



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

THAÍS ANDRADE DAMASCENO

**PROPOSIÇÃO DE CLASSES DE COMPORTAMENTOS
CONSTITUINTES DA CLASSE GERAL "GERENCIAR A
PRÓPRIA VIDA PROFISSIONAL"**

THAÍS ANDRADE DAMASCENO

**PROPOSIÇÃO DE CLASSES DE COMPORTAMENTOS
CONSTITUINTES DA CLASSE GERAL "GERENCIAR A
PRÓPRIA VIDA PROFISSIONAL"**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Análise do Comportamento, do Departamento de Psicologia Geral e Análise do Comportamento, da Universidade Estadual de Londrina como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Análise do Comportamento.
Área de Concentração: Análise do Comportamento

Orientadora: Prof^ª. Dra. Nádia Kienen

Londrina
2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

Damasceno, Thaís.

Proposição de Classes de Comportamentos Constituintes da Classe Geral "Gerenciar a Própria Vida Profissional" / Thaís Damasceno. - Londrina, 2022. 138 f. : il.

Orientador: Nádía Kienen.

Dissertação (Mestrado em Análise do Comportamento) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Ciências Biológicas, Programa de Pós-Graduação em Análise do Comportamento, 2022.

Inclui bibliografia.

1. gerenciamento de carreira - Tese. 2. orientação profissional - Tese. 3. proposição de classes de comportamentos - Tese. 4. Programação de Ensino - Tese. I. Kienen, Nádía. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Ciências Biológicas. Programa de Pós-Graduação em Análise do Comportamento. III. Título.

CDU 159.9

THAÍS ANDRADE DAMASCENO

**PROPOSIÇÃO DE CLASSES DE COMPORTAMENTOS
CONSTITUINTES DA CLASSE GERAL "GERENCIAR A
PRÓPRIA VIDA PROFISSIONAL"**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Análise do Comportamento, do Departamento de Psicologia Geral e Análise do Comportamento, da Universidade Estadual de Londrina como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Análise do Comportamento.
Área de Concentração: Análise do Comportamento

BANCA EXAMINADORA

Orientadora Prof^ª. Dra. Nádia Kienen
Universidade Estadual de Londrina – UEL

Prof. Dr. José Antônio Rosa
Universidade de São Paulo – USP

Dra. Mariana Gomide Panosso
Secretaria de Estado da Saúde

Londrina, 13 de setembro de 2022

Aos profissionais que constantemente buscam descobrir as necessidades da sociedade e as mais efetivas formas para atendê-las.

Agradecimentos

Agradeço ao meu parceiro da vida, que durante esses dez anos juntos foi tão incentivador, apoiador e paciente com os meus estudos. Especialmente durante o primeiro ano de mestrado, em que não pudemos estar juntos fisicamente, em função da distância entre os estados... manteve-se generoso com “os meus desejos e planos”, sempre comemorando comigo cada mínimo passo dado. Sequer consigo imaginar como teria sido essa jornada sem tê-lo como refúgio. Porque quando tudo parecia estar fora de controle, me confortava demais a certeza de que estava bem ao seu lado e que me ampararia. Como sempre foi, desde o nosso princípio. Obrigada, “razão”, por ser “a minha constante”!

Também agradeço imensamente aos meus pais por serem os maiores incentivadores da minha escrita, por sempre debaterem os significados das palavras e fazerem questão de pesquisá-los. Ao meu pai pelo “gigante dicionário Aurélio azul marinho”, por estimular o pensamento crítico e por cantarolar “Raphael, Thaís e Ana são crianças bem alegres; Raphael, Thaís e Ana gostam de estudar”. E à minha mãe por vibrar a cada pequena conquista, por incentivar a criatividade e me apresentar a magia do ensino, por pronunciar palavras bizarras que sempre nos fazem contestar (rs) e por sempre dizer “começar é bom, continuar é ótimo e terminar é tudo”.

Aos meus irmãos, Phael e Carol, por serem os meus grandes exemplos. Ao Phael por sempre me fazer sentir como se eu fosse motivo de orgulho, quando foi ele quem abriu o caminho e nos mostrou a dedicação necessária para isso. E, principalmente, por me fazer ir atrás dos meus sonhos, defendendo que “quem faz o que gosta, vive de férias”! E à Carol, por ter demonstrado o quanto sentia a minha falta na divisão do quarto no meu primeiro ano de mestrado e ainda assim me incentivar a alçar o voo e a resistir a voltar correndo para casa.

Também agradeço por me fazer colocar o pé no chão e me dar umas sacolejadas de vez em quando pedindo: “escolha as suas batalhas”.

Aos meus familiares, amigos e à maravilhosa rede de apoio que eu tenho! Obrigada por terem sido compreensíveis com as minhas inúmeras ausências em função da produção da pesquisa. Em especial ao Leo, que suportou mais ainda dessas minhas ausências, sem contar o quanto ele teve que aguentar me ouvir falar da pesquisa quando finalmente conseguíamos estar juntos. Incrível como ele fazia isso inclusive com atenção até para criticar o que eu já tinha produzido e me ajudar a organizar as ideias nos docs nos momentos de maior desespero, isso me ajudou tanto a seguir produzindo! E à minha psicóloga Midiã, por me ouvir de forma tão acolhedora e atenta, mesmo comigo falando da pesquisa em todas as sessões.

Aos meus queridos professores da graduação, em especial à Danielle, à Lígia, ao Lincoln, à Lurdes, à Mara e ao Takahashi que estão entre os meus maiores incentivos. Não apenas porque me encorajavam a seguir esse caminho, mas porque forneceram exemplos impecáveis de como segui-lo com sucesso! Agradeço por todos os ensinamentos; pelo compartilhamento, sem reservas, do conhecimento; pela disponibilidade e pela demonstração de paixão ao que fazem. Seus exemplos e ensinamentos continuam sendo norte para mim!

À minha orientadora, Nádia, por me incentivar a continuar quando eu mesma já duvidava se conseguiria prosseguir, além de pelas inúmeras orientações e feedbacks que iam contribuindo cada vez mais para o desenvolvimento dos meus comportamentos relativos à pesquisa e escrita científica. Agradeço o exemplo de profissionalismo que me foi dado por sua admirável competência, inclusive nos demais papéis: o de professora, como nas disciplinas de Metodologia e PCDC, de supervisora em estágio docente, de condutora no grupo de pesquisa. Cada um destes também foram contextos essenciais à minha formação.

À Valquíria, por acompanhar tão de perto as minhas produções, sendo tão gentil e paciente ao promover cada comentário, coorientando de forma impecável a minha pesquisa.

Também agradeço por seu acompanhamento em diversos outros momentos significativos de minha aprendizagem ao longo do período acadêmico do mestrado: nas monitorias das disciplinas, no grupo de pesquisa, estágio em docência, reuniões das orientações e até mesmo em momentos pessoais decisivos para minha vida acadêmica!

