

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC**

**CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

**JULIANA OLIVEIRA DA SILVEIRA DO NASCIMENTO**

**ATUALIZAÇÃO PROFISSIONAL: DESAFIOS E POSSIBILIDADES**

**CRICIÚMA**

**2012**

**JULIANA OLIVEIRA DA SILVEIRA DO NASCIMENTO**

**ATUALIZAÇÃO PROFISSIONAL: DESAFIOS E POSSIBILIDADES**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção de grau de bacharel no curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Maria Cristina Keller Frutuoso - Mestre.

**CRICIÚMA**

**2012**

**JULIANA OLIVEIRA DA SILVEIRA DO NASCIMENTO**

**ATUALIZAÇÃO PROFISSIONAL: DESAFIOS E POSSIBILIDADES**

Trabalho de conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção de Grau de Bacharel, no Curso de Secretariado Executivo da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Atualização Profissional: Desafios e Possibilidades.

CRICIÚMA, 06 de Dezembro de 2012.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof<sup>a</sup>. Maria Cristina Keller Frutuoso - Mestre - (Unesc) - Orientadora

Prof<sup>a</sup>. Christine Vieira Scarpato - Mestre - (Unesc)

Prof<sup>a</sup>. Melissa Watanabe - Doutora - (Unesc)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, por iluminar meus passos durante esta trajetória de estudos, dando-me forças nos momentos difíceis; agradeço ao meu marido João Carlos, que está ao meu lado em todos os momentos me incentivando a seguir sempre; aos meus colegas da faculdade, pelas palavras e sorrisos durante este tempo; agradeço também às minhas colegas de serviço que me aconselham, me incentivando ainda mais.

Não deixo de agradecer também à minha família, aos meus pais que me proporcionaram a oportunidade de estar em uma faculdade; agradeço aos meus irmãos em especial ao Gustavo Santos Silveira Neto que me acompanhou em todos os momentos dando-me inspiração para prosseguir.

Faço também um agradecimento à minha orientadora, professora Maria Cristina Keller Frutuoso que me acompanhou com paciência, trazendo seus conhecimentos com sabedoria.

Obrigada a todos os professores que deram de si para nos formar pessoas melhores.

**“Tudo tem começo e meio. O fim só existe para quem não percebe o recomeço.”**

**Luiz Gasparetto**

## RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo avaliar como os profissionais da empresa Stylo Móveis e Decorações buscam se atualizar e de que forma percebem a importância da qualificação profissional. O estudo também dialoga com a importância de se estar preparado para o mercado de trabalho a fim de garantir um espaço promissor na empresa. Na fundamentação teórica deste trabalho, os temas abordados foram redes sociais e o papel da informação, os meios de comunicação e competência. O instrumento usado para a coleta de dados foi um questionário composto de 11 perguntas, respondidas por 18 colaboradores de diversos setores. As perguntas utilizadas foram todas relacionadas aos meios de informação e de atualização no campo empresarial. Os dados, analisados por meio de estudos quantitativos e qualitativos mostraram que os colaboradores se consideram atualizados e gostariam de ter acesso a mais conhecimento em suas profissões. Os cursos de capacitação que poderiam ser ofertados pela empresa seriam; o uso de determinado software, relacionamento interpessoal, atendimento, vendas, e decoração de interiores. Todos esses dados são relevantes, pois agregam propostas que podem favorecer no crescimento da organização.

**Palavras-chaves:** Atualização. Informação. Profissionais. Organizações.

## **ABSTRACT**

This research aimed to evaluate the professional of Stylo Furniture and Decorations Company, how they seek to upgrade and how they realize the importance of professional qualifications. The study has also explained the need to be prepared for the labor market to ensure a promising space in the company. In the theoretical themes of this paper were social networks and the role of information, means of communication and competence. The instrument used for data collection was a questionnaire consisting of 11 questions, answered by 18 employees from various sectors. The questions used were all related to the information and update in the business field. The data, analyzed by quantitative and qualitative studies have shown that employees consider themselves updated and would like to add knowledge in their professions. Training courses that could be offered by the company would be; the use of a certain software, interpersonal relationship, customer service, sales, and interior decoration. All this information are relevant for aggregate proposals that can favor the growth of the organization.

**Keywords:** Upgrade. Information. People. Organizations.

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo evaluar a los profesionales de la empresa Stylo Muebles y Decoraciones, como buscan la actualización y cómo darse cuenta de la importancia de las calificaciones profesionales. El estudio también explica la necesidad de estar preparados para el mercado laboral para garantizar un mejor espacio en la empresa. El estudio teórico de este trabajo fueron las redes sociales, el papel de la información, medios de comunicación y competitividad. El instrumento utilizado para la recolección de datos fue un cuestionario compuesto por 11 preguntas, respondidas por 18 empleados de diversos sectores. Las preguntas utilizadas estaban relacionadas con los medios de comunicación y actualización en el área de negocios. Los datos, analizados por estudios cuantitativos y cualitativos mostraron que los empleados se consideran actualizados y le gustaría añadir conocimientos a sus profesiones. Los cursos de formación que pueden ser ofrecidos por la compañía, uso de determinado software, relacionamiento interpersonal, servicio al cliente, ventas y decoración de interiores. Todos estos datos son relevantes para las propuestas agregadas que pueden favorecer el crecimiento de la organización.

**Palabras claves:** Actualización. Información. Personas. Organizaciones.



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Demonstrativo do CHA.....	22
Tabela 2 - Nível de escolaridade.....	32
Tabela 3 - Especialização ou capacitação.....	33
Tabela 4 - Atualizando-se .....	34
Tabela 5 - Meios para se manter atualizado.....	35
Tabela 6 - A procura da informação .....	36
Tabela 7 - Funcionário atualizado .....	37
Tabela 8 - As informações necessárias à empresa .....	38
Tabela 9 - Meios que a empresa disponibiliza .....	39
Tabela 10 - Cursos ou palestras proporcionados pela empresa .....	40
Tabela 11 - O benefício de se atualizar .....	41
Tabela 12 - O incentivo da empresa .....	42

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Nível escolaridade.....	32
Gráfico 2 - Especialização ou capacitação.....	33
Gráfico 3 - Atualizando-se.....	34
Gráfico 4 - A procura da informação.....	36
Gráfico 5 - Funcionário atualizado.....	37
Gráfico 6 - As informações necessárias à empresa.....	38
Gráfico 7 - Cursos ou palestras proporcionados pela empresa.....	40
Gráfico 8 - O benefício de se atualizar.....	41

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.1 TEMA .....	12
1.2 DELIMITAÇÕES DO TEMA .....	12
1.3 PROBLEMA .....	13
1.4 OBJETIVO.....	13
<b>1.4.1 Objetivo geral</b> .....	<b>13</b>
<b>1.4.2 Objetivo específico</b> .....	<b>13</b>
1.5 JUSTIFICATIVA .....	14
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>15</b>
2.1 REDES SOCIAIS E O PAPEL DA INFORMAÇÃO.....	15
<b>2.1.1 O papel da informação no ambiente de negócios</b> .....	<b>16</b>
<b>2.1.2 Informação e formação na carreira profissional</b> .....	<b>17</b>
2.2 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO .....	177
<b>2.2.1 A importância da TV como meio de Comunicação</b> .....	<b>18</b>
<b>2.2.2 O Rádio</b> .....	<b>19</b>
<b>2.2.3 Jornal: fonte de leitura</b> .....	<b>20</b>
<b>2.2.4 Internet</b> .....	<b>21</b>
2.3 COMPETÊNCIA .....	22
<b>2.3.1 Implantando Competência</b> .....	<b>23</b>
<b>2.3.2 Competências necessárias por setores</b> .....	<b>24</b>
<b>2.3.3 Administrando competências necessárias</b> .....	<b>25</b>
<b>3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO</b> .....	<b>266</b>
3.1 MÉTODO E CIÊNCIA.....	266
<b>3.1.1 Método</b> .....	<b>266</b>
<b>3.1.2 Ciência</b> .....	<b>266</b>
3.2 PESQUISA E TIPO DE PESQUISA .....	277
<b>3.2.1 Quanto à natureza</b> .....	<b>277</b>
3.3 QUANTO À FORMA DE ABORDAGEM.....	277
<b>3.3.1 Quanto aos objetivos</b> .....	<b>278</b>
<b>3.3.2 Pesquisa Descritiva</b> .....	<b>278</b>
3.4 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS .....	288
<b>3.4.1 População e Amostra</b> .....	<b>288</b>

<b>3.4.2 Instrumento de coleta de dados .....</b>	<b>289</b>
<b>3.4.3 Processo de coleta de dados .....</b>	<b>299</b>
<b>3.4.4 Histórico da empresa em estudo.....</b>	<b>30</b>
<b>4 EXPERIÊNCIA DA PESQUISA.....</b>	<b>31</b>
<b>5 ANÁLISE DA PESQUISA .....</b>	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>47</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>49</b>
<b>APÊNDICE A - Atualização Profissional dos Colaboradores da Stylo Móveis ..</b>	<b>50</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A pesquisa a ser apresentada tem como objetivo investigar a relação entre colaboradores e informação na área de atuação, no entendimento de que a informação está estreitamente relacionada a cursos de capacitação e seus desdobramentos para o profissional. O estudo foi aplicado na empresa Stylo Móveis e Decorações, localizada em Araranguá, Santa Catarina.

Nos próximos capítulos, o assunto a ser tratado busca reforçar o papel que a informação tem em nossa vida profissional e pessoal. Neste contexto, os meios de comunicação tem papel fundamental, trazendo boa parte dessas informações sobre um amplo leque de áreas específicas de atuação.

Um profissional bem informado, ou seja, que sabe o que acontece ao seu redor, seja no âmbito profissional ou em assuntos gerais, terá mais chances de ganhar visibilidade perante os seus superiores, e assim, com certeza, terá promoções e outros benefícios dentro do seu ambiente de trabalho. É de extrema importância que o profissional tenha um diferencial perante os outros. E esse diferencial pode ser obtido por meio da informação que se traduzirá em capacitação.

Visando mostrar o grande valor de estar bem informado e atualizado, foi feito um estudo mais aprofundado com os colaboradores da empresa Stylo Móveis e Decorações. Dessa forma, o foco foi na seguinte questão: “Como esses profissionais buscam a informação e qual a sua percepção quanto ao conhecimento obtido por cursos de atualização e meios de comunicação em geral e sua importância dentro do espaço empresarial?”

