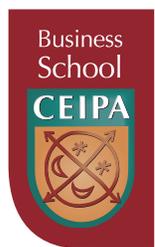


No - 18 Agosto 2017



# LUPA

## EMPRESARIAL

- Y los **egresados CEIPA** ¿qué?
- Artisanal colombian coffees the third wave**
- Impactos locales de la integración energética:**  
el Proyecto Hidroeléctrico Yacretá
- Métodos exactos y heurísticos en la solución de problemas de redes de transporte en las cadenas de suministros**
- Universidades corporativas,**  
un tema necesario de abordar desde el entorno académico

ISSN: 1900-2459

# Universidades corporativas, un tema necesario de abordar desde el entorno académico\*

Jenny Agudelo

jenny\_agudelobe@ceipa.edu.co

Carolina López

carolina\_lopezgi@ceipa.edu.co

Hilda Pulgarín

hilda\_pulgarinva@ceipa.edu.co

## RESUMEN

Las universidades corporativas deben abordarse necesariamente desde el entorno académico; identificar para qué son creadas y qué utilidad nos ofrecen es algo que no se ha abordado desde estudios académicos. Las empresas las ven como herramientas de eficiencia, que ayudan a cumplir con los objetivos estratégicos. Así, buscamos diagnosticar el grado de conocimiento de los estudiantes de pregrado sobre las universidades corporativas. Consideramos datos estadísticos cuya fuente primaria son los estudiantes de últimos semestres en Administración de Gestión Humana de la Fundación Universitaria CEIPA. Los resultados evidencian que la responsabilidad de formación no es solo de los directivos de las organizaciones, sino también del área de recursos humanos que deben estar preparadas para asumir las riendas del reto de la capacitación empresarial.

**Palabras clave:** educación, estudiantes de Administración de Gestión Humana, capacitación empresarial, universidades corporativas.

## ABSTRACT

Corporate Universities need to address an issue from the academic environment, look for that are created and what use we offer, our goal is to diagnose the degree of knowledge of undergraduate students regarding this issue, organizations see them as a tool that helps them gain efficiency and meet strategic objectives. This research is considered statistical data where the primary source are undergraduates in Management Human Management of CEIPA in two categories. The results help us to show that this responsibility is not only managers but also organizations in the area of human resources who must be prepared and trained to take charge of this challenge.

**keywords:** Education, students in Human Resources Management, Business training, Corporate Universities.

# Introducción

*La demanda del mercado de profesionales con diversas competencias, que en muchos casos el sistema educativo desatiende, y el mundo cambiante en el que vivimos, lleva a las empresas a generar sus propios recursos para subsistir exitosamente mediante la transformación y la adaptación al entorno.*

Minetti (2001) Las empresas evolucionan constantemente volviéndose más globales; la tecnología cambia, la competencia es mayor, se demanda cada vez más personal con talento y las organizaciones son más dependientes del conocimiento. Es entonces cuando la cultura del aprendizaje y la formación son clave para la estrategia de negocio. Al respecto, Rubio (2011) señala:

En una sociedad en constante cambio y en un mercado en permanente transformación, las empresas necesitan mejorar cada día y, con ellas, sus empleados. La formación personalizada para lograr la mejora permanente de los empleados es esencial, y las universidades corporativas surgen como el mejor instrumento para lograrlo.

Por otro lado, CEIPA, al ser “la universidad de la empresa”, reconoce que las personas son el principal capital de una organización, y desarrolla mecanismos para que estas obtengan el conocimiento necesario para el desarrollo de sus competencias. Por ello determina que el objetivo de un administrador en gestión humana es lograr el desarrollo del conocimiento en las personas para alcanzar los objetivos estratégicos de la organización.

Considerando lo anterior, y advirtiendo su formación para la administración humana, los autores de la presente investigación se preguntan: ¿La población de pregrado en Administración Humana de CEIPA reconoce las universidades corporativas?, ¿se entiende el concepto de universidad corporativa?, ¿existe coherencia entre los aprendizajes adquiridos por los empleados en las universidades corporativas y sus prácticas laborales?, ¿las universidades corporativas mejoran los procesos productivos en la organización?, ¿qué conlleva a que las universidades corporativas, como un nuevo modelo de capacitación, sean exitosas?, ¿las empresas donde existen las universidades corporativas aprovechan esta forma de trabajo para mejorar su funcionamiento institucional?, ¿nuestra formación como administradores en gestión humana aporta a la implementación de las universidades corporativas?

Los autores consideran de mayor pertinencia y posibilidad de alcance el hecho de que en el entorno académico de CEIPA pareciera existir desconocimiento de dicha temática corporativa. En tal caso es relevante un acercamiento mayor, desde la percepción de los estudiantes, sobre la metodología implementada por algunas empresas en lo atinente al contexto y al conocimiento de dicha forma, para fortalecer el trabajo empresarial a partir de la formación en pregrado de los estudiantes de Administración de Recursos Humanos en el tema de universidades corporativas.

El desconocimiento en el pregrado frente a dicha práctica empresarial en el entorno educativo, invita a preguntarse por la importancia que puede tener dicho contenido para los estudiantes, como posibilidad de acercamiento a la realidad laboral de las empresas. La falta de conocimiento de los estudiantes de pregrado frente al tema de las universidades corporativas limita las posibilidades reales de actuación en la vida laboral, como opciones posibles de desempeño.

