

Entrar no jogo para ganhar

Parece até um sonho. O Brasil ganha destaque internacional, mostra-se capaz de superar uma das maiores crises econômicas dos últimos tempos e o crescimento, quem diria, vai muito bem, obrigado. Então, o que falta para aproveitar esse momento mágico e alcançar o desenvolvimento desejado, com corporações fortes e preparadas para inovar no cenário global? A resposta é tão simples de ser proferida quanto complexa ao ser implementada: educação, educação, educação.

Jogar o jogo da competitividade no grande tabuleiro do planeta não é mesmo para qualquer um. Se quisermos concorrer de igual para igual, o embate é duro e a preparação faz toda a diferença. Chegamos com alguns séculos de defasagem, herdeiros de um modelo educacional excludente e direcionado para a pura apreensão do conhecimento vindo das grandes metrópoles. A universalização, conquistada a duras penas na segunda metade do século passado, democratizou o acesso ao ensino, mas ainda não conseguiu responder às exigências mínimas de qualidade.

Tudo isso já está perfeitamente diagnosticado pelos mais diferentes setores da sociedade: do presidente da República aos maiores empresários, da professora do fundamental ao doutor com especialização em Harvard, da mãe que coloca seus filhos na escola estadual e reza para que dê tudo certo àquela que paga muito por um colégio tradicional que nem sempre corresponde ao valor cobrado.

Se é assim, o que falta para dar o salto necessário em direção à solução? Talvez, começar a costurar as milhares de ações que vêm sendo desenvolvidas, às vezes em iniciativas isoladas, mas com excelentes resultados. Mensurar, avaliar, projetar, enfim, administrar com afinco as nossas mazelas de formação parece ser a única alternativa possível. Assumir que queremos entrar nesse jogo de cabeça e, para isso, colocar todas as nossas fichas na preparação de jogadores realmente capazes de definir a partida.

Por que tem que ser agora

A mobilização do governo em torno da Educação e a disposição de uma ainda pequena, mas expressiva, parcela do setor empresarial em investir na formação e na qualificação dos seus colaboradores ocorrem em um momento propício.

Nos próximos dez anos, o Brasil viverá uma oportunidade histórica. Pela primeira vez, teremos um contingente de pessoas em idade produtiva maior do que em idade inativa. Com isso, a riqueza gerada, se bem administrada, poderá ser direcionada para a população em formação, os jovens e as crianças.

Além disso, a perspectiva de aumento do PIB resultará em um rearranjo de mercado e na necessidade de um contingente ainda maior de profissionais qualificados. Inserir a dimensão educacional na estratégia da empresa desde hoje é, portanto, condição fundamental para que uma corporação se sobressaia.

Para Pedro Passos, vice-presidente da FNQ e co-presidente do Conselho de Administração da Natura Cosméticos, o problema só será resolvido se for abordado de forma sistêmica. "Não podemos começar pelo ensino fundamental, depois melhorar o ensino médio e esperar para chegar ao superior daqui a alguns anos. Precisamos mexer em tudo, a excelência deve estar presente em todas as etapas de formação. O País não pode esperar um ciclo de 20 anos para formar os engenheiros que precisa", afirma.

Esse contingente de profissionais deve estar muito bem preparado para enfrentar os grandes desafios que se apresentam. "Eles vão liderar centros de excelência em gestão, setores de inovação e tecnologia, importantes obras de infraestrutura e muito mais que há perfazer", completa o empresário.

Com os olhos voltados para o planejamento de médio e longo prazo, várias companhias já estão investindo na formação de seus colaboradores e também na próxima geração, para driblar o problema da falta de talentos e de mão de obra qualificada. Programas de capacitação, workshops, oferta de bolsas de estudo e intercâmbio estão entre as ações e investimentos de empresas como a PricewaterhouseCoopers do Brasil (PwC Brasil), Embraer, Petrobras, PromoneGerdau, apenas para citar algumas. E esse grupo cresce e amplia cada vez mais as suas iniciativas.

Inserir a dimensão educacional na estratégia da empresa é condição fundamental para que uma corporação se sobressaia.