Ao Dr. José e à Dra. Mariana, por prontamente aceitarem compor a banca de qualificação e defesa da minha dissertação. Suas trajetórias ocupacionais, destaca-os como exemplos de gestores da própria vida profissional, constantemente buscando descobrir as necessidades de nossa sociedade e as formas de contribuir ao atendimento destas. Têm, portanto, todo o meu respeito e admiração!

Por fim, agradeço à Universidade Estadual de Londrina, ao Programa de Pós-Graduação em Análise do Comportamento e ao seu corpo docente que realiza um trabalho digno e responsável, apresentando à sociedade a possibilidade de construir um espaço de ensino público eficaz a aprendizagens essenciais para aqueles que dela fazem parte.

DAMASCENO, T. A. **Proposição de classes de comportamentos constituintes da classe geral "Gerenciar a Própria Vida Profissional"**. 2022. 138 f. Dissertação (Mestrado em Análise do Comportamento) - Programa de Pós-Graduação em Análise do Comportamento, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2022.

RESUMO

Em períodos de crise econômica, as pessoas se tornam mais preocupadas em planejar as próprias profissões e buscar orientações e estratégias que as auxiliem com esse planejamento. Até mesmo profissionais empregados que, em princípio, não estariam sofrendo com os efeitos de uma crise econômica, podem se beneficiar desse tipo de auxílio, uma vez que podem igualmente apresentar um repertório comportamental ocupacional deficitário, quando comparado às exigências para o desempenho de seu trabalho ou para uma dada mudança ou desenvolvimento da sua vida profissional. Ter clareza sobre os comportamentos requisitos para gerenciar a própria vida profissional e desenvolvê-los pode contribuir para que o indivíduo exerça autonomia sobre sua vida profissional, identificando as necessidades sociais que pode atender por meio de seus comportamentos profissionais. A presente pesquisa objetivou propor classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”. Para isso, quatro capítulos da obra “Carreira: planejamento e gestão” (Rosa, 2013) foram utilizados como fonte de informação. Foi realizado um procedimento em nove etapas, com base na Programação de Condições para o Desenvolvimento de Comportamentos (PCDC) e considerando o conceito de comportamento como a interação entre ações (classes de respostas) de um organismo e aspectos do ambiente (classes de estímulos antecedentes e consequentes a essas ações). O procedimento envolveu a seleção de trechos da fonte de informação, a identificação e derivação de componentes de classes de comportamentos a partir dos trechos selecionados, além da proposição de nomenclaturas às classes de comportamentos. Na sequência, uma juíza avaliou a adequação das nomenclaturas com base em critérios relativos à objetividade, clareza, precisão e concisão. Como resultados, foram propostas 181 classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”. Tais classes de comportamentos foram distribuídas, de acordo com sua função, em 21 categorias, que, por sua vez, foram organizadas em três conjuntos de repertórios comportamentais: 1) para obtenção de oportunidade profissional; 2) para manutenção da oportunidade profissional obtida e 3) para âmbito pessoal e profissional. Foram identificadas possíveis relações de pré-requisito entre classes de comportamentos de diferentes categorias de um mesmo repertório, além de entre classes de diferentes repertórios. As classes de comportamentos identificadas relacionam-se aos aspectos a serem geridos pelo profissional, tais como: o público que ele atende; o mercado ocupacional em que está inserido; sua comunidade, como clientes e colegas; os recursos de que dispõe; as resoluções que lhe são exigidas pelo cotidiano laboral, os projetos que pode desenvolver; as finanças; as metas e os resultados de seu trabalho. Esses resultados podem contribuir com o desenvolvimento do comportamento de “gerenciar a própria vida profissional” em indivíduos que precisam gerir as próprias ocupações, bem como à instrumentalização de profissionais e instituições que possam auxiliar esses indivíduos no desenvolvimento desse complexo comportamento.

Palavras-chave: gerenciamento de carreira; orientação profissional; proposição de classes de comportamentos; Programação de Ensino.

DAMASCENO, T. A. **Proposition of classes of behaviors constituting the general class “Managing One’s Professional Life”**. 2022. 138 p. Dissertation (Master’s in Behavior Analysis) - Postgraduate Program in Behavior Analysis, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2022.

ABSTRACT

In periods of economic crisis, people become more concerned with planning their own professions and seeking guidance and strategies that help them with this planning. Even employed professionals who, in principle, would not be suffering from the effects of an economic crisis, can benefit from this type of assistance, since they may also present a deficient occupational behavioral repertoire, when compared to the requirements for the performance of their work or for a given change or development in your professional life. Having clarity about the behaviors required to manage one's professional life and developing them can help individuals exercise autonomy over their professional life, identifying the social needs they can meet through their professional behaviors. The present research aimed to propose classes of behaviors that constitute the general class “managing one's professional life”. For this, four chapters of the book “Carreira: planejamento e gestão” (Rosa, 2013) were used as a source of information. A nine-step procedure was carried out, based on the Programming of Conditions for the Development of Behaviors (PCDC) and considering the concept of behavior as the interaction between actions (classes of responses) of an organism and aspects of the environment (classes of antecedent stimuli and consequential to these actions). The procedure involved the selection of excerpts from the information source, the identification and derivation of components of behavior classes from the selected excerpts, in addition to the proposition of naming the behavior classes. Subsequently, a judge evaluated the adequacy of the nomenclatures based on criteria related to objectivity, clarity, precision and conciseness. As a result, 181 classes of behaviors were proposed, constituting the general class “managing one's professional life”. These behavioral classes were distributed, according to their function, into 21 categories, which, in turn, were organized into three sets of behavioral repertoires: 1) to obtain a professional opportunity; 2) to maintain the professional opportunity obtained and 3) for the personal and professional scope. Possible prerequisite relationships were identified between behavior classes from different categories of the same repertoire, as well as between classes from different repertoires. The classes of behaviors identified are related to the aspects to be managed by the professional, such as: the public he serves; the occupational market in which it is inserted; your community, such as customers and colleagues; the resources available to it; the resolutions required by daily work, the projects that can be developed; the finances; the goals and results of their work. These results can contribute to the development of the behavior of “managing their own professional life” in individuals who need to manage their own occupations, as well as to the instrumentalization of professionals and institutions that can help these individuals in the development of this complex behavior.