En virtud de lo anterior, el objetivo general de esta investigación es diagnosticar el grado de conocimiento que tienen los estudiantes en pregrado de últimos semestres de Administración de Recursos Humanos de CEIPA frente al tema de las universidades corporativas. Los objetivos específicos se relacionan con establecer la importancia de las universidades corporativas en la formación de los administradores en gestión humana. Para esto se realizaron encuestas a estudiantes de Administración en Gestión Humana sobre el reconocimiento que ellos tienen de las universidades corporativas, y también se contrastó, a partir de lo anterior, si los estudiantes de Administración en Gestión Humana reconocen qué son, cómo y para qué sirven las universidades corporativas.

Así, esta investigación aporta a los propósitos de CEIPA en cuanto a la reflexión y la identificación de estrategias adecuadas de innovación y fortalecimiento empresarial, pues las universidades corporativas constituyen un mecanismo en el que el desarrollo de los trabajadores está ligado con el logro de los objetivos estratégicos de las organizaciones, y permite mejorar las capacidades de los trabajadores. CEIPA, como entidad educativa pionera en formar Administradores de Gestión Humana, contribuye a la expansión e implementación de las universidades corporativas, mediante estudios académicos sobre este importante tema.

Este artículo se compone de cuatro secciones. La primera es la presente introducción. La segunda es la sección de fundamentación, la cual considera qué son, en qué consisten y cómo se han desarrollado las universidades corporativas como mecanismo de formación de los trabajadores con el logro de los objetivos estratégicos de las organizaciones. En particular, se revisa la experiencia de la empresa colombiana Arturo Calle, que ha implementado esta estrategia. La tercera sección comprende tanto la descripción de la metodología usada para el logro del objetivo de esta investigación, como la descripción de los resultados de la encuesta aplicada. En la siguiente y última sección, se abordan las conclusiones de la investigación en donde se demuestra la importancia de las universidades corporativas en nuestro papel como profesionales en Administración Humana.

# Fundamentación

*La universidad corporativa realmente son un vehículo para implantar el plan estratégico de las empresas. Así, se constituyen en una herramienta que debería utilizar el equipo directivo, el CEO de la compañía para poner en marcha lo que se ha planificado realizar en el futuro. De esta manera y bajo esta perspectiva los empleados de una empresa son el principal foco de mejoramiento. 2011)*

Rubio (Las universidades corporativas están orientadas a resultados permanentes; no se pueden ver como entidades públicas que imparten educación, sino como un sistema único de las empresas, que se utiliza para generar eficiencia y aprovechar el conocimiento que adquiere cada uno de sus colaboradores.

Según Rubio (2011), estas entidades son herramientas para la implementación de la estrategia de la compañía, y su propósito fundamental es la mejora del desempeño tanto de la empresa como del conjunto de áreas de negocio, e igualmente, de las personas que colaboran en la consecución de sus objetivos. Las universidades corporativas hacen posible que el conocimiento empresarial se cree para alinear los conocimientos continuos del personal, integrando las habilidades y destrezas de los colaboradores a fin de alcanzar los objetivos de la organización. Rubio (2011) afirma que estas instituciones toman la forma de una empresa dentro de la empresa y, como tal, pueden constituirse en diferentes formas jurídicas, definen su filosofía de gobierno y establecen su estructura interna.

El éxito de las universidades corporativas en el ámbito laboral radica en la capacidad de garantizar, de manera continua, el aprendizaje de los empleados, para así mejorar la competitividad de la empresa. En un mundo como el actual, en el que las tecnologías de la información están al alcance de todos y las empresas deben rivalizar en un mercado global, son las personas que conforman una organización su elemento diferenciador y lo que puede hacerlas más competitivas. Son ellas las que desarrollan nuevas estrategias de negocio y las que contribuyen con su conocimiento y experiencia a crear las ideas y el liderazgo, que hacen que una empresa tenga éxito. Las necesidades de desarrollo y formación de estas personas son las que proporcionan a las universidades corporativas su razón de ser.

## Qué son las universidades corporativas

Hay que tener en cuenta que las universidades corporativas no son instituciones; son organizaciones que se crean para transmitir el conocimiento y las competencias que requieren los empleados de una empresa. “Las universidades corporativas surgen como una evolución del departamento de formación hacia un paraguas estratégico para el desarrollo de los empleados, clientes y proveedores de la organización” (Rubio. 2012).

Formar profesionales no es solo asunto de las instituciones educativas; también es responsabilidad de las empresas preparar a sus empleados con el conocimiento de sus actividades. Hoy en día se plantean grandes retos a las organizaciones para que respondan a las expectativas que el nuevo entorno exige (Cárdenas, 2010).

Un conocimiento real de qué son, para qué sirven y qué aportan las universidades corporativas establece que estas organizaciones son el proceso mediante el cual una empresa integra el aprendizaje permanente hacia los resultados del negocio, o sea un aprendizaje de negocio que necesita un individuo para desempeñarse o que necesita un individuo para moverse exitosamente en otro cargo.

Esta definición sirve para tener un concepto diferenciador entre las universidades corporativas y las entidades públicas o privadas que imparten educación, ya que las universidades corporativas dotan de habilidades específicas a los individuos de una organización para mejorar su efectividad en un campo de acción muy acotado; mientras que en las instituciones de educación no corporativas el aprendizaje se contruye a partir de los fundamentos de conocimiento global de una profesión o disciplina.

Cárdenas (2010) señala que este tipo de universidad tiene razones para justificar su utilidad en el medio actual en el que nos encontramos como:

- El aprendizaje se vuelve competitivo.
- Los programas se alinean a un mismo objetivo.
- Esta herramienta apoya al Departamento de Gestión Humana.
- Mejora los planes de carrera en la organización.