### 1.1 TEMA

Informação e Atualização Profissional.

### 1.2 DELIMITAÇÕES DO TEMA

A busca pela informação e atualização profissional dos colaboradores da Stylo Móveis e Decorações visando manter-se no mercado de trabalho.

### 1.3 PROBLEMA

Para administrar uma boa carreira profissional é necessária uma busca constante por informação e formação profissional. No mundo atual, é necessário manter-se atento às constantes mudanças que afetam diretamente nosso ambiente de trabalho. Mudanças essas que atingem grandes, médias e pequenas organizações.

Com a rapidez da propagação de informações e a grande diversidade de assuntos, o profissional precisa estar preparado para decifrá-los, interpretá-los, para que assim possa se manter informado e atualizado, acompanhando o ritmo constante de evolução do mercado e principalmente, da empresa a sua volta.

A dedicação é de total importância, configurando-se como peça chave para o profissional agregar conhecimentos e fazer bom uso da informação adquirida.

Diante do que foi exposto anteriormente, faz-se relevante esta pesquisa que busca investigar de que forma os profissionais da empresa Stylo Móveis e Decorações se mantêm informados e atualizados na profissão.

### 1.4 OBJETIVO

#### 1.4.1 Objetivo geral

Verificar de que forma os colaboradores da Stylo Móveis e Decorações se atualizam profissionalmente.

#### 1.4.2 Objetivos específicos

- Investigar sobre a importância do conhecimento contínuo para o profissional;
- Identificar quais os meios de informação são usados e disponibilizados pela empresa;
- Analisar de que forma a informação adquirida retorna a empresa;
- Identificar com que frequência e quais tipos de cursos de capacitação profissional são oferecidos pela empresa aos seus funcionários;
- Averiguar quais os cursos de capacitação mais desejados pelos participantes da pesquisa;

## 1.5 JUSTIFICATIVA

Com o crescimento constante do mercado organizacional observa-se que, junto a ele, crescem novos profissionais em busca de oportunidades. As academias e cursos técnicos formam todos os anos idealistas cheios de inovações, almejando colocar em prática todo seu conhecimento adquirido, assim mostrando seu potencial na nova carreira profissional. Dessa forma, é necessário que colaboradores pertencentes ao comércio lucrativo continuem a dedicar-se na sua carreira dentro da empresa, idealizando e realizando seus objetivos, assim garantindo seu espaço dentro da empresa. Para tanto, a busca pela informação e formação contínua se faz necessária tanto para o colaborador quanto para as empresas, o que torna o crescimento é notável. O colaborador bem preparado passa a assumir cargos diferenciais e a empresa ganha com sua competência.

As pessoas mais informadas têm uma rede mais ampla e bem elaborada de atitudes, o convívio com a sociedade é mais habitual aumentando assim sua rede social. É por esse motivo que se deve sempre estar atento ao que acontece ao redor e as repentinas mudanças do mercado.

Diante do que foi exposto, esta pesquisa tem como objetivo averiguar de que forma os colaboradores da Stylo Mveis e Decorações buscam por informação e capacitação relacionadas à área de atuação.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica tem como objetivo esclarecer o estudo dessa pesquisa com base em vários estudiosos, avaliando e dando entendimento ao conteúdo estudado. Os autores abordados discorrem sobre: redes sociais e o papel da informação no ambiente de negócios, os meios de comunicação e sua importância, a competência, e seus desdobramentos e, por fim, a administração de competências necessárias.

### 2.1 REDES SOCIAIS E O PAPEL DA INFORMAÇÃO

O papel da informação é esclarecer ideias e conceitos entre as pessoas por meio de mensagens no convívio social e também com o uso dos meios de comunicação, criando assim novas redes sociais, dessa maneira compartilhando conhecimento.

A boa informação auxilia nas tomadas de decisões, resolvendo problemas na vida pessoal e profissional, tendo como base os conhecimentos em diversos assuntos. O crescente uso da informação e da tecnologia exige maior qualificação dos trabalhadores, sendo uma necessidade. Desta forma, exigindo habilidades a serem desenvolvidas para o melhor funcionamento da empresa. Para Laudon e Laudon (2007, p.9) “[...] informação quer dizer dados apresentados em uma forma significativa e útil para os seres humanos”.

É muito importante para colaboradores e gestores a conversação no dia a dia, pois o diálogo entre as pessoas traz novos conceitos e aprendizados. Deste modo, diversificando o convívio e aumentando a interação com as pessoas, pode-se crescer profissionalmente.

As redes sociais atualmente aproximam as pessoas umas das outras, criando a cultura organizacional. Ter uma rede de relacionamento é repartir dúvidas e certezas, significa compartilhar conhecimentos que sejam significativos para a vida profissional e social.

Conforme Davenport e Prusak (1998, p.110) “na economia regida pelo conhecimento, conversar é trabalhar”. Portanto, conversar faz parte do trabalho, sendo a troca de opiniões relacionadas à empresa vital ao funcionamento. O ciclo comunicativo, as conversas paralelas nos corredores e perto dos bebedouros, são



informações compartilhadas e importantes para que o funcionário possa se posicionar dentro da empresa.

### **2.1.1 O papel da informação no ambiente de negócios**

No mercado atual, com o mundo globalizado, se exige um maior consumo e troca de informação, e, para acompanhar as mudanças no mundo dos negócios, se faz necessária a atualização.

Existem várias formas de se atualizar, como por meio de jornal, revistas, TV, rádio, palestra, minicursos; só assim se garante um espaço na empresa.

Tecer uma rede de relacionamento é mais do que compartilhar informações ou se valer de pessoas para alcançar um objetivo (por exemplo, conseguir um emprego). É algo que envolve tanto dar quanto receber, portanto não deve ter como motivação apenas interesse pessoal, mas sim um verdadeiro interesse pelo próximo. (WOODS; ORMEROD, 1996, p.12)

Segundo os autores supracitados, desenvolver uma rede de relacionamento não é apenas adquirir informações com as pessoas por interesse, é também saber trocar informações, ajudando-as a cumprir com os objetivos tanto da empresa quanto na vida pessoal.

O convívio com as pessoas favorece a oportunidade de criar e desenvolver novos planos. É de grande importância para o mundo dos negócios que colaboradores adquiriram conhecimentos e troquem informações, já que isso facilita as pessoas a pensarem mais rápido, a tomar decisões e agir com mais clareza. Desse modo, o profissional tem maior chance de obter sucesso na carreira.

Uma rede de relacionamento é constituída de todas as pessoas que você conhece. Inclui pessoas de quem você gosta ou não, pessoas de todos os tipos, pessoas que você conhece muito bem e aquelas com quem você tem apenas relacionamento formal. (WOODS; ORMEROD, 1996, p.9)

A diferença de personalidades dentro de um ambiente de trabalho gera debates de opiniões e traz novos conceitos, motivando a seguir com os intuitos da profissão, fortalecendo colaboradores e organizações. Sabe-se que na crítica se aprende a refletir os erros e os acertos, não importa a quantidade de opiniões existentes na empresa, o que se leva em consideração é o respeito entre as diferenças.

### **2.1.2 Informação e formação na carreira profissional**

As empresas buscam pessoas que possuam habilidades, como, por exemplo, solucionar problemas, escrever com facilidade, posicionar-se diante de desafios apresentando ideias criativas. Para se conseguir estas aptidões é preciso estar preparado profissionalmente. A carreira profissional de sucesso dependerá da capacidade dos colaboradores. Davenport e Prusak (1998, p.78) afirmam que “os recursos adaptativos mais importantes são funcionários que tenham facilidade de adquirir conhecimento e habilidades novas”.

Hoje em dia, há muitos trabalhadores que estão voltando às escolas a fim de terminar o ensino médio e o fundamental, pois muitos saíram para trabalhar em funções como operários e nas lavouras, profissões estas que não exigiam escolaridade, apenas esforço físico. Os profissionais além de terminar a escolaridade, estão buscando cursos técnicos, se aperfeiçoando, com intuito de se encaixar no novo mercado. Para Davenport e Prusak (1998, p. 79): “funcionários ávidos por novidade de aprender novas coisas são vitais para a empresa adaptativa”.

Colaboradores que estão aptos a mudanças têm preferência na hora da contratação, por isso cursos de atualização somam no currículo, contam pontos na hora da contratação.

## **2.2 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO**

Em todos os meios sociais existe uma peça-chave para o convívio entre os povos, que é a comunicação. Ela é de total importância para que o ser humano possa conviver em harmonia, transmitindo suas ideias.

A informação geralmente é compartilhada por meio de mensagens ou gestos, de uma pessoa a outra. Como já foi dito anteriormente, para as empresas a boa comunicação é vital. Quanto mais seus colaboradores se comunicam, mais benefício terá a empresa, uma vez que seu sucesso está ligado à boa comunicação entre todos os seus setores. Falhas na comunicação podem gerar problemas administrativos e, conseqüentemente, distorções entre essa ou aquela mensagem, atrapalhando o andamento dos negócios.

No passado, o meio de comunicação fundamental nas organizações eram

as redes telefônicas; um pouco mais a frente veio o computador, considerado um grande avanço tecnológico. Mas graças às contínuas evoluções, os aparelhos eletrônicos estão cada vez mais rápidos e úteis. Hoje a comunicação está mais ágil entre a sociedade, e toda essa agilidade e qualidade, permitiu uma melhora significativa quanto ao melhor andamento dos trabalhos realizados no ambiente de trabalho. Fax e cartas, por exemplo, já são ferramentas de comunicação pouco utilizadas entre as empresas, que optam agora, em um nível mais frenético, pelos recursos ligados à internet. Moran (2007, p. 25) salienta que “os meios de comunicação, se expandem sem parar, realizam as principais mediações dos cidadãos e se transformam nos grandes espaços de identificação e de projeção de todos nós”.

O avanço dos meios de comunicação serão ainda mais significativos ao alcance de todos. Uma nova era surge, os diálogos virtuais, a TV digital cada vez mais interativa, celulares com múltiplas funções e acesso à internet, entre outros, são dados bem expressivos, que mostram como são diversos os meios atuais para se manter informado.

A probabilidade de aprendizagem é maior, a possibilidade de resolver inúmeras funções é grande. Para Moran (*ibid*, p. 24) “o mundo físico e o virtual não se opõe, se completam, integram, combinam [...]”.

