

Extrato da Revista Época - Setembro 2003

1 - DEZ PASSOS PARA UM PLANO PESSOAL DE CARREIRA

Um plano de carreira tem três partes principais:

- a estratégia, com a descrição de cenário para o futuro próximo;
- as metas que deseja atingir; e
- os caminhos que pretende seguir.

O empresário Cláudio Nasajon, professor da PUC-Rio e autor do livro Planeje-se, elaborou um plano especialmente para quem está decidindo a carreira.

1 – Identifique a *ÁREA mais afinada com seu perfil pessoal* → Pesquise, converse com profissionais que já atuam no setor, visite empresas e universidades.

2 – Desenvolva uma *VISÃO de futuro* → Como você imagina essa área nos próximos anos? Pense na demanda pelos serviços, na oferta de profissionais, na localização dos centros de excelência, nas tendências mundiais, etc.

3 – Faça uma lista dos *QUESITOS RELEVANTES relevantes para você avaliar o próprio sucesso na carreira* → O que é importante para você? Prestígio? Remuneração? Utilidade Social?

4 – Identifique *MÉTRICAS para esses itens* → Como você pode medir sua evolução ao longo do tempo em cada um dos quesitos relevantes? Determine indicadores que possam ser quantificados objetivamente. Prestígio, por exemplo, pode ser medido pelo número de convites para palestras.

5 – Registre a *SITUAÇÃO ATUAL de cada quesito* → Para isso, use as métricas escolhidas.

6 – Estabeleça *METAS para os próximos cinco, dez, 15 anos* → Considere a situação atual do mercado e os valores existentes para cada quesito. Mas use-os apenas como referência. Você pode bater os recordes se esse for seu objetivo.

7 – Escolha um *CAMINHO para atingir suas metas* → Você pode encurtar as distâncias trabalhando para adquirir experiência prática ao mesmo tempo em que estuda, mas o curso não será tão bom quanto outro que exija dedicação integral. Fazer mestrado é outro caminho. Lembre-se que a cada opção corresponde uma renúncia. Faça escolhas compatíveis com seu perfil pessoal, a situação atual e as metas propostas.

8 – Defina os quatro *“PÉS” do marketing* → Produto: que tipo de estudante você será? Um nerd estudioso e pesquisador ou um bon vivant que organiza as festas da turma? Preço: qual será o seu valor profissional? Atenderá muitos clientes a preço reduzido ou prefere elitizar seu trabalho, cobrando remuneração premium? Praça: pesquise o melhor local para exercer suas atividades de estudo e trabalho. Nem sempre o lugar onde moramos é o mais adequado para atingir nossos objetivos. Promoção: planeje como vai avisar o mercado de que você chegou. Separe um tempo para escrever artigos, visitar congressos, fazer apresentações, enfim, para promover-se.

9 – Faça um ORÇAMENTO das ações elencadas → Pesquise valores e procure detalhar ao máximo cada custo envolvido. Às vezes, a receita estimada não é o suficiente para bancar os investimentos previstos. Nesse caso, reveja o plano ou busque novas fontes de receita.

10 – Reveja o plano e faça os AJUSTES que achar necessário → Considere sua intuição e seus princípios pessoais. O plano é seu e, para ser útil, precisa ser adequado a suas crenças e convicções.

2 – AS APOSTAS DO FUTURO

... Mas, mesmo elegendo um setor em expansão, o jovem vai precisar de outros atributos para se destacar. **“O profissional do futuro precisará ter uma visão interdisciplinar de sua profissão e, ao mesmo tempo, um profundo conhecimento de um campo muito específico da mesma”**, acredita Ryon Braga, diretor da CM, consultoria especializada em educação. “Além de conhecer a clínica médica, um cardiologista, por exemplo, precisa saber tudo sobre arritmia; ter conhecimento genérico e específico dentro de sua área de atuação. Ou seja: estudar muito e sempre”

3 – PERFIL PARA O SUCESSO

Competências, habilidades e atitudes fundamentais para o profissional do século XXI:

- Capacidade de trabalhar em equipe;
- Domínio de idiomas;
- Domínio de informática;
- Autodidatismo;
- Atualização permanente;
- Cidadania e responsabilidade social;
- Habilidade de tomar decisões;
- Capacidade de associação de idéias;
- Liderança;
- Visão de conjunto.

Fonte: Grupo CM/Consultoria de Pesquisas Educacionais