Key words: career management; professional orientation; proposition of behavior classes; Teaching Programming.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	Protocolo de registros, adequação da linguagem, derivação e proposição de nomenclaturas.....	31
Figura 2 -	Protocolo de avaliação da nomenclatura das classes de comportamentos.....	33
Figura 3 -	Protocolo de adequação definitiva das nomenclaturas das classes de comportamentos.....	34
Figura 4 -	Protocolo de categorização e classificação em repertórios comportamentais.....	34
Figura 5 -	Exemplo de resultado do procedimento referente à Etapa 1.....	38
Figura 6 -	Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 2.....	39
Figura 7 -	Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 3.....	40
Figura 8 -	Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 4.....	42
Figura 9 -	Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 5.....	44
Figura 10 -	Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 6.....	45
Figura 11 -	Exemplo de avaliação da juíza.....	47
Figura 12 -	Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 7.....	49
Figura 13 -	Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 8.....	49
Figura 14 -	Quantidade de classes de comportamentos de acordo com as categorias identificadas por conjuntos de dados relativos aos repertórios comportamentais necessários ao autogerenciamento profissional.....	52

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Resumo dos procedimentos das etapas para propor classes de comportamentos constituintes do “gerenciar a própria vida profissional”	36
Tabela 2 -	Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Busca de oportunidade no mercado profissional” e “Cumprimento de requisitos por objetivo profissional”	54
Tabela 3 -	Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Desenvolvimento de projetos profissionais”, “Obtenção de informações úteis à atuação profissional” e “Precificação da própria mão de obra”	55
Tabela 4 -	Classes de comportamentos incluídas na categoria “Manejo de Recursos para o âmbito profissional”	57
Tabela 5 -	Classes de comportamentos incluídas na categoria “Reconhecimento profissional”	59
Tabela 6 -	Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Ascensão profissional”, “Manutenção de oportunidade profissional”, “Participação em eventos profissionais” e “Relacionamento com cliente”	60
Tabela 7 -	Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Benefício social”, “Comunicação adequada ao público” e “Resolução de demandas profissionais”	63
Tabela 8 -	Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Autoconfiança”, “Confiabilidade”, “Responsabilidade” e “Sociabilidade”	66
Tabela 9 -	Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Decisão sobre atuação profissional”, “Harmonia pessoal e profissional” e “Identificação com outros profissionais”	69

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice A - Amostra da Etapa 1, referente à seleção dos trechos da obra utilizada como fonte de informação	96
Apêndice B - Amostra da Etapa 2, referente ao destaque das partes que continham informações sobre constituintes de classes de comportamentos.....	98
Apêndice C - Amostra da Etapa 3, referente à identificação de possíveis componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos.....	100
Apêndice D - Amostra da Etapa 4, referente à adequação da linguagem utilizada para se referir aos componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos	104
Apêndice E - Amostra da Etapa 5, referente à derivação de possíveis componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos	108
Apêndice F - Amostra de resultado da Etapa 6, referente à proposição de nomenclaturas para as classes de comportamentos	112
Apêndice G - Amostra de avaliação da juíza sobre as nomenclaturas propostas para as classes de comportamentos - constando em branco as células destinadas à avaliação em função de o parecer da juíza ter sido favorável a todas as nomenclaturas propostas nesta amostra	116
Apêndice H - Amostra de resultado da Etapa 7, referente às nomenclaturas definidas para as classes de comportamentos - constando em branco as células destinadas à nomenclatura definida em função de as nomenclaturas originadas não terem sofrido modificações	134
Apêndice I - Amostra de resultado da Etapa 8, referente à categorização das classes de comportamentos de acordo com suas funções	135
Apêndice J - Amostra de resultado da Etapa 9, referente à organização das categorias em repertórios comportamentais.....	136

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
IMPACTOS DA ECONOMIA SOBRE O PROFISSIONAL	17
CIÊNCIA E GERENCIAMENTO DE CARREIRA	19
GERENCIAR A PRÓPRIA VIDA PROFISSIONAL: PROPOSIÇÃO DE NOMENCLATURA	22
PROGRAMAÇÃO DE CONDIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DE COMPORTAMENTOS	25
OBJETIVOS	29
OBJETIVO GERAL.....	29
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	29
MÉTODO	30
FONTE DE INFORMAÇÃO	30
CRITÉRIOS DE ESCOLHA DA FONTE DE INFORMAÇÃO	30
INSTRUMENTOS.....	31
PROCEDIMENTOS	35
Etapa 1. Selecionar Trechos da Obra Utilizada como Fonte de Informação	37
Etapa 2. Destacar nos Trechos as Partes que Contendam Informações Sobre Constituintes de Classes de Comportamentos.....	38
Etapa 3. Identificar Possíveis Componentes de Comportamentos Constituintes de Classes de Comportamentos	39
Etapa 4. Adequar a Linguagem Utilizada para se Referir aos Componentes de Comportamentos Constituintes de Classes de Comportamentos.....	40
Etapa 5. Derivar Possíveis Componentes de Comportamentos Constituintes de Classes de Comportamentos	43
Etapa 6. Propor Nomenclaturas para as Classes de Comportamentos.....	45
Etapa 7. Ajustar Nomenclaturas Propostas para as Classes de Comportamentos Conforme Avaliação da Juíza.....	46

Etapa 8. Categorizar as Classes de Comportamentos de Acordo com suas Funções	49
Etapa 9. Organizar as Categorias em Repertórios Comportamentais	49
RESULTADOS	51
DISCUSSÃO	72
CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
REFERÊNCIAS	85
APÊNDICES	95

Gerenciar a vida profissional demanda, dentre diversos outros aspectos, identificar imprevistos que possam surgir ao longo da vida profissional do indivíduo (Luiz, 2008; Rocha, 2010). Quando se gerencia uma vida profissional no século XXI, considerar tais imprevistos pode tornar-se ainda mais relevante, visto que o profissional é demandado a lidar com as modificações ocorridas no âmbito do trabalho, entre elas: os novos vínculos empregatícios, as relações advindas destes, a turbulência econômica, a rápida expansão da globalização e os avanços tecnológicos (Callanan, Perri, & Tomkowitz, 2017). Essas transformações contemporâneas no ambiente laboral representam alterações no contexto profissional para as quais o indivíduo pode não ter sido preparado para lidar. Portanto, sinalizam a importância em identificar os comportamentos necessários para que um indivíduo seja capaz de gerenciar a própria vida profissional diante dessas transformações.

Capacitar profissionais para que atendam às necessidades sociais que advêm dos novos vínculos empregatícios, das relações advindas destes, da turbulência econômica, da globalização e dos avanços tecnológicos, constitui-se como a nova ênfase dos programas de preparação para a carreira. Isto porque durante um período de recuperação econômica, quando é comum uma oferta abundante de mão de obra, os empregadores tendem a ser mais exigentes, buscando trabalhadores com comportamentos que atendam a mais requisitos do que aqueles que já são comumente exigidos em um período de baixa oferta de mão de obra. No entanto, profissionais que não desenvolveram os comportamentos para lidar com as novas oportunidades do mercado de trabalho durante períodos de oferta abundante de mão de obra podem sofrer prejuízos, como o desemprego (Callanan et al., 2017). Logo, programas de preparação profissional que anteriormente enfatizavam o estabelecimento de metas para o crescimento na carreira dentro de um mesmo local de trabalho, hoje ressaltam a importância de objetivarem o desenvolvimento dos comportamentos exigidos por qualquer organização para tornar o profissional empregável para tal (Callanan et al., 2017).