### **2.2.1 A importância da TV como meio de comunicação**

No Brasil, a TV surgiu em meados dos anos 40, porém ganhou espaço e evoluiu espantosamente em um curto espaço de tempo. Já nos anos 60 ela ganhou grande popularidade, por atrair a atenção da população. A TV proporciona à sociedade a visão da realidade social, sendo um espelho dos acontecimentos mundo afora.

Observamos o mundo por meio da TV, já que com ela pode-se escutar e ver como o mundo trabalha e se relaciona. A economia, a política, os acontecimentos bons, os ruins. A TV informa como é a vida e como ela é exercida (HOHIFELD, 2010). Tudo isso numa velocidade impressionante. Um aparelho que transmite informações para milhares de pessoas que se orientam e se mantêm atualizadas por meio dela. Segundo Moran (2007, p.26) “recorremos aos meios de comunicação para informar-nos e divertir-nos”.

São essas captações diárias que estimulam a criatividade, inspiram e motivam, levando as pessoas ao trabalho com mais raciocínio e mais tranquilidade.

A televisão é como que uma unanimidade no país. Não que estejamos sempre de acordo com ela. Mas ela estará sempre conosco. Quase cem por cento dos lares brasileiros possuem um aparelho de televisão. A nacionalidade passa pelas imagens da televisão. Nossa identidade é mediada pela televisão. (HOHIFELD, 2010, p.13)

A televisão é um colaborador na construção da cidadania, possibilitando a interação das pessoas com os fatos, ainda que muitas vezes sejam superficiais, mas sempre informando de maneira clara e objetiva.

### 2.2.2 O Rádio

O rádio é um dos meios de comunicação mais antigos, ficando atrás somente do jornal impresso, mas continua sendo um dos veículos mais importantes; por transmitir a notícia com rapidez. Muitas vezes transmite os fatos quase que no mesmo instante do ocorrido. Sua capacidade proporcionava e continua proporcionando às pessoas notícias do mundo e acontecimentos que ocorrem nas suas localidades, regiões, desde a previsão do tempo até as notícias econômicas, políticas, geral, etc.

No ponto de vista de Prado (1985, p.28): “a importância do rádio como meio de informativo se deve ainda a outra característica: sua capacidade de se comunicar com o público que não necessita de uma formação específica para decodificar a mensagem”. O autor prossegue:

O rádio como meio informativo pode fazer um papel muito diferente. Além de transmitir o mais rapidamente possível os acontecimentos atuais, pode aumentar a compreensão pública através da explicação e análise. Este aprofundamento dos temas conta no rádio com a vantagem de poder ser exposto pelos seus conhecedores – neste caso os jornalistas – que apenas dariam a forma comunicativa adequada ao meio. (PRADO, 1985, p.28).

Para as pessoas que se privam da leitura por algum motivo como a falta de hábito ou porque infelizmente ainda se tem casos de analfabetismo no país e no mundo, muitos acabam recorrendo ao rádio, buscando se atualizar de alguma forma.

O rádio devido a sua mobilidade facilita que a recepção da mensagem seja compatível com outras atividades, em especial as que têm caráter manual. Assim, temos ouvintes que estão dirigindo, trabalhando em uma fábrica, no

campo ou em casa etc. (PRADO, 1985, p.32).

O rádio continua sendo um parceiro do dia a dia. Tentamos fazer múltiplas funções em um só momento para aproveitarmos o tempo da melhor maneira possível e o rádio é um bom companheiro.

### **2.2.3 Jornal: fonte de leitura**

A leitura proporciona sabedoria e conhecimento, enriquecendo assim o vocabulário. Para Penteado (2001, p.185): “[...] a leitura ainda é dos mais decisivos meios de aquisição do conhecimento”.

Pavani (2002, p.14) afirma que “dificilmente haverá alguém que negue a importância da leitura em nossas vidas”.

O hábito da leitura não deveria ser deixado de lado; deve-se sempre ler, seja algo relacionado ao trabalho ou não, o importante é ler, é por meio dela que se cria opiniões próprias e se desenvolve vários conhecimentos. Como destaca Bloom (2001, p.17): “caso pretenda desenvolver a capacidade de formar opiniões críticas e chegar a avaliações pessoais, o ser humano precisará continuar a ler por iniciativa própria”.

Existem várias fontes de leitura, como jornal, revistas, livros, pois é na leitura que se deve buscar informação e atualização, criando vocabulário e escrevendo melhor. Para Pavani (2002, p.10): “a informação está cada vez mais ao nosso alcance e é preciso saber o que fazer com ela”.

Precisa-se dar continuidade ao hábito da leitura, mas é preciso reciclar. Conforme Pavani (2002), o importante é ler bem e acima de tudo conhecer o que se está lendo, formando assim sua própria opinião como cidadão. Ler um bom jornal traz visão para os acontecimentos do mundo, pois sua diversidade de assuntos é ampla, e é por esse motivo que as empresas deveriam incentivar o hábito de ler jornal, enriquecendo seus colaboradores com conhecimento.

## 2.2.4 Internet

O nascimento da internet é recente. Em um curto período de tempo conheceu-se e foi possível aprender a nova máquina - o computador, e com ele a acessar o mundo via internet.

A (r) evolução da informática, também chamada por muitos de segunda revolução industrial, acarreta inúmeras consequências para a sociedade, como o surgimento de novas formas de trabalho, alteração da carga de trabalho, consideráveis mudanças nos processos industriais, entre outros. (CAIÇARA; PARIS 2007, p.21).

A internet comparada com outros meios de informação teve um avanço acelerado e evolutivo. Segundo Caiçara e Paris (2007, p.22): “[...] destacamos a maior das (r) evoluções: a Internet. Em um espaço de 4 anos, (...) atingiu, nos EUA, 50 milhões de pessoas, quando a TV levou 13 anos, o computador pessoal, 16, e o rádio, 38, para atingir esse mesmo número”.

Com o acesso à internet, o meio de informação se tornou muito amplo, permitiu conversar-se com as pessoas distantes, consegue-se trabalhar sem sair do lugar resolvendo quase todas as questões da empresa.

Para Valsi (2003): “a internet é uma grande rede mundial de computadores conectados entre si por redes de comunicação. Por ela as pessoas podem trocar informações”.

A informática, além de gerar novos campos de trabalho, auxilia as empresas com seus sistemas, controlando o andamento da organização e fiscalizando todo o processo administrativo da empresa.

De acordo com Caiçara e Paris (2007, p.28):

O surgimento da internet causou também grande impacto na gestão financeira, pois, desse momento em diante, os diversos participantes do sistema financeiro (empresas, bancos, clientes e fornecedores) passaram a poder interagir automaticamente.

O conhecimento relacionado à informática é um grande diferencial para o colaborador que pretende crescer dentro da empresa, é uma nova oportunidade para a carreira profissional.

### 2.3 COMPETÊNCIA

Muito se fala em competência e muitos têm dúvidas em relação ao que é ter competência. É um processo que o profissional possui ou constrói ao longo da carreira. São comportamentos e técnicas que fazem o indivíduo conduzir uma empresa com sucesso tendo em vista os objetivos da organização. Destaca Leme (2012, p. 15) que a competência técnica “é tudo o que o profissional precisa saber para desempenhar sua função, por exemplo, idiomas, sistemas de computação ferramentas etc.” Ou seja, é o trabalho do profissional envolvido que será avaliado como competente ou não.

Sendo assim, o profissional precisa ter o conhecimento, a habilidades, e as atitudes, que formam a sigla CHA. Essas palavras demonstram como o seu comportamento será analisado dentro da empresa. Afirma Leme (2012, p.18) “Esse desdobramento do CHA é muito rico, pois nos dá uma noção da dimensão do significado Competência em cada um de seus pilares e, ao mesmo tempo, da integração de ambos”.

Tabela 2- Demonstrativo do CHA

Conhecimento	Saber	Competência Técnica
Habilidade	Saber Fazer	
Atitude	Querer Fazer	Competência Comportamento

Fonte: Leme (2005, p.18)

Este demonstrativo dá uma visão do que significa a palavra competência, exercício técnico e comportamental. Pressupostos importantes para a carreira profissional.

Há uma relação íntima entre as competências organizacionais e as individuais, portanto, o estabelecimento das competências individuais deve estar vinculado à reflexão sobre as competências organizacionais, uma vez que há uma influência mútua entre elas. (DUTRA, 2001, p.27.).

Nessa perspectiva, para que um gerente conduza seus colaboradores com total comprometimento e responsabilidade, a empresa precisa deixar claro o

que deseja com suas metas, o que pretende alcançar. Se a visão da empresa não for clara os colaboradores não conduzirão seus trabalhos com sucesso e não atingirão seus objetivos com competência.

Conforme Stoffel (2000, p.13):

A administração do desempenho é uma metodologia gerencial que visa promover a consecução das metas organizacionais e o desenvolvimento dos recursos humanos, através de um processo participativo, dinâmico, contínuo e sistemático de planejamento, acompanhamento, avaliação e melhoria do desempenho.

É necessário, para o cargo de um gerente, saber conduzir bem sua equipe, ser participativo, comunicativo e motivador. Esses são pontos indispensáveis para um bom desempenho, tornando-se quase que regra de função para um gerente.

### **2.3.1 Implantando Competência**

Implantar gestão por competência envolve toda a empresa, sendo que o projeto iniciará da direção envolvendo a participação dos colaboradores. O gerenciamento por competência ainda é muito limitado, são métodos que são aplicados na maioria das vezes em setores administrativos como: setores financeiros, nas áreas de marketing e na área de vendas. Este método deveria ser mais explorado, a implantação deveria ser mais ampla, atingindo todos os setores que necessitam de pessoas capacitadas para gerenciar uma equipe com total competência. Nas palavras de Leme (2012, p.29) “a diferença é que não iremos aplicar um treinamento genérico, mas sim específico baseado nas competências necessárias. Dessa forma, os treinamentos acabam sendo mais objetivos, focados, precisos e assertivos”.

Implantar uma gestão por competência sem um objetivo não se chegará a lugar nenhum. É fundamental que a empresa passe para os participantes do projeto quais são as metas, o que pretende e, claro, o foco principal, e, a partir disso, passe a implantar a gestão por competência na empresa. Para Wood (2007, p.59) “diversas empresas têm recorrido à utilização de modelos de gestão de competência, objetivando planejar, selecionar ou desenvolver as competências necessárias ao receptivo negócio”.

Qualquer empresa, independente do seu tamanho, do seu número de



funcionários, necessita de pessoas qualificadas para o cargo que esteja ocupando.

