

# **CONIC-SEMESP** 13º Congresso Nacional de Iniciação Científica

Anais do Conic-Semesp. Volume 1, 2013 - Faculdade Anhanguera de Campinas - Unidade 3. ISSN 2357-8904

**TÍTULO:** O MERCADO DE TRABALHO COMO GATILHO MOTIVADOR PARA A QUALIFICAÇÃO

**CATEGORIA:** EM ANDAMENTO

**ÁREA:** CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

**SUBÁREA:** ADMINISTRAÇÃO

**INSTITUIÇÃO:** CENTRO UNIVERSITÁRIO GERALDO DI BIASE

**AUTOR(ES):** CAMILLA PEREIRA COURY

**ORIENTADOR(ES):** PALOMA DE LAVOR LOPES, ROSA LUCIA ROSA GOMES

Realização:



Apoio:



## 1. RESUMO

Com o mercado globalizado, o conhecimento tende a ser uma exigência cada vez maior. Este projeto tem por objetivo geral verificar através do discurso dos gestores em formação quais fatores os motivaram a continuar ou a desistir de seus investimentos em sua qualificação profissional. Tal busca, gerou um novo questionamento, descobrir o que o profissional espera após possuir essa qualificação. Para tanto, utilizou-se tanto pesquisa bibliográfica quanto um questionário de perguntas abertas e fechadas direcionadas aos gestores em formação do Sul Fluminense, mais especificamente do Centro Universitário Geraldo Di Biase. Nos resultados parciais, observou-se que predominantemente, não há um incentivo das empresas para a qualificação dos seus colaboradores. Contudo, a motivação ao que parece estaria na consciência de que a qualificação profissional favorece a melhoria salarial, promoção de cargo dentro da organização, prestígio profissional, melhores condições de vida, entre outras.

### **INTRODUÇÃO**

O conhecimento, em função da velocidade das mudanças, tende a se tornar obsoleto, incompleto ou até inadequado (CROCCO e GUTTMANN (2005)). Esse fenômeno se deve à exigência do mercado altamente globalizado. Os desafios do mercado de trabalho hoje estão aumentando e se agravando, de diversos ângulos. Competição intensa, alterações de leis e regulamentos, fragmentação de negócios e atividades são alguns exemplos, talvez dramáticos, da urgência e da intensidade de aquisição, manutenção e atualização de conhecimento. Há outros fatores, segundo o relato dos informantes, a cada dia que passa o mercado de trabalho procura atributos diferentes, de um bom profissional. Esse mesmo mercado torna tudo mais competitivo, como consequência, busca-se a qualificação que teoricamente possibilita que esses profissionais estejam aptos a cumprirem as exigências do mercado.

## 2. OBJETIVOS

Este projeto tem como objetivo geral verificar através do discurso dos gestores em formação quais fatores os motivaram a continuar ou a desistir de seus investimentos em sua qualificação profissional. E, como objetivos

específicos: identificar se o mercado de trabalho competitivo e globalizado seria um gatilho motivador ou inibidor para o profissional em formação acadêmica; e descobrir o que o profissional espera após a conquista dessa qualificação.

### **3. METODOLOGIA**

A pesquisa terá um caráter qualitativo e quantitativo fundamentado nas autoras: Minayo (2001) e Goldemberg (1997). O instrumento ou a ferramenta de pesquisa utilizada foi composto de perguntas fechadas e abertas. Nas perguntas fechadas, pede-se para o respondente escolher uma alternativa numa lista apresentada e elaborada previamente pelo pesquisador. Nas perguntas abertas, tem-se por meta colher do informante os materiais mais concretos e reais, em situações tão concretas quanto possíveis de comunicação, de futuros gestores da região Sul Fluminense.

### **4. DESENVOLVIMENTO**

A formação discursiva é constituída pela remissão que podemos fazer de todo o texto a uma formação ideológica. Assim, a formação discursiva determina o que pode e o que deve ser dito a partir de certa região da formação social, a partir de certo contexto sócio-histórico. Essa formação discursiva não está desvinculada de outros contextos sociais, como o Empresarial. A cultura organizacional é tão estreitamente dependente do conjunto de valores das pessoas que a formam que, segundo Laraia (1997, 90 apud Marras 2007), a coerência de um hábito cultural somente pode ser analisada a partir do sistema a que pertencem. Para Schein ((1997) *apud* Marras (2007)), a Cultura organizacional é o modelo de pressupostos básicos que uma grupo assimilou na medida em que resolveu os seus problemas de adaptação externa e integração interna e que, por ter sido suficientemente eficaz, foi considerado válido e repassado (ensinado) aos demais (novos) membros como a maneira correta de perceber, pensar e sentir em relação àqueles problemas. No atual contexto de competitividade no mundo, e especialmente no mundo empresarial a cultura que se estabeleceu é o da competitividade, em decorrência de vários fatores, especialmente o da globalização da economia. Como consequência desse novo valor, as pessoas estão buscando cada vez mais qualificação profissional. A proposta para o presente projeto é verificar

pelo discurso o que estaria motivando os indivíduos a investirem em suas carreiras, realizando cursos de graduação e pós-graduação. E, que fatores estariam possibilitando uma nova formação, criando assim uma nova formação discursiva profissional; verificar se tais fatores são positivos ou negativos.

## 5. RESULTADOS PRELIMINARES

O mercado de trabalho globalizado faz com que as pessoas busquem cada vez mais estarem qualificadas, pois a expectativa em torno dessa qualificação é enorme, como se pode perceber nas transcrições abaixo:

Ex: (1) É expectativa financeira e pessoal..de conhecimento...de aprimoramento...essa é minha expectativa...você acordar num sábado desse para vir pra cá estudar..é dinheiro e mais alguma coisa...porque só dinheiro não dá não... (M)

Ex: (2) adquirir maior conhecimento...não pode ficar parado. (Informante P.R)

Ex: (3) É que a partir que você ingressa ....num curso..você adquire seu conhecimento né? Sua visão muda...amplia a visão né?...e através disso você pode conseguir algo melhor... (EPS)

De acordo com esses exemplos, podemos ver que as pessoas que buscam qualificação pretendem crescer tanto na organização em que atuam quanto no próprio mercado de trabalho globalizado, veem no aprendizado a possibilidade de se aprimorar pessoal e profissionalmente. Sem, contudo, deixar de visar à melhoria salarial.

## 6. FONTES CONSULTADAS

CROCCO, Luciano; Erik GUTTMANN. **Consultoria Empresarial**. Prefaciado por Antoninho Marmo Trevisan. Editora Saraiva. São Paulo, 2005, 134p.

GOLDENBERG, Mirian. **A Arte de Pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 3ª ed. São Paulo: Futura: 2007.

MINAYO, M. C. S. (org). **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. 18ª ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

ORLANDI, Eni. **Análise do Discurso: Princípios e Procedimentos**. São Paulo: Pontes, 2005.