

**UNIVERSIDAD ESAN**



**“FACTORES DE ÉXITO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
UNIVERSIDAD CORPORATIVA EN PERÚ”**

**Tesis presentada en satisfacción de los requerimientos para obtener el grado de  
Magister en Dirección y Organización de Personas por:**

Macedo Roig, María Teresa

Pasquel Cook, Silvana María

Peña Suclupe, Johnny Daniel

Sucno Quiroz, Américo Michael

**Programa de la Maestría en Dirección y Organización de Personas**

## **RESUMEN:**

El objetivo principal es identificar los factores que hacen posible la implementación efectiva de una Universidad Corporativa en el Perú.

Durante la investigación se buscó conocer los factores que impulsaron la implementación, describir el proceso y principales obstáculos que se presentaron en la implementación de las Universidades Corporativas estudiadas.

Para ello, se ha realizado una revisión de la literatura existente, con el fin de conocer los factores que hacen posible la implementación de una Universidad Corporativa. En base a ello, proponemos un modelo, que cuenta con cuatro variables que consideramos importantes para la etapa de implementación: Compromiso de la Alta Gerencia, alineación a la estrategia del negocio, diseño de la Universidad Corporativa y métricas.

En cuanto a la metodología utilizada es de tipo cualitativa, la misma que se ha basado en entrevistas abiertas semi estructuradas a profesionales y pioneros de dos Universidades Corporativas en el Perú. Dichas organizaciones pertenecen a dos de los grupos con mayor representatividad en el país. Así mismo, se ha realizado la recolección y revisión de documentos y observación de clases. Por otro lado, el nivel de la investigación es explicativo y su diseño es no experimental; y dentro de la clasificación de diseños no experimentales, es una investigación transeccional exploratoria, porque se recolectan los datos en un tiempo único y analizando un problema nuevo de investigación, ya que a la fecha existen muy pocas corporaciones que cuentan con universidades corporativas en el Perú.

En base a la información recolectada, se procesaron los datos bajo el método de análisis de contenido, cruzando las variables identificadas en las entrevistas con la literatura recogida, logrando hacer una interpretación de las mismas.

De la información analizada, se comprobaron las variables planteadas en nuestro modelo, teniendo como conclusiones que los factores que hacen posible la implementación efectiva de una Universidad Corporativa en el Perú son: El compromiso de la Alta Gerencia, la alineación con la estrategia del negocio, el diseño de la Universidad Corporativa y las métricas.

Por otro lado, los dos principales factores que impulsaron la implementación de las Universidades Corporativas estudiadas fueron: La necesidad de gestionar el conocimiento dentro de la organización, a través de la atracción, desarrollo y retención del talento; y por otro lado, la necesidad de que la capacitación vaya alineada a los objetivos estratégicos.

Asimismo, el proceso de implementación de las Universidades Corporativas estudiadas se dio de manera paulatina, teniendo como una primera etapa el lanzamiento de

cursos transversales a todas las empresas de la corporación, los cuales no necesariamente calzaban con las necesidades de cada una; y en una segunda etapa se analizan de manera detallada la malla curricular, elaborándola en base a los objetivos estratégicos de cada empresa.

Referente a los principales obstáculos que se presentaron en la implementación de las Universidades Corporativas estudiadas, podemos concluir que se dio la duplicidad de funciones con el área de Recursos Humanos, los cuales consideraban que la Universidad Corporativa se estaba adueñando de sus funciones. Ante ello, éstas se convirtieron en socios de las áreas de Recursos Humanos, brindándoles su apoyo para que puedan establecer contacto con la línea gerencial y así atender sus necesidades de capacitación. Por otro lado, mientras que las áreas de Recursos Humanos buscan incrementar el número de personas capacitadas, las Universidades Corporativas buscan transformar a la organización en áreas funcionales par que así, pueda competir estratégicamente.

Por último, en el Perú las Universidades Corporativas siguen siendo propias de las grandes compañías, las cuales ven a las Universidades Tradicionales, con un enfoque demasiado teórico y poco familiarizado con la realidad empresarial. Por ende, las Universidades Corporativas se diseñan con contenidos temáticos que son orientados a una información: Técnica, especializada y específica a las necesidades y expectativas de la organización.