## **Concepción de las universidades corporativas**

La concepción de estas universidades dentro de la empresa nace de la necesidad de la gestión del conocimiento y del proceso de enseñanza y aprendizaje que se les debe dar a los empleados para facilitar su buen desempeño. Las empresas requieren herramientas y metodologías que les ayuden a planear y organizar el uso de los conocimientos para ser transferidos a todos los empleados; estos conocimientos se puede distribuir en diferentes formas: capacitaciones virtuales, talleres presenciales o a través de Intranet, etc.

Una creación de universidad corporativa se hace con base en la estrategia del negocio, y se debe convertir en una herramienta del trabajo diario de sus empleados para medir las capacidades de servicio y el valor que genera en la organización.

## Pasos para implementar una universidad corporativa

Cuando se piensa desarrollar un sistema de formación organizacional, se debe garantizar que este sistema contribuirá al mejoramiento continuo de las personas, y que se basará en el desarrollo de las competencias de la organización. Para iniciar un proyecto como este, es preciso seguir los siguientes pasos:

- 1 Identificar las necesidades del negocio.
- 2 Identificar la necesidad del conocimiento dentro de la organización.
- 3 Establecer los objetivos que se quieren alcanzar.
- 4 Diseñar una metodología de enseñanza.
- 5 Describir qué capacitaciones son importantes para el inicio del proyecto.
- 6 Identificar el personal que estará a cargo del proyecto.
- 7 Presentar el proyecto para analizar la inversión que se requiere.

Los primeros en crear universidades corporativas fueron los asiáticos, quienes, creyentes en las instituciones de educación y en que la gente para desempeñarse en términos de calidad debe aprender constantemente, iniciaron una tendencia que aún está vigente. “Fueron las grandes corporaciones quienes dieron el primer paso para crear sus universidades; entre ellas se destacan Motorola y Toyota. Hoy ambas universidades son punto de referencia en el tema a nivel global” (Ojeda Saavedra, 2011).

Por otro lado, en Estados Unidos el primer proyecto de escuela corporativa fue la de General Motors, cuando en 1950 fundó una universidad para formar a su propio personal. En las décadas de 1980 y 1990 tomó mucha más fuerza. Son famosas las escuelas de Disney, McDonald, Dell, Colgate y demás. “Se considera que la Escuela de la General Motors, con un campus de más de 20 hectáreas ubicada en las afueras de Nueva York es la ‘escuela corporativa’ más grande del mundo” (Ernesto Yturralde & Asociados Latinoamérica, 2011).

Según PyB Consultores (2013), en Colombia el 11 % de las empresas que desarrollan este concepto buscan que los empleados obtengan un proceso de aprendizaje acorde a las estrategias organizacionales de cada empresa. Además, afirman que “el concepto de las universidades corporativas se está desarrollando en Colombia cada día con más fuerza. La idea nace de la necesidad de asegurar que los equipos de colaboradores cuenten con un proceso de aprendizaje conectado con la estrategia de las organizaciones”.

Empresas como Pavco denominan a estas universidades como Geo training, donde comparten todo el conocimiento tanto a sus empleados como a los ingenieros o personas que usan sus productos. Existen también empresas como Ecopetrol, que poseen un fuerte componente formativo dentro de su organización.

Así, Ecopetrol desde 2008, cuenta con la universidad corporativa como una de sus estrategias para transferir y asegurar conocimiento al interior de la organización. Su objetivo es capitalizar la experiencia, experticia y conocimiento de los colaboradores y empleados de la compañía para fortalecer sus habilidades y competencias técnicas y humanas mediante capacitación y entrenamiento.

Esto se logra a través de una oferta de formación que abarca la cadena de valor, los procesos de soporte y corporativos, contando con la disponibilidad de programas en modalidades presencial, virtual y combinado (blended) que permiten la transferencia del conocimiento crítico y diferencial. Asimismo, la Universidad de Ecopetrol certifica la calidad de los programas diseñados mediante una metodología propia que permite el desarrollo acorde con las necesidades de la empresa; además facilita servicios de certificación de competencias técnicas priorizadas y aporta en la identificación y el cierre de las brechas de competencias (Ecopetrol, 2008).

En Medellín, el Grupo Suramericana, al igual que Haceb, UNE, EPM y Arturo Calle, son empresas que ven las universidades corporativas como una herramienta que ayuda a satisfacer las necesidades internas de la organización. A continuación se evidencia el caso de Arturo Calle, como muestra de éxito en dicha implementación.

## **Caso de éxito en Arturo Calle**

El señor Arturo Calle era un visionario que sabía que contaba con talento humano con capacidades, y que estas debían ser estimuladas mediante el fortalecimiento en conocimientos, según se evidencia en la entrevista realizada a Saavedra (2012), gerente de Gestión Humana. Saavedra afirma que “la iniciativa de la Universidad Arturo Calle surge, en principio, de un sueño de don Arturo Calle desde su convicción que la formación empresarial es la clave del éxito”. Luego señala que esta iniciativa nace de un contexto específico pues: “La compañía tenía una necesidad inminente para enfrentar los retos del futuro y era formar los líderes que se hicieran cargo de ese sueño y ese reto a través de programas de formación” (Saavedra, 2012).

Después de conocer el caso práctico y la implementación de la universidad corporativa en Arturo Calle, se puede decir que el mundo laboral está en constante evolución, y que lleva a los líderes a formarse para enfrentarse a un mercado totalmente competitivo. Es la preparación de los líderes la que asegura que todas las ideas que ellos tienen se materialicen en el beneficio de todos, aportando al posicionamiento y reconocimiento de la compañía en el medio.