Centro de Realidade Virtual, da Embraer: iniciativa de uma das *benchmarks* em Educação do Brasil.



PwC Brasil investe em educação corporativa e compartilha seu conhecimento com a comunidade.

Formando lideranças

Com presença em 16 cidades de onze estados brasileiros, a PwC Brasil audita 27% das 600 maiores organizações listadas pela revista "Exame Maiores e Melhores" (2008). Típica organização do setor de serviços, a firma brasileira compõe uma *network* global que tem no conhecimento de seus profissionais o principal ativo de negócio.

Neste ano, recebeu mais de 16 mil currículos para cerca de 500 vagas de *troinees* espalhadas pelos escritórios que mantém no País. O convite que faz a esses novos talentos, bem como aos seus 4.000 profissionais, é que vivam uma experiência de crescimento e desenvolvimento.

De posse dessa visão, direciona grande parte de sua contribuição com a sociedade para a formação de novos talentos e lideranças, organizando, apoiando ou participando de ações educacionais tanto dirigidas a seus próprios profissionais quanto a jovens da comunidade. Segundo João César Lima, sócio líder do RH Brasil da empresa, a educação e a prestação de serviços são complementares.

"Somos uma organização que gera e transfere conhecimento para os clientes. Para que isso continue a ocorrer com excelência, devemos preservar essa cultura de formação de talentos dentro e fora da empresa", afirma.

A PwC Brasil investe, anualmente, cerca de R\$ 60 milhões na capacitação de seus profissionais, número que inclui custo de oportunidade. Em 2009, atingiu a marca de 274.860 horas de treinamento, realizou cursos para 409 turmas e obteve 24.305 participações em treinamentos. Números significativos que, na avaliação da firma, a tornam uma espécie de escola de negócios. "No auge da crise, muitas empresas reduziram os investimentos em educação e contratação. Nós fizemos o contrário, mantendo quase o patamar anterior, quando vivíamos o auge de nossa performance. Acreditamos que manter essa estratégia faria a diferença, como de fato fez", ressalta João César Lima.

Mas a organização já percebeu que não basta olhar para seu ambiente interno. Quando se depende de conhecimento e talento para existir, é obrigatório sair a campo para garantir o próprio futuro. E a PwC Brasil faz isso oferecendo aos jovens da comunidade atividades de incentivo aos estudos e à capacitação profissional. No último ano fiscal da empresa (junho de 2008 a julho de 2009), 675 profissionais voluntários dedicaram 8.177 horas em projetos realizados em parceria com ONGs. Os cursos oferecidos são diversificados, estrategicamente relacionados ao negócio e incluem introdução à contabilidade, inglês, formação básica em finanças pessoais e formação de auxiliar de departamento pessoal. "Trata-se de uma via dupla. Treinamos e educamos nossos profissionais e eles aplicam esse conhecimento em benefício da comunidade. Isso para nós é valioso, é um ato que fica registrado, se fortalece e se replica, gerando crescimento para todas as partes", finaliza o sócio.

Além de estimular o desenvolvimento de suas equipes, a PwC Brasil oferece aos jovens da comunidade atividades de incentivo aos estudos e à capacitação profissional.

Visão de futuro

A necessidade de investimentos em capacitação, detectada por várias empresas, é confirmada pelos números. A Pesquisa Nacional por Amostra em Domicílios (PNAD 2008) indica que a média de estudo no País permanece baixa: sete anos.

Entre os jovens de 18 a 24 anos, somente 36,8% concluíram o ensino médio. Por outro lado, a pesquisa constata o importante papel dos cursos profissionalizantes, não apenas para a conquista de melhores colocações no mercado de trabalho, mas também como estímulo à continuidade dos estudos. Isso porque, entre os jovens com alguma formação profissional, nota-se um aumento de 37% no rendimento escolar. A explicação é simples: eles logo percebem que as oportunidades de trabalho e renda se ampliam à medida que os estudos avançam.

Esse raciocínio também vale para o sucesso das organizações. Quanto melhor é a gestão do conhecimento, da tecnologia e da

inovação dentro da empresa, maiores são as suas chances de obter vantagens competitivas. E o investimento em educação para a comunidade também garante, a médio e longo prazos, um retorno com maior oferta de talentos, mão de obra qualificada e o desenvolvimento da sociedade como um todo.

