

# **Desenvolvimento Pessoal e Empregabilidade**

## **UNIDADE 1**



## UNIDADE 1

### DESENVOLVIMENTO PESSOAL E EMPREGABILIDADE



#### PARA INÍCIO DE CONVERSA

Prezado (a) aluno (a), seja bem-vindo à disciplina “Desenvolvimento Pessoal e Empregabilidade”. Fico feliz por este nosso primeiro contato. Ao longo desta primeira unidade do Guia de Estudos, vou conduzi-lo por discussões e reflexões acerca do conceito de empregabilidade, dos fatores que a influenciam e como as competências interpessoais e sociais podem auxiliar em seu desenvolvimento. O objetivo final é o de garantir, além de boa colocação no mercado de trabalho, uma longa permanência nas organizações, assim como estabilidade nos empregos.

Discutiremos também o conceito de mercado e sua classificação segundo a abrangência geográfica, o que nos levará ao conceito de “aldeia global”. Em seguida aprenderemos a utilizar uma das várias ferramentas de análise de mercado, a análise SWOT, e, após levantados os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças para sua carreira, nos aprofundaremos no conceito de oportunidade e traçaremos um objetivo, fixando etapas para atingi-lo.

Por fim, vamos trabalhar os conceitos de competências e habilidades, pontos fundamentais para o desenvolvimento pessoal, profissional e para a empregabilidade. Mais uma vez, seja muito bem-vindo e vamos ao trabalho!



#### ORIENTAÇÕES DA DISCIPLINA

Espero que, após o estudo do conteúdo desta unidade, você seja capaz de:

- Conceituar empregabilidade;
- Listar alguns dos principais fatores internos e externos que influenciam no grau de empregabilidade;
- Conceituar Mercado;
- Compreender a evolução do Conceito de Competências e relacionar este conceito às necessidades do mercado atual de trabalho.



#### PALAVRAS DO PROFESSOR

Caro (a) aluno (a), você vem percebendo ao longo do tempo como a sociedade mudou, o mundo está em constante transformação.

Você também tem percebido que esta transformação está cada vez mais rápida, a uma velocidade que, mesmo atentos, temos a sensação de não conseguir acompanhar.

Estas recentes transformações sociais, baseadas em inovações tecnológicas, na internet e no surgimento das redes sociais, na globalização da produção e na derrubada de barreiras econômicas, que abriram espaço para a internacionalização dos capitais, têm provocado profundas modificações nas relações sociais e, dentre estas, nas relações de trabalho.

A informática, a automação dos processos produtivos e as constantes mudanças tecnológicas têm exigido de patrões e empregados competências e habilidades diferentes para enfrentar estes novos tempos. O mundo mudou, as empresas mudaram e a forma de trabalho também mudou. Vivemos em um mercado de competição cada vez mais acirrada, marcado pela instabilidade do conhecimento e pela necessidade do domínio de competências e habilidades voltadas para esta característica mutante do mundo do trabalho.



### PRATICANDO

Como exemplos destas mudanças, temos os home-offices, forma de trabalho em que o funcionário realiza suas tarefas de casa ou de um escritório externo à organização, que pode inclusive ser compartilhado com outras pessoas, e entrega o resultado à empresa pela internet.



### LEITURA COMPLEMENTAR

Que tal você fazer a primeira leitura complementar? Recomendo a leitura do texto no [link](#) para entender mais sobre esta inovadora forma de trabalho.

Voltando ao nosso raciocínio, podemos observar que diante deste panorama as empresas vêm se adaptando e exigindo que seus funcionários, colaboradores, executivos e parceiros possuam a mesma capacidade de adaptação a estas novas formas das relações de trabalho. Todas as pessoas precisam entender esse novo mundo e não somente os especializados na execução de tarefas e no domínio dos processos, o momento atual exige pessoas com capacidade cognitiva para resolução de problemas, adaptáveis às mudanças e aos novos processos tecnológicos. São exigidas criatividade e ações colaborativas. Os profissionais devem aceitar novos processos de treinamento e de educação continuada por toda a vida.



### PALAVRAS DO PROFESSOR

É neste contexto que esta primeira unidade da disciplina se propõe a discutir com você estes novos conceitos de mercado, de emprego e de competências, de modo a deixá-lo preparado para os desafios que se impõem. Vamos a eles.