A organização que investe em treinamentos para seus funcionários verá o acréscimo de aptidões que eles agregarão à empresa, gerenciando melhor as funções de trabalho e, dessa maneira, os resultados serão satisfatórios para a empresa. Conforme Leme (2012, p. 21). “serão sábias as empresas que perceberem a se aprofundarem na insistência da explicação do porquê daquele comportamento das atitudes das pessoas”.

As empresas devem conferir mais atenção ao que diz respeito a comportamentos de seus funcionários. Treiná-los para serem pessoas melhores facilitará em todos os aspectos, inclusive no desenvolvimento motivacional no trabalho e na negociação com o consumidor final. É preciso investir neste tipo de preparação; as pessoas às vezes necessitam dessa oportunidade para mudarem certas atitudes e vícios de comportamento.

### **2.3.2 Competências necessárias por setores**

Se fosse feita uma análise por setores para constatar quais competências são mais exigidas pela organização, se verificaria que a comunicação, a negociação e o bom relacionamento seriam algumas das principais qualidades necessárias para um bom desempenho institucional. Nas palavras de Gramigna (2002, p.59): “as prioridades de investimentos variam de empresa para empresa, em função de suas necessidades e de seu estágio de evolução”.

Cada setor exige uma qualidade específica, como as indústrias que exigem muito que seus colaboradores tenham capacidade em trabalhar sob pressão porque têm prazos curtos para entrega de seus produtos, inúmeros pedidos a serem fabricados e seus encarregados cobrando produção. Cada setor tem uma capacidade mais específica. Segundo Gramigna (2002, p.55), “competências essenciais são as que ajudam no sucesso da empresa, tornando possível um diferencial de mercado”.

São inúmeras as qualidades por setores que as empresas cobram de seus colaboradores. Hoje, na maioria das organizações, ter experiência ou um curso técnico é um dos requisitos mais cobrados dos colaboradores. Porém, é preciso que as empresas planejem métodos de incentivo aos funcionários e ofertem cursos, palestras específicas e práticas de estudos para que os colaboradores se orientem e

se sintam motivados. Para Gramigna (2002, p.61): “independentemente das ofertas de cursos, ou seminários e das oportunidades de desenvolvimento proporcionadas pela organização em que se trabalha, o esforço individual potencializa o domínio de novas competências”.

De ambos os lados, ter a força de vontade, e a dedicação de querer, só demonstrará o sucesso profissional e o crescimento satisfatório da empresa.

Usar o conhecimento de forma adequada é o que chamamos de “habilidade”. Algumas pessoas acumulam um baú de informação teórica e têm dificuldades de abri-lo para uso. Com o tempo, o baú é esquecido e ninguém se beneficiou de seu conteúdo. (GRAMIGNA, 2002, p.63).

Ter a capacidade de fazer o bom uso das informações adquiridas e também ter conhecimentos, é necessário saber usar suas aptidões de forma benéfica. De nada adianta o profissional enriquecer suas habilidades e competências intelectuais se não for em bem empregadas, é preciso compartilhá-las no ambiente de trabalho.

### **2.3.3 Administrando competências necessárias**

Saber fazer o bom uso de suas qualidades é fator primordial no início da trajetória. Não basta adquirir competência, deve-se saber usar de modo proveitoso e principalmente de forma humilde para com os demais.

O investimento prévio em uma competência essencial não é um salto no escuro nem uma grande aposta no desconhecido. O que impulsiona o processo de desenvolvimento é o desejo de liderança mundial na profissão de um benefício fundamental para o cliente. As competências mais valiosas são as que abrem portas para uma grande variedade de possíveis no mercado (GRAMIGNA, 2002, p.54).

Administrar as qualidades dependerá principalmente do indivíduo, pois é ele que conduzirá o seu próprio sucesso profissional.

### **3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO**

Na metodologia, os tipos de pesquisa que foram usados na realização deste trabalho serão apresentados a seguir.

#### **3.1 MÉTODO E CIÊNCIA**

##### **3.1.1 Método**

O método é um procedimento de como serão realizados os estudos desta pesquisa, mostrando de que modo se realizaram as coletas dos dados.

O método deriva da metodologia e trata do conjunto de processos pelos quais se torna possível conhecerem uma determinada realidade, produzir determinado objetivo ou desenvolver certos procedimentos ou comportamentos. (OLIVEIRA, 1999,p. 57)

Conforme citado, entende-se que o método serve para esclarecer e facilitar o estudo da análise realizada. Para Martins e Theóphilo (2009, p. 37) “método é o caminho para se chegar a determinado fim ou objetivo”.

Os métodos servem para confirmar o teor científico deste estudo; são procedimentos necessários para se mostrar as ideias e os conceitos utilizados no presente estudo.

##### **3.1.2 Ciência**

É por meio da ciência que se acrescentam certos conhecimentos obtidos ao longo do tempo. No decorrer das evoluções científicas, o homem desenvolveu e ajudou a sociedade com suas descobertas.

De acordo com os cientistas, qualquer assunto que possa ser estudado pelo homem pela utilização do método científico e de outras regras especiais de pensamentos pode ser chamado de ciência (OLIVEIRA, 1999, p. 57).

A ciência descobre, inventa com finalidade de provocar soluções importantes a humanidade, e esclarece por meio da teoria todo o assunto aprofundado. Cervo e Bervian (1996, p. 8) afirmam que “a ciência é entendida como uma busca constante de explicação e soluções, de revisão e reavaliação de seus

resultados e tem a consciência clara de sua falibilidade e seus limites”.

## 3.2 PESQUISA E TIPO DE PESQUISA

### 3.2.1 Quanto à natureza

A pesquisa, quanto a sua natureza, caracterizou-se como básica. O estudo da pesquisa básica desenvolve conhecimentos, expandindo novos conceitos com base na teoria. Para Pinheiro (2010, p.19): “a pesquisa básica tem como objetivo gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista.” Conforme o autor, o estudo da pesquisa básica gera conhecimentos sem, no entanto, a preocupação de exercê-lo na prática.

## 3.3 QUANTO À FORMA DE ABORDAGEM

A abordagem do estudo foi qualitativa.

A pesquisa que se utiliza da abordagem qualitativa possui a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema dinâmico experimentado por grupos sociais, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de determinados grupos [...]. (OLIVEIRA, 1999, p. 117)

Na pesquisa qualitativa leva-se em consideração a leitura, o estudo do assunto pesquisado, avaliação dos pontos de vista, descrevendo a própria opinião com base na leitura.

### 3.3.1 Quanto aos objetivos

#### 3.3.2 Pesquisa Descritiva

O trabalho descritivo abrange vários contextos, descreve por meio de formulários ou questionários assuntos que necessitam um melhor entendimento do pesquisador, avaliando a compreensão do assunto.

É certamente o tipo de estudo mais adequado quando o pesquisador necessita obter melhor entendimento a respeito do comportamento de vários fatores e elementos que influem sobre determinados fenômenos.

(OLIVEIRA, 1999, p.115)

### 3.4 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

A pesquisa realizou-se de modo bibliográfico. Almeida (2011, p.12) afirma que “neste sentido, o levantamento bibliográfico é uma busca por obras que possam ser utilizadas na elaboração do seu estudo”. O estudo bibliográfico tem por finalidade trazer conhecimentos com embasamento em diversas obras, auxiliando assim na pesquisa realizada. Para esclarecer melhor este trabalho, foi formulado um questionário, onde cada resposta obtida foi analisada; este procedimento serviu para auxiliar os resultados desta pesquisa.

#### 3.4.1 População e Amostra

O estudo contou com uma população de 22 pessoas e a amostra por adesão foi de 100%. Foi aplicado um questionário avaliando os profissionais da empresa, sendo que 88,82% dos participantes responderam o questionário. “Amostra é uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo” (OLIVEIRA, 2001, p.160).

A aplicação do questionário teve como intuito avaliar o grau de atualização dos profissionais. De acordo com Oliveira (2001, p.160), “universo ou população: é um conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum [...]”.

#### 3.4.2 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coletas de dados foi um questionário composto por 11 perguntas fechadas. Entre 22 funcionários, participaram 18 pessoas que responderam o questionário. Foram obtidas respostas nas quais foi feito um levantamento de dados com o auxílio de gráficos e tabelas. Apenas 4 pessoas não participaram da pesquisa. O questionário foi aplicado em um dia normal de trabalho e todos entregues no momento em que terminavam de ser respondidos.

### **3.4.3 Processo de coleta de dados**

O processo de coleta de dados é um passo da pesquisa onde se obtém dados da realidade para aplicação técnica.

Cervo e Bervian (1996, p. 134) destacam que “a coleta de dados, tarefa importante na pesquisa, envolve diversos passos, como a determinação da população a ser estudada, a elaboração do instrumento de coleta, a programação da coleta e também os dados e a própria coleta”.

O processo de coleta de dados utilizado foi um questionário, como já havia mencionado anteriormente, onde foram empregadas perguntas abertas e fechadas, procurando esclarecer o assunto abordado. Os dados coletados foram explanados pela pesquisadora e em seguida tabulados, também demonstrados em gráficos visualizando o percentual dos resultados para um melhor entendimento.

### **3.4.4 Histórico da empresa em estudo**

A empresa mencionada nesta pesquisa iniciou em 1984. Os primeiros produtos comercializados eram quadros e as vendas aconteciam a domicílio. Os primeiros clientes eram pessoas da relação social, ou seja, da família.

Nesta época, a empresa não era formalizada, mas mesmo assim cresciam as vendas e a prestação de serviço. Com o ganho gradativo de experiência, pensou-se que poderia montar seus quadros, e assim vez.

Em 1986, a empresa formalizou-se e, com a contratação de um funcionário responsável pela montagem dos quadros, deu-se início à Stylo Art Service. Começava uma nova fase.

Em 1996, a filial, localizada as margens da BR-101, tornou-se uma nova empresa. Neste período, a empresa já contava com cinco colaboradores, sendo um motorista, dois gerentes e dois vendedores. A informatização foi implantada em 2000, um investimento de grande necessidade para a o avanço da empresa.

As vendas prosperavam e a necessidade de viajar em busca de novos produtos tornou-se mais frequente.

Em 2002, a filha da fundadora retornou depois de formada em arquitetura, sendo mais um apoio às atividades da empresa. Logo, seu outro filho retornou à organização, formado em arquitetura, auxiliando nas atividades, desenvolvendo

projetos para clientes externos e desenvolvendo produtos internos ligados à imagem e apresentação pública da Stylo.

