**UNIVERSIDAD CORPORATIVA**

En ocasiones, el mejoramiento del desempeño de la organización implica que se lleven a cabo procesos de entrenamiento y desarrollo para contribuir con los colaboradores a través del aprendizaje a lograr sus objetivos con éxito. El reto está en conectar esta inversión con el impacto en el desempeño y los resultados del negocio.

El diseño de una **Universidad Corporativa** es una estrategia que permite garantizar que la empresa proporcione la educación correcta y oportuna, y que esa educación esté alineada con los objetivos de la empresa.

De esta manera optimizamos los recursos, porque se invierten en un aprendizaje que realmente impacta al negocio y aumenta la competitividad. El aprendizaje deja de ser visto, como ocurre en muchas ocasiones, como un “premio”, como algo separado de la productividad, y comienza a formar parte esencial del negocio, pues apunta hacia aquellos conocimientos, habilidades y actitudes fundamentales que permitirán que los empleados contribuyan al logro de los planes estratégicos.

**Historia de las universidades corporativas**

La historia de las Universidades Corporativas comienza en Estados Unidos hace casi 50 años, cuando en la década de los 60 McDonald’s pone en marcha la Hamburguer University. Este hecho fue el punto de partida para el lanzamiento de las Universidades Corporativas. Durante los años `60, `70 y `80 se crearon otras cuantas, pero no fue hasta los años `90 cuando comenzaron a ser más populares.



Muchas empresas del mundo ya han puesto en marcha sus propias Universidades Corporativas. En Estados Unidos es donde han tenido el mayor despliegue y crecen de forma imparable disponiendo de una Universidad Corporativa todas las grandes corporaciones, como es el caso de McDonald´s, General Motors, Motorola, IBM o Disney. En Europa el liderazgo lo ostenta el Reino Unido siendo universidades prestigiosas, entre otras, las de Barclays, British Telecom, Vivendi, AXA, Daimler Chrysler, ABN-Amro, Lufthansa, Fiat y Siemens.

En España el número de Universidades Corporativas es pequeño, aunque existen varias de gran prestigio como la de Unión Fenosa, Santander Central Hispano, Repsol-YPF y Telefónica. La creación de Universidades Corporativas crece constantemente. Si en los años `80 se calculaba la existencia de unas 400 en el mundo, hoy en día superan las 2.000. Su creación será una práctica creciente en los próximos años.

La **Universidad Corporativa** conecta el aprendizaje con la estrategia corporativa, y alinea todos los procesos de aprendizaje y desarrollo en la ruta del alcance de un mejor desempeño.

La **Universidad Corporativa** es un proceso que responde a:

• ¿Qué necesita saber un colaborador para desempeñarse adecuadamente en su cargo?

O a la pregunta:

• ¿Qué necesita saber un colaborador para moverse exitosamente a otro cargo?

Hay varios aspectos clave que debemos resaltar al definir lo que es la **Universidad Corporativa**:

1. El primero, es un proceso de aprendizaje concebido como estrategia de negocio.
2. Está orientada a resultados. ¿Cómo lograr de mejor manera los objetivos del negocio? ¿Qué cambios debemos poner en marcha? ¿Cómo evidenciamos su impacto?
3. Es permanente, es un proceso continuo, no es un curso, un taller, no se refiere a solamente una parte de lo que el empleado necesita, sino que abarca todas las oportunidades de aprendizaje y desarrollo necesarias.

 La Universidad Corporativa está dirigida a todo grupo de la empresa, a toda su cadena productiva y considera tanto las habilidades “blandas” como las “duras” propias de cada cargo.

En resumen una **Universidad Corporativa** es el proceso por medio del cual la organización integra *el aprendizaje estratégico, permanente y de orientación hacia los resultados del negocio*, en toda su cadena de actividad productiva y fuerza laboral.

**EN LA UNMSM**

¿Por qué entonces emprender el proyecto de desarrollar una **Universidad Corporativa** en la UNMSM?,

Porque nos permite hacer de la educación y del aprendizaje una ventaja competitiva que permita el logro de los objetivos de la misma.

Una **Universidad Corporativa** ayuda a los colaboradores a alcanzar las metas brindando desarrollo personal, eficiencia operativa, apoyo al desempeño, y herramientas de entrenamiento.

Un valor agregado de la **Universidad Corporativa**, es que obligatoriamente contribuye con la gestión del conocimiento. Hace posible que el conocimiento tácito se vuelva explícito, el saber se vuelve organizacional, las mejores prácticas se determinan y se comparten, es indiscutiblemente una herramienta que permite que la organización se convierta en una organización que aprende.

Existen varias áreas en las que las Universidades Corporativas pueden desarrollar su actividad, como es la formación a empleados, candidatos y colaboradores, publicaciones, innovación, titulaciones y gestión administrativa.

La formación a empleados, candidatos y colaboradores, suele ser un ámbito en el que se centran la mayoría de Universidades Corporativas. Es menos habitual que éstas asuman funciones de investigación o innovación.