

UM ESTUDO DO PLANEJAMENTO DE CARREIRA E EMPREGABILIDADE DOS ACADÊMICOS DE UM CENTRO UNIVERSITÁRIO NO DISTRITO FEDERAL

A STUDY OF CAREER PLANNING AND EMPLOYABILITY OF ACADEMIC CENTER OF A UNIVERSITY IN FEDERAL DISTRICT

Autora: Elaine Duarte Pereira

Orientador: Prof. MSc. Carlos Eduardo Marinho Diniz

RESUMO

Este artigo trata de contextualizar a evolução das exigências do mercado de trabalho no mundo das profissões, assim como, a importância do desenvolvimento, orientação e acompanhamento da carreira. O gerenciamento da carreira não cabe mais á empresa e sim ao próprio profissional. Trata também de mostrar como o planejamento de carreira, possibilita aos indivíduos o seu autoconhecimento tão necessário para o ingresso e manutenção do seu trabalho. Neste sentido o trabalho teve por objetivo identificar a expectativa a respeito do Planejamento de Carreira e Empregabilidade dos acadêmicos do Centro Universitário ESTÁCIO-FACITEC em relação ao mercado de trabalho e o mundo das profissões atuais. A abordagem aqui apresentada traz uma análise prática de uma pesquisa realizada com os estudantes, através de um questionário estruturado, feito com base nas hipóteses levantadas. Foram aplicados 188 questionários contendo 16 perguntas cada um, em diversos cursos do Centro Universitário, e assim foi percebido o pensamento dos mesmos em relação as suas habilidades e comportamentos a fim de atuarem em um ambiente empresarial que está em constante mudança.

PALAVRAS CHAVE: Mercado de Trabalho, Planejamento de Carreira, Empregabilidade.

ABSTRACT

This article deals with contextualize the evolving requirements of the labor market in the world of professions, as well as the importance of development, guidance and counseling career. The career management no longer fits to the company but to the very professional. It also show how the career planning, enables individuals to your self as necessary for entry and maintenance of their work. In this sense the work aimed to identify the expectation about the Career Planning and Employability of students of the University Center ESTÁCIO-FACITEC in relation to the labor market and the world of current professions. The approach provides a practical analysis of a survey of students through a structured questionnaire, made on the basis of hypotheses raised. 188 questionnaires were applied containing 16 questions each, in several courses of the University Center, and it was perceived the thought of them in relation to their skills and behaviors in order to act in a business environment that is constantly changing.

KEY WORDS: Labor Market, Career Planning, Employability.

1. INTRODUÇÃO

O mundo vem sofrendo várias transformações no desenvolvimento do trabalho em todas as áreas. Nos dias atuais, o mercado busca profissionais cada vez mais competentes, atualizados, preparados e conscientes de sua atuação. Não basta ter uma certificação, a empregabilidade exige muito mais.

A atualização do conhecimento se deu de maneira muito rápida e, em consequência disso, os processos produtivos tiveram que se adaptarem as mudanças. O termo empregabilidade traz elementos essenciais para se pensar em todo e qualquer profissional, pois exige capacidade e adequação do mesmo ao mercado de trabalho. A

empregabilidade bem como sua atuação necessita estar em constante reflexão e atualização para que não seja considerado ultrapassado.

Sobre Plano de Carreira, Oliveira (2013, p.5) diz que é algo formal, e que deve ser aprimorado ao longo do tempo. “Plano de carreira é a explicitação formal de um conjunto planejado, estruturado, sustentado e sequencial de estágios que consolidam a realidade evolutiva de cada indivíduo, de forma interativa com as necessidades das empresas e das comunidades onde elas atuam”.

Uma postura de espírito de equipe, criatividade, pro atividade, iniciativa, adaptação e mudanças, são comportamentos que ajudam a manter-se e conquistar espaço no mercado. Conforme Sanches (2013).

Avaliar as expectativas de jovens num momento de tanta mudança é o elemento norteador deste trabalho.

O objetivo deste artigo é saber qual a expectativa a respeito do Plano de Carreira e Empregabilidade dos acadêmicos do Centro Universitário ESTÁCIO-FACITEC em relação ao mercado de trabalho e o mundo das profissões atuais. Os objetivos específicos foram: definir planejamento de carreira e empregabilidade; conhecer o plano pessoal de desenvolvimento de carreira dos acadêmicos; identificar o conhecimento do mercado de trabalho; apresentar os objetivos de carreira; analisar a empregabilidade. As hipóteses levantadas foram: H1- Mais de 80% dos alunos reconhecem que uma carreira de sucesso começa pela clareza do que o profissional quer ou gosta de fazer, e que é preciso traçar um caminho coerente, com qualificação e capacitação. H2- Mais de 70% dos alunos reconhecem que uma graduação não é o suficiente pra manter-se no mercado de trabalho. H3- Mais de 70% dos alunos admitem que estão fazendo um curso superior visando ingressar na carreira pública.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1-Empregabilidade

De acordo com Faria (2009, p.145) o termo empregabilidade é o conjunto de qualidades técnicas, morais e éticas e está diretamente ligada à capacidade de gestão da vida e da carreira. “É o resultado de um conjunto de valores e ações que deixam o profissional atraente para o mercado. É a sua capacidade de continuar sendo empregável”.