Um novo projeto deu início em 2005 à reconstrução da loja. A partir de agosto de 2006 as obras se iniciaram com previsão de término em outubro de 2008.

Atualmente, a Stylo Móveis conta com o apoio e a dedicação de 26 pessoas, entre colaboradores e chefia que trabalham em inúmeras funções.

A empresa hoje criou sua marca e, com credibilidade nos seus serviços, é reconhecida e valorizada pela cidade e região. São 28 anos de história, de sonhos e conquistas tornando-se uma referência no mercado.

#### **4 EXPERIÊNCIA DA PESQUISA**

Nesta próxima etapa, serão apresentados os resultados da pesquisa aplicada com os colaboradores da empresa Stylo Móveis e Decorações, localizada em Araranguá – SC



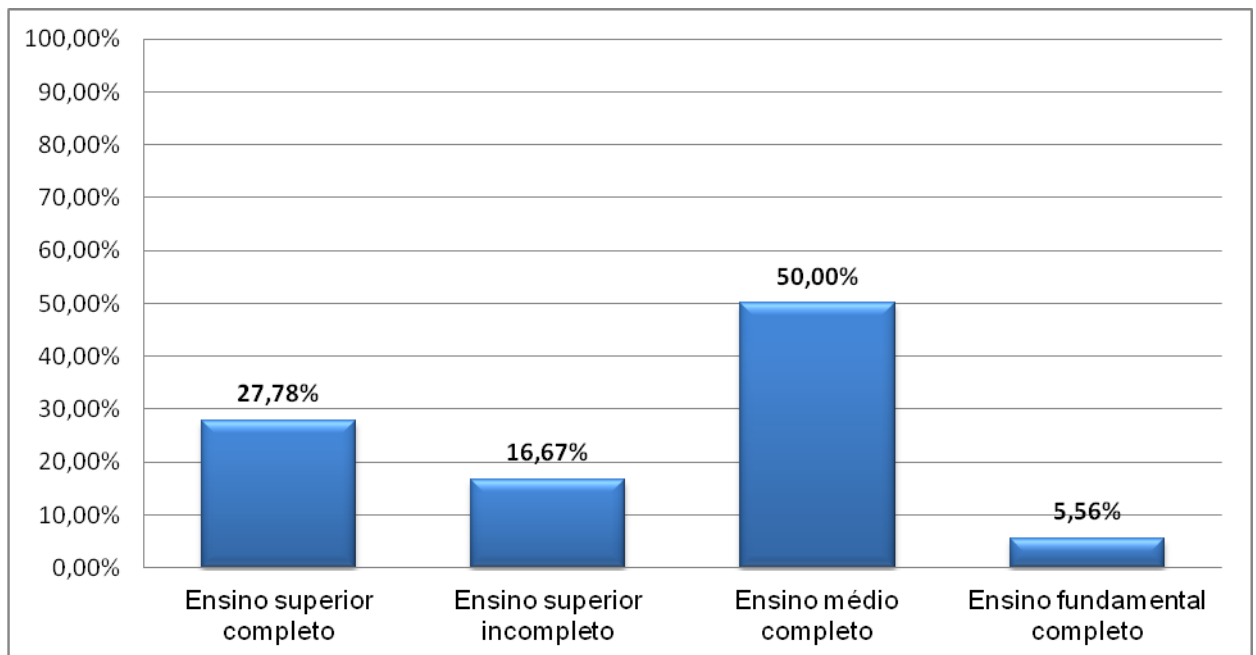
4.1 A primeira pergunta questiona sobre o nível de escolaridade das pessoas interrogadas.

Tabela 2 - Nível de escolaridade

<i>Itens</i>	<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
Ensino superior completo	5	27,78
Ensino superior incompleto	3	16,67
Ensino médio completo	9	50,00
Ensino fundamental completo	1	5,56
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100</b>

Fonte: Dados coletados 2012

Gráfico 1 - Nível escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa 2012

Quanto ao nível de escolaridade dos participantes da pesquisa realizada, observa-se que metade (50%) tem o ensino médio completo; 27,78% completaram o ensino superior; 16,67% não concluíram o ensino superior ou não terminaram e 5,56% possuem apenas o ensino fundamental.

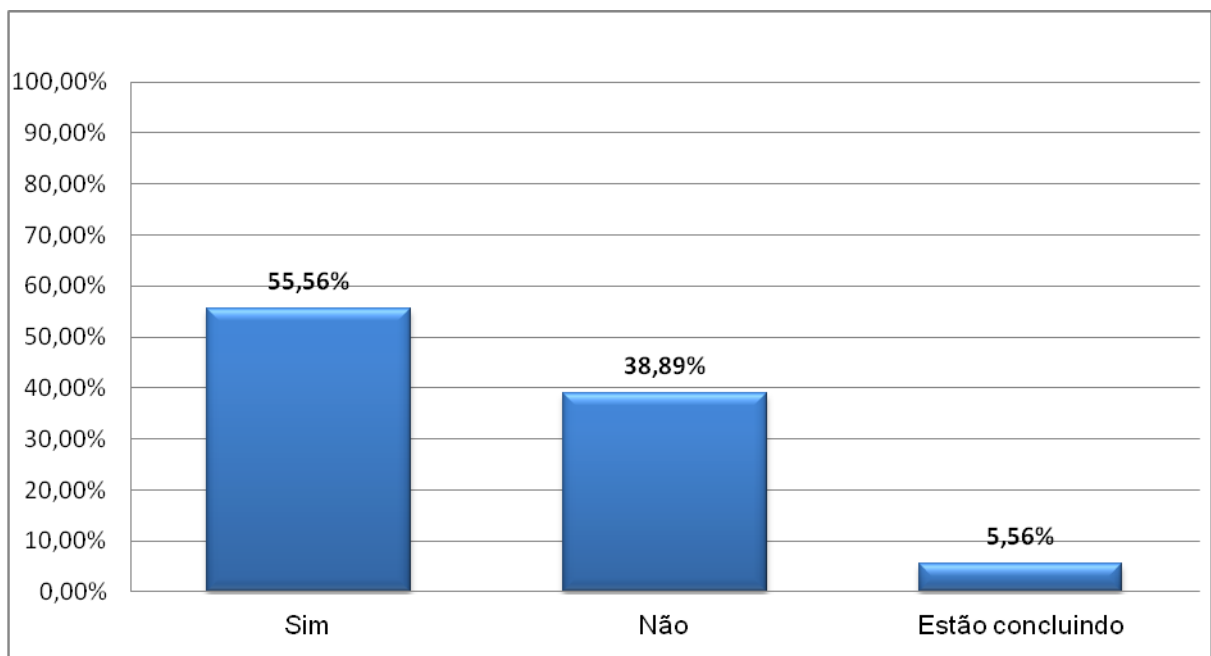
4.2 A segunda pergunta questiona se os participantes fizeram algum curso de atualização e quais.

Tabela 3 - Capacitação

<i>Itens</i>	<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
Sim	10	55,56
Não	7	38,89
Estão concluindo	1	5,56
<i>Total</i>	<i>18</i>	<i>100</i>

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Gráfico 2 - Especialização ou capacitação



Fonte: Dados da pesquisa 2012

Dos participantes da pesquisa, 55,56% responderam que “sim”, ou seja, fizeram alguns cursos de especialização ou capacitação e responderam os seguintes cursos: informática, 3D e paisagismo, cursos relacionados à área de atuação, alguns cursos técnicos relacionados a diversas áreas como: técnico em enfermagem, técnico em contabilidade, técnico em polímeros, técnico em secretariado e vários cursos relacionado a vendas, computação, auxiliar administrativo, auxiliar de escritório, entre outros. 38,89% não têm curso de especialização ou capacitação, 5,56% estão concluindo algum curso de aperfeiçoamento.

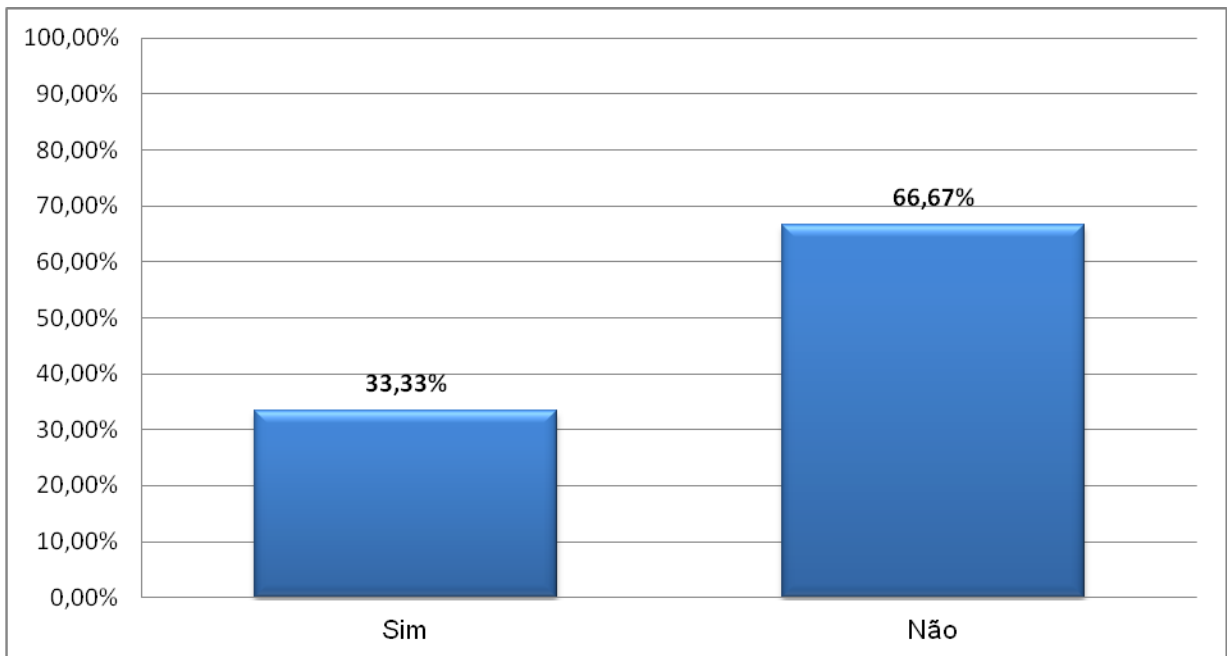
4.3 Esta terceira pergunta interroga sobre a participação atual em curso de atualização e qual.