Para la compañía Arturo Calle, la detección de las falencias existentes le permitió establecer un proyecto integral, realimentar constantemente a los colaboradores, y así fortalecer el compromiso que la organización tiene con el talento humano, mediante la creación de la universidad corporativa, que se proyectó al cumplimiento de la planeación estratégica y de las metas trazadas.

Como todo proyecto en el cual se tienen unas metas por cumplir, también hay obstáculos que resolver, y teniendo en cuenta que este proyecto se quiso aplicar a nivel nacional, su complejidad fue mayor. Después de analizar todas las posibilidades, se encontraron soluciones que permitieron su ejecución, garantizando que fuera accesible para los líderes de todas las ciudades y con una forma de financiación viable para la empresa. El proyecto ha tenido un seguimiento constante en el ámbito nacional, respaldado y asesorado por entidades de reconocimiento y trayectoria, con el fin de mejorar cada vez la ejecución de los programas académicos y de los servicios prestados por los docentes, lo cual se refleja en la graduación de varias promociones.

Los resultados y la integración de dichos esfuerzos se visualizan en indicadores que determinaron qué tan eficiente y efectivo ha sido el programa. Con respecto a estos, qué mejor indicador que el de valoración del desempeño, por el cual se pueden identificar áreas críticas, que tienen una mayor prioridad tanto para colaboradores como para docentes.

Lo más satisfactorio es apreciar de qué manera los conocimientos adquiridos se ven materializados en los proyectos que presentan los estudiantes, y en los que la empresa ve retribuida toda la inversión. Cabe recordar que uno de los objetivos principales en la creación de la universidad corporativa es el de aprovechar el talento humano y complementarlo con conocimientos que ayuden a optimizar el servicio a los clientes. Se puede concluir que este proyecto trascendió, mejorando las relaciones entre coordinadores y administradores frente a su equipo de trabajo, formando un ambiente laboral que garantiza un incremento en el desempeño de las labores que cada uno tiene y, a su vez, animando a los demás a ingresar al proyecto. Adicionalmente, hace parte de estos resultados la facilidad que la organización da a cada participante en el tema de horarios, que se convierte en un valor agregado que apunta a otra forma de motivar a los empleados-estudiantes.

El plan de carrera que hace parte de este programa permite la participación de todos los empleados que tienen el propósito de escalar posición; desde luego, siendo competitivos tanto en su desempeño como por sus conocimientos. Esta posibilidad se materializa ingresando a los programas ofrecidos por la universidad, porque al aplicar los conocimientos se tiene la opción de perfilarse a otros cargos, mejorando así la calidad de vida. En síntesis, no solo se pueden aplicar los conocimientos, sino aspirar a otros cargos, lo cual incrementa la motivación. En este sentido, con las convocatorias que hace la empresa, los más beneficiados son los empleados; además, reduce las probabilidades en cuanto a que la compañía tenga que buscar externamente para llenar las vacantes. Esto, a su vez, es una forma de recompensar al empleado por la confianza que depositó en el proyecto fidelizando al empleado, haciendo que él desee aportar lo mejor de sí para la empresa y no necesite buscar alternativas en otro lugar.

Lo anterior lleva a concluir que la gestión humana ha trascendido en sus funciones involucrándose de manera directa en el desarrollo de los proyectos de la empresa, desempeñando un papel fundamental para que el proyecto genere los mejores resultados. Esto se evidencia en el buen cumplimiento de las labores desarrolladas por los líderes y, a su vez, la empresa ve cómo se logran resultados más destacados.

Cuando se inicia un proyecto en el cual se busca el cumplimiento de objetivos que favorezcan la empresa y a quienes la conforman, se debe considerar la viabilidad de dicho proyecto para no poner en riesgo tanto el capital financiero como el humano que van a hacer parte de él. Esto solo se puede llevar a cabo con un equipo que analice de manera minuciosa la forma en que se va a desarrollar el proyecto de formación. Partiendo de ese punto se minimiza el riesgo de que este fracase.

## Metodología y Resultados

El estudio realizado es cuantitativo y con enfoque exploratorio, ya que los investigadores se apoyaron en datos estadísticos expresados en formulaciones matemáticas y toma de muestras a la población estudiantil. Dichas muestras permitieron llevar a cabo la medición y el análisis del nivel de conocimiento de los estudiantes de Administración de Recursos Humanos frente al tema de las universidades corporativas, buscando información relevante y confiable que brindara las herramientas para identificar el posible grado de desconocimiento del tema en esta población específica.

Las fuentes secundarias de información fueron los estudios, las experiencias, los casos de éxito y las diferentes fuentes documentales recopiladas por diversos expertos en el tema de universidades corporativas.

Las fuentes primarias las constituyeron los estudiantes de pregrado de últimos semestres del programa de Administración de Recursos Humanos de CEIPA en sus dos modalidades: virtual y presencial. De estos, se halló que la muestra representativa para los estudiantes en modalidad presencial es de 14, dado que son 120 los alumnos inscritos. Para la modalidad virtual, la muestra representativa es de 15 estudiantes, ya que se cuenta con 267 alumnos en esta modalidad. Los datos los suministró directamente CEIPA con actualización al día 26 de julio de 2013.