Alguns autores afirmam que o conceito de carreira tem sofrido constantes mudanças, e que está relacionado com as atividades desenvolvidas ao longo da vida. “As carreiras no mundo contemporâneo tendem a ser associadas à trajetória individual de cada indivíduo, independente da área de formação ou da organização em que essa trajetória se desenvolve.” (BALASSIANO e COSTA, 2012, p.1)

Ainda segundo Faria (2009, p.146) o mercado de trabalho atual busca por profissionais com visão ampla e conhecimentos em vários assuntos. “Estar sincronizado com o mercado é ter a flexibilidade de mudar a todo momento, adequar-se a novas realidades, ser eficiente pra trabalhar com foco em resultados, ter habilidade de comunicação, capacidade de improvisar, paixão por aprender, criatividade, intuição e conhecimento em várias áreas”.

Nota-se que a constante busca por profissionais qualificados é uma realidade atual e cabe ao profissional, de qualquer área estar preparado e atualizado. Atualmente o conhecimento adquirido no curso de formação técnica ou universitária não é suficiente para garantir a colocação de um profissional em determinada empresa. É preciso adequar-se as exigências do mercado de trabalho e manter o conjunto de habilidades, competências e conhecimentos em atualizações constantes. (SANCHES, 2013).

Alguns pontos são relevantes para fortalecer e criar possibilidades profissionais. Faria (2009, p.148) define alguns pontos importantes para manter a empregabilidade.

Dentre elas pode-se citar:

Autoconhecimento: apenas entendendo seu perfil individual é que você pode escolher as melhores ferramentas, os melhores cursos e a melhores habilidades a serem aperfeiçoadas.

Desenvolva a qualidade empática: aceite outros pontos de vista e lembre-se que outras pessoas sempre farão diferente de você, pois contam com outras experiências, expectativas, história de vida e visão. Administre seus sentimentos e controle suas emoções: medo, angústia, ansiedade, frustração [...]. Para garantir a empregabilidade, você precisa aprender a administrar esses sentimentos, é não simplesmente controlá-los.

Talento, apenas, não é o suficiente: talentos precisam ser descobertos e, principalmente, desenvolvidos. Talento precisa ter ação: suas iniciativas abrem portas para novas oportunidades.

Cuide bem de sua auto-estima: a única pessoa capaz de se limitar é você mesmo.

Flexibilidade: é imprescindível ter esta atitude para lidar com os imprevistos e contornar os momentos de crise.

Agilidade para tomar decisões: arrisque. [...] Não deixe que a análise excessiva dos fatos faça com que você não tome decisões, que o paralise. (FARIA, 2009, p.148-150).

O termo empregabilidade surgiu no mercado na década de 90, “pela necessidade dos trabalhadores de adquirir novos conhecimentos que os habilitassem a acompanhar as mudanças no mercado de trabalho”, Almeida (2006, p. 112 apud Sanches 2011). Essa perspectiva de mudança provocou no indivíduo a necessidade de continuar apto para oferecer um serviço com qualidade e aperfeiçoamento e manter-se empregado. O fato do indivíduo tomar a iniciativa em desenvolver-se profissionalmente ressalta uma questão de extrema importância, face ao exposto da responsabilidade, que foi transferida ao trabalhador para o desenvolvimento de suas competências e habilidades, (JORGE 2011). A empregabilidade para Casali et al., (1997:263 apud TÔRRES, 2000 p. 25) “é a condição daquele que, apesar das mudanças no mundo do trabalho, continua apto para nele permanecer”. No mesmo contexto Cabrera, (2011) diz que a empregabilidade é a capacidade de desenvolver e atualizar suas competências, que não basta tê-las, é preciso que elas sejam percebidas. De acordo com Almeida (2006, p. 112 apud Sanches 2011) “[...] a capacidade de adequação do profissional ao mercado de trabalho”. Quanto mais adaptado, melhor as chances para o profissional da sua inserção no mercado de trabalho, maior sua empregabilidade.

Com base neste contexto Marras (2008, p. 267), Designa o nível de atualização ou desenvolvimento de um profissional com a relação às eventuais exigências do mercado de trabalho na hora de competir face a uma oportunidade de emprego. (MARRAS, p.267) Por um lado a organização deixa de ter a responsabilidade de qualificar os seus talentos, irá permitir uma redução significativa nos custos e aniquilando problemas ao longo desse processo. Isso permite afirmar para este mesmo autor acima citado Marras (2008), que a situação atual leve ao RH uma abertura importante na sua estratégia de atuação, em reconhecer a necessidade para a empresa, de garantir programas de desenvolvimento profissional que atendam essencialmente aos interesses, tanto da organização como do indivíduo.