Impactos da economia sobre o profissional

O cenário nacional encontra-se em um período de crise econômica. Este período que começou em 2014 (Cacciamali & Tatei, 2016), apesar de ter desfrutado de uma breve recuperação em 2019, sofreu uma nova drástica decadência logo no primeiro trimestre de 2020, a qual resulta em um número considerável de brasileiros desempregados. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) indicou que 86,1% dos ocupados entre julho e setembro de 2019, mantiveram-se nesta situação entre outubro e dezembro do mesmo ano, atingindo o maior patamar de retenção de trabalhadores desde 2014 (Lameiras, Corseuil, & Carvalho, 2020). No mercado formal, durante o quarto trimestre de 2019, uma proporção de ocupados ainda mais notável foi registrada: 90,1%, o que revela uma superação até mesmo dos momentos de maior potência no mercado de trabalho brasileiro (Lameiras et al., 2020). Entretanto, a própria PNAD Contínua do IBGE registrou que o primeiro trimestre de 2020 encerrou com aumento na taxa de desocupação em doze estados brasileiros (Nery, 2020).

Essa nova desaceleração econômica e aumento do desemprego é parte dos efeitos da pandemia de Covid-19. De acordo com uma nota informativa do Governo Federal (Brasil, 2020), publicada em maio de 2020, com exceção das guerras, na Idade Moderna, a crise gerada pela pandemia da Covid-19 só encontra similaridades na gripe espanhola de 1918. Essa mesma nota afirma que a potência e a variedade dos efeitos negativos decorrentes da pandemia a torna um dos maiores desafios de política econômica já enfrentados pela sociedade brasileira. Afinal, a pandemia de Covid-19 obrigou que medidas de distanciamento social fossem adotadas em todo o mundo, causando a drástica diminuição do ritmo econômico. Em março de 2020, queda de 9,1%, 2,5 % e 6,9% foram respectivamente apresentadas pelos setores da indústria, do comércio e de serviços, conforme dados da agência de notícias do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020). Conseqüentemente, o mercado de trabalho também já foi

afetado desde o início da pandemia. Em 31 de março, eram 5.717 casos de Covid-19 confirmados e dados da PNAD Contínua para o primeiro trimestre de 2020 já detectava 12,2% no total de desocupados, o que representava 12,9 milhões de desempregados em território nacional (Barros, 2020).

Também houve uma redução de 2,3 milhões na criação de novas vagas de emprego de janeiro a março de 2020. Além disso, em comparação com o mesmo trimestre de 2019, a redução foi de 1,8 milhão. Da população ocupada no primeiro trimestre de 2020, 40% estava no mercado informal – uma fonte alternativa de sobrevivência para os brasileiros desde a crise de 2015-2016 (Lameiras et al., 2020). Ainda sobre o mesmo trimestre, uma queda de 7% nos empregos sem carteira assinada não obteve um correspondente aumento na formalização, o que sinalizava o agravamento do desemprego. Em resumo, foram 12,9 milhões de pessoas desocupadas, 6,5 milhões de subocupadas por insuficiência de horas e 8,3 milhões na força de trabalho potencial. A soma disto representa a falta de trabalho para 27,6 milhões de pessoas (Krein & Borsari, 2020).

A escassez de emprego ainda pode se agravar por substituições de cargos de baixa e média qualificação por tecnologia e/ou terceirização (Callanan et al., 2017). Inclusive, a elevação de exigências ocorridas nos períodos econômicos críticos também pode ser explicada por essas substituições, durante as quais os trabalhadores substituídos comumente não exibem os comportamentos necessários à conquista de empregos mais qualificados (Callanan et al., 2017). O desenvolvimento desses comportamentos pode ser ainda mais significativo para o momento de crise econômica e escassez de emprego, porque as pessoas se tornam mais preocupadas em planejar suas profissões, considerando buscar orientações, estratégias e ferramentas que as auxiliem nesse processo (Malschitzky, 2012). Isto indica a pertinência de explorar precisamente quais são os comportamentos requeridos do indivíduo para que este gereencie sua vida profissional. Apesar da indicação sobre a pertinência, vale ressaltar que tais

comportamentos não são requeridos somente para que o indivíduo consiga ser empregado, mas para que exerça autonomia sobre sua vida profissional, identificando as necessidades sociais que pode atender por meio de seus comportamentos profissionais.

O foco dos comportamentos requeridos não incide apenas sobre o emprego, porque ainda que haja tantos prejuízos aos profissionais que vivenciam uma conjuntura econômica negativa, aqueles que não fazem parte deste cenário também podem ser afetados. Afinal, há profissionais empregados cujo desenvolvimento carece de comportamentos exigidos pelo meio laboral no qual encontram-se inseridos. Isto é devido ao fato de que se os desafios de determinadas tarefas demandarem comportamentos distintos daqueles que o trabalhador desenvolveu para exercê-las, este profissional poderá trabalhar com ansiedade e, se estes desafios forem frequentes, em longo prazo, poderá ocorrer uma diminuição de motivação, de concentração e de engajamento laboral, elevando o estresse e a insatisfação relativos ao contexto profissional (Kamei, 2017). Portanto, quaisquer indivíduos que exibam um repertório deficitário referente a comportamentos profissionais (se comparado às exigências para o desempenho de seu trabalho, para uma determinada tomada de decisão, para uma dada mudança ou desenvolvimento da sua vida profissional), podem beneficiar-se do conhecimento produzido sobre os comportamentos requeridos para o gerenciamento da própria vida profissional.

Ciência e gerenciamento de carreira

Informações relacionadas ao gerenciamento da carreira podem contribuir para que indivíduos estejam melhor preparados para lidar com a própria vida profissional. Além disso, podem contribuir para que indivíduos que necessitam gerenciar sua vida profissional, economizem o próprio tempo ao dispor de maior clareza e precisão sobre o que precisa ser feito para desenvolver comportamentos relacionados a sua vida profissional. Isto se deve ao fato de que ter clareza sobre os comportamentos que o indivíduo necessita desenvolver para gerenciar

a própria carreira, incluindo a definição dos comportamentos pré-requisitos envolvidos nesse processo, pode auxiliar no desenvolvimento desses comportamentos sem que ele tenha que se comportar a partir de um processo de tentativa e erro (Skinner, 1972/1968). Afinal, um indivíduo está mais preparado para lidar com uma determinada parte do mundo quanto mais descrições obtiver desta parte (Skinner, 2003). Logo, se é possível que um dado processo seja mais decomposto e descrito, é recomendável fazê-lo.