## CONCEITO DE EMPREGABILIDADE

O conceito de empregabilidade, de maneira simples, pode ser explicado como a capacidade de ser absorvido pelo mercado de trabalho e, uma vez empregado, manter-se no emprego.

Repare que este conceito está diretamente ligado às qualidades de cada indivíduo, que podem ser traduzidas em termos de competências e habilidades, às necessidades do mercado, frente à realidade mutável da sociedade e às novas relações humanas advindas das transformações sociais. Tudo isto atrela o entendimento do conceito de empregabilidade a outros conceitos, como os de mercado, competências, habilidades e relações sociais, entre outros. Também devem ser observados, na composição do conceito de empregabilidade, os fatores internos e externos ao indivíduo.

### Fatores que influenciam na Empregabilidade

Caro (a) aluno (a), olhando para a empregabilidade como o conceito de ser absorvido e manter-se no mercado de trabalho, passo agora a analisar os fatores internos e externos que vão influenciar direta ou indiretamente este grau de empregabilidade de alguém.

Os fatores Internos são aqueles intrínsecos ao indivíduo, como características de personalidade, capacidade de adaptar-se às novas situações, visão do mundo e de mercado, capacidade de relacionar-se bem com gestores e subordinados, e habilidade em comunicar-se. Além disso, são aqueles adquiridos e incorporados às habilidades próprias, tais como preparação, qualificação técnica, busca por informações e disponibilidades para aprender e inovar, entre outros.

Os fatores externos, como o próprio nome já explica, são os que ocorrem independentemente da participação do indivíduo, como por exemplo: a política econômica, um grande evento, o surgimento e a expansão de um novo mercado, a descoberta de novos segmentos ou demandas, a responsabilidade social e mais recentemente o impacto das inovações tecnológicas.

As empresas, dentro da concepção de um moderno modelo de mercado de trabalho, esperam que seus funcionários sejam capazes de exercer liderança, tenham facilidade de comunicação, tenham flexibilidade e sejam capazes de adaptar-se às mudanças, apresentem entusiasmo para aprender, desenvolvam conhecimentos de idiomas e informática, saibam trabalhar em equipe, demonstrem ambição de carreira, sejam hábeis para escrever com clareza e se adaptar adequadamente a cada situação, sejam criativos ao resolver problemas e tomar decisões, e saibam lidar com diferentes situações.



### GUARDE ESSA IDEIA!

A combinação destes fatores externos aos fatores internos vai caracterizar maior ou menor grau de empregabilidade de cada indivíduo, em cada cenário ou situação diferente. E é exatamente desta combinação que surge mais um conceito importante, o conceito de oportunidade.

## CONCEITO DE OPORTUNIDADE

Oportunidade é o momento, a conveniência, o instante, no qual surge uma possibilidade de alterar o estado atual de um indivíduo ou uma situação vigente. Visto assim, pode parecer simples, mas se levarmos em consideração o encontro entre as mudanças sociais e o novo perfil profissional desejado, temos um conceito mais abrangente.



### VOCÊ CONHECE?

Você conhece alguém que costuma dizer que aquela determinada pessoa, que passou anos preparando uma carreira, buscando conhecimento, construindo sua rede de relações corporativas, teve sorte ao aproveitar uma oportunidade de emprego que surgiu, não é?

Pois bem, nada pode ser mais injusto com o esforço e a dedicação alheios. Sorte e azar são mitos.

As oportunidades serão aproveitadas por quem estiver mais preparado quando elas surgirem. E, mesmo assim, se alguém, com muita sorte ou indicado por outro, que não tenha a devida competência for colocado em uma vaga de trabalho, sem reunir competências para tal cargo, certamente não permanecerá nele por muito tempo. A oportunidade sem competência para aproveitá-la pode ser desastrosa para uma carreira. Mas, antes de passarmos às competências, vamos analisar o ambiente onde estas combinações de fatores e relações de trabalho citadas anteriormente ocorrem: o mercado.

## CONCEITO DE MERCADO

Você, atento ouvinte das notícias sobre economia, já deve ter ouvido falar sobre os efeitos dos processos econômicos sobre o mercado, as oscilações do mercado e alta ou baixa de determinado mercado e coisas deste tipo. Provavelmente você também já deve ter se perguntado: Mas, o que é mercado?

