



## UNIVERSIDADE CORPORATIVA

Empresa: GRUPO PROTEGE	
Site: <a href="http://www.protege.com.br">http://www.protege.com.br</a>	Cidade: SÃO PAULO
Funcionários Diretos: 16000	Unidades: 50
Capital: Nacional	Segmento: Segurança patrimonial

### TEMA

Metodologia e Processos de Aprendizagem

### ENFOQUE PRINCIPAL DO CASE

Constituir pilares robustos para formação das competências profissionais e pessoais a nossos colaboradores.

### SETORES DA EMPRESA ATENDIDOS PELO CASE

Todos os setores! Operacionais, administrativos, Técnicos, Lideranças, média gestão e alta gestão.

### APRESENTAÇÃO DO CASE

Implantação de nossa Universidade Corporativa, com programas educacionais voltados à formação profissional e também pessoal de nossos colaboradores, contribuindo para a empresa e para as pessoas.

### DESCRIÇÃO DO CASE

A busca de uma estrutura sólida para nossas iniciativas educacionais nos impulsionou na busca da implantação de uma Universidade Corporativa, objetivando capacitar e potencializar nossos colaboradores nas competências necessárias para o seu cargo, e também como um benefício a estes colaboradores, contribuindo para fatores de retenção e motivação à organização.

### OBJETIVO PRINCIPAL

Potencializar as iniciativas educacionais do Grupo Protege, sob um sólido conceito de universidade interna, inserindo um novo modelo de gestão do conhecimento em nossa organização.

### OBJETIVOS SECUNDÁRIOS

Fornecer um benefício não financeiro mas de alto valor agregado às pessoas que se relacionam conosco, principalmente colaboradores, mas estendendo também a familiares e toda a comunidade de relacionamento do grupo. Potencializar competências comportamentais e técnicas, Engajar, motivar, atrair e reter profissionais.

### NECESSIDADE/DIAGNÓSTICO

Possuíamos iniciativas de treinamento sólidas, contudo, ainda bastante voltadas às demandas operacionais e treinamentos por demanda. A ideia na busca de uma universidade corporativa era obter uma estrutura educacional conceitualmente mais sólida, trazendo-nos uma gestão mais corporativa e integrada. Nossa pesquisa de clima vinha trazendo resultados medianos e um dos principais resultados esperados com o projeto era elevar estes índices também, juntamente dos fatores de atração e retenção dos talentos. Potencializar nossos profissionais para a atuação no negócio é o maior objetivo, que vem sendo acompanhado no dia a dia pela companhia.

Buscamos um material representando de forma sintética nosso projeto, e encontramos na revista edição especial, entregue a todos nossos colaboradores, uma boa oportunidade. Geramos apenas algumas páginas, tendo em vista a limitação do tamanho de arquivo. Muitas outras iniciativas educacionais estão presentes, mas este material representa bem o nosso projeto.

### **Descrição detalhada do Case:**

#### **Síntese do projeto**

**[Link ramificado de nosso website, correspondente a uma sessão específica de nosso projeto, apresentado aqui como case \(Universidade corporativa do Grupo Protege\).](#)**

## **DESENVOLVIMENTO**

### **Nível hierárquico de aprovação para realização do case**

Trata-se de um programa aprovado pela Presidência da empresa, tendo em vista a natureza estratégica do projeto, sua abrangência (todos os 16.000 colaboradores são beneficiados) e o investimento.

### **Definição do público alvo**

Este programa foi desenvolvido para alcançar todos os 16.000 colaboradores do Grupo Protege, e agora em 2020 foi estendido também à toda Comunidade Protege, considerando todos aqueles que se relacionam direta ou indiretamente com a companhia: familiares de nossos colaboradores, prestadores de serviço, fornecedores, clientes e comunidades assistidas socialmente pela empresa.

### **Se tiver mais de um público alvo, quais as porcentagens de cada público atendido?**

Dentre os 16.000 colaboradores beneficiados, 90% corresponde ao público operacional; 4% de administrativos; 3% de técnicos; e os outros 3%, com lideranças operacionais (Supervisão), Média Gestão, Gerências e Diretoria.

### **Comunicação do programa e abrangência do envolvimento na organização**

Este programa teve amplo plano de comunicação interna e externa, envolvendo inclusive a contratação de uma agência exclusivamente para o projeto. Veiculamos internamente cartilhas, brindes, cartaz em murais, email marketing, postagens na intranet e comunicação via SMS e WhatsApp com os colaboradores. Externamente, utilizamos de nossas páginas nas redes sociais (Facebook, LinkedIn e Instagram), revistas de RH, além do próprio site de nossa empresa.

## **METODOLOGIA UTILIZADA**

A implantação de nossa universidade corporativa teve alguns pilares essenciais como metodologia. Primeiramente, exploramos toda a estrutura de cargos que já possuíamos, olhando o descritivo de cada função (Job Descriptions) e as correspondentes competências desejadas para cada um destes cargos. Desta forma, planejamos as trilhas de aprendizagem para cada nível de cargo, através da contratação de um LMS com conteúdos em e-Learning voltado a cada uma destas Soft Skills. Nosso sólido

do planejamento anual de treinamentos operacionais (presenciais) passou a compor o guarda-chuvas desta universidade, o qual foi incrementado com outras iniciativas, como cursos de oratória, liderança, negociação, estratégia. Importantes programas de nossa companhia também receberam o alicerce desta universidade, como os programas de Trainees e de formação de gestores. Projetos brilhantes foram potencializados, como nossa biblioteca corporativa com mais de 1.500 títulos. Por fim, implantamos um evento anual para todo o público de gestão e comercial: nosso seminário Inspirar. Toda esta estrutura de conteúdo está organizada em escolas de conhecimento, como a escola de Liderança, a escola de Vendas, a escola Técnica, a escola de Ética e Compliance, Escola de Inovação e a escola de Excelência profissional, a qual considera conteúdos de natureza transversal, alcançando todos os públicos cujo conteúdo possa interessar profissional e pessoalmente, como por exemplo, cursos de idiomas (Inglês), através de bolsas de estudo. Além da transformação do conceito educacional em nossa organização, nossa meta era oferecer também um benefício intangível mas valiosíssimo a nossos colaboradores e demais públicos, trazendo satisfação, engajamento e orgulho de pertencimento aos mesmos. Este objetivo foi alcançado mas a nossa missão não para nunca!

**Descrição detalhada do Case:**  
[Diagrama de processo do case](#)

## RESULTADOS

### Conceituação técnica

Enquanto as universidades convencionais visam a formação dos profissionais para o mercado, as universidades corporativas tem como objetivo formar e potencializar os profissionais para o negócio da empresa. Utilizando deste conceito nós elaboramos todo o script para a implantação de nossa universidade, buscamos profissionais no mercado que conhecessem o tema, nos reunimos com os gestores da organização para mapear as necessidades, levantamos todas as competências de nossos cargos e também buscamos benchmarking de outras universidades, como a universidade do Banco do Brasil, por exemplo.

### Fase de conclusão

Ao implantar em definitivo o nosso projeto, iniciamos com a medição de indicadores, muitos deles de periodicidade mensal. Um dos principais indicadores que visamos no projeto tem recorrência anual em nossa organização: a pesquisa de clima. Este indicador apresentou enorme melhoria a partir do projeto, motivo pelo qual o apresentamos neste case, para apreciação.

**Descrição detalhada do Case:**  
[Fase de conclusão](#)