Empresas do porte da Embraer e da Petrobras têm essa clareza e, desde a sua criação, estimulam um ambiente de aprendizado contínuo. Referência em Tecnologia e Inovação, a Embraer (Empresa Brasileira de Aeronáutica) foi fundada em 1969, duas décadas após a criação do Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA), uma das mais tradicionais escolas de engenharia do País, e do Comando Geral de Tecnologia Aeroespacial (CTA), órgão governamental. "Nossa empresa é resultado de um modelo de desenvolvimento baseado na educação e no conhecimento, lançado pelo Estado brasileiro na segunda metade do século passado", explica Frederico Fleury Curado, diretor-presidente da Embraer.

Ao longo do tempo, essas instituições passaram a reunir os mais conceituados profissionais ligados à aviação e formaram um dos mais bem-sucedidos agrupamentos setoriais (*clusters*) do País, na cidade de São José dos Campos, em São Paulo. Ensino, treinamento, serviços e produção de bens tecnológicos de ponta, organizados de forma sistêmica, contribuíram para construir uma sólida indústria aeronáutica no Brasil.

Mas o crescimento sempre exige maior oferta de mão de obra especializada e investimento em novos talentos. Ciente disso, a Embraer criou o Programa de Especialização em Engenharia (PEE), em 2001, que oferece a engenheiros recém-formados a possibilidade de cursar mestrado profissionalizante e disputar uma vaga na empresa. O processo seletivo é aberto a candidatos saídos de todas as universidades do País e foi uma das soluções encontradas para preencher as vagas excedentes com profissionais alinhados à visão da organização.



Os alunos do Colégio Engenheiro Juarez Wanderley, mantido pelo Instituto Embraer, alcançam 100% de aprovação no vestibular.

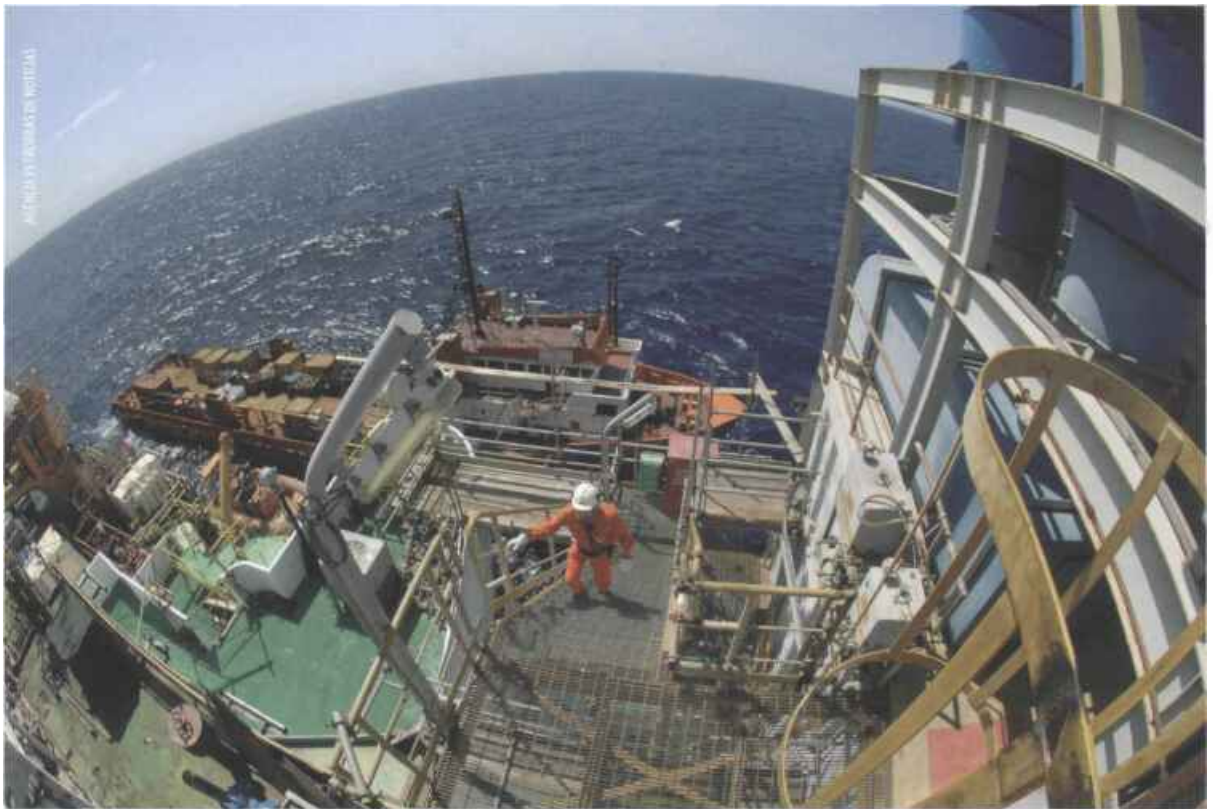
É na sala de aula que jovens estudantes têm a oportunidade de aprender e trocar ideias com profissionais experientes, que atuam como docentes dos cursos.