Las fuentes primarias las constituyeron los estudiantes de pregrado de últimos semestres del programa de Administración de Recursos Humanos de CEIPA en sus dos modalidades: virtual y presencial. De estos, se halló que la muestra representativa para los estudiantes en modalidad presencial es de 14, dado que son 120 los alumnos inscritos. Para la modalidad virtual, la muestra representativa es de 15 estudiantes, ya que se cuenta con 267 alumnos en esta modalidad. Los datos los suministró directamente CEIPA con actualización al día 26 de julio de 2013.

Las muestras se determinaron con una confianza del 95 % a partir de la siguiente ecuación:

$$N = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq} \quad (1)$$

donde:

**N:** es el tamaño de la muestra

**Z:** es el nivel de confianza

**p:** es la variabilidad positiva

**q:** es la variabilidad negativa

**E:** es la precisión del error

**N:** es el tamaño de la población

Para el caso de los estudiantes presenciales, se utiliza la ecuación (1) con los siguientes datos:

**N:** Tamaño de la población = 120

**Z:** Nivel de confianza 95 % = 1,96

**P:** variabilidad positiva = 0,5

**q:** variabilidad negativa = 0,5

**E:** Precisión de error 3 % = 0,03

Reemplazando

$$N = \frac{(1,96^2) * 0,5 * 0,5 * 120}{120 * 0,03^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$N = \frac{3,92 * 0,5 * 0,5 * 120}{120 * 0,06 + 3,92 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{117,6}{7,2 + 0,98}$$

$$n = \frac{117,6}{8,18}$$

$$n = 14,37 \quad (2)$$

Para el caso de los estudiantes en modalidad virtual se utiliza la ecuación (1) con los siguientes datos:

**N:** Tamaño de la población = 267

**Z:** Nivel de confianza 95 % = 1,96

**p:** variabilidad positiva = 0,5

**q:** variabilidad negativa = 0,5

**E:** Precisión de error 3% = 0,03

Reemplazando

$$n = \frac{(1,96^2) * 0,5 * 0,5 * 267}{267 * 0,03^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,92 * 0,5 * 0,5 * 267}{267 * 0,06 + 3,92 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{261,66}{16,02 + 0,98}$$

$$n = \frac{261,66}{17}$$

$$n = 15,39 \quad (3)$$

Por tanto, de la ecuación (1) se halla el muestreo para los estudiantes virtuales y presenciales, a partir de las ecuaciones (2) y (3), respectivamente. La aplicación de la encuesta a la cantidad de estudiantes señalada permitió realizar un análisis cuantitativo del nivel del conocimiento frente al tema de universidades corporativas; este proceso tomó para su aplicación y análisis de cuatro meses.

Debido al carácter exploratorio de la investigación, la encuesta se diseñó para obtener datos reales en los cuales se encontraran razones suficientes para ampliar la investigación sobre universidades corporativas en esta población específicamente. El instrumento incluyó cinco preguntas cerradas, que se aplicaron en los salones de clase, y de manera virtual para los alumnos inscritos en esa modalidad. Las preguntas se diseñaron para medir el conocimiento del tema en los estudiantes de los últimos semestres del programa Administración de Recursos Humanos, teniendo en cuenta que son estos estudiantes a quienes corresponde la divulgación y, en algunos casos, la implementación, de las universidades corporativas. Por tanto, el reconocimiento del concepto debe ser tan claro que no debe prestarse para confusiones, valiéndose de inducciones, formaciones o capacitaciones espontáneas de tipo empresarial.

El instrumento tuvo la siguiente presentación.

### ENCUESTA UNIVERSIDADES CORPORATIVAS

**Responda sí o no a los siguientes enunciados:**

|   | SI | NO |
|---|----|----|
| 1 ¿Sabe lo que es una universidad corporativa?                              |    |    |
| 2 ¿Conoce algunos de los beneficios de la universidad corporativa?          |    |    |
| 3 ¿Sabe para qué se crea una universidad corporativa?                       |    |    |
| 4 ¿Conoce alguna empresa que tenga implementada la universidad corporativa? |    |    |
| 5 ¿Ha leído textos relacionados con el tema de universidades corporativas?  |    |    |

Programa / Año

Fuente: elaboración propia.

A continuación se describen los hallazgos provenientes de la aplicación de la encuesta. Considerando la primera pregunta —la cual sirve para identificar el problema de la investigación—, se observa a partir de la figura 1 cómo cerca de la mitad de los estudiantes presenciales y virtuales desconocen el concepto de universidad corporativa. Para el primer grupo, un 50 % desconoce el concepto y para el segundo, un 43 %, siendo los estudiantes presenciales menos conocedores, por una diferencia de 7 %.