As mais variadas definições de mercado apontam para um conceito segundo o qual, mercado é explicado como sendo um espaço comum, físico ou não – principalmente na era da informação e das redes sociais – onde os consumidores (demanda) encontram os fornecedores (oferta) de algum bem, produto ou serviço para realizarem uma transação, uma troca, um negócio. Neste sentido, este ambiente, o mercado, recebe classificações distintas, sempre se levando em consideração em aspecto ou característica, relevantes para a análise que está sendo proposta naquele momento.

### Classificação de Mercado

O aspecto, das possíveis formas disponíveis para classificar um determinado mercado, que vamos abordar nesta fase de nossos estudos, é a dimensão geográfica do mercado. Esta classificação aborda o mercado do ponto de vista de sua abrangência geográfica, classificando-o em mercado global, regional ou local.

Caro (a) estudante, não há de fato na literatura uma limitação geográfica para classificar os mercados como local, regional e global. Em verdade, o critério utilizado é a influência que o mercado sofre e, ao mesmo tempo, exerce sobre uma determinada área geográfica. Esta influência exercida ou sofrida pode ser em nível local, onde o município ou municípios circunvizinhos são afetados, pode ser regional, quando a região onde o mercado se encontra é a área atingida ou a influência pode ser global, quando a área é realmente muito grande e chega a atingir países distantes.

Com a advento da tecnologia, a abertura de capital promovida por alguns países e a melhoria nos sistemas de comunicações e transporte, os limites entre local e global têm ficado cada vez menores. Hoje é fácil encontrar negócios que tinham uma característica local, com público pequeno, uma ou poucas lojas e produção artesanal, conectados ao mundo vendendo seus produtos através de uma loja virtual hospedada na internet. Da mesma forma, algumas comunidades isoladas, antes totalmente dependentes do mercado local ou no máximo regional, estão ligadas ao mundo inteiro através da internet, desta vez importando produtos e serviços que anteriormente não estavam disponíveis.



### PALAVRAS DO PROFESSOR

Mas, como esta classificação impacta nas questões da empregabilidade? Pense um pouco sobre o assunto. Reflita como as exigências de mercado, seja ele local, regional ou global têm influência direta na contratação, manutenção e até mesmo na substituição da mão de obra. Os critérios, principalmente os de certificação de qualidade mudaram. Para participar de mercados mais abrangentes, mais exigentes e, por vezes, culturalmente diferentes, as empresas têm que se preparar, investir em inovação e tecnologia e fundamentalmente, contratar e capacitar de maneira correta os trabalhadores adaptados à nova realidade.

Competências que antes eram exigidas apenas em multinacionais, dominam agora o mercado de recursos humanos regional e até mesmo local. Assim, do ponto de vista da empregabilidade, quando mais preparado o trabalhador estiver, melhor para ele e para o mercado. Afinal, a tecnologia nos colocou a todos em uma aldeia global, ou seja, todos pensamos como participantes de mercados mundiais e não só locais.



### LEITURA COMPLEMENTAR

Veja o verbete Aldeia Global e entenda mais sobre o assunto. Disponível no seguinte [link](#).



## VEJA O VÍDEO!

Logo depois, assista ao [vídeo](#) “Aldeia Global” (4min 45s) e perceba como os meios de comunicação e a internet encurtaram as fronteiras do mundo.



## PALAVRAS DO PROFESSOR

Agora que você já domina o conceito de mercado e entendeu sua classificação a partir da abrangência, cabe outra pausa para reflexão: como entender tudo isso? Como descobrir uma oportunidade? Qual o ponto de partida?

Bom, há várias respostas para estas perguntas, vamos começar com algumas mais simples. Analise o mercado, veja o que está acontecendo, quais são os movimentos mais recentes, se há alguma tendência, tente entender o que está acontecendo, no nível local, regional e até mesmo global; depois, analise a si mesmo, o que você tem de melhor, em que você precisa melhorar, quais os seus talentos, quais habilidades você ainda pode adquirir; por fim, compare os resultados. Então, já sabe o que deve fazer? Vejamos uma ferramenta excelente, aplicada a diversas situações em que uma análise de mercado, seja qual for o tipo ou tamanho, é necessária.

## ANÁLISE DE MERCADO (MÉTODO SWOT)

Você deve conhecer alguém, ou até mesmo já se deparou com a perda de uma oportunidade por não ser capaz, naquele exato momento, de assumir plenamente a responsabilidade ou por ainda não possuir o conhecimento suficiente para isto.

