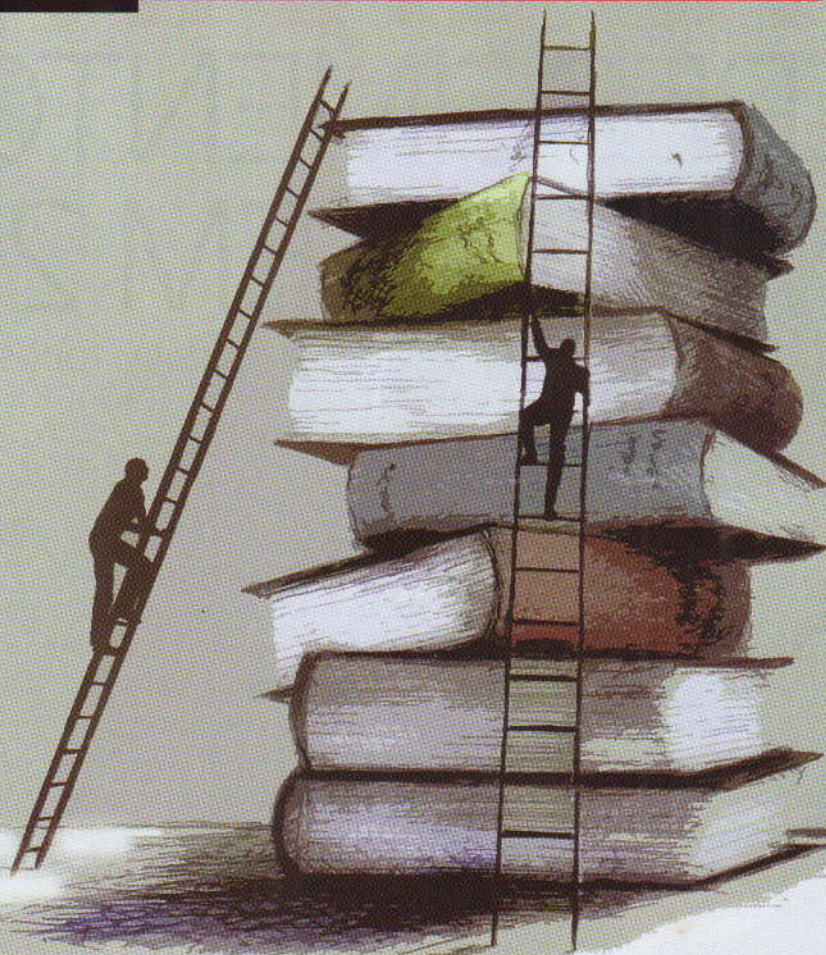


ESPECIAL

EDUCAÇÃO

ESTUDAR
NO EXTERIOR



EDUCAÇÃO CORPORATIVA EM ASCENSÃO

APESAR DO ARREFECIMENTO DA ECONOMIA BRASILEIRA, AS EMPRESAS NÃO DEIXARAM DE INVESTIR EM EDUCAÇÃO CORPORATIVA. A EXPECTATIVA É DE UM LEVE AUMENTO DOS INVESTIMENTOS NO SETOR EM 2015

EDUCAÇÃO CORPORATIVA: CRESCIMENTO CONTÍNUO EM 2015

O INVESTIMENTO EM CAPACITAÇÃO DE PROFISSIONAIS EM TODOS OS NÍVEIS É FERRAMENTA INDISPENSÁVEL PARA GARANTIR COMPETITIVIDADE E CRESCIMENTO

POR CAROLINA SANCHEZ MIRANDA

Ainda que 2014 tenha sido marcado pelo baixo crescimento da economia e por eventos que causaram comoção nacional, acionando o freio da maior parte das empresas, o investimento em educação corporativa não caiu. A Copa e as eleições tornaram a realização de programas de capacitação menos intensa, mas, ainda assim, as principais instituições de ensino viram suas áreas de cursos customizados para empresas crescer levemente em comparação com 2013.

A razão para isso é simples: em um cenário com pouca mão de obra qualificada, para competir e ganhar mercado, as empresas não podem deixar de apostar no aperfeiçoamento de seus profissionais. Por isso, a perspectiva para 2015 é semelhante. Deve haver crescimento no investimento em educação corporativa, mesmo que os números não sejam expressivos.