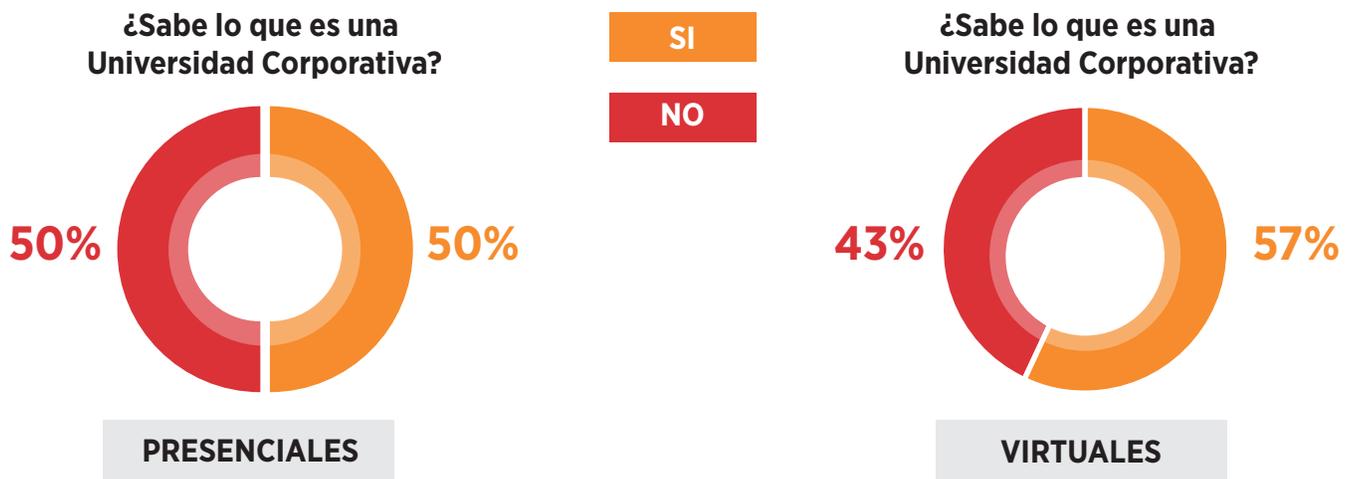


Figura 1. Reconocimiento del término universidad corporativa

Fuente: Elaboración y cálculos propios.

La segunda pregunta se formula con el fin de que los estudiantes que conocen el concepto de universidades corporativas reconozcan los beneficios que aportan dentro de las organizaciones. Además de tener conocimiento del concepto, es importante poseer información sobre algún beneficio de la universidad corporativa. Las respuestas a esta pregunta muestran cómo el 29 % de los estudiantes virtuales tiene un conocimiento de algún beneficio de las universidades corporativas, mientras que los estudiantes presenciales, con un 43 %, conocen dichos beneficios. En los estudiantes virtuales, el desconocimiento asciende al 71 % y los presenciales a un 57 %, sabiendo, en estos últimos, que el 50 % comprende lo que es una universidad corporativa.

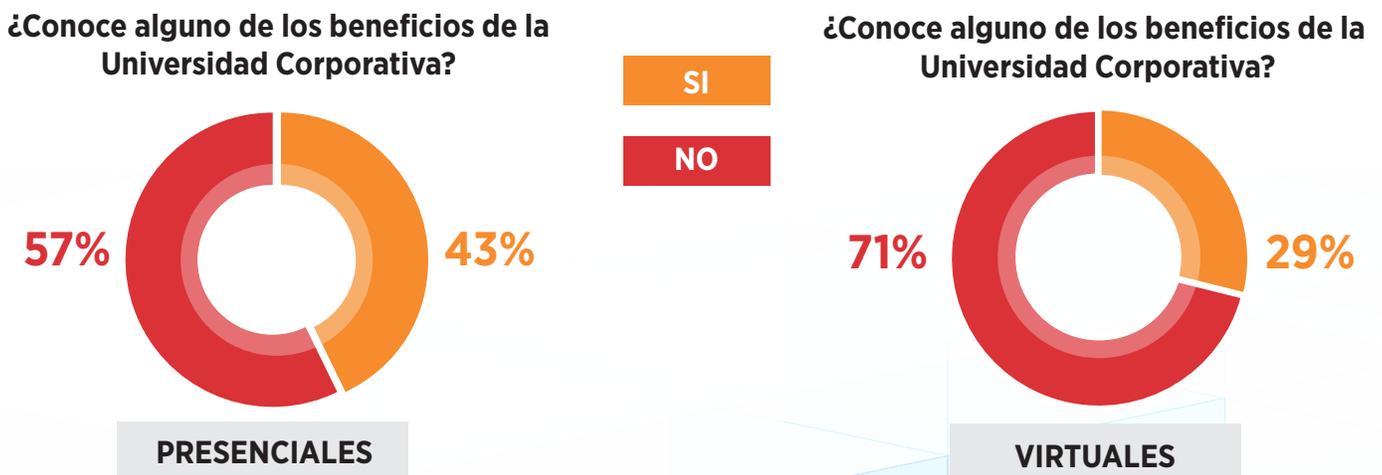


Figura 2. Conocimiento de los beneficios

Fuente: Elaboración y cálculos propios.

Con la tercera pregunta se indaga entre los estudiantes del programa de Administración de Recursos Humanos el grado de conocimiento frente a la razón por la cual se implementa la universidad corporativa. Así, se puede apreciar que el 36 % de los estudiantes presenciales y el 21 % de los estudiantes virtuales tienen el conocimiento sobre las razones por las cuales se implementa una universidad corporativa. El 64 % de los estudiantes presenciales y el 79 % de los estudiantes virtuales desconocen saber para qué se crea una universidad corporativa.