Quantas pessoas você conhece que não aproveitaram a oportunidade de emprego por não ter domínio de outro idioma, não dominar o suficiente a informática e os computadores?

Ou você mesmo, que provavelmente já deixou passar uma grande oportunidade ou deixou de pôr em prática uma excelente ideia, por não ter o capital suficiente para o investimento requerido. Este é o elemento norteador da análise SWOT e se você se identificou com algumas das situações expostas anteriormente, parabéns, você já entendeu o princípio de funcionamento da análise SWOT.

A análise SWOT é uma das mais simples e aplicadas formas de análise de mercado, seja na busca por oportunidades ou no entendimento das forças atuantes em um determinado mercado. Philip Kotler, americano, professor universitário, autor de diversos livros sobre gestão, considerado um dos maiores conhecedores do assunto Marketing no mundo inteiro, afirma que pelo poder de síntese, a análise SWOT nos auxilia na percepção dos conjuntos de variáveis controláveis ou não, envolvidas no processo, facilitando sua análise. Desta forma, a análise SWOT consiste em

um demonstrativo dos aspectos positivos e negativos do seu produto, serviço ou de você mesmo, assim como do mercado em que você está inserido.



### VOCÊ SABIA?

Você sabia que a sigla SWOT é um acrônimo, construído a partir das letras iniciais das palavras strengths, weakness, opportunities e threats? Pois é, no Brasil, alguns autores preferem o termo Análise FOFA, para designar a análise SWOT. Da mesma forma, a palavra FOFA é um acrônimo construído a partir das letras iniciais das palavras Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças. Assim, a análise SWOT é o levantamento dos pontos fortes e das oportunidades, assim como dos pontos fracos e das ameaças, em relação à sua empresa, ao seu serviço ou a você mesmo. O sucesso deste tipo de análise reside no confronto entre os ambientes interno e externo, possibilitando a observação precisa das possibilidades envolvidas.

Estas informações levantadas de pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades deverão ser relacionadas, claramente identificadas e comparadas entre si, para que isto permita uma visão clara do mercado e da sua situação perante o cenário que se apresenta cheio de oportunidades.



### DICA

Para facilitar ainda mais a análise dos pontos levantados, estes devem ser colocados em uma matriz, dividida em quatro quadrantes, cada qual representando um dos pontos analisados. Veja a figura abaixo:

<b>Pontos Fortes</b> <i>Ambiente Interno</i>	<b>Pontos Fracos</b> <i>Ambiente Interno</i>
<b>Oportunidades</b> <i>Ambiente Externo</i>	<b>Ameaças</b> <i>Ambiente Externo</i>

Esta é a ideia, comparar de maneira simples e direta os fenômenos que ocorrem no ambiente interno da organização, tais como os pontos fortes e fracos, assim como os fatores do ambiente externo à empresa, tais como oportunidades ou ameaças.

Proponho aqui uma atividade: escolha um cenário dentro de uma das possibilidades de abrangência geográfica de um determinado mercado; escolha um produto ou serviço, ou ainda uma habilidade sua e, a partir disto, faça uma análise SWOT. Pense no ambiente interno, seus talentos, sua capacidade de realização; pense também no ambiente externo, conjuntura econômica, alta ou baixa dos mercados, variação cambial, novas tecnologias etc.; coloque os dados levantados na tabela e veja se consegue observar a oportunidade de mercado que se postou à sua frente.





## PRATICANDO

Veja alguns exemplos de dados para uma análise SWOT. Partindo do princípio de que você está fazendo uma análise para sua empresa, no quadrante dos pontos fortes tente citar as competências essenciais; a força da marca; investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento; capacidade de promover inovações; participação atual no mercado e possibilidade de crescer; e a experiência em vendas e a capacidade de distribuição e logística, por exemplo.

Caro aluno (a), no campo dos pontos fracos, seja bastante crítico. Nesta seção, liste a falta de competências essenciais para a execução das tarefas propostas; dependência da pesquisa e desenvolvimento de terceiros; falta de capital para investir; pequena ou nenhuma participação no mercado atual; dificuldades com os setores de vendas e distribuição logística; marca desconhecida no mercado e consequente desconfiança na imagem da empresa e por fim a pouca experiência das gerências ou direção neste novo tipo de negócio ou mercado.