“Desenvolvimento profissional” configura-se como uma expressão cuja descrição é similar àquelas comumente encontradas na literatura para o “gerenciamento de carreira”. Mourão e Monteiro (2018) analisaram conceitualmente essa expressão: “desenvolvimento profissional”. Por meio dessa análise, várias convergências foram detectadas entre a aplicação da referida expressão no senso comum e a forma como ela é compreendida no contexto científico. Trata-se de uma expressão frequentemente utilizada nas áreas de Educação, Administração e Psicologia e comumente está associada a crescimento, progressão, aumento de capacidades e competências. Então, a expressão foi definida pelas autoras (Mourão & Monteiro, 2018) como um processo composto por uma revisão, renovação e ampliação individual ou coletiva de propósitos direcionados à aquisição e/ou aperfeiçoamento de conhecimentos, habilidades e atitudes.

“Projetar a vida profissional” trata-se de mais um exemplo de expressão cuja descrição apresenta algumas correspondências com a descrição comum na literatura para “gerenciamento de carreira”. Projetar a vida profissional pode ser definido como uma classe de comportamentos que envolve a identificação das variáveis que afetam as decisões profissionais, o planejamento dos fatores relacionados à vida pessoal e profissional, a execução das ações planejadas, a avaliação do que decorre de tais ações e o aperfeiçoamento do projeto desenvolvido a partir do que foi avaliado (Luiz, 2008). O gerenciamento de carreira, por sua vez, pode ser definido como o processo de programar e executar um projeto relacionado à profissão de um indivíduo

considerando suas características pessoais e profissionais e os imprevistos com os quais poderá lidar profissionalmente (e.g., Bagdadli & Gianecchini, 2019; Chong & Leong, 2017; Hunt, Langowitz, Rollag, & Hebert-Maccaro, 2017; Robertson, 2018). Há similaridades nas definições de projetar a vida profissional e de gerenciar a carreira uma vez que ambos envolvem o planejamento e a execução de um projeto para a vida profissional de um indivíduo. Contudo, as classes de comportamentos relativas ao “projetar a vida profissional” baseiam-se na literatura de orientação profissional, a qual está mais associada à escolha de uma profissão. Já a literatura que envolve o gerenciamento de carreira, em geral, está mais relacionada a comportamentos que devem ser desenvolvidos pelos profissionais já atuantes no mercado de trabalho (e.g., Mourão & Monteiro, 2018; Sowers & Swank, 2017; Spurk, Kauffeld, Barthauer, & Heinemann, 2015; Stoeber, Mutinelli, & Corr, 2016; Xiao, Newman, & Chu, 2018).

Luiz (2008) realizou a identificação dos comportamentos constituintes da classe “projetar a vida profissional”. Embora o nome da classe pareça abrangente, sendo associado à vida profissional como um todo, a autora afirma que a maior parte das classes de comportamentos identificadas se concentrou na classe “caracterizar variáveis relacionadas a projetar a vida profissional”. A própria autora também sugeriu que isto pudesse indicar uma limitação na seleção das obras utilizadas como fontes de informação na pesquisa, pois se concentravam na área de orientação profissional que, como já indicado, está comumente associada aos comportamentos que um indivíduo deve desenvolver para escolher uma profissão. Considerando isso, o exame de fontes de informação selecionadas da literatura da área de gestão de carreira poderia viabilizar a descoberta e proposição de classes de comportamentos cujo desenvolvimento favorece a vida profissional de indivíduos que já fazem parte do mercado de trabalho.

Gerenciar a própria vida profissional: proposição de nomenclatura

Do que se trata essa apropriação da vida profissional? Por que não apenas “gerenciar a vida profissional” e sim “gerenciar a própria vida profissional? Em um processo de gerenciamento da vida profissional, o profissional deve ensinar o cliente a programar e executar um projeto que considere suas aspirações pessoais, princípios morais e qualidades; bem como os imprevistos que possam surgir ao longo de sua vida profissional e as necessidades para o próprio avanço profissional. Para isto, o profissional deve ensinar o cliente a examinar o contexto quando for demandado que ele atinja as próprias metas, para que possa certificar-se de que estas não serão irrealizáveis. Também deve ser ensinado a desenvolver planos de ação referentes a cada uma destas metas, sob o devido cuidado de identificar se detém os instrumentos e recursos básicos para executá-los. É ainda necessário que o cliente seja ensinado a desenvolver certa sensibilidade e criatividade: a primeira para perceber quando alguma tentativa não for bem-sucedida e a segunda para encontrar meios de alterá-la para que caminhe nesta direção (Rocha, 2010). Cada um dos ensinamentos promovidos pelo profissional ao cliente faz com que ele se comporte de acordo com as características que tem e com as experiências que teve em prol do próprio desenvolvimento profissional.

Portanto, profissionais que buscam gerenciar suas vidas profissionais necessitam receber o suporte para tal, mas não tendo suas vidas profissionais gerenciadas por outrem e, sim, aprendendo a gerenciá-las. Skinner (1972/1968) defende que o aprendiz seja ensinado a selecionar uma técnica adequada para lidar com o problema com o qual se defronta, a partir do reconhecimento sobre a natureza deste problema. Dessa forma, é importante que o profissional que é procurado para auxiliar no gerenciamento de uma vida profissional sirva como suporte a seu cliente nesse processo, visando cumprir o papel de ensiná-lo a gerenciar a própria vida profissional. O contrário disto pode tornar o cliente inapto a lidar com qualquer circunstância que dificulte os planos de sua vida profissional (Rocha, 2010). Logo, parece que

comportamentos relativos ao autogerenciamento também precisam ser desenvolvidos por aqueles que buscam gerenciar a própria vida profissional.

A necessidade do desenvolvimento de comportamentos relativos ao autogerenciamento para o gerenciamento da vida profissional é ainda mais evidente quando identificado que delegar esse gerenciamento é deixar que decisões importantes da vida profissional de um indivíduo sejam tomadas por alguém que não vive as mesmas experiências que ele. Tais experiências são necessárias para que se esteja ciente sobre as próprias habilidades, potências, interesses, oportunidades e expectativas. Estar ciente sobre estes aspectos é necessário para a tomada de uma decisão relativa aos passos na vida de um profissional. Isto pode ser afirmado porque o autoconhecimento foi identificado como classe de comportamentos relevante em vários estudos que investigaram comportamentos relacionados à vida profissional (e.g., Da Costa, 2019; Luiz, 2008; Yoshiy, 2018).

Comportamentos que fazem referência ao autogerenciamento também parecem relevantes ao se compreender que, para que a vida profissional de um indivíduo seja gerenciada, este deverá aprender a ser empreendedor de si mesmo. Apesar de o “empreender” comumente estar associado a abrir um negócio (Dolabela, 2006; PUCRS, 2020), Franco (2018) afirma que empreender se trata de ter motivação para inventar e executar algo que produza algum tipo de benefício à sociedade como um todo ou à uma parcela dela. Similar a isto, o “empreendedor” é caracterizado como o indivíduo que imagina e realiza ideias, transformando em oportunidade o que por outros pode ser visto como uma crise (Pombo, 2019). Portanto, “empreender a si mesmo” é gerir a si mesmo profissionalmente: identificar a existência de uma necessidade (“crise” profissional) e atendê-la (transformá-la em oportunidade). Considerando que gerir a vida profissional demanda empreender a si mesmo e isso significa autogerir-se, concebe-se como apropriado o uso do termo “própria” na nomenclatura da classe geral de comportamentos “gerenciar a própria vida profissional”.