No caso daqueles que já são colaboradores e vivem o dia a dia corporativo, a Embraer criou o Núcleo de Desenvolvimento de Pessoas Casimiro Montenegro Filho. Ele concentra todos os programas de treinamento, como cursos, palestras, programas de formação, fóruns de debates e workshops, propiciando a geração e o compartilhamento do conhecimento, além do desenvolvimento de competências e o crescimento profissional.

Fechando o círculo virtuoso da educação na Embraer, está o Colégio Engenheiro Juarez Wanderley, mantido pelo Instituto Embraer de Educação e Pesquisa. Ele oferece à comunidade do entorno um ensino médio gratuito diferenciado. Seus alunos apresentam excelentes notas no Exame Nacional do Ensino Médio

(Enem), além de 100% de aprovação nos exames vestibulares, sendo que 80% deles passam pelo funil das instituições mais concorridas do Brasil.

Com isso, a empresa planta na sociedade uma visão pedagógica inovadora, utilizando princípios de estímulo ao conhecimento forjados na experiência do ITA. "Os alunos são estimulados a buscar soluções para os problemas propostos e o aprendizado se dá naturalmente, despertando a curiosidade do aluno e o desejo de aprender sempre mais", informa Pedro Ferraz, diretor do Instituto Embraer de Educação e Pesquisa. A longo prazo, os frutos colhidos serão profissionais preparados para atuar com responsabilidade, criatividade e autonomia.



Por necessitar de mão de obra altamente especializada, a Petrobras é uma das empresas que mais investem em educação no Brasil.

Universidade corporativa

Mais do que a média das empresas brasileiras, a necessidade de expansão e crescimento da Petrobras tem esbarrado na pequena oferta de profissionais prontos para o mercado. Levantamento recente realizado pelo Programa de Mobilização da Indústria Nacional de Petróleo mostrou que, nos próximos cinco anos, o setor de petróleo e gás vai precisar de 207 mil trabalhadores formados em 185 profissões. Para compensar essa demanda não resolvida, ela adotou como estratégia a promoção da educação corporativa e a interação entre universidade-empresa.

A descoberta do Pré-sal abriu mais uma janela de oportunidades para que a empresa dê um salto maior na obtenção de avanços tecnológicos significativos. Por isso, seus esforços estão fortemente direcionados à Educação para a Inovação. Um exemplo dessa disposição é o Programa Tecnológico para o Desenvolvimento da Produção dos Reservatórios Pré-sal (Prosai), gerado no Centro de Pesquisa (Cenpes), onde também nasceu a tecnologia que viabilizou a produção em águas profundas. Além de desenvolver tecnologia própria, a empresa trabalha em sintonia com 80 universidades e instituições de Pesquisa e Desenvolvimento do País. Elas estão organizadas em 50 redes temáticas, relacionadas às metas tecnológicas da Petrobras, definidas a partir de seu Plano de Negócios e Planejamento Estratégico.

De 2006 até o final de 2009, a Petrobras investiu cerca de R\$ 1,8 bilhão na construção de infraestrutura experimental de ponta. São laboratórios compatíveis com os melhores do mundo e que permitirão à empresa fazer os ensaios que antes eram contratados no exterior.