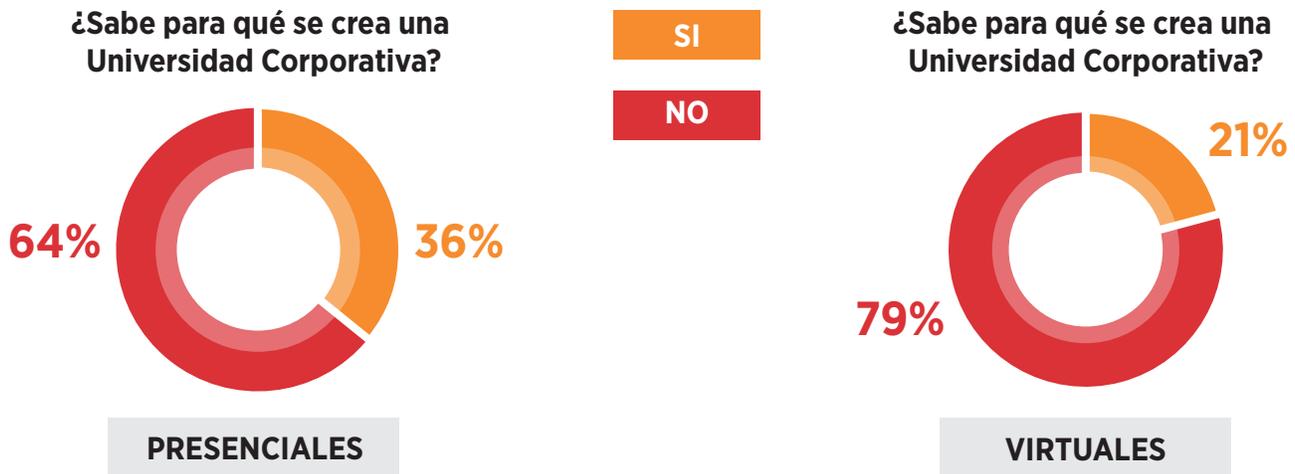


Figura 3. Propósito de creación de la universidad corporativa  
Fuente: Elaboración y cálculos propios.

Con la cuarta pregunta se busca saber si los estudiantes conocen empresas que tengan implementadas alguna universidad corporativa. De acuerdo con las respuestas se evidencia que el 36 % de estudiantes presenciales y el 14 % de los virtuales tienen conocimiento de dichas empresas. Esto indica que aunque puedan reconocer el término y sus beneficios, son pocos los estudiantes virtuales que pueden ver aplicada esta forma de organización.



Figura 4. Empresas que implementaron universidades corporativas  
Fuente: Elaboración y cálculos propios.

Con la quinta pregunta se quiere validar si los estudiantes se han informado por medio de la lectura de textos relacionados con las universidades corporativas. Se puede decir que el 7 % de las dos modalidades, tanto presencial como virtual, ha leído textos que incluyen un contenido que les permite tener un panorama más claro y amplio frente al tema de universidades corporativas, con respecto a un 93 % que no ha tenido contacto con estos textos. Lo que implica este punto es que, aquellos que dicen reconocer el concepto (figura 1) y no tuvieron su aproximación desde un texto, probablemente obtuvieron esta información de fuentes no académicas y, por tanto, llevaría a una aplicación y divulgación, en dado caso, poco precisas.

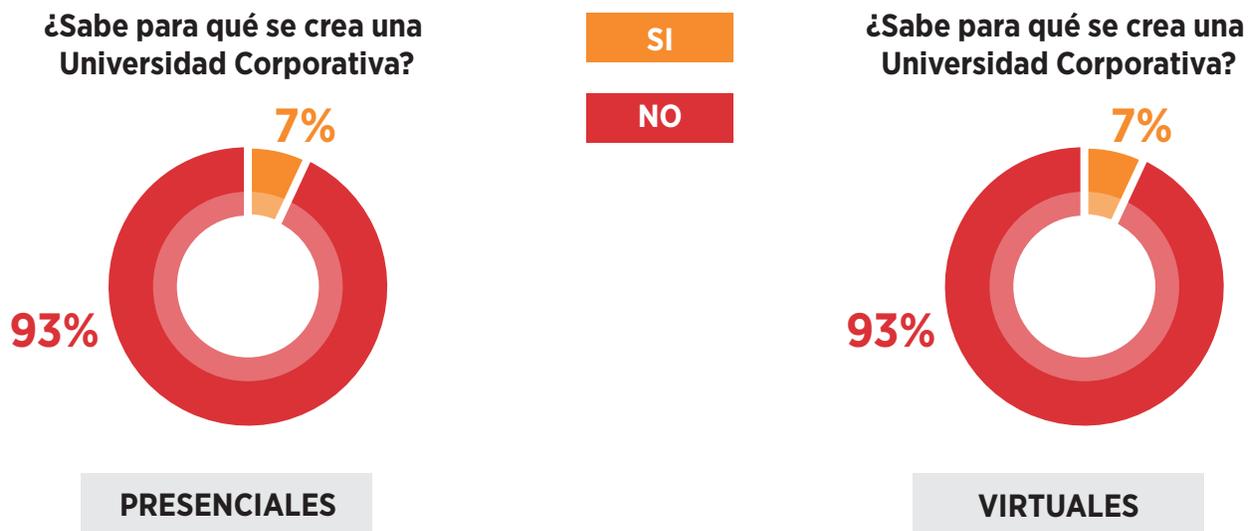


Figura 5. Textos relacionados con las universidades corporativas  
Fuente: Elaboración y cálculos propios.

Los hallazgos que se obtienen en la presente investigación indican que hay un mayor desconocimiento frente al concepto de universidades corporativas de los estudiantes en modalidad virtual con respecto a los estudiantes en modalidad presencial. Por tanto, se ve la necesidad de que nuestra Institución dé a conocer este hallazgo a los programas académicos pertinentes, ya que puede ser una herramienta valiosa al momento de ejercer nuestra vida profesional.

## Conclusiones

Después de identificar una idea concreta de lo que son las universidades corporativas a través de los diversos registros, documentos y experiencias de expertos y especialistas en el tema, queda clara la importancia de este concepto para las organizaciones y la manera como estas funcionan, e igualmente con qué tipo de personal se pueden ejecutar y qué beneficio o retorno de su inversión tendrán para la organización. Esto permite reconocer lo significativo de las universidades corporativas, y que tiene igual o mayor valor la formación de los profesionales que han de tener un papel principal en la ejecución de este programa.

