

## Na Mídia

01/06/2020 | [Valor Econômico](#)

### **Novos treinamentos surgem na pandemia**

Cursos corporativos são dados on-line e incluem temas técnicos para lidar com o cenário atual e “soft skills”

Adriana Fonseca



Maria Schneider, diretora de RH do GPA, que lançou a “Universidade em Casa” — Foto: Divulgação

Com funcionários trabalhando remotamente, as empresas sentiram a necessidade de modificar ou incrementar seus programas de treinamento durante o isolamento social. Entre as companhias ouvidas pelo Valor, algumas disponibilizaram novos cursos técnicos e de “soft skills”, outras focaram no desenvolvimento de novos programas ligados ao atual momento e todas adaptaram as aulas para que a capacitação pudesse acontecer totalmente a distância. **“Antes, 60% dos treinamentos eram presenciais e migramos 100% para o on-line”, afirma Carlos Antonaglia, diretor de recursos humanos do Demarest Advogados.**

Além dos cursos, os grupos de estudo do escritório, que reúnem profissionais de 20 diferentes áreas do direito, também migraram para o on-line. “O resultado tem sido muito bom, porque estamos vendo um maior engajamento”, diz Antonaglia.

Os estagiários do escritório agora estão se capacitando remotamente, com um curso que aborda como aumentar a produtividade em home office, além de dar um norte para quem está entrando no mercado agora. O curso tem 10 horas de conteúdo apresentado em ‘pílulas informativas’. “Há uma sequência e os conteúdos vão se complementando ao longo da semana para um resultado prático e eficiente”, diz Claudio Sá, responsável pela universidade corporativa do Demarest. “Esse formato está alinhado à nova geração porque prende a atenção dos jovens”.

O GPA também apostou nesse formato de aprendizado, chamado “microlearning”, em tempos de home office. Ao lançar o canal “Universidade em Casa” no dia 1º de abril, a empresa disponibilizou para seus funcionários vídeos de até cinco minutos que foram filmados por profissionais da empresa em suas casas. As produções são inspiradas nos conteúdos de “youtubers” para abordar, de modo descontraído, temas do momento atual. Há dicas de como lidar com as emoções durante a quarentena, o uso das redes sociais em tempos de crise, como ter uma experiência produtiva no home office, sugestões para organização de tarefas e melhorias na comunicação, além de desenvolvimento de equipes remotamente.

O canal também disponibiliza artigos e materiais desenvolvidos por consultorias como complemento a esses conteúdos. “Vivemos um tempo em que as pessoas têm urgência para tudo. O formato e o ritmo de aprendizagem mudaram, e temos de oferecer soluções que atendam essa nova realidade”, diz Maria Schneider, diretora de RH do GPA. “Os vídeos curtos nos permitem trabalhar conteúdos complexos por meio de várias partes que se complementam. É uma abordagem de ensino que transmite pequenas doses de conhecimento com uma linguagem simples que gera interesse e prende a atenção de quem está assistindo.”

Além dessa ação, a universidade corporativa do GPA fez as adaptações necessárias para manter o desenvolvimento dos funcionários. “Tivemos de adaptar praticamente todo o plano de aula com ajustes de carga horária, atividades práticas, aplicação de sala de aula invertida para alguns temas e indicação de conteúdos complementares disponibilizados em nossa plataforma de treinamento”, explica Maria. O GPA tem usado lives na página da universidade corporativa e webconferências para realizar treinamentos que estavam previstos para grupos específicos, como estagiários e profissionais dos centros de distribuição.

Para manter os funcionários na rota do desenvolvimento, a Edenred lançou após a escalada da covid-19 uma campanha interna intitulada “Turbine seus conhecimentos com a EDU”. “Mesmo durante crises como a que enfrentamos, a manutenção do desenvolvimento pessoal e profissional é essencial para que se possa manter a excelência da operação”, afirma Juliana Viana, gerente de RH da Edenred. O estímulo se dá por meio de campanhas de endomarketing e de conversas das lideranças com suas equipes. O resultado tem se mostrado eficaz. Segundo Juliana, nas últimas cinco semanas, foram realizados mais de 1.700 acessos na plataforma de

treinamentos corporativos da Edenred, 6% a mais que o registrado no mesmo período de 2019. A empresa notou aumento de 13% no volume de horas de treinamento realizadas no mesmo período.

Na L’Oreal, a campanha de incentivo à capacitação foi batizada de “Learning Never Stops” [“O aprendizado nunca para”, em tradução livre]. Começou na China no final de janeiro e chegou ao Brasil em março. “Construímos uma agenda voltada ao bem-estar, novas formas de trabalho, liderança e negócios durante a covid-19 e para o futuro”, afirma Thies Posken, diretor de treinamento e transformação da L’Oréal na América Latina.

Com dois pilares - webinars e treinamentos realizados em plataformas virtuais como o Coursera e o MyLearning -, o programa acumula 12.827 horas de capacitação no país. Para atrair os funcionários para os cursos, a L’Oreal utiliza canais que mantém no Instagram apenas para os empregados. “O apoio da liderança também é fundamental, incentivando os colaboradores por meio de vídeos nos canais internos”, diz Posken.

Entendendo que o atual momento é propício para incentivar o autodesenvolvimento de seus funcionários, a TIM passou a oferecer novos conteúdos e experiências de treinamento 100% digitais. “O mundo do trabalho está em transformação e não será mais como antes da pandemia. Entendemos que podíamos aproveitar o momento de isolamento e reflexão para estimular uma cultura de aprendizado contínuo”, diz Maria Antonietta Russo, vice-presidente de RH da operadora de telefonia.

Segundo a executiva, o desenvolvimento de um ecossistema on-line de aprendizagem e de experiências “habilita os profissionais para o novo modelo de trabalho, acompanhando a evolução das competências”. Entre os novos cursos há programas que apoiam a adaptação ao novo contexto, o que inclui o trabalho remoto, e aulas digitais ao vivo para os líderes sobre gestão de equipes a distância em momentos de crise. “O conteúdo aborda questões como inteligência emocional, desenvolvimento dos times, habilidades necessárias neste novo contexto, rotina do time na gestão remota e como gerir equipes de alta performance em meio a mudanças”, explica Maria Antonietta. As ações foram planejadas em duas semanas e 400 líderes já assistiram as aulas.

Entre as trilhas de aprendizagem que foram adaptadas para o digital está a de diversidade e inclusão. Mais de 500 gestores da companhia participaram da capacitação remota.