Tabela 4 - Atualizando-se

<i>Itens</i>	<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
Sim	6	33,33
Não	12	66,67
<i>Total</i>	<i>18</i>	<i>100</i>

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Gráfico 3 - Atualizando-se



Fonte: Dados da pesquisa 2012

Em relação à atualização, 66,67% responderam que não estão fazendo nenhum curso; 33,33% responderam que “sim”, estão fazendo algum curso de atualização, e os cursos são os seguintes: design de interiores, iluminação, gestão financeira, gestão ambiental, técnico administrativo e informática.

4.4 A quarta pergunta tem interesse em saber de que forma os colaboradores se mantêm atualizados.

Tabela 5: Meios para se manter atualizado

<i>Itens</i>	<i>n</i>
Rádio	16
TV	16
Jornal	13
Internet	12
Cursos	3
Outros	2
<i>Total</i>	<i>62</i>

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Analisando as respostas obtidas, todos se atualizam de alguma forma. Dos 18 sujeitos que responderam à pesquisa, 16 citaram o rádio como um meio informativo do dia a dia; 16 pessoas responderam que utilizam a televisão para se manter atualizadas; 13 responderam “jornal”; 12 pessoas responderam que usam a internet para se informar; 3 pessoas preencheram a opção “cursos”, como forma de manter-se atualizado. E 2 pessoas, dentre os dezoito, optaram por revistas e livros.

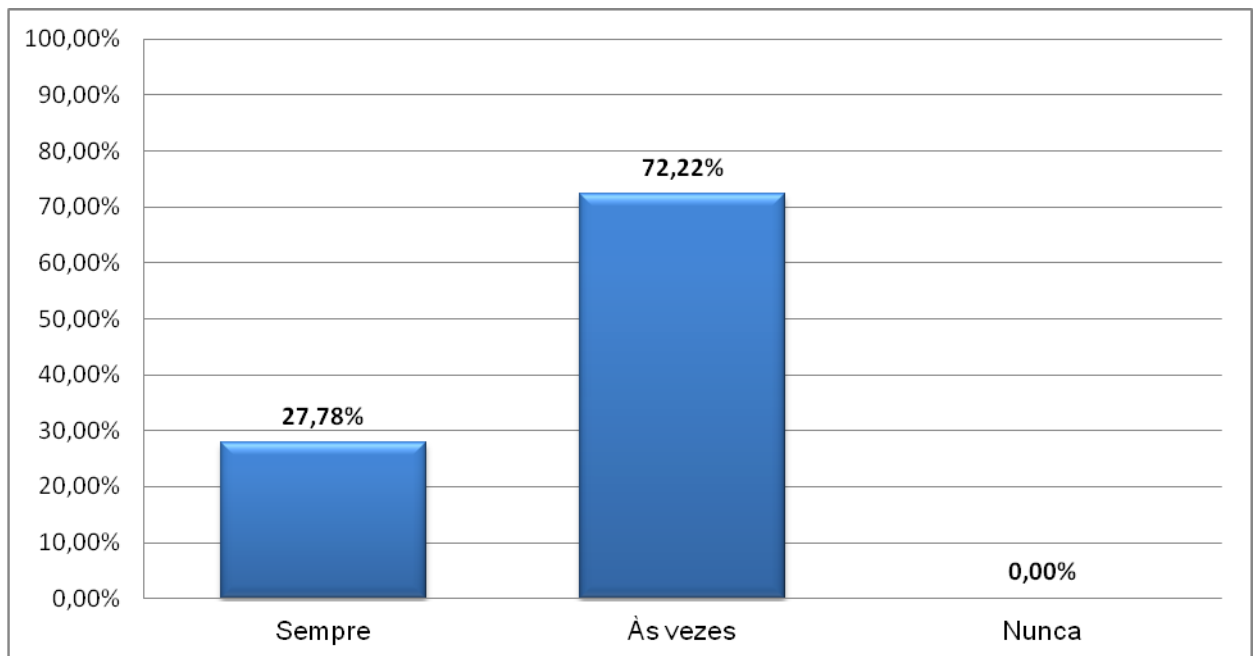
4.5 A quinta pergunta analisa se a atualização dos participantes é contínua.

Tabela 6 - A procura da informação

<i>Itens</i>	<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
Sempre	5	27,78
Às vezes	13	72,22
Nunca	0	0
<i>Total</i>	<i>18</i>	<i>100</i>

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Gráfico 4 - A procura da informação



Fonte: Dados da pesquisa 2012

Dentre os resultados, 72,22% responderam “às vezes”; 27,78% responderam que procuram se atualizar com frequência; e ninguém respondeu a opção nunca.

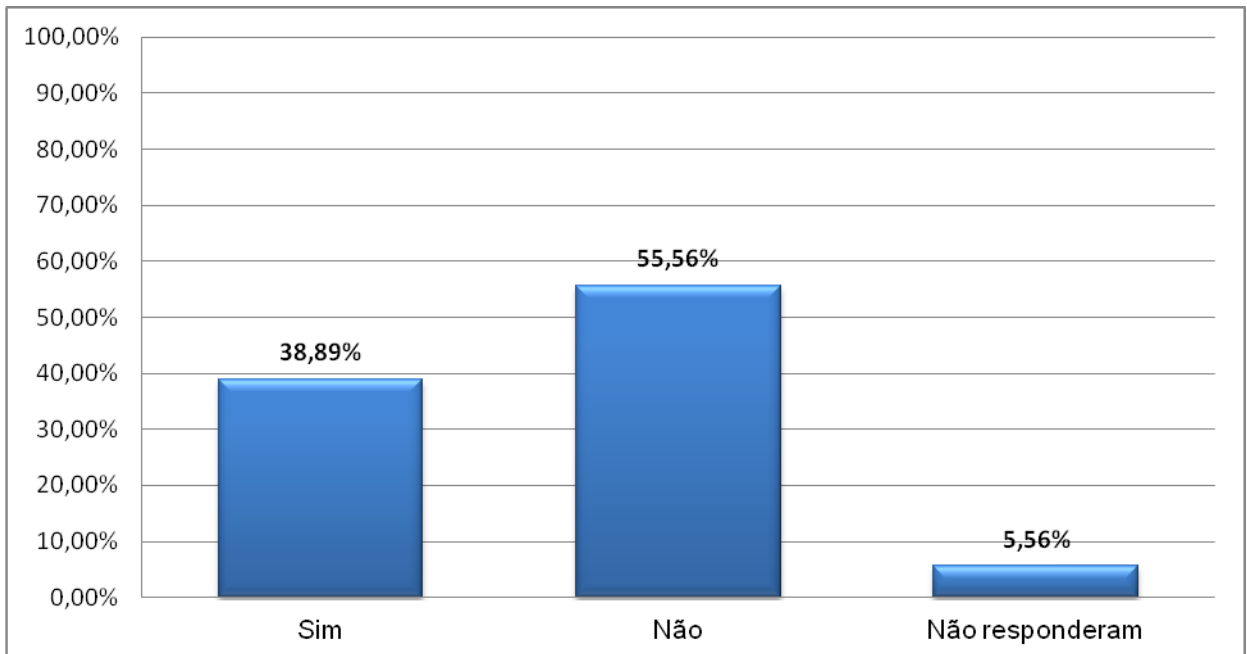
4.6 A sexta questão busca identificar se os funcionários se consideram colaboradores atualizados.

Tabela 7 - Funcionário atualizado

<i>Itens</i>	<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
Sim	7	38,89
Não	10	55,56
Não responderam	1	5,56
<i>Total</i>	<i>18</i>	<i>100</i>

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Gráfico 5 - Funcionário atualizado



Fonte: Dados da pesquisa 2012

Dos questionados, 55,56% disseram que “não”, responderam que falta preparação como: cursos relacionados a suas áreas; dizem que precisam se atualizar com mais frequência e sentem a necessidade de se aperfeiçoarem; 38,89% das pessoas responderam que “sim”, se consideram colaboradores atualizados, procurando estar sempre informado, acompanham boa parte das notícias pela televisão, internet e jornais e, principalmente, acompanham os assuntos relacionados às suas áreas de atuação para melhorar os objetivos da empresa e também pessoais; e, por fim, 5,56% dos questionados não respondeu à pergunta.

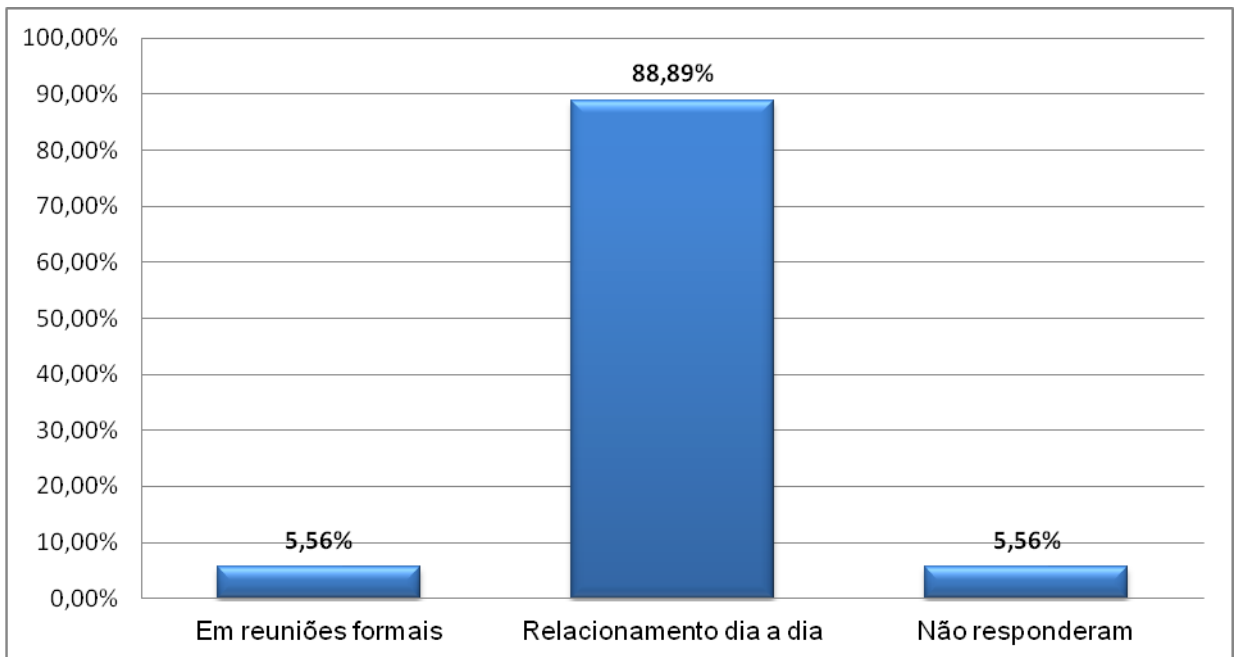
4.7 Na sétima pergunta, é questionado se as informações importantes são repassadas a empresa.