La presente investigación permitió evidenciar el grado de conocimiento que tienen los estudiantes de últimos semestres de Administración de Recursos Humanos de la Fundación Universitaria CEIPA frente al tema de universidades corporativas. Se reconoció entre las dos modalidades que la Universidad ofrece, cómo los estudiantes virtuales son los que menor conocimiento tienen frente a este tema. Además, se puede concluir que el objetivo de diagnosticar el grado de conocimiento de los estudiantes de pregrado de Administración de Recursos Humanos del CEIPA fue alcanzado.

Cabe resaltar que aunque las universidades corporativas tuvieron origen fuera de Colombia, algunas industrias colombianas —como Ecopetrol, Arturo Calle, Autonal S.A., Carvajal, Pavco, Haceb, EPM y Grupo Sura— están realizando su mejor esfuerzo para informarse sobre los programas relacionados, y para implementar tipos de universidades corporativas, invirtiendo en ellas los recursos necesarios, el personal tanto interno como externo, y después de esto, disfrutando los frutos de dicha inversión. De esta manera, buscan ser organizaciones de alta competitividad, destacadas en el medio por un capital humano, una organización que les da un punto diferencial entre las demás, sumado al hecho de que apoyar la disminución de la rotación y la cultura organizacional las fortalece decididamente.

En este sentido, la implementación de la universidad corporativa dentro de la empresa Arturo Calle se motivó en el fortalecimiento de las capacidades de su talento humano con la convicción de que la formación continua empresarial es la clave del éxito.

Para finalizar, se puede concluir que los programas de universidades corporativas constituyen un compromiso necesariamente compartido entre directivos, áreas gerenciales de las organizaciones y el administrador de recursos humanos. Este compromiso cumple el papel fundamental de consolidar dicho proceso, pues se evidencia, en el caso de Arturo Calle, que dicha dinámica sinérgica entre las distintas unidades y actores de la organización fue soporte principal para desarrollar el proyecto de universidad corporativa. Así, la articulación entre directivas, administración y área de recursos humanos fue una eficaz manera de cumplir con el objetivo principal de la implementación de la universidad corporativa, que es la ejecución de la planeación estratégica y las metas establecidas.

## Referencias

Cárdenas, M. (2010). *La Universidad Corporativa: una solución para mejorar el desempeño organizacional*. Informe Especial LR-12 Universidades Corporativas.

Recuperado de <http://www.learningreview.com/universidades-corporativas/2540-la-universidad-corporativa-conecta-el-aprendizaje-con-la-estrategia-corporativa>

Ecopetrol. (2008). *Gestión de conocimiento en Ecopetrol*. Universidad Corporativa de Ecopetrol. Recuperado de [http://www.ecopetrol.com.co/especiales/ecopetroweb/esp/universidad\\_esp.html](http://www.ecopetrol.com.co/especiales/ecopetroweb/esp/universidad_esp.html)

Ernesto Yturalde & Asociados Latinoamérica. (2011). *Escuelas corporativas/universidades corporativas*. Recuperado de <http://www.yturalde.com/EscuelasCorporativas.htm>

Hernando, A. (2012). *Universidades Corporativas en la Asoc. de RRHH de Perú*.

Recuperado de <http://www.web.overlap.net/blog/inoverlap/overlap-habla-sobre-universidades-corporativas-en-la-asoc-de-rrhh-de-Perú>

Minetti, M. V. (2011). *Learning Review, Las Universidades Corporativas son las encargadas de acompañar el cambio*. Informes Especiales LR-12 Universidades Corporativas. Edición 35.

Recuperado de <http://www.learningreview.com/universidades-corporativas/2544-las-universidades-corporativas-son-la-encargadas-de-acompanar-los-cambios>

Ojeda Saavedra, A. E. (2011). *Learning Review. Universidades Corporativas: Para empresas grandes y chicas*. Formación y Desarrollo. Artículo y entrevistas.

Recuperado de <http://www.learningreview.com/articulos-y-entrevistas-formacion/486-universidades-corporativas-para-empresas-grandes-y-chicas>

PyB Consultores. (2013). *Las Universidades Corporativas mejoran la productividad en las organizaciones*.

Recuperado de <http://www.pyb.com.co/index.php/component/content/article/37-boletines-pyb-consultores/58-las-universidades-corporativas-mejoran-la-productividad-en-las-organizaciones>

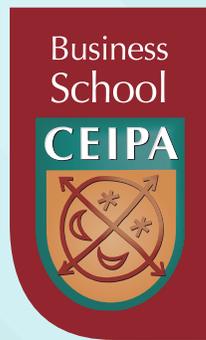
Rubio, A. (2011). *“Universidades Corporativas” en Los Desayunos de Capital*.

Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=6KdZ3-A9uQ0>

Rubio, A. (2012). *Universidades Corporativas*. Madrid: LID Editorial corporativa.

Saavedra, P. (2012). *Arturo Calle: Papel de Gestión Humana en la creación de Universidades Corporativas. Video/ Caso de éxito*.

Recuperado de [http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoConocimiento/A/arturo\\_calle\\_video/arturo\\_calle\\_video.asp](http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoConocimiento/A/arturo_calle_video/arturo_calle_video.asp)



# LUPA

EMPRESARIAL

No - 18 Agosto 2017