Mas por que não “projetar a própria vida profissional” em vez de “gerenciar a própria vida profissional”? Qual a melhor expressão para nomear esse processo comportamental? Para responder esta questão, é necessário comparar as definições dos termos “gerenciar” e “projetar”. “Gerenciar” é dar direcionamento a todos os procedimentos relacionados àquilo que resulta de qualquer processo ou atividade (Ferreira, 2014). Já “projetar” define-se por confeccionar um conjunto de métodos e medidas para a execução de um empreendimento (Ferreira, 2014). No entanto, a confecção de um conjunto de métodos e medidas para a execução de uma vida profissional (empreendimento) compõe apenas parte dos procedimentos relacionados à essa vida, que é o que resulta de um processo que envolve o gerenciamento de uma vida profissional. Afinal, esse processo envolve não apenas a referida confecção para uma execução, como a própria execução, sua avaliação e aperfeiçoamento. Parece, então, mais abrangente considerar que o indivíduo que gerencia a própria vida profissional deve ser capaz de conduzir todos os procedimentos relacionados ao que resulta deste gerenciamento (vida profissional). Portanto, o termo “gerenciar” é o mais adequado para abarcar tudo o que o fenômeno “gerenciar a vida profissional” abrange; enquanto o termo “projetar” é parte do que o “gerenciar” envolve.

Tal exame também pode ser realizado para os termos “carreira”, “vida” e “profissional”. A palavra “carreira” indica uma mesma profissão exercida por um dado período da vida de um indivíduo (Ferreira, 2014). Enquanto a palavra “vida” significa “o tempo de existência ou de funcionamento de uma coisa” e, por fim, “profissional” significa “respeitante ou pertencente a profissão” (Ferreira, 2014). Um indivíduo que gerencia a vida profissional não necessariamente gerenciará uma única profissão durante o período em que precisará gerenciar a própria vida profissional. No entanto, ele sempre o fará com algo relacionado à profissão que esteja exercendo enquanto sua vida profissional ocorrer. Portanto, a expressão “vida profissional” parece a mais adequada, em vez de “carreira”, ao nomear o fenômeno “gerenciar a própria vida profissional”.

Resumidamente, “gerenciar a própria vida profissional” parece ser a nomenclatura mais adequada. Gerenciar a própria vida profissional trata-se, portanto, de dar direcionamentos a todos os procedimentos relativos a algo que diz respeito ou pertence à própria vida profissional durante o período em que essa vida existir ou funcionar. Isto demanda um processo que abarque desde o planejamento da vida profissional de um indivíduo até a execução e o aperfeiçoamento desse planejamento (Luiz, 2008). Um processo no qual características pessoais e profissionais, além de prováveis imprevistos, são examinados para que se programe e execute um projeto que tenha relação com a vida profissional do indivíduo (e.g., Bagdadli & Gianecchini, 2019; Chong & Leong, 2017; Hunt et al., 2017; Robertson, 2018). Logo, para que tal processo ocorra, ao gerenciar a própria vida profissional, o indivíduo deve avaliar com quais requisitos, especificamente relacionados à sua atuação profissional, ele se deparará. Também deverá ser avaliada a importância e os efeitos sobre o desempenho profissional ao cumprir tais requisitos (Luiz, 2008).

Programação de Condições para o Desenvolvimento de Comportamentos

A Programação de Condições para o Desenvolvimento de Comportamentos (PCDC) se caracteriza como uma subárea da Análise do Comportamento, cuja ênfase reside na análise de todo o processo relacionado ao desenvolvimento de comportamentos em quaisquer contextos em que essas sejam requeridas (Kienen, Kubo, & Botomé, 2013). Esse processo pode ser planejado, executado, avaliado e aprimorado a partir de descobertas da Análise Experimental do Comportamento, de modo que seja embasado em princípios científicos do comportamento. Deste modo, trata-se de um processo que pode ser considerado a essência da proposta de Skinner (1972/1968), com uma tecnologia de ensino que viabilize uma programação de condições para o desenvolvimento de comportamentos em congruência com as descobertas realizadas pela Análise Experimental do Comportamento.

Desde o início da década de 1960, o conceito de ensino tem sido questionado por ser considerado algo que se reduzia a informações sobre o conhecimento existente ou como algo que se “depositava” nos aprendizes (Santos, Kienen, Viecili, Botomé, & Kubo, 2009). Afinal, mais importante do que ensinar “conhecimentos” ao indivíduo, é ensiná-lo a “lidar com o mundo à luz do conhecimento” (Sayão, 2007). Isso envolve ensinar a transformar o conhecimento em capacidade de atuar (Kubo & Botomé, 2001). Não é o conhecimento que deve ser ensinado, mas a interação entre ações (ou classes de respostas) e aspectos do mundo (classes de estímulos antecedentes e consequentes a essas ações), dentre os quais o conhecimento, provavelmente, é integrante ou é aquilo que ajuda a perceber esses aspectos ou ações (Kubo & Botomé, 2001). O conhecimento é, portanto, um meio para que sejam identificados os aspectos daquilo que deve ser ensinado (comportamentos que seriam os objetivos de ensino).

Programar condições para desenvolver comportamentos exige, em primeiro lugar, que sejam definidos quais comportamentos serão ensinados. Essa é uma etapa fundamental para um planejamento de condições mais apropriadas ao aprendizado destes comportamentos (Skinner, 1972/1968). Um procedimento de ensino pode envolver a investigação de classes de comportamentos que compõem um dado comportamento-objetivo, por meio de identificações, derivações e decomposições de aspectos comportamentais. A PCDC tem sido utilizada em procedimentos de extração de informações relevantes da literatura com o fim de caracterizar comportamentos considerados como socialmente relevantes e que necessitam constituir repertórios das pessoas para intervirem sobre a realidade com a qual lidam ou necessitam lidar. Tais comportamentos, por sua vez, podem ser propostos como objetivos de ensino em programas de desenvolvimento desses comportamentos (e.g., Beltramello, 2016; De Luca, 2008; Garcia 2009; Kienen, 2008; Kienen et al., 2013; Santos, 2006; Viecili, 2008).

Classes de comportamentos identificadas e/ou derivadas a partir da literatura podem ser sistematizadas em um diagrama de decomposição, organizado em graus de abrangência. Um diagrama desse tipo é importante porque pode servir como uma espécie de “mapa de ensino”. Botomé (1996/1975) sinaliza o diagrama como análogo a um mapa, porque possibilita indicar os “caminhos a percorrer” até um comportamento-objetivo terminal. Afinal, por meio do diagrama são identificados os comportamentos pré-requisitos que um indivíduo deve aprender para desenvolver um determinado repertório mais complexo. Tal sistematização é parte de um procedimento já utilizado por diversos autores que objetivavam identificar classes de comportamentos componentes de fazeres, profissões e funções sociais (e.g., Botomé & Gonçalves, 1994; De Luca, 2008; Garcia, 2009; Kienen, 2008; Luiz, 2008; Viecili, 2008).