Em razão desse novo cenário de globalização e competitividade acirrada, a classe trabalhadora busca desenvolver-se, adequar-se as mudanças, atender as exigências dos clientes e manter-se empregável. Desta forma, fica claro que na visão de Robbins, Os trabalhadores hoje estão se preocupando mais do que nunca em manter atualizadas suas qualificações e em desenvolver novas habilidades, encarando o aprendizado como um processo para a vida toda, (ROBBINS, 2005, p. 22)

Com base em Mattoso, J. (1995 apud Tôrres 2000, p.20), “alocação do capital humano torna-se mais complexa, pois os empregos estão em mudanças permanentes”, advindo da globalização, abertura da economia, um aquecimento do setor, devido aos programas

habitacionais do governo, em destaque a copa do mundo de 2014, onde torna o país em um grande canteiro de obras. A competitividade da construção civil favorece uma rotatividade de mão de obra, assegurando a empregabilidade da força de trabalho para o setor.

2.2 Motivação

De acordo com Maximiano (2004, p. 267), “motivação indica o processo pelo qual o comportamento humano é incentivado, estimulado ou energizado por algum tipo de motivo ou razão”. Destaca ainda que no campo da Administração tenta explicar as forças ou motivos que influenciam o desempenho das pessoas em determinadas situações de trabalho. Quem atesta essa mesma linha de pensamento é Chiavenato, (2004 p. 63) ao dizer que motivação é “tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma ou, pelo menos, que dá origem a uma propensão a um comportamento específico”.

Segundo ainda esse mesmo autor, esse processo busca esclarecer o que impulsiona as pessoas agir de determinada forma, para cada trabalhador a motivação dependera da necessidade, do desejo e da disposição positiva e favorável para realização do seu trabalho, ou seja, não existe uma formula de como manter constantemente o trabalhador motivado.

A motivação para Araújo, (2006, p. 50), “ato de motivar; espécie de energia psicológica ou tensão que põe em movimento o organismo humano”. Seguindo essa linha, Vergara (2007) esclarece que é intrínseca, estar dentro de nós, nasce de nossas necessidades interiores, não podemos dizer que motivamos os outros, a isso ou aquilo, pois ninguém motiva ninguém. No entanto, seguindo o mesmo contexto, Robbins (2005, p. 342), diz que a motivação, É a disposição de exercer um nível elevado e permanente de esforço em favor das metas da organização, sob a condição de que o esforço seja capaz de satisfazer alguma necessidade individual, (ROBBINS, 2005 p. 342).

Com base nestes autores, a motivação de um trabalhador não esta relacionadas somente aos fatores externos do ambiente de trabalho, e sim ao estímulo que possa ter para a satisfação de suas necessidades, anseios e desejos, convém ressaltar que a motivação é algo próprio a cada indivíduo, cada um traz dentro de si suas próprias necessidades, expectativas e desejos.

Existem vários conceitos sobre motivação, porém todos ressaltam que a motivação é gerada internamente, de dentro para fora, sendo o combustível que faz com que as pessoas se tornem mais produtivas.

Darf (2010) refere-se a motivação como sendo um conjunto de forças internas e externas que impulsiona e entusiasma as pessoas a tomarem um certo curso de ação, as necessidades básicas de sobrevivência, de realizações, recompensas e de ganhos monetários, causam tensões internas que conduzem uma pessoa a um determinado comportamento em busca de satisfazer essas necessidades, o papel dos gerentes é entender as necessidades dos funcionários e canalizar a motivação para o cumprimento dos objetivos da empresa.

Kwasnicka (2006) diz que a motivação são os desejos, aspirações, sonhos e necessidades, que influenciam na escolha do comportamento do indivíduo na vida e na organização transformando em um incentivo para atingir a um objetivo.

Macêdo e et al (2007) citam a importância de conhecer os processos de motivação, já que através deles que é gerado o comportamento, o comprometimento, o reconhecimento e os diversos tipos de recompensas.

A partir dos referidos conceitos se faz necessário saber os devidos estímulos para que as empresas tenham seus funcionários motivados e satisfeitos, aumentando com isso sua produtividade e lucratividade.

Portanto as empresas de sucesso investem cada vez mais no capital humano, sabendo que maquinário e tecnologia são algo que toda empresa pode ter, o que as tornam diferentes são as pessoas.

2.3 Comportamento

Para se estudar o comportamento humano e entender suas diretrizes é necessário entrar na seara de vários fatores que determinam comportamentos, direciona e separa uma sociedade em grupos e caracteriza sua individualidade num aspecto global.

O comportamento pode ser definido como o fazer. Segundo Skinner (2003) o comportamento geralmente acontece espontaneamente, é modelado e mantido por suas consequências, agindo de acordo com atitudes já feitas no passado.