## DICA

Repare que tanto os pontos fortes quanto os fracos aqui levantados referem-se ao ambiente interno da empresa. Quando mais detalhada for sua observação destes pontos, melhor será o apoio para a tomada de decisão futura e aproveitamento racional das oportunidades.

No ambiente externo à empresa ou organização, você deverá analisar as oportunidades e as ameaças que se apresentam. Em relação às oportunidades dê ênfase às chances de rápido ingresso no mercado; a demanda latente, ou seja a quantidade de pessoas que aguarda este tipo de produto ou serviço; um aumento significativo no volume de vendas ou pedidos de um determinado produto ou serviço; o posicionamento da concorrência; sua capacidade de chegar através da distribuição em lugares onde os concorrentes não chegam; a exclusividade de sua inovação; possibilidade de exportação garantida através de programas governamentais de fomento à exportação; comportamento do consumidor em relação a determinado produto ou serviço, algo como o produto estar em moda e, finalmente o acesso fácil ao crédito para financiar os investimentos requeridos para a criação, desenvolvimento, distribuição e divulgação do seu produto.

No campo das ameaças, uma percepção do mundo ao seu redor é extremamente importante. Assuntos como macro ou microeconomia não podem ser descartados. Noticiários devem ser acompanhados diariamente, informações de especialistas dos mais variados setores devem ser acolhidas e ponderadas.



## EXEMPLO

Vejam os alguns exemplos de influências negativas, ameaças, que podem se impor ao seu negócio. A política econômica adotada pelo governo; flutuação cambial desfavorável; queda do consumo e inflação; diminuição de renda das famílias; queda no número de empregos formais; concorrentes de peso lançando produtos ou serviços similares; não obtenção da qualidade desejada; dificuldades de distribuição causadas por questões de infraestrutura ou até mesmo climáticas.



## PALAVRAS DO PROFESSOR

Agora que você domina a ferramenta da Análise SWOT, veja que as análises das ameaças e dos pontos fracos podem representar uma oportunidade para aperfeiçoamento, adaptação e melhoria dos seus produtos e serviços. Caso você pense em termos próprios, sem estar atrelado a uma empresa, proceda da mesma forma, a diferença é que o ambiente interno diz respeito a você e suas competências, talentos e habilidades.

Após realizar a análise do mercado, você deve estabelecer seu objetivo. Dentro deste objetivo algumas metas deverão ser fixadas de modo que a caminhada até o objetivo possa ser verificada em termos de sucesso. Mas o que é exatamente um objetivo? Como defini-lo com clareza? Como estabelecer metas verificáveis para a obtenção do objetivo? Vamos continuar nossa caminhada nesta unidade do Guia de Estudos. Você encontrará respostas para estas últimas perguntas no texto a seguir.

## CONCEITUANDO OBJETIVOS E METAS

Provavelmente você, assim como quase todo mundo, já utilizou as palavras meta e objetivo para definir algo a ser alcançado, atingido. Esta atitude é bastante normal, uma vez que, do ponto de vista de seus significados, os dicionários apontam estas palavras como sinônimos. Porém, no âmbito da administração, do planejamento e, porque não dizer, da empregabilidade, estas palavras têm conceitos diferentes, que estudaremos a partir de agora.



## GUARDE ESSA IDEIA!

Entenda o objetivo como o lugar, situação ou condição onde você planeja chegar. É a descrição de um status a ser alcançado no futuro. É literalmente onde você quer chegar, como por exemplo:

conseguir aprovação em um determinado concurso público. Já a meta é o objetivo quantificado e com prazo definido, é uma espécie de escada qualificada a ser percorrida para se alcançar o objetivo.

A meta quantifica o objetivo e estabelece pontos de verificação que permitem aferir se o caminho até o objetivo está sendo percorrido em tempo e de maneira correta. Voltando ao nosso exemplo, se você pretende aprovação no próximo concurso público e, supondo que ele ocorrerá no fim do presente ano, você vai precisar estabelecer metas ao longo do tempo, para se certificar que a aprovação será possível, tais como: estudar uma disciplina por mês até a data do concurso.



### DICA

É importante participar de grupos de estudo, uma vez por semana nos três últimos meses antes do concurso. O atingimento destas metas garantirá, segundo seu planejamento, o objetivo desejado. Todo objetivo deve ser desdobrado em metas exequíveis e mensuráveis, garantindo assim sua realização. Quanto mais distante está o objetivo de sua realidade atual, mais metas serão necessárias. Meta é o objetivo quantificado.