A PCDC foi, então, útil à investigação das classes de comportamentos do “gerenciar a própria vida profissional”, porque, por meio dela, foram extraídas informações relevantes da literatura que viabilizaram as identificações e derivações de aspectos comportamentais pertencentes à classe geral “gerenciar a própria vida profissional”. Este trata-se de um repertório comportamental socialmente relevante, visto que possibilita às pessoas intervirem sobre uma realidade com que lidam ou necessitam lidar (Bendassolli, 2009; Fleury & Fleury, 2001). Portanto, constitui-se como um fenômeno de investigação que cabe à Programação de Condições para o Desenvolvimento de Comportamentos. Em pesquisas posteriores à proposição de classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”, outros passos poderão ser viabilizados, tais como a elaboração e avaliação de um programa de ensino para o desenvolvimento dos comportamentos necessários ao indivíduo que precisa gerenciar a própria vida profissional.

Visando contribuir com a produção de conhecimento científico que possa auxiliar profissionais a dispor de parâmetros claros e precisos sobre os comportamentos que precisam desenvolver para gerenciarem suas vidas profissionais, o objetivo desta pesquisa foi propor

classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”. O alcance deste objetivo foi viabilizado com a PCDC, por meio de procedimentos que possibilitaram identificar e derivar componentes de classes de comportamentos que constituem a classe geral “gerenciar a própria vida profissional” a partir do exame de fonte de informação selecionada da literatura de gerenciamento de carreira.

Objetivos

Objetivo Geral

Propor classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”.

Objetivos Específicos

Selecionar possíveis componentes de classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional” a partir da fonte de informação;

Identificar classes de estímulos antecedentes, classes de respostas e classes de estímulos consequentes dentre os componentes selecionados;

Derivar classes de estímulos antecedentes, classes de respostas e classes de estímulos consequentes daquelas identificadas;

Nomear classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”;

Categorizar as classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”.

Método

O método realizado nesta pesquisa possibilitou a proposição de classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”. Trata-se de uma adaptação do método utilizado em investigações em Programação de Condições para o Desenvolvimento de Comportamentos realizadas por diversos autores, como Beltramello (2016), De Luca (2008), Botomé e Gonçalves (1994), Garcia (2009), Kienen (2008), Luiz (2008), Viecili (2008), entre outros.

Fonte de informação

Rosa, J. A. (2013). *Carreira: Planejamento e gestão* (2a ed.). Rio de Janeiro: Editora Senac.

Critérios de escolha da fonte de informação

A obra utilizada como fonte de informação foi selecionada por ser um livro que contém descrições – ainda que não necessariamente analítico-comportamentais – a respeito de como um indivíduo deve gerenciar a vida profissional. José Antônio Rosa, autor do livro, tem décadas de experiência profissional na área de gestão de carreiras e possui mais de 30 livros publicados nas áreas de Comunicação, Administração e Carreiras.

Após a leitura da obra completa e considerando o volume de dados da fonte de informação, foram selecionados quatro capítulos de Rosa (2013) para a realização dos procedimentos desta pesquisa: “Erros típicos na condução da carreira”, “Uso inteligente dos recursos próprios”, “Buscando trabalho” e “Promovendo-se”. Esses capítulos foram selecionados porque abordam mais diretamente acerca dos comportamentos que devem ser exibidos pelo próprio indivíduo, de forma autônoma, em favor do gerenciamento da própria

vida profissional. Foram descartados capítulos que enfatizam comportamentos mais relacionados a autoconhecimento, decisões de carreira ou que dependiam mais de terceiros em vez do próprio indivíduo que gerencia a vida profissional. Também foram descartados capítulos que discorrem de forma específica sobre dados aspectos que têm relação com os assuntos tratados de forma mais abrangente pelos capítulos selecionados.

Instrumentos

Quatro instrumentos foram utilizados para coleta de dados. Um destes instrumentos foi o "Protocolo de registros, adequação da linguagem, derivação e proposição de nomenclaturas " (Figura 1). Este foi utilizado nas etapas 1 a 6 para o registro de trechos selecionados da fonte de informação e componentes de comportamentos, bem como para a adequação da linguagem dos componentes identificados, para a derivação de outros componentes e para a proposição de nomenclaturas das classes de comportamentos a partir de seus componentes.

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos

Figura 1. *Protocolo de registros, adequação da linguagem, derivação e proposição de nomenclaturas.*

O "Protocolo de avaliação da nomenclatura das classes de comportamentos" (Figura 2) também compôs os instrumentos utilizados, tendo sido utilizado na etapa 7, com o objetivo de avaliar a necessidade de propor nova nomenclatura a partir dos seguintes critérios: se o nome era claro e preciso, não possibilitando múltiplas interpretações; se referia-se ao comportamento do aprendiz e não ao do capacitador; se o objetivo se referia a variáveis direta ou indiretamente observáveis; se era conciso, escrito de forma breve, sem termos ou expressões desnecessárias para a compreensão; se cumpria o critério de externalidade, enfatizando a necessidade de os comportamentos-objetivo serem comportamentos possíveis de serem apresentados pelo

aprendiz em seu contexto cotidiano (social ou profissional) e, portanto, não configurando comportamentos típicos apenas do contexto educacional; se era constituído por um verbo no infinitivo e por um complemento que explicitasse a relação entre antecedente, resposta e consequente.

Classes de comportamentos	Avalie os nomes das classes de comportamentos a partir dos critérios a seguir:						Sugestões para nomear as classes de comportamentos em que foram identificados problemas:
	É claro e preciso (não possibilita múltiplas interpretações):	Se refere ao comportamento do aprendiz (e não o do capacitador):	É objetivo (se refere a variáveis direta ou indiretamente observáveis):	É conciso (escrito de forma breve, sem termos ou expressões desnecessários para a compreensão):	Externalidade - enfase na necessidade de os comportamentos-objetivo serem apresentados pelo aprendiz em seu contexto cotidiano (social ou profissional) e, portanto, não são comportamentos típicos apenas do contexto	É constituída por um verbo no infinitivo e por um complemento que explicitem a relação entre antecedente, resposta e consequente:	

Figura 2. Protocolo de avaliação da nomenclatura das classes de comportamentos.

O terceiro instrumento utilizado foi o “Protocolo de adequação definitiva das nomenclaturas das classes de comportamentos” (Figura 3). Como o próprio nome descreve, o objetivo deste protocolo consistiu em adequar de forma definitiva as nomenclaturas das classes de comportamentos propostas.