“O ano foi bastante comprometido

pelos eventos internacionais e com a questão da sucessão presidencial. De uma forma geral, as ações de educação corporativa ou foram antecipadas para o primeiro trimestre [fato raro no Brasil] ou postergadas para o último trimestre do ano”, relata Alfredo Castro, sócio-diretor da MOT — Treinamento e Desenvolvimento Gerencial. Diante desse cenário, Castro estima que houve uma redução de pelo menos um terço dos investimentos e em eventos de

educação corporativa.

Apesar de todo esse cenário, segundo Luiz Ernesto Migliora, diretor executivo de cursos corporativos da Fundação Getúlio Vargas (FGV), a área deve fechar 2014 com crescimento de 20%. Para ele, a explicação está no fato de que existe uma enorme necessidade de capacitação das pessoas, que não são adequadamente qualificadas desde a educação básica e chegam ao mercado de trabalho despreparadas. De olho nessa demanda, a FGV oferece uma ampla gama de cursos customizados, que abrangem temas que vão de finanças a sustentabilidade e podem atender à demanda tanto por conhecimentos mais técnicos de início de carreira, como também mais comportamentais e analíticos.

► ACIMA DA MÉDIA

Por sua vez, a escola de negócios Saint Paul, que também atende um público amplo, de analistas a execu-

O CAMINHO PARA MUDANÇA FOI DESENVOLVER UM RELACIONAMENTO MAIS ESTREITO COM O ALUNO, QUE TEM INÍCIO ANTES DO TREINAMENTO PROPRIAMENTE DITO

tivos, é mais otimista. A instituição espera fechar 2014 com crescimento de 120%. A economia brasileira cresceu pouco mais de 1% nos últimos anos, de onde vem, portanto, tanta confiança? A resposta está nas inovações adotadas nos programas customizados.

“Sempre fomos conhecidos por oferecer treinamentos sofisticados, tratando de temas difíceis, como finanças e contabilidade. Mas nossa abordagem era muito tradicional, baseada em aulas expositivas”, conta José Claudio Securato, presidente da Saint Paul.

O caminho para mudança foi desenvolver um relacionamento mais estreito com o aluno, que tem início antes do treinamento propriamente dito. “Começamos por contar para esse profissional o que ele vai aprender. Enviamos alguns materiais para que possa se preparar e fazemos uma avaliação prévia do conhecimento dos participantes para que todos cheguem à sala com o mesmo conhecimento”, diz Securato. Ele argumenta que muitas pessoas abandonam os treinamentos ou não veem sentido em participar deles porque não sabem ao certo o que será ensinado e se o conteúdo será mais relevante do que continuar suas atividades de rotina.

A prática de usar estudos de caso, incluindo questões reais que as empresas estão enfrentando, comum na estruturação de cursos customizados, passou a ser mais explorada pela Saint Paul. “Outra coisa que fizemos foi incluir jogos de tabuleiro no processo de aprendizagem, principalmente quando lidamos com temas comportamentais. Os jogos lidam com situações lúdicas, o que torna mais fácil para os participantes

romper barreiras e preconceitos”, comenta Securato.

Depois de todos os programas, os alunos são levados a indicar o que aprenderam e como podem aplicar esse conhecimento em sua rotina de trabalho. São desafiados também a estabelecer novas práticas, com base no conhecimento adquirido. A aplicação do aprendizado é acompanhada pela escola de negócios. Os profissionais podem reportar dificuldades encontradas entre a teoria e a prática e solicitar ajuda. O feedback que a Saint Paul oferece pode ser individual ou coletivo, dependendo do que foi contratado pela empresa.

► CRESCIMENTO MODERADO

Para a Fundação Dom Cabral, que oferece programas customizados voltados apenas para a média e alta gerência das empresas, o ano foi bom. “Mas não excepcional”, afirma Antônio Batista. A instituição deve fechar 2014 com crescimento de 7% nesse segmento. “Já tivemos anos de eleição em que o investimento em educação executiva cresceu mais, contudo a economia do Brasil também estava crescendo”, comenta.

Para ele, é difícil fazer uma aposta de como será 2015, mas acredita que

O ANO FOI BASTANTE COMPROMETIDO PELOS EVENTOS INTERNACIONAIS E COM A QUESTÃO DA SUCESSÃO PRESIDENCIAL



Vanessa, da Teltec Solutions: investimento em educação corporativa

as empresas investirão em capacitação, mesmo que moderadamente, pois faz parte do processo de ganho de produtividade. “A redução desse investimento por parte da indústria de commodities é um fenômeno que deve se repetir. Por outro lado, esperamos uma retomada dos investimentos do setor público”, analisa Batista.