Segundo Karsaklian (2004) o comportamento pode ser entendido de duas formas, comportamento instintivo, ou seja, nato do indivíduo e o comportamento adquirido que é aquele que por meio da aprendizagem promove modificações no comportamento. A aprendizagem nada mais é que um conjunto de modificações que afeta a tendência de resposta.

Com as ideias em comum acordo de Skinner e Karsaklian indica-se que comportamento tem influências tanto instintivas quanto social, e pode-se dizer que um indivíduo que não convive em sociedade não irá adquirir a quantidade de comportamentos aprendidos, quanto um que está inserido em um determinado meio.

Obviamente o meio em que ele convive irá afetar na sua forma de se comportar tendo em vista que o comportamento é aprendido porque existe a possibilidade de que ocorram as mesmas consequências reforçadoras de determinado comportamento visto. Ou seja, indivíduos que convivem num mesmo meio se comportam de forma repetitiva aos dos mesmos em seu grupo.

2.4 Cultura

Cada indivíduo cresce numa cultura específica, que define suas relações com outros homens, consigo mesmo, com a natureza e o cosmo. A cultura pode torna-se muito específica e habituar o indivíduo a fazer, gostar e sentir coisas de maneira muito diferentes das pessoas de outras culturas.

Segundo Berguer (2004, p.79) estar localizado na sociedade faz menção ao que o indivíduo pode fazer e esperar da vida e também o que não pode fazer. “Estar localizado na sociedade significa estar no ponto de interseção de forças sociais específicas”.

Agir de acordo com uma cultura específica pode parecer para pessoas de fora algo inaceitável ou intolerável, porém ao olhar de dentro da situação, agir com determinadas atitudes não parece tão doloroso, pois ainda segundo Berguer (2004, p.107) “a sociedade afeta não só nossa conduta mais também o nosso ser”. Ou seja, na maioria das vezes os indivíduos querem seguir as regras, querem ter seu papel na sociedade e o que pode determinar seu papel é o comportamento repetitivo que faz com que um ato chegue a ser em determinado momento intrínseco do seu ser.

Segundo Skinner (2003, p.75) “a maneira de agir de um determinado grupo pode ter algumas contingências físicas mais a maioria será de natureza social”. Inserido em um grupo as atitudes além de repetidas podem ser modificadas pelo mesmo grupo em sua maioria pela prevalência deste grupo, tornando o indivíduo o aprendiz e executor da cultura. Esta que pode sobreviver ou perecer.

Pessoas de outras culturas podem ficar confusas com costumes diferentes, e apesar de uma cultura se determinar por comportamentos parecidos para Kotler (1985, p.72) “Mesmo dentro de uma cultura, diferentes padrões de comportamento e diferentes sistemas de valores podem ocorrer simultaneamente” dando vazão à diversidade cultural dentro de uma cultura já estabelecida com identificações específica de seus membros, o que pode- se chamar de sub culturas.

Para Karsaklian (2004), a cultura proporciona ao indivíduo a possibilidade de ser parte integrante de uma sociedade, sendo ela nada mais do que um conjunto de comportamentos distintos.

Mesmo com algumas peculiaridades como as sub culturas, entende-se que o fato preponderante é que a cultura defini o indivíduo em seu grupo e em seu ser individual, determinando comportamentos e ideais, moldando perspectivas e transformando seu meio e seus componentes além de inseri-lo em um grupo, dando sentido ao seu ser.

2.5 Eficiência

Eficiência significa produzir sem desperdiçar recursos. Uma empresa eficiente produz resultados sem desperdícios. Isso permite praticar preços mais acessíveis para o cliente, gerando mais lucro para a empresa. (Maximiano, 2006. p. 12)

Para o empreendedor, ser eficiente é fazer com que as pessoas realizem aquilo que ele deseja:

“Segundo Taiichi Ohno, vice-presidente da Toyota, alguma coisa está errada se os trabalhadores não olharem à sua volta todos os dias, encontrarem pontos tediosos em suas atividades e reescreverem os procedimentos. Até o manual do mês anterior deve ser considerado ultrapassado. (Magee, 2008, p. 19).”

Portanto a mudança e inovação constantes dentro da organização são importantes até mesmo para não cair na velha armadilha da rotina dos processos.

2.6 Eficácia

Além de saber fazer com que as pessoas realizem aquilo que deseja, fazer com que essa realização seja o esperado pela organização. “Quando a decisão está voltada à ação, a execução é rápida, porque todos já chegaram a um acordo.” (Jim Press, ex-presidente da Toyota Motor North America, apud Magee, 2008, p. 107):

Se você quiser fazer um trabalho eficaz de coordenação do sistema social da empresa, terá de planejar mecanismos operacionais em torno das atividades comerciais mais importantes, como atender a novos mercados e alcançar crescimento (Charan 2007, p. 74).

2.7 Efetividade

É o fazer acontecer, pois “o que pensamos ou no que acreditamos não tem muita importância. A única coisa relevante é o que fazemos” (Hunter, 2009, p. 102).

