

## **Crescem os investimentos nas universidades corporativas**

*Rafael Sigollo*

*Para fortalecer seus quadros e reter talentos este ano, grandes companhias aumentam em 20% o capital destinado à área de treinamento.*

Dispostas a aproveitarem o momento propício para expandir e fortalecer seus negócios e, ao mesmo tempo, preocupadas com a falta de mão de obra qualificada no mercado de trabalho, grandes companhias vão aumentar em cerca de 20% seus investimentos nas chamadas universidades corporativas este ano.

O objetivo é capacitar e reter profissionais de todos os níveis para dar suporte aos ambiciosos planos de negócios que essas empresas estão desenvolvendo no Brasil.

A AmBev, por exemplo, aplicará uma verba de R\$ 26,7 milhões em pelo menos 79 programas, ante os R\$ 22,5 milhões do ano passado, quando treinou 41 mil pessoas - a companhia tem 29 mil funcionários no Brasil e recebe colaboradores de outros países para seus processos de qualificação. "Não podemos esperar encontrar profissionais 'prontos'. Temos a responsabilidade de fazer com que eles atuem dentro da cultura da organização. Assim, desenvolvemos o conteúdo dos cursos com enfoque nos nossos negócios e necessidades", afirma Eliana Voldman, gerente de treinamento e desenvolvimento da Universidade AmBev.

Os investimentos também englobam o programa Trainee Industrial, que prepara estudantes para a carreira de mestre cervejeiro ou engenheiro industrial. A Universidade AmBev também vai formar colaboradores para atuar em novas operações, como a fábrica em Recife. "É preciso incentivar a gestão do conhecimento e o aprendizado na prática, com a supervisão dos gestores", diz.

Sem revelar valores, a Motorola é outra multinacional que estima um aumento de 20% no orçamento voltado aos treinamentos em relação ao ano passado, quando atendeu 4,5 mil funcionários. A novidade em 2011 é a criação de um centro de capacitação para atender mil pessoas no chamado chão de fábrica, além da introdução de novos temas no MBA para lideranças. "Haverá um portfólio maior de cursos, que acompanhará a atual realidade da empresa", explica Ana Paula Cavioli, gerente de RH da Motorola Mobility.

Embora parte dos treinamentos seja obrigatória, ela ressalta que existe um calendário de cursos abertos. Os programas são uma forma de oferecer oportunidades internas de crescimento e de motivar as equipes. "Os gestores fazem avaliações de desempenho e podem indicar funcionários", diz. A Motorola University tem conteúdo tanto global, definido pela matriz, quanto desenvolvido localmente.

Na Ernst & Young Terco, cerca de 5% da receita da companhia é revertida para os programas de qualificação. Neste ano, além de ampliar a oferta de cursos de liderança, a empresa vai investir na parte física da Ernst & Young University, com a inauguração de instalações e melhorias na infraestrutura. A meta este ano é aumentar de 8.829 para 9.500 o número de treinamentos aplicados aos 3.500 funcionários da empresa no Brasil.

O diretor da universidade, Armando Lourenzo, afirma que a prioridade será consolidar o modelo de educação da companhia, aperfeiçoando os 400 instrutores e o conteúdo dos cursos. Cada profissional faz em média 103 horas de treinamento por ano. "A geração atual valoriza muito o desenvolvimento profissional. Precisamos atender o anseio dos colaboradores e dar a eles a possibilidade de aprendizado", afirma.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 2 mar. 2011, Eu & Investimentos, p. D16.**