Castro, da MOT — Treinamento e Desenvolvimento Gerencial, tem uma visão semelhante. “Há segmentos que estão em compasso de espera. As indústrias de base, automotiva de uma forma geral, óleo e gás, são as que mais diminuiram seus investimentos em 2014. Já para outros segmentos, como varejo, bens de consumo, por exemplo, a expectativa é de crescimento”, avalia.

► LIDERANÇA E ATENDIMENTO AO CLIENTE

A partir dessa perspectiva, Castro aposta que as temáticas ligadas à liderança, atendimento ao cliente e vendas tendem a ser o foco dos investimentos das empresas em edu-

cação corporativa no próximo ano. Isso porque os líderes e os profissionais que têm relacionamento com os clientes são os que mais podem contribuir para melhorar resultados.

“Entendo que vai existir uma forte demanda em 2015, até pela educação ser muito carente no Brasil”, enfatiza Migliora, da FGV. O executivo defende que é preciso investir em um treinamento intenso desde que o profissional ingressa na empresa para que ele possa estar preparado para assumir cargos de maior responsabilidade ao longo do tempo.

Na Saint Paul, a expectativa é a mesma. “O Brasil passa por um processo de profissionalização e alta empregabilidade. As pessoas mais qualificadas estão empregadas. Trazer essas pessoas para a empresa custa mais caro do que preparar o público interno”, destaca Securato. De acordo com ele, a melhor saída é desenvolver as pessoas internamente. “Além de sair mais barato, é um instrumento de retenção e melhora o ambiente de trabalho. Faz o colaborador se sentir prestigiado e o estimula a ser mais produtivo”, completa.

► UNIVERSIDADE CORPORATIVA

Na visão de Castro, da MOT, as universidades corporativas não estão em fase de crescimento. De fato, em um ambiente de negócios de baixo crescimento, o custo de estruturação de universidades corporativas não parece ser muito atraente. No entanto, ter a sua própria escola não saiu do radar das empresas.

A FDC, por exemplo, chegou a destacar as demandas atendidas nesse sentido. “Temos sido procura-



Castro, da MOT: o momento é de retomar investimentos em pessoas

dos para ajudar tanto na estruturação como na entrega de programas. Foi uma demanda reacuada em 2014. Estou investigando ainda as razões para isso ter ocorrido”, afirma Batista.

Empresas, como a Teltec Solutions, que vêm ampliando o investimento em educação corporativa e obtendo bons resultados nos negócios por conta disso, consideram a criação de uma universidade corporativa. “Ainda estamos definindo o orçamento para 2015, mas como estamos com um projeto para am-

pliar nosso PDI (Plano de Desenvolvimento Individual), acredito que os investimentos devem ser ampliados”, conta Vanessa Costa, coordenadora de RH.

A empresa, que atua como integradora de soluções de TI para redes de dados, segurança e cloud computing, criou o PDI e investiu nele R\$ 220 mil em 2013. O foco foi nos profissionais da área técnica e os resultados foram bastante positivos. A maioria dos participantes, 70%, alcançou todos os objetivos definidos.

► O CLIENTE PERCEBE A EVOLUÇÃO

A pesquisa de satisfação dos clientes também foi impactada pelo PDI. A média da nota dada para o atendimento atingiu 9,4. Além disso, a Cisco Systems, principal parceiro de tecnologia da Teltec, reconheceu o trabalho com o prêmio Best Trained Engineering Team, na categoria Partner Enablement Award. Com esses resultados iniciais, em 2014, o investimento cresceu 50% e o PDI foi ampliado para toda a equipe de colaboradores.

“Na verdade, o momento é de retomar, de forma séria, consistente e intensa, investimentos em pessoas. Muito se fala disso, mas as empresas que têm obtido melhores resultados, mesmo em tempos de crise, são aquelas que mais investem nas pessoas, principalmente em treinamento e desenvolvimento”, afirma Castro, da MOT. O executivo traça também recomendações para 2015. “Revisar o orçamento e incrementar os investimentos em T&D, para gerar melhores resultados e aumentar desempenho das empresas no ano que se inicia”, conclui.

EM 2015, AS EMPRESAS INVESTIRÃO EM CAPACITAÇÃO, MESMO QUE MODERADAMENTE, POIS FAZ PARTE DO PROCESSO DE GANHO DE PRODUTIVIDADE