2.8 Ética

De forma bem reduzida, “você só vai ser um profissional melhor, se antes for uma pessoa melhor” (Professor Waldir, aula de Mercado e Marketing I, 2-2011 - FACITEC).

2.9. Mercado de Trabalho

Parece que não há consenso entre os autores sobre a definição de mercado de trabalho. Para Toledo e Milione, “refere-se às oportunidades qualitativas e quantitativas de emprego em determinada região”. Chiavenato o define como “o conjunto das ofertas de trabalho oferecidas pelas empresas, em certa época e em determinado lugar”. Para esses autores citados como exemplos, mercado de trabalho restringe-se às ofertas de trabalho (vagas). Os conceitos ora apresentados são corretos, porém restritos; concorda-se com um conceito mais amplo, como aquele dado por Lodi: “O mercado de trabalho pode ser definido como a área onde os diversos grupos ocupacionais encontram salários relativamente uniformes. (Prof. Esp. Hamilton da Silva e Silva. Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAevOYAE/mercado-trabalho>>. Acesso em 20 de setembro de 2014).

Segundo SANTOS, (2000, pag. 4), “No âmbito da globalização, a redução do “tamanho” e do papel do Estado parte da concepção básica do neoliberalismo, segundo a qual, toda

interferência estatal é ruim. Essa premissa, no entanto, vem-se revelando cada vez mais falaciosa, e a própria prática dos países desenvolvidos nega a sua aplicação literal.”

Conhecimento de Mercado de Trabalho e Mercado de Recursos humanos - Esses dois conceitos estão diretamente relacionados entre si, pois a necessidade de profissionais cada vez mais capacitados para ocupar muitas funções ociosas de bons profissionais. E a cada dia que passa as organizações estão investindo nesse setor de mercado de recursos humanos. A alta rotatividade dos funcionários nesse mercado com ofertas de bons salários e programas de incentivos faz as empresas disputar ainda mais este setor que só tende a crescer. Disponível em: <<http://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Conceito-De-Mercado-De-Trabalho-e/54388.html>>. Acesso em 26 de setembro de 2014.

3. METODOLOGIA

Para Vergara (2003) metodologia é um fundamento, uma razão que explica um pensamento.

Este artigo foi desenvolvido utilizando-se a pesquisa descritiva. Para tanto, foram utilizados o levantamento bibliográfico, os questionários contendo perguntas fechadas, permitindo assim uma análise quantitativa, com intuito de confirmar ou refutar as hipóteses levantadas.

3.1 Tipos de pesquisa

Para classificação da pesquisa é apresentado dois fundamentos: quanto aos fins e quanto aos meios de investigação. De acordo com Vergara (2003).

Em vinculação aos fins a pesquisa foi definida como descritiva pelo fato de caracterizar o entendimento, as expectativas e a visão a respeito do plano de carreira e empregabilidade dos universitários.

O tipo de investigação utilizado foi o método de pesquisa de campo que conforme Vergara (2003, p.47), “é a investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo”. Isto é, serão analisados a percepção dos alunos em relação á expectativa do progresso de sua carreiras frente ao mercado de trabalho atual.

3.2 Universo e amostra

Segundo Vergara (2003) o Universo é definido como uma determinada população conceituada como um conjunto de elementos que possuem características que são analisadas como objeto de estudo.

O universo da pesquisa de campo que foi efetuada em 06 de Outubro de 2014 e teve como público alvo os estudantes do Centro Universitário ESTÁCIO-FACITEC, com aproximadamente 4.000 alunos.

Conforme a amostra a ser apresentada Vergara (2003) destaca a definição de amostra ou população amostral. “População amostral ou amostra é uma parte do universo (população) escolhida segundo algum critério de representatividade.

A amostra foi definida pelo método de acessibilidade, que segundo Vergara (2003) é definida como uma amostra não probabilística, ou seja, longe de qualquer procedimento estatístico, os elementos são selecionados pela a facilidade de acesso a eles, totalizando 188 alunos.

O perfil dos estudantes pesquisados foi bem diversificado, apresentando uma quantidade considerável de representantes de cada faixa etária, de cursos, períodos, turno, gênero e estado civil. Observou-se que do total dos respondentes 52% responderam ter idade entre 18 e 25 anos, 28% entre 26 e 32 anos, 13% entre 33 e 40 anos, 5% entre 41 e 45 anos, 1% entre 46 a 50 anos e 1% afirmaram ter mais de 50 anos. Em relação aos cursos, a maioria dos respondentes são do curso de Administração com 44%, seguido do curso de

Gestão de RH com 19%, depois vem o curso de Ciências Contábeis com 10%, O curso de Tecnologia em Redes de Computadores teve 7%, Pedagogia e Sistemas de Informação tiveram 6% de respondentes cada curso, Engenharia de Produção teve participação de 4%, Direito 2% e os cursos de Matemática e Turismo 1% dos respondentes cada. Quanto aos períodos, o 2º e o 4º semestre tiveram 21% cada, 6º semestre 13%, o 5º semestre 12%, o 8º semestre 11%, o 7º semestre 10%, o 1º semestre 4% e o 9º semestre 1%. O turno ficou entre 60% noturno e 40% matutino. As mulheres foram a maioria na pesquisa com a participação de 56%, enquanto os homens somaram 44% dos respondentes. Foi observado que 63% dos acadêmicos são solteiros, 28% são casados, 4% divorciados e 5% não responderam.

