

conhecimento

Conhecimentos, habilidades e atitudes



Andréia Araújo*

O perfil do profissional desejado pelo mercado



O século XXI caracteriza-se pela incorporação de serviços a um mercado educacional altamente competitivo, concorrência agressiva, redução de custos, foco em resultados e avanço tecnológico. A essa realidade, dois tipos de comportamento surgem como resposta: profissionais desesperando-se ou não conseguindo se desenvolver profissionalmente por falta de recursos ou mesmo de tempo. Alguns, com possibilidades de estudos, são recusados por não possuírem experiência profissional; outros, pela capacidade de adaptação às situações mais adversas, veem o momento como uma oportunidade de se diferenciar.

As pessoas têm talentos, mas não se concentram na possibilidade de construir uma carreira de sucesso, preocupando-se em conseguir um emprego. Quando o têm, fixam-se em mantê-lo a fim de pagar as contas, vendo e sentindo o trabalho como uma obrigação, e não um prazer. É a *Era do Conhecimento e da Informação*, em que o trabalho físico, em sua grande maioria, é realizado por máquinas, e o mental, por computadores. No entanto, o fator humano é o grande responsável pela qualidade e produtividade, sendo o único ca-

paz de transformar informações em conhecimentos.

Aumenta-se, assim, a dificuldade das instituições de ensino em selecionar pessoas capazes de formar equipes competentes, com foco em atender, com qualidade, rapidez e precisão, às necessidades de seus clientes.

O número de currículos cresce a cada dia. Os testes psicológicos, as dinâmicas de grupo e outras técnicas de seleção auxiliam para traçar o perfil dos candidatos, mas são insuficientes para indicar o mais adequado para determinada vaga. E, neste contexto, fatores comportamentais - equilíbrio emocional, interesse pelo novo e pelo aprendizado, ética e responsabilidade social, pontualidade, boa comunicação, flexibilidade, pró-atividade, bom relacionamento, capacidade de trabalhar em equipe, criatividade, liderança, busca por desafios, foco em metas e resultados, domínio de novas tecnologias - são decisivos e indispensáveis.

As instituições de ensino, para se tornarem altamente competitivas e com notória qualidade, estão em busca do CHA - conhecimentos (saber), habilidades (saber fa-

zer) e atitudes (querer fazer) dos candidatos -, pois a soma dessas competências forma o diferencial competitivo humano e, consequentemente, de uma organização. Ter, na equipe, profissionais que correspondam a este novo perfil que o mercado busca é fator determinante, de fracasso ou sucesso, de qualquer instituição, portanto é fundamental investir na hora de escolher os membros de uma equipe.

Para que uma seleção de pessoal seja satisfatoriamente realizada, as instituições de ensino necessitam de profissionais (psicólogos) aptos para tal, e, quando não os têm internamente, o caminho mais seguro é buscar, no mercado, empresas de qualidade e reconhecimento e, assim, contratá-las para selecionar o seu quadro funcional. Quem investe em qualidade e inovação torna-se mais competitivo, destaca-se frente aos demais e dificilmente se abala com uma crise. ■

*Psicóloga e supervisora de Atendimento ao Cliente e Novos Negócios na Humus Consultoria Educacional

www.humus.com.br