Tabela 8 - As informações repassadas na empresa

<i>Itens</i>	<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
Em reuniões formais	1	5,56
Relacionamento dia a dia	16	88,89
Não responderam	1	5,56
<i>Total</i>	<i>18</i>	<i>100</i>

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Gráfico 6 - As informações necessárias à empresa



Fonte: Dados da pesquisa 2012

Quanto às informações consideradas importantes na empresa, 88,89% (mais de metade) responderam que são repassadas no dia a dia do trabalho; 5,56% responderam que são repassadas por meio de reuniões formais e 5,56% não responderam à pergunta.

4.8 A oitava pergunta busca conhecer quais meios de comunicação a empresa disponibiliza para os funcionários se atualizarem no dia a dia.

Tabela 9 - Meios que a empresa disponibiliza

<i>Itens</i>	<i>n</i>
Revistas	11
Internet	7
Jornal	5
<i>Total</i>	<i>23</i>

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Dos dezoito entrevistados, 11 pessoas responderam que os meios disponibilizados pela empresa são as revistas da área; 7 entrevistados assinalaram a opção “internet” e 5 pessoas apontaram ser os jornais.



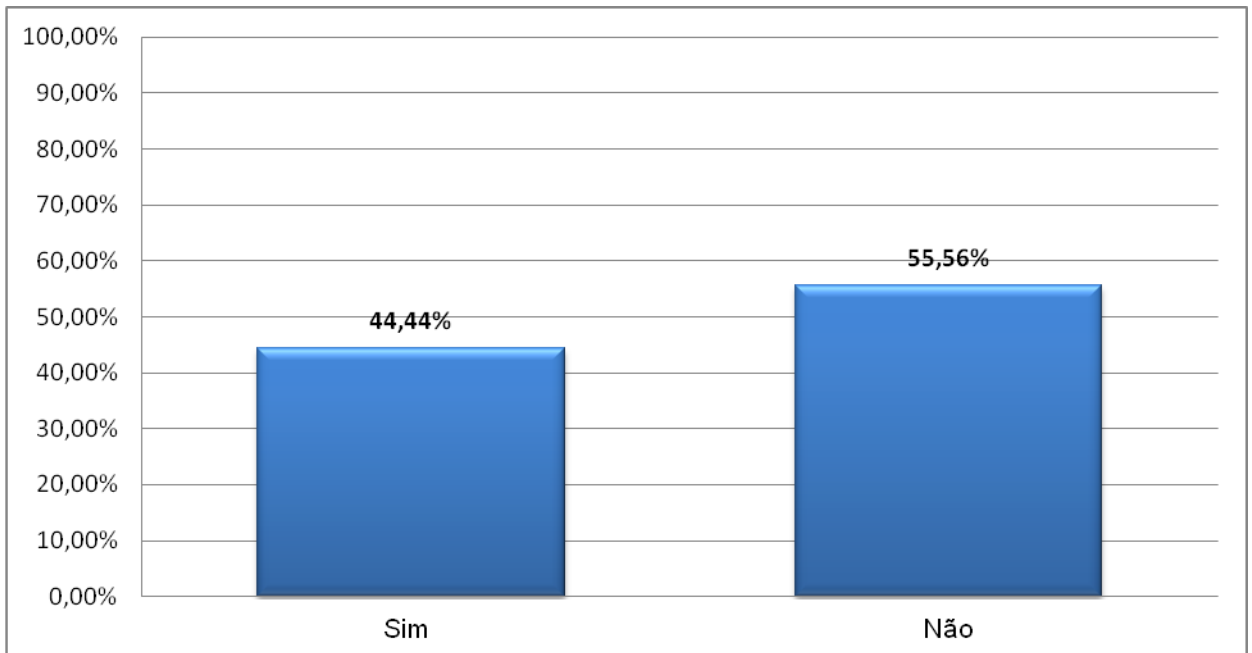
4.9 Nesta pergunta busca-se saber se já foi oferecido algum tipo de curso ou palestra pela empresa.

Tabela 10 - Cursos ou palestras proporcionados pela empresa

<i>Itens</i>	<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
Sim	8	44
Não	10	56
<i>Total</i>	<i>18</i>	<i>100</i>

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Gráfico 7 - Cursos ou palestras proporcionados pela empresa



Fonte: Dados da pesquisa 2012

Dos questionados, 56% responderam que “não”, a empresa não oferece cursos ou palestras; 44% responderam que “sim”, já foi oferecido alguns cursos como: atendimento, vendas e gestão financeira.

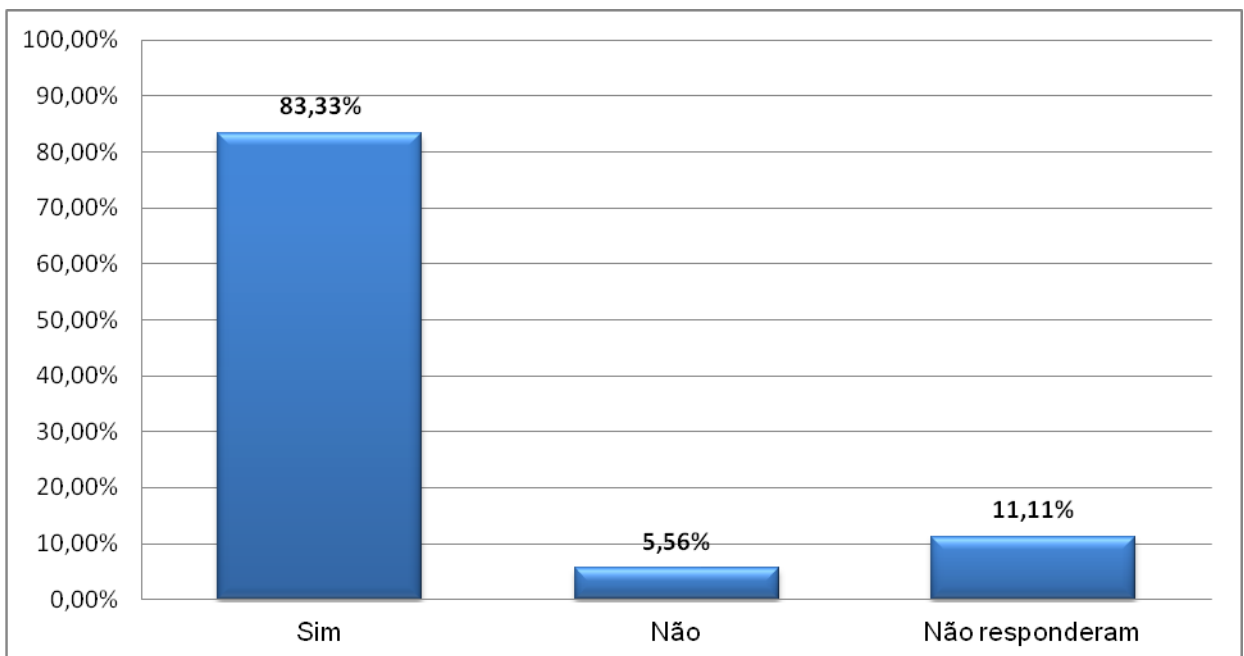
4.10 A décima pergunta busca saber se a atualização do profissional pode beneficiar a empresa.

Tabela 11 - O benefício de se atualizar

<i>Itens</i>	<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
Sim	15	83,33
Não	1	5,56
Não responderam	2	11,11
<i>Total</i>	<i>18</i>	<i>100%</i>

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Gráfico 8 - O benefício de se atualizar



Fonte: Dados da pesquisa 2012

Em relação ao benefício que a empresa pode ter com o seu conhecimento, 83,33% responderam que “sim”, atualizar-se beneficia a empresa e traz conhecimento, oferece à empresa um melhor atendimento ao cliente e contribui com o crescimento da empresa; 11,11% pessoas não responderam à pesquisa e 5,56% responderam que “não”, falta preparação e capacitação para poder beneficiar a empresa.

4.11 Por fim, a última pergunta questiona se os colaboradores gostariam de fazer algum curso em especial oferecido pela empresa.

Tabela 12 - O incentivo da empresa

<i>Itens</i>	<i>n</i>
Relacionamento Interpessoal	12
Vendas	9
Atendimento	7
Uso de determinado software	5
Matemática financeira	4
Outros	1
Total	38

Fonte: Dados da pesquisa 2012

Dos dezoito questionados; 12 preferem relacionamento interpessoal; 9 sobre vendas; 7 gostariam de fazer um curso sobre atendimento; 5 assinalaram o uso de determinado software 4 optaram por matemática financeira e 1 sugeriu outros cursos como de decoração, relacionado à área em que atua.

## 5 ANÁLISE DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada na empresa Stylo Móveis e Decorações, no período do mês de agosto de 2012. Dos 22 colaboradores, 18 participaram, entre chefia e funcionários. O método usado foi um questionário com perguntas que foram respondidas pelos colaboradores.

A primeira pergunta referia-se ao nível de escolaridade dos participantes. Observa-se que 50% completaram o segundo grau e 27,78% deram continuidade aos estudos e completaram o ensino superior; 16,67% não terminaram a faculdade. O resultado não foi ruim, mas é provável que com este estudo, que tem como base avaliar os seus conhecimentos, se possa aumentar o interesse dos colaboradores. Só é preciso incentivos para que as pessoas continuem a estudar.

No que se refere aos cursos de especialização ou capacitação, 55,56% disseram que possuem alguma especialização e nesta porcentagem encontram-se os funcionários de ensino médio e superior, ou seja, estão buscando a preparação profissional para continuar no mercado de trabalho. 38,89% responderam que não fizeram nenhuma especialização e 5,56% disseram estar fazendo algum curso.

Referente à próxima questão, que pergunta se no momento o colaborador está fazendo algum curso de atualização e qual seria 66,67% reponderam que “não”, no momento não estão fazendo nenhum curso; 33,33% dizem que “sim”, estão fazendo cursos relacionados às suas áreas de atuação no mercado.