3.3 Coletados Dados

Foi elaborada uma pesquisa de campo cujo instrumento para coleta dos dados foi um questionário com afirmações de acordo com as hipóteses levantadas e com o tema principal.

A pesquisa de campo foi primeiramente aplicada com um pré-teste no dia 03 de outubro de 2014 com 05 questionários, com finalidade de aprovar o questionário para a pesquisa de campo definitiva que foi aplicada no dia 06 de outubro de 2014. Conforme o índice de percepção dos resultados obtidos no pré-teste, não houve a necessidade de efetuar alterações no questionário.

Após a aplicação do questionário, foi feita a numeração e a digitação das respostas em uma planilha Excel para a análise descritiva.

3.4 Instrumento de Pesquisa

O instrumento de pesquisa foi realizado por meio de um questionário estruturado, constituído por perguntas que seguem uma ordem antecipadamente planejada, baseado no referencial teórico e nas hipóteses apresentadas no trabalho. Serão utilizadas 16 perguntas embasadas no tema principal do trabalho, com intenção de apresentar resultados que comprovem a importância do Planejamento de Carreira, e a expectativa dos estudantes.

Destinando-se a melhor compreensão nos resultados, foram adotadas questões estruturadas na escala LIKERT de 5 pontuações: 1 – Discordo Totalmente; 2 – Discordo Parcialmente; 3 – Nem Concordo e Nem Discordo; 4 – Concordo Parcialmente; 5 – Concordo Totalmente e; questões pré-formatadas sobre faixa etária, curso, período, turno, gênero e estado civil.

3.5 A empresa Pesquisada

Ser referência como Instituição de Educação Superior no Distrito Federal, comprometida com a qualidade da educação, elevando a empregabilidade dos acadêmicos.

Missão: compromisso com a qualidade da educação e com o desenvolvimento pessoal e profissional dos acadêmicos, de acordo com o site da empresa. Desta maneira, a FACITEC considera que acreditar faz a diferença e procura desenvolver esforços de forma contínua que visem buscar a qualidade na prestação de serviços educacionais.

Localizada na cidade de Taguatinga, em Brasília, a instituição FACITEC foi fundada em 2001, possuía cerca de 3.600 alunos e 120 professores distribuídos em cursos de graduação e de pós-graduação, além de cursos de extensão e livres.

Em 2013 a instituição ESTÁCIO marca sua chegada ao Distrito Federal através da aquisição da Faculdade de Ciências Sociais e Tecnológicas (FACITEC).

Segundo site da empresa é umas das maiores organizações privadas no setor de ensino superior no Brasil em números de alunos matriculados, de acordo com dados da Consultoria Hoper, referentes ao ano de 2011. Em 30 de setembro de 2014, a Estácio contava com 468,9 mil alunos matriculados na modalidade presencial e à distância, em

cursos de graduação e pós-graduação. A rede é formada por uma universidade, seis centros universitários, 36 faculdades e 163 polos de ensino à distância credenciados pelo MEC, com uma capilaridade nacional representada por 84 campi, nos principais centros urbanos de 20 estados brasileiros.

Missão: educar para transformar.

“Integramos academia e gestão para oferecer uma educação transformadora ao maior número de pessoas, criando impacto positivo para a sociedade”.

Visão 2020: ser reconhecida como a melhor opção em Educação Superior para alunos, colaboradores e acionistas

Valores: gente educando gente.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base nos questionários aplicados, foi possível identificar os objetivos de carreira e o plano de ação dos acadêmicos, permitindo a avaliação das habilidades, interesses, valores e temperamento.

O questionário está dividido em sub-tópicos relacionado ao entendimento dos alunos sobre Plano de Carreira e Empregabilidade.

Tabela	1.	Discordo Totalmente	Discordo Parcialmente	Indiferente	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente
PLANO DE CARREIRA VOLTADO AOS OBJETIVOS E METAS DO ALUNO						
1	2	3	4	5		
Tenho metas e objetivos traçados sobre minha carreira.	1%	3%	6%	33%	57%	
Escolhi uma carreira que combina com meus interesses.	1%	5%	5%	31%	58%	
Consigo planejar minhas metas profissionais para os próximos cinco anos.	5%	14%	12%	52%	17%	

4.3 Perspectivas do acadêmico no serviço público

A tabela 3 mostra as perspectivas do acadêmico em relação à carreira pública. Sendo que 85% responderam que pretendem seguir carreira em suas áreas de formação. Apenas 6% discordaram e 9% foram indiferentes. Na questão quanto a estarem sempre participando de concursos públicos 37% concordaram, 45% discordaram e 18% não responderam. Assim sendo, 28% responderam que dedicam parte de seu tempo pra estudar para concursos públicos, 52% discordaram dessa questão e 20% não responderam. No entanto, 60% consideram que o cargo público viabiliza maior estabilidade e melhores ganhos financeiros, 25% discordam e 15% são indiferentes a essa pergunta.