## CONCEITO DE COMPETÊNCIAS

O conceito de competência, assim como qualquer conceito baseado nas percepções da sociedade sobre o cenário em que está situada, vem sofrendo adaptações, desde que surgiu. De início, logo após o apogeu da era industrial nos anos pós II Grande Guerra, o conceito de competência referia-se às capacidades em termos de “saber fazer” e “saber ser”, totalmente focadas no indivíduo e não nas tarefas ou funções, como era o costume da época. A ênfase era no ser humano e não na tarefa a ser realizada.

Posteriormente, nos anos 80 do século passado, o conceito evoluiu um pouco mais e passou a definir competência como um conjunto de possíveis comportamentos, que podem relacionar-se funcionalmente na busca da execução de uma tarefa proposta ou objetivo delimitado, podendo ser aplicado a uma diversidade de situações, todas previamente analisadas.



### PALAVRAS DO PROFESSOR

Observe caro (a) aluno (a), que estes conceitos estabelecem as competências como algo que o indivíduo carrega consigo, uma espécie de caixa de ferramentas, que traz uma ferramenta ou conjunto destas para cada aplicação específica.

Mas, você deve lembrar que no início desta unidade, ficou claro que as situações mudam cotidianamente e que estas mudanças ocorrem cada vez mais rapidamente, seja por influência tecnológica, econômica, social ou até mesmo comportamental. Então, como você, egresso de um curso superior, ou de formação profissional, portador de um limitado conjunto de ferramentas, vai resolver o problema que não é mais igual àquele que você foi treinado para resolver?

Difícil, não? É exatamente aí, que entra um conceito um pouco mais amplo de competência.

Atualmente, na era da Informação, das redes sociais e de constantes mudanças de cenário no tecido sócio-político do nosso mundo mais que moderno, o conceito de competência nos aponta para algo como: um conjunto de comportamentos inter-relacionados, direcionados por uma intenção, vontade ou capacidade, que orienta a escolha adequada para cada meta ou situação específica, necessárias para atingir o objetivo adotado.

Complicou? Calma, vamos clarear as ideias: agora, ao invés de municiar você, futuro profissional com uma enorme e pesada caixa de ferramentas e jogá-lo aos problemas cotidianos, vamos trabalhar na escolha da ferramenta correta para cada situação que for resolver. E, se a situação tomar rumos diferentes do planejado, o que é comum nos dias de hoje, você será capaz de dar uma solução da mesma forma, não pelo mero improviso, mas pela sua capacidade de análise e sua criatividade.

Desta forma, entendemos que competência não é apenas “saber” ou conhecer as ferramentas para “saber-fazer”. Competência é saber analisar e resolver a situação a cada novo cenário apresentado, “saber-agir”. Bom, agora que conhecemos o conceito, vamos em busca das tais competências, que podem ser intrínsecas ao indivíduo e também interpessoais e instrumentais.

## COMPETÊNCIAS PESSOAIS, INTERPESSOAIS E INSTRUMENTAIS

Como vimos no texto anterior, mais que um amontoado de conhecimentos técnicos e profissionais, as empresas ou organizações (até porque o próprio conceito formal de empresa está em modificação), precisam de um funcionário que reúna uma série de competências. Algumas destas competências estão na órbita do próprio indivíduo e dizem respeito às suas capacidades ou comportamentos intrínsecos, outras estão relacionadas com a capacidade deste indivíduo de relacionar-se com o grupo onde está inserido e os diversos níveis de hierarquia deste grupo, por fim há as competências relacionadas com o domínio de uma ou outra técnica ou instrumento.

De um modo geral, as competências se apresentam da seguinte forma:

- Capacidade de comunicar-se
- Flexibilidade
- Iniciativa
- Criatividade
- Liderança
- Controle emocional

- Capacidade de tomada de decisão
- Autonomia
- Capacidade de trabalhar em equipe
- Consciência situacional
- Organização
- Capacidade de gerir conflitos
- Capacidade de negociação, entre outras.

Entre outras? Como assim? É, ninguém disse que sua caminhada no mundo corporativo e profissional seria fácil, por isso estou aqui para ajudá-lo a entender o funcionamento desta máquina para que você possa ajustar-se a melhor condição de trabalho e empregabilidade.