Quanto aos meios de informação, todos procuram se manter atualizados, seja no conhecimento de mundo ou na área de atuação. Dos 18 entrevistados, todos assinalaram mais de uma opção sugerida no questionário, além de relatarem outros meios de informação como as revistas e os livros. 16 disseram que costumam ouvir rádio para se informar, 13 preferem o jornal impresso por ser também uma fonte de leitura, 3 assinalaram os cursos de capacitação, 12 a internet e 16 a televisão. A televisão e o rádio ainda continuam sendo os meios de comunicação e de informação mais viáveis para as pessoas, pois são de fácil acesso.

Segundo Moran (2007, p.26) “recorremos aos meios de comunicação para informar-nos e divertir-nos”.

Em relação à assiduidade da atualização, 72,22% responderam “às vezes” e 27,78% atualizam-se com mais frequência. É perceptível que há a procura pela informação, mesmo que não seja “às vezes”.

É preciso que a busca pela informação seja permanente, assim o colaborador fica atento aos acontecimentos e melhora sua capacitação profissional.

Quando questiona se o pesquisado é um colaborador atualizado, o resultado foi que 55,56% das pessoas disseram que não são funcionários atualizados, descrevem uma falta de preparo e reconhecem que precisam se informar com mais frequência; 38,89% das pessoas responderam que “sim”, se consideram colaboradores atualizados, buscam por notícia através de jornais, televisão e internet para melhorar seus conhecimentos, mas, principalmente, mostrar resultados quanto aos objetivos da empresa e também os pessoais.

Davenport e Prusak (1998, p.78) salientam que “os recursos adaptativos mais importantes são funcionários que tenham facilidade de adquirir conhecimento e habilidades novas”.

Na pergunta seguinte, foi questionado como as boas informações são passadas para empresa. 88,89% responderam que as informações necessárias são encaminhadas no dia a dia do trabalho e apenas 5,56% dizem ser através de reuniões formais. A conversação do dia a dia é necessária para a troca de ideias e opiniões. Trabalhar com pessoas que sabem conversar e que discutem as ideias de seus afazeres contribui com novos conceitos, assim auxiliando no andamento da empresa e seu bom funcionamento, 5,56% não responderam à questão.

Os meios de informação consideráveis importantes e que são oferecidos pela empresa aos seus colaboradores são: jornal, revistas e internet. Dos 18 entrevistados, 11 afirmam ser as revistas, 7 assinalaram a opção “internet” e 5 “os jornais”. Os dados vêm ao encontro de Penteadó (2001, p.185), que afirma que “[...] a leitura ainda é dos mais decisivos meios de aquisição do conhecimento”.

A próxima pergunta busca saber se já foi oferecido algum curso ou palestra e 55,56% responderam que não oferece cursos ou palestras e 44,44% falam que sim, são oferecidos.

Levando em conta o benefício que pode se ter com o conhecimento, quase todos os colaboradores reconheceram a importância da informação. Dos entrevistados, 88,33% falam que sim, a atualização traz muitas melhorias como: um melhor atendimento, um possível crescimento, tanto empresarial quanto pessoal, e dizem que para beneficiar a empresa é preciso mais preparação e capacitação; 11,11% não responderam e 5,56% pensam que não, dizem não estarem bem informados, por isso não beneficiam a empresa.

Foram sugeridos alguns cursos para que a empresa oferecesse aos seus funcionários e o resultado foi positivo, já que todos assinalaram mais de uma opção indicada no questionário. Dentre os dezoito interrogados, 5 assinalaram “o software”, 12 “relacionamento interpessoal”, 7 gostariam de cursos sobre atendimento, 9 preferem vendas e 4 matemática financeira, além de sugerir outros cursos relacionados com a área de atuação da empresa. O resultado apresenta que se aperfeiçoar é necessário, então a empresa pode tomar algumas providências a fim de incentivar seus funcionários com palestras e alguns cursos profissionalizantes.

Para Gramigna (2002, p.61): “independentemente das ofertas de cursos, ou seminários e das oportunidades de desenvolvimento proporcionadas pela organização em que se trabalha, o esforço individual potencializa o domínio de novas competências”. Os próprios colaboradores podem tomar a iniciativa e começarem a buscar cursos de aperfeiçoamento, com certeza todos ganharão com o empreendimento, seja nesta empresa em questão ou nas futuras empresas onde eles trabalharem.

## 6 CONCLUSÃO

Apontar a grande importância de estar bem informado e capacitado foi o principal objetivo desta pesquisa. Foram avaliados os colaboradores da empresa Stylo Móveis e Decorações, investigando o grau de conhecimento dessas pessoas e como procuram se atualizar. Refletir sobre a capacidade que a boa informação pode proporcionar, assim auxiliando na vida pessoal e profissional, tendo como base os conhecimentos em diversos assuntos.

Por meio da fundamentação teórica, procurou-se mostrar o valor do conhecimento, visando dessa maneira à capacidade individual para manter-se no ambiente empresarial.

Este estudo demonstrou que os colaboradores procuram se atualizar por meios de comunicação e tentam adquirir informações significativas no seu dia a dia com seus colegas. De alguma forma, os atuais colaboradores estão começando a sentir a necessidade de se manterem informados, sentem que precisam estar preparados para o mercado, mas o empenho em relação ao assunto deve ser melhorado. Conforme foi analisado na pesquisa, foi avaliado que as pessoas não buscam por faculdades e é de extrema necessidade, tendo em vista o mercado competitivo, é importante que o ensino superior faça parte no currículo dos colaboradores.

As empresas querem pessoas abertas, inovadoras e cheias de interesse em aprender. Na interpretação da pesquisadora, esses funcionários entrevistados demonstraram ter interesse em atualizar-se, mas sentem a necessidade de que a empresa também tome iniciativa e procure investir mais na profissionalização de seus colaboradores.

Algumas mudanças são sugeridas:

- Estudar a possibilidade de acrescentar palestras internas de aperfeiçoamento relacionadas a vendas e atendimento ao público.
- Criar conversações entre equipes para melhorar o relacionamento interpessoal.
- Acrescentar na empresa, meios para que os colaboradores se mantenham atualizados como; livros, revistas de diversos assuntos, não só da área de atuação.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mário de Souza. **Elaboração de Projeto, Tcc, Dissertação e Tese: uma abordagem simples, prática e objetiva.** São Paulo: Atlas, 2011. 80p.

BLOOM, Harold. **Como e Porque Ler.** Tradução de José Roberto O'shea. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. 275p.

CAIÇARA, Junior Cicero; PARIS, Wanderson Stael. **Informática, Internet e Aplicativos.** Curitiba: Ibpex, 2007. 267p.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica.** 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

DAVENPORT, Thomas; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento Empresarial: Como as organizações gerenciam seu capital intelectual.** 7.ed. Rio de Janeiro: Campos, 1998. 237p.

DUTRA, Joel Souza. (Org). **Gestão por competência: um modelo Avançado para o Gerenciamento de Pessoas: 3.ed.** São Paulo: Gente, 2001, 128p.

GRAMIGNA, Maria Rita. **Modelo de Competências e Gestão dos Talentos.** São Paulo: Pearson, 2002. 161p.

HOHIFELD, Antonio. Revisão Oportuna. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. **60 Anos de Telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica.** Florianópolis: Insular, 2010, p. 13 -16. 280p.

LAUDON, C. Kenneth; LAUDON, P. Jane. **Sistemas de informação gerenciais.** Tradução de Thelma Guimarães. 7.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 452.p.

LEME, Rogério. **Aplicação prática de gestão de pessoas por competência: mapeamento, treinamento, seleção e mensuração de resultados de treinamento.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005. 188p.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009. 247p.

MORAN, José Manuel. **Desafios na Comunicação Pessoal: Gerenciamento integrado da comunicação pessoal, social e tecnológica.** 3.ed. São Paulo: Paulinas, 2007. 245p.

OLIVEIRA, Silvio Luiz. **Tratado de metodologia científica: Projetos de Pesquisa, TGI, TCC, Monografia, Dissertação e Teses.** 2.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1999. 320p.

PAVANI, Cecília (Org). **Jornal (In) formação e ação.** 2.ed. São Paulo: Papyrus,



2002. 115p.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A Técnica da comunicação Humana**. São Paulo: Pioneira, 2001. 1964, 332p.

PINHEIRO, José Maurício dos Santos. **Da iniciação científica ao TCC: uma Abordagem para os cursos de Tecnologia**. Rio de Janeiro: Ed. Ciência Moderna. 2010.161p.

PRADO, Emilio. **Estrutura da informação Radiofônica**. 4.ed. São Paulo: Summus, 1985, 46p.

STOFFEL, Inácio. **Administração do Desempenho: Metodologia Gerencial de Exigência**. Rio de Janeiro: ABRH-Nacional, 2000. 79p.

VALSI, Tatiana. **O fantástico mundo da Informática**. São Paulo: Editora Panda, 2003. 163p.

WOOD, Thomas Jr. **Gestão empresarial: o fator humano**. São Paulo: Atlas, 2007. 189p.

WOODS, Donald R.; ORMEROD Shirley D. **Como tecer uma rede de relacionamento e se valer dela**. Tradução de Margarida D. Black. São Paulo: Nobel, 1996. 112p.

## APÊNDICE

**APÊNDICE A - Atualização Profissional dos Colaboradores da Stylo Móveis**

1. Qual a sua escolaridade?

- ensino superior completo
- ensino superior incompleto
- ensino médio completo
- ensino fundamenta incompleto

2. Você tem algum curso capacitação?

- sim  não  estão concluindo

3. No momento você esta fazendo algum curso de atualização? Qual?

---

---

4. Como você se mantém atualizado?

- rádio  jornal  cursos  internet  TV

Outros: \_\_\_\_\_

5. Com que frequência você procura se atualizar?

- sempre  às vezes  nunca

6. Você se considera um colaborador atualizado?

- sim  não

7. De que forma as informações importantes são repassadas na empresa?

- em reuniões formais  no relacionamento do dia-a-dia com outros colegas

8. Que meios a sua empresa disponibiliza para você se atualizar no dia a dia?

- jornal  internet  revistas da área

9. Já foi oferecido algum tipo de curso ou palestra pela empresa?

- sim  não

Quais? \_\_\_\_\_

10. Você acredita que a atualização profissional pode beneficiar a empresa?

- sim  não

11. Que curso você gostaria que a empresa ofertasse para você?

- Uso de determinado software ( )
- Relacionamento Interpessoal ( )
- Atendimento ( )
- Vendas ( )
- Matemática financeira ( )

Outros:

---

---

---

---