Pode-se evidenciar através dessa resposta, que para os acadêmicos a carreira pública representa mais que um emprego comum, que oferece segurança e confiabilidade, além

de render melhores ganhos financeiros e proporcionar estabilidade. No mundo em que vivemos, para a grande maioria existe o medo do mercado de trabalho, principalmente para jovens recém formados que estão em busca de um espaço no ambiente profissional. Nesses casos o elemento agravante é a insegurança, pois causa limitações que impedem o crescimento profissional. O que se espera é que cada trabalhador busque sua empregabilidade. “O mundo busca pessoas transparentes e que tenham certeza de que a ética é uma obrigação, que transmitam confiabilidade”, Faria (2009).

5. CONCLUSÃO

Este trabalho acadêmico teve como objetivo geral identificar a expectativa dos acadêmicos do Centro Universitário ESTÁCIO-FACITEC a respeito do plano de carreira e empregabilidade. Também foram tratados os objetivos específicos quanto a definição de planejamento de carreira e empregabilidade, conhecimento do mercado de trabalho, objetivos de carreira e análise da empregabilidade dos estudantes.

A exploração das informações contidas nesta pesquisa mostra resultados positivos quando apresentados junto a questão do plano de carreira voltado aos objetivos e metas, principalmente ao fato de 90% dos alunos terem respondido que possuem metas e objetivos traçados sobre suas carreiras, dando ênfase a importância do planejamento de carreira.

Através do cálculo da média aritmética foi identificado que 75% dos pesquisados concordam que o plano de carreira deve estar em conformidade com os objetivos e as metas juntamente com as competências, habilidades e treinamento.

Em comparação com a visão dos alunos referente a empregabilidade, 73% concordaram que o mercado de trabalho exige mais que uma graduação, e que é necessário estar em constante busca por aprendizado.

Quanto as perspectivas do acadêmico no serviço público, 53% concordaram.

Com fundamento nisto, a hipótese H1- Mais de 80% dos alunos reconhecem que uma carreira de sucesso começa pela clareza do que o profissional quer ou gosta de fazer, e que é preciso traçar um caminho coerente, com qualificação e capacitação foi **refutada**, em razão de que somente 75% concordaram.

A hipótese H2- Mais de 70% dos alunos reconhecem que uma graduação não é o suficiente para manter-se no mercado de trabalho foi **confirmada**, pois 73% dos respondentes concordaram.

A hipótese H3- Mais de 70% dos alunos admitem que estão fazendo um curso superior visando ingressar na carreira pública foi **refutada**, visto que apenas 53% concordaram.

A análise da H2 fez com que a prática pudesse ser confirmada com a teoria apresentada. Conclui-se então que é importante estar atento e aproveitar todas as oportunidades, promover e desenvolver seu autoconhecimento, para a partir daí, poder encontrar meios para o estabelecimento de objetivos e metas pertinentes à sua carreira profissional, e assim buscar por oportunidades que sejam condizentes com suas aspirações profissionais. Outra particularidade é entender como o mercado tem se manifestado em relação as exigências por profissionais qualificados, com vistas ao enfrentamento do cenário tão competitivo. Esse compromisso deve ser encarado como um desafio que tem como principal propósito alcançar um espaço.

O Centro Universitário pesquisado oferece ao aluno uma educação transformadora, possibilitando assim o crescimento e dando condições para que este adquira conhecimentos necessários a sua formação. Enfim, ajuda a construir um mundo onde todos possam realizar-se com autonomia.

Como recomendação propõem-se que a Instituição pesquisada ofereça a todos os estudantes, a orientação de carreira e encaminhamento para o desenvolvimento profissional. Desta forma, estaria desenvolvendo um papel muito além do que o ensino unicamente, mas também auxiliando no sentido de promover a esse jovem profissional

um direcionamento de carreira, dando oportunidade para este descobrir seu perfil e assim buscar por melhorias contínuas de suas competências, desenvolvendo assim sua empregabilidade. De modo que a sugestão para que isso aconteça seria a disponibilização de uma matéria com esse foco na grade curricular de cada curso de graduação.

6. REFERÊNCIAS

ARAUJO, Luis César G.: Organização, sistema e métodos e as tecnologias de gestão organizacional. 2.ed. – SP: Atlas, 2008.

BALASSIANO, Moisés; COSTA, Isabel de Sá Affonso da (Org.). **Gestão de carreiras: dilemas e perspectivas**. São Paulo. Atlas, 2012.