A empresa também incentiva e colabora com a comunidade científica brasileira, por meio do patrocínio do Prêmio Petrobras de Tecnologia, nas áreas de energia, gás e petróleo, incluindo temas relativos à logística, transporte e preservação ambiental.

A companhia mantém a sua própria universidade corporativa. Ligada à área de Recursos Humanos, a Universidade Petrobras é responsável pela capacitação corporativa dos empregados. Cabe a ela oferecer os recursos educacionais capazes de estimular nas equipes as competências para o alcance dos objetivos estabelecidos pelos planos estratégicos.

"A estrutura atual da Universidade foi implementada em 2005, com o objetivo de garantir o alinhamento estratégico e a rapidez no atendimento às demandas por capacitação apontadas pelo Plano Estratégico, que passou a buscar a autossuficiência e a expansão internacional", explica Ricardo Salomão, gerente da Universidade.

Juntos pela Educação

O Instituto Razão Social é uma iniciativa pioneira, no sentido de reunir várias empresas comprometidas com a disseminação das mais modernas estratégias de gestão no ambiente escolar.

Mantido pelo Grupo Promon, em parceria com os institutos Gerdau e Camargo Corrêa, e o apoio de vários outros, a organização atua em duas frentes principais: a promoção de projetos para a capacitação de professores e coordenadores pedagógicos da rede pública de ensino; e a oferta de consultoria aos gestores do ensino público em diversos estados do País. A idéia é aproveitar os bons projetos existentes, auxiliar na organização de suas informações em uma base de dados e otimizar os recursos disponíveis, oferecendo uma visão sistêmica da gestão escolar.

Criar um novo paradigma educacional no Brasil requer o **envolvimento efetivo do poder público e da iniciativa privada.**

Um dos trabalhos coordenados pelo Instituto é o Pró-Gestão. Ele é oferecido ao Conselho Nacional de Secretários de Educação (Consed), corporação integrada por técnicos, e gestores de escolas. Já passaram por ele 150 mil profissionais de todo o País, e outros 180 mil deverão ser capacitados até 2010. "Como as empresas, as escolas necessitam ter um corpo administrativo bem estruturado e uma liderança pedagógica que resulte na oferta de uma educação de qualidade. O que fazemos é disponibilizar o nosso conhecimento para que a escola dê esse salto", avalia Araly Palácios, executiva do Instituto Razão Social.

Para isso, são utilizados parâmetros objetivos, como os estabelecidos pelo IDEB (Indicador de Desenvolvimento da Educação Básica). Um indicador eficaz de resultados, por exemplo, é o aumento do número de crianças aprovadas naquele ano letivo.

Outro é a medição da qualidade da educação no estabelecimento. "A partir dessa análise, a escola tem como avaliar o ensino que oferece e garantir que a aprendizagem de fato aconteça, dentro de um ambiente favorável. A formação de massa crítica, assim como a indução à criatividade e à inovação decorrem desse ambiente favorável" complementa Walkyria Dias, gerente de projetos do Instituto.

Da mesma forma, o movimento "Todos pela Educação", encabeçado pelo Grupo Gerdau, trabalha no sentido de assegurar uma educação efetiva e de qualidade para a população. A atuação do movimento inclui o monitoramento da Educação por meio do acompanhamento das metas estabelecidas e da divulgação de pesquisas, dados e informações relacionadas ao tema.

O que se percebe de toda essa movimentação é que há importantes iniciativas sendo realizadas para criar um novo paradigma educacional em nosso País, embora ainda de forma desconexa. Também é preciso aumentar o volume de investimento público e privado na área. Para se ter uma idéia, o Brasil investe hoje 3,7% do PIB nacional em Educação. A recomendação da Unesco, órgão da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, é de 5%. Para chegar a esse patamar, precisamos acelerar o passo.

Algumas empresas se destacam pela posição pioneira nesse tipo de investimento social e podemos ficar de olho nelas. Nas decisões de um futuro não tão distante, certamente elas estarão entre os nossos principais jogadores. Façam suas apostas.