TREINAMENTO RECEBE MAIS INVESTIMENTOS

Pesquisa apresenta as tendências e as metas para aperfeiçoamento do profissional brasileiro.

Mensurar os níveis de treinamento que as companhias oferecem aos seus colaboradores, identificar ações estratégicas das organizações e apontar as metas para os próximos anos. Esses foram os principais índices que a pesquisa "O Retrato do Treinamento no Brasil 2008/2009" apontou em sua mais recente edição.

Realizada pela Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD) e organizada pela MOT (Mudanças Organizacionais e Treinamento), a pesquisa foi desenvolvida por meio de questionário, com perguntas abertas e fechadas, respondidas por 429 organizações de todos os segmentos de mercado. Em comunicado oficial, Alfredo Pires de Castro, diretor-técnico da ABTD, afirma que "essa pesquisa identifica as principais tendências e indicadores da indústria do treinamento do Brasil, através de sua interpretação de dados, enviados pelas organizações".

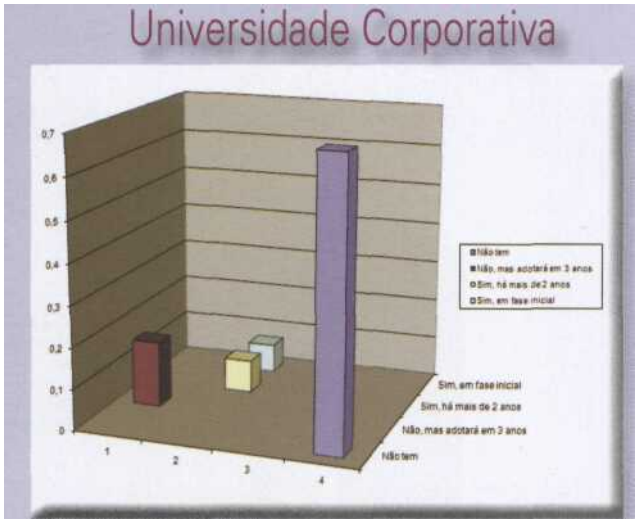
Entre as 429 empresas respondentes, as organizações de serviços encabeçam as listas de respostas, com 42% de participação, quase metade do total de entrevistados. E o número de colaboradores ultrapassa a faixa de 2 mil profissionais. Ainda analisando o perfil das companhias entrevistadas, a média de investimento anual em treinamento é de R$ 1,95 milhão e o tempo médio anual de treinamento, de 38,8 horas. Esses dados mostram um aumento significativo das empresas no que se refere ao treinamento e desenvolvimento para seus profissionais. "O crescimento do treinamento no Brasil foi muito superior aos países desenvolvidos, de acordo com as pesquisas dos EUA e países europeus, e, hoje, os investimentos são bem parecidos", avalia Alexandre Slivnik, diretor de Eventos da ABTD e organizador da pesquisa.

Interesses e atividades

Tomar conhecimento de novas metodologias, por meio de participação em programas abertos oferecidos pelo mercado, é o maior interesse dos profissionais, de acordo com a análise. Esse item é o primeiro da lista de interesses, com 94% de afirmação, numa escala de O a 100. Outras atividades que podem ser destacadas na pesquisa são a participação em cursos abertos de atualização, como workshops e oficinas, freqüência em pós-graduação e participação em eventos e convenções. Esse resultado mostra que, praticamente, a cada dez profissionais, quatro estão estudando em algum programa de pós-graduação ou similar. Analisando esse quesito, Elisabete Alves, consultora do Idort, avalia positivamente a iniciativa de se especializar em alguma área, pois acredita que "no Brasil, há escolas de pós-graduação de bom nível".

Ainda no quesito especialização, as palestras estão sendo utilizadas como um dos recursos possíveis nas estratégias de treinamento e desenvolvimento nas organizações. Os maiores exemplos desses trabalhos são as palestras-shows, em que profissionais especializados têm a missão de transmitir a mensagem que a empresa deseja de uma maneira descontraída, sem parecer um novo dever a cumprir.

Ainda que se debatam muito sua eficácia, é fato que esse tipo de recurso está sendo muito usado pelas empresas, como uma alternativa à falta de tempo para educação empresarial e otimização do investimento, já que pode ser aplicada para um grande número de participantes. Em relação a valores, a estimativa do investimento dessa iniciativa chega a mais de R$ 8 mil, de acordo com 9,2% dos entrevistados. Entretanto, a metade das organizações participantes da pesquisa remunera os palestrantes em no máximo R$ 5 mil.