BALASSIANO, Moisés; COSTA, Isabel de Sá Affonso da (Org.). **Gestão de carreiras: dilemas e perspectivas**. São Paulo. Atlas, 2010

BARDUCHI, Ana Lúcia Jankovic. **Empregabilidade: competências pessoais e profissionais**. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2010.

BERGER, Peter L. **Perspectivas sociológicas: uma visão humanística**/Peter L. Berger; tradução de Donaldson M. Garschagem. 26ª edição. Petrópolis- Rio de Janeiro: Vozes, 2004

CHARAN, Ram – Know-how: as 8 competências que separam os que fazem dos que não fazem; Tradução Thereza Ferreira Fonseca – Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

CHIAVENATO, Idalberto: Administração nos novos tempos. 2. ed. – RJ: Elsevier, 2004.

DARF Richard L. Administração. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

FARIA, Vivian Maerker. **Manual de carreira: identifique e destaque o talento que existe em você**. São Paulo. Saraiva, 2009.

http://www.estacioparticipacoes.com.br/estacio2010/web/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=30100. Acesso em: 16 de Novembro de 2014, às 14:21 horas.

https://www.facebook.com/pages/Faculdade-de-Ci%C3%AAs-Ancias-Sociais-e-Tecnol%C3%B3gicas-FACITEC/205498399490910?sk=info&ref=page_internal. Acesso em: 16 de Novembro de 2014, às 12:07 horas.

HUNTER, James C. – O monge e o executivo: uma história sobre a essência da liderança; Tradução Maria da Conceição Fornos de Magalhães – Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

JORGE, Tiago Antonio S. A Empregabilidade como conceito central da qualificação profissional: Uma análise a partir do PLANFOR e do PNQ. Tese de mestrado (Conhecimento e inclusão social) Universidade Federal de Minas Gerais. Disponível em: <http://www.estudosdotrabalho.org/anais6seminariodotrabalho/tiagoantoniodasilvajorge.pdf> Acesso em 17 de set. 2014 20h20min.

KARSAKLIAN, Eliane, **Comportamento do consumidor**/Eliane Karsaklian. 2º Ed. São Paulo: editora Atlas S.A. 2004.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**/Philip Kotler, Kevin Lane Keller; tradução Monica Rosemberg, Brasil Ramos Fernandes, Claudia Freire; São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip. **Marketing: edição compacta**/ Philip Kotler; tradução H. de Barros; revisão técnica Dílson Gabriel dos Santos e Marcos Cortez Campomar. 1ª Ed. São Paulo: editora Atlas S.A., 1985.

KWASNICKA Eunice Lacava. Introdução á Administração. São Paulo: Editora Atlas S. A, 2006.

LIMA, Murilo Campos Rocha; SANTOS, Ravena Moura Rocha; SANTIAGO, Alvany Maria dos Santos. Gestão de carreiras: inovação e indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Google Acadêmico: Extramuros - Revista de Extensão da Univasf, Vol. 2, No 1, 2014. Disponível em:

<http://www.periodicos.univasf.edu.br/index.php/extramuros/article/view/463>. Acesso em: 27 de Agosto de 2014, às 16:05 horas.

MACÊDO, Ivanildo Izaias de, RODRIGUES Denize Ferreira, JOHANN Maria Elizabeth Peipe e CUNHA Neisa Maria Martins da. Aspectos Comportamentais da Gestão de Pessoas. 9ª Edição revista e atualizada. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

MAGEE, David, 1965 – O segredo da Toyota: lições de liderança da maior fabricante de automóveis do mundo; Tradução Bruno Alexandre – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

MAXIANO, Antônio César Amaru – Administração para empreendedores: **fundamentos da criação e da gestão de novos negócios** – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Plano de Carreira: foco no indivíduo**. São Paulo. Atlas, 2013.

RITOSSA, Cláudia Mônica. **Marketing Pessoal: quando o produto é você**. Intersaberes, 2012.

ROBBINS, Stephen P.: Comportamento organizacional. 11 .ed. – SP: Pearson Prentice Hall, 2005

SANCHES, Larissa Rolim. **Empregabilidade: uma exigência profissional**. Brasil escola: meu artigo, 2013. Disponível em: <
<http://meuartigo.brasilecola.com/atualidades/empregabilidade-uma-exigencia-profissional>. Acesso em: 27 de Agosto de 2014, às 14:49 horas.

SKINNER, Burrhus Frederic. **Questões recentes na análise comportamental**/Burrhus Frederic Skinner 4. ed. Campinas - São Paulo: Papyrus, 2003.

VERGARA, Sylvia Constant: Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 4.ed. – SP: Atlas, 2003 - Instituto Cenecista Fayal de Ensino Superior Itajaí – SC 2009

XAVIER, Ricardo de Almeida Prado. **Sua carreira: planejamento e gestão**. Como desenvolver seus talentos e competências. São Paulo. Financial Times. 2006.