Ainda temos competências de caráter técnico como: elaborar documentos e relatórios, conduzir reuniões, falar em público conduzindo apresentações e até mesmo gerir sua carreira, preocupado com o seu grau de empregabilidade, sem deixar de enxergar o mercado fora de sua corporação.

Achou mais complicado? Então pense no papel dos agentes formadores, as instituições de ensino, que além das questões técnicas de cada profissão, devem agora preocupar-se com estas competências descritas acima. É preciso, cada vez mais, que os egressos dos cursos tenham a capacidade de adaptação frente à diversidade de cenários e objetivos que lhes serão impostos pelo novo modelo de mercado de trabalho. Mais que o “saber”, é preciso ensinar o “saber fazer” em cenários diversos, ou seja, além de dominar especificidades técnicas e as nuances da tecnologia, faz-se necessário o domínio das competências comportamentais ou interpessoais.



## PARA RESUMIR

Prezado (a) aluno (a), até aqui tratamos de vários conceitos importantes para a obtenção dos conhecimentos propostos pela disciplina. Vimos a explicação sobre a importância da disciplina frente aos novos cenários profissionais, impostos pelas transformações sociais. Tomamos conhecimento das modificações ocorridas no mercado e na forma de relacionamento entre empresas e empregados, assim como as novas exigências de perfil para o trabalhador moderno.

Conceituamos empregabilidade como uma maneira de conseguir e manter-se no emprego observando os fatores internos e externos que influenciam na construção deste conceito. Logo em seguida, conceituamos também oportunidade para chegarmos ao amplo conceito de mercado.

Após algumas reflexões sobre o conceito de mercado, passamos a analisar sua classificação, levando em consideração a abrangência geográfica do mercado. Tratamos dos conceitos de mercado local, regional e global e nos deparamos com as afirmações sobre a “aldeia global”. Na continuidade, munidos dos conceitos de empregabilidade e de mercado, passamos a considerar as ferramentas necessárias a análise deste mercado e escolhemos uma delas: a análise SWOT, que leva em conta os ambientes interno e externo de uma organização para listar os pontos fortes e fracos, as oportunidades e as ameaças.

Desta forma, você pode, após uma rápida análise, apresentada sob a forma de uma simples matriz, ter subsídios para embasar uma importante tomada de decisão. Assim fica mais fácil entender o mercado. As decisões, porém, vem de objetivos e metas traçados no início de sua caminhada profissional, assim, definimos claramente o que é objetivo e como devemos fixar metas que nos garantem o seu alcance. Traçado o objetivo e lançadas as metas, fica a pergunta; eu sou capaz? Para respondê-la, definimos e elencamos as competências e habilidades esperadas em um indivíduo, nesta nova forma de relacionamento entre empresas e mão-de-obra em um mundo tecnológico e, por conseguinte, de natureza mutável.



## PALAVRAS FINAIS

Espero que você aproveite bem este Guia de Estudos. Não deixe de acompanhar o conteúdo aqui proposto através do seu livro texto. Execute as atividades e tarefas propostas, leia, releia, discuta, busque mais informações. É desta maneira que você estará construindo um futuro profissional de sucesso. Lembre-se do que comentamos quando da definição de oportunidade: depois de passar muito tempo estudando, trocar diversão por estudos, comprar livros, dormir tarde e acordar cedo para estudar e pesquisar, você certamente obterá sucesso. E ao se depararem com seu sucesso, outros dirão: ele teve sorte! Pois bem, sorte é estar preparado quando as oportunidades surgirem e ter as competências e habilidades necessárias para aproveitá-las. Nada é por acaso, invista em seu futuro profissional.

Caro (a) aluno (a), na próxima unidade abordaremos assuntos de extrema relevância para o desenvolvimento da disciplina. Trataremos de temas como recolocação profissional, inteligência emocional, o processo seletivo e suas características, tais como fases, critérios de avaliação, perfil profissional, tipos de recrutamento e seleção, ferramentas, programas de estágio e trainee, entre outras.

Discutiremos também os diferenciais corporativos e a competição empresarial.

Aproveite e faça uma revisão dos conceitos anteriores, que são a base para que possamos continuar nossa jornada em busca do desenvolvimento profissional e da empregabilidade.

Até a próxima unidade!