escolha de cursos na Universidade Corporativa é determinada por obrigatoriedade da empresa					

OS CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO OFERTADOS ON-LINE PELA UNIVERSIDADE CORPORATIVA DO BANCO DO BRASIL, SÃO IMPORTANTES PARA ASCENÇÃO PROFISSIONAL?	1	2	3	4	5
A formação fornecida pela Universidade Corporativa fornece recompensas profissionais (aumento de salário, promoções, maior participação nos lucros da empresa, entre outros)					
A formação fornecida pela Universidade Corporativa me permite enfrentar novos desafios profissionais com maior segurança.					
A formação fornecida pela Universidade Corporativa me auxilia a desenvolver e executar trabalhos complexos.					
Após a realização dos cursos oferecidos pela Universidade Corporativa percebi elevação do nível de qualidade do meu desempenho profissional					

VOCÊ É SATISFEITO COM TEMAS DOS CURSOS E A FORMA DE ABORDAGEM DOS CONTEÚDOS OFERTADOS NA PLATAFORMA DA UNIVERSIDADE CORPORATIVA?	1	2	3	4	5

Os temas inseridos nos cursos elaborados pela Universidade Corporativa são de assuntos e vivências existentes no dia-a-dia das minhas atividades de trabalho					
A abordagem dos cursos disponíveis na Universidade Corporativa são satisfatórias e contribuem para meu aprendizado					
A formação fornecida pela Universidade Corporativa ajuda-me a encontrar soluções criativas para os problemas no exercício de minhas atividades					
A formação fornecida pela Universidade Corporativa permite novos aprendizados e a desenvolver minha carreira profissional.					
A formação fornecida pela Universidade Corporativa me permite uma melhor inter-relação com as equipes de trabalho e gestores.					
A apresentação visual das telas dos cursos da Universidade Corporativa facilitam a leitura dos conteúdos (quantidade de informações, cor, botões, tamanho da letra e organização, imagens, desenhos, fotos, gráficos).					
As orientações disponibilizadas nos cursos da Universidade Corporativa são suficientes para a navegação e a utilização dos recursos no ambiente eletrônico de forma interativa.					
A linguagem utilizada nos cursos da Universidade Corporativa são claras e objetivas, facilitando a compreensão do conteúdo.					
As sequências das atividades dos cursos da Universidade Corporativa facilitam a minha aprendizagem					

É EXIGIDO ALGUM INVESTIMENTO POR PARTE DO FUNCIONÁRIO PARA A REALIZAÇÃO DA CAPACITAÇÃO NA UNIVERSIDADE CORPORATIVA?	1	2	3	4	5
Existe investimento em valores monetários para a realização dos cursos disponíveis na Universidade Corporativa					
Para a realização dos cursos existentes na Universidade Corporativa necessita-se somente de disposição e tempo disponível					
É necessário sentir-se motivado para a realização dos cursos na Universidade Corporativa					



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”**

Identificação do Tipo de Documento

- Tese
- Dissertação
- Monografia
- Artigo

Eu, **Ronildo Gonçalves de Moura**, autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação **Um estudo sobre os critérios usados pelo Banco do Brasil S/A na capacitação e desenvolvimento dos bancários da agencia de São João do Piauí-PI**, de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 01 de JUNHO de 2018.

Ronildo Gonçalves de Moura
Assinatura