Métodos

A metodologia *Balanced Scorecard* (BSC), desenvolvida por professores da Harvard Business School em 1992, já é realidade em 33% das empresas pesquisadas, que, a partir do uso do BSC, organizam seus indicadores e ações estratégicas - em perspectiva financeira, de processos internos, de clientes e inovação de aprendizado - orientadas para pessoas.

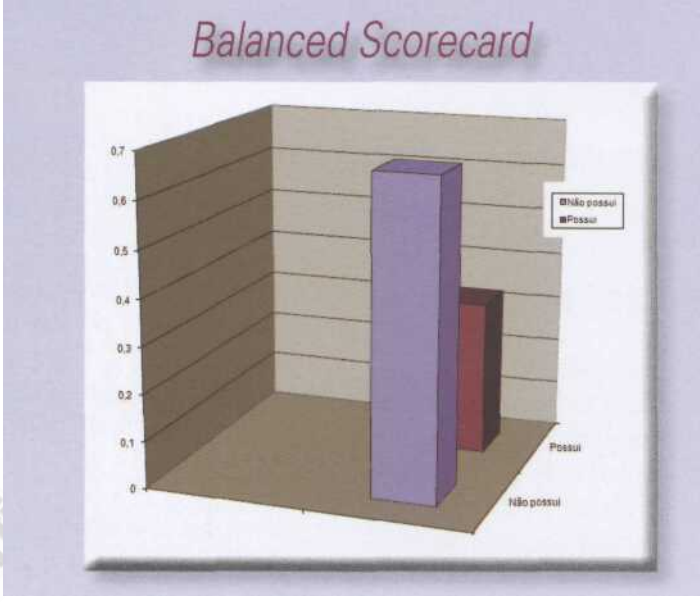
Ilhas de conhecimento

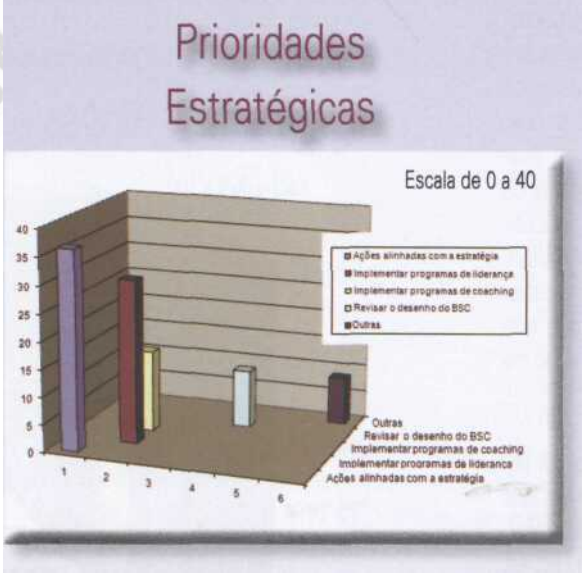
As universidades corporativas são um centro de conhecimento das organizações. "É um lugar de conhecimento e profundidade e, além disso, propõem a descentralização do conhecimento e a capacidade de pensar e decidir simultaneamente", diz Elisabete Alves.

O formato de "academia corporativa" é uma realidade para 15% das organizações pesquisadas, sendo que 7% das companhias estão em fase inicial, enquanto 8% mantêm esse projeto há mais de dois anos. Outro dado relevante é que 16% das companhias pesquisadas que ainda não têm universidade corporativa demonstraram interesse em implantá-la em até três anos.

Questionado se esse número pode ser dobrado na próxima edição da pesquisa, Alexandre Slivnik diz: "É bem provável que aumente consideravelmente, porém, dificilmente esse número será dobrado. A implantação de uma Universidade Corporativa demanda um grande tempo de planejamento e investimentos financeiros."

Alfredo Pires de Castro tem a mesma opinião de Slivnik e acrescenta "que a perspectiva para os próximos anos é muito boa e que os próximos meses configurarão um grande semestre".





Alinhar ações com a estratégia e implementar programas de liderança são as duas prioridades estratégicas das companhias participantes. A implementação de programas de segurança está inserida na pesquisa pelo terceiro ano consecutivo, ao lado da tendência de buscar implementação de programas de *coaching*. Esse recurso vem mostrando sua força a cada ano nas organizações, à medida que os funcionários sabem o que querem para suas carreiras e qual o seu papel dentro das organizações - eles se tornam mais aptos a gerir melhor suas demandas e produzir bons resultados.

OLIVEIRA, Aline. Treinamento recebe mais investimentos. **Gestão RH**, São Paulo, ano 15, n. 83, p. 22-24, jul./ ago. 2009.