Localização	Nomenclatura Originada	Nomenclatura Definida

Figura 3. *Protocolo de adequação definitiva das nomenclaturas das classes de comportamentos.*

O protocolo ilustrado acima (Figura 3) é composto por três colunas: a primeira delas foi utilizada para registro da numeração representativa do documento que contém o procedimento realizado para proposta da nomenclatura disposta na segunda coluna. Já na terceira e última coluna serviu à alocação (quando necessário) da adequação definitiva das nomenclaturas das classes de comportamentos.

Por fim, o quarto e último instrumento utilizado foi o “Protocolo de categorização e classificação em repertórios comportamentais” (Figura 4). Ele serviu para identificar as classes de comportamentos por categorias e distribuí-las em repertórios comportamentais.

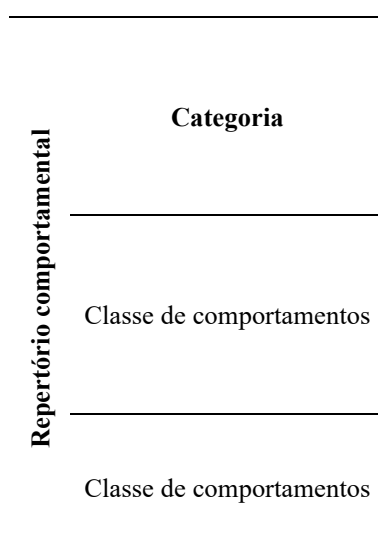


Figura 4. *Protocolo de categorização e classificação em repertórios comportamentais.*

Procedimentos

As classes de comportamentos constituintes do “gerenciar a própria vida profissional” foram propostas a partir de um procedimento constituído por nove etapas, as quais estão resumidas na Tabela 1.

Tabela 1

Resumo dos procedimentos das etapas para propor classes de comportamentos constituintes do “gerenciar a própria vida profissional”

Etapa	Resumo dos procedimentos correspondentes às etapas
1	Selecionar trechos da obra utilizada como fonte de informação
2	Destacar nos trechos as partes que contenham informações sobre constituintes de classes de comportamentos
3	Identificar possíveis componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos
4	Adequar a linguagem utilizada para se referir aos componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos
5	Derivar possíveis componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos
6	Propor nomenclaturas para as classes de comportamentos
7	Ajustar nomenclaturas propostas para as classes de comportamentos conforme avaliação da juíza
8	Categorizar as classes de comportamentos nomeadas de acordo com suas funções
9	Organizar as categorias em repertórios comportamentais

Etapa 1. Selecionar trechos da obra utilizada como fonte de informação

A partir da leitura da fonte de informação, foram selecionados trechos que fazem referência a um ou mais componentes de possíveis comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”. Esses componentes são: (a) classes de estímulos antecedentes (possíveis aspectos do ambiente que acontecem antes ou junto à ação de alguém que apresenta comportamentos constituintes de classes gerais de comportamentos constituintes do comportamento de gerenciar a própria vida profissional); (b) classes de respostas (possíveis ações apresentadas pelo indivíduo que apresenta comportamentos constituintes das classes gerais de comportamentos constituintes do comportamento de gerenciar a própria vida profissional); e (c) classes de estímulos consequentes (possíveis aspectos do ambiente produzidos ou que seguem as respostas apresentadas por alguém que apresenta comportamentos constituintes das classes gerais de comportamentos constituintes do comportamento de gerenciar a própria vida profissional).

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação
Rosa, 2013, p. 113, § 2	<p>• PROCESSO CONTÍNUO</p> <p>A busca de oportunidades deve ser um processo contínuo. Nos dias de hoje o profissional deve ser competente naquilo que faz e também competente na "venda" daquilo que tem a oferecer. Como lembrou uma cantora pop: muitas vezes as pessoas não conseguem o que querem, simplesmente porque não dizem o que querem. Atualmente, há concorrência em todas as áreas e é necessário que a pessoa se apresente aos outros e diga explícita e claramente o que deseja. Assim, aqueles que eventualmente apostam nela saberão como ajudá-la efetivamente.</p> <p>Os seguintes comportamentos são recomendáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estabeleça uma rotina para realização do processo descrito: pesquisar, criar e vender. Defina qual é a melhor periodicidade e o melhor período para cada uma dessas atividades, no seu caso específico. • Organize suas informações e registros: lista de parceiros, clientes potenciais, telefones, arquivos de projetos e propostas, fontes de consulta, com vistas a fazer o trabalho de prospecção e proposição de negócios com maior eficiência e facilidade. • Administre o seu tempo de modo que possa realizar pelo menos algumas atividades críticas de marketing todo dia. • Peça sugestões, críticas e ideias a colegas que têm maior domínio dessas atividades (formatação de propostas, vendas, prospecção) e até peça ajuda profissional, se for o caso. • Inclua-se em todos os mailings significativos: das associações de classe, de empresas de eventos, de organizações relevantes do ramo, para receber a correspondência que seja importante para sua área de atuação. <p>Em síntese, saiba que a melhor pessoa do mundo para promover sua carreira é você mesmo. Busque todos os modos éticos e elegantes de fazê-lo e faça-o com disciplina. Ninguém o fará por você.</p>

Figura 5. Exemplo de resultado do procedimento referente à Etapa 1.

Etapa 2. Destacar nos trechos as partes que contenham informações sobre constituintes de classes de comportamentos

A segunda etapa do procedimento de identificação das classes de comportamentos constituintes da classe geral consistiu no destaque, em negrito, das informações contidas no trecho selecionado que fazem referência a possíveis componentes (antecedentes, respostas ou consequentes) de classes de comportamentos constituintes das classes gerais. Conforme exemplo a seguir (Figura 6):

Localização dos trechos	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação
Rosa, 2013, p. 113, § 2	<p>• PROCESSO CONTÍNUO A busca de oportunidades deve ser um processo contínuo. Nos dias de hoje o profissional deve ser competente naquilo que faz e também competente na 'venda' daquilo que tem a oferecer. Como lembrou uma cantora pop: muitas vezes as pessoas não conseguem o que querem, simplesmente porque não dizem o que querem. Atualmente, há concorrência em todas as áreas e é necessário que a pessoa se apresente aos outros e diga explícita e claramente o que deseja. Assim, aqueles que eventualmente apostam nela saberão como ajudá-la efetivamente.</p> <p>Os seguintes comportamentos são recomendáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estabeleça uma rotina para realização do processo descrito: pesquisar, criar e vender. Defina qual é a melhor periodicidade e o melhor período para cada uma dessas atividades, no seu caso específico. • Organize suas informações e registros: lista de parceiros, clientes potenciais, telefones, arquivos de projetos e propostas, fontes de consulta, com vistas a fazer o trabalho de prospecção e proposição de negócios com maior eficiência e facilidade. • Administre o seu tempo de modo que possa realizar pelo menos algumas atividades críticas de marketing todo dia. • Peça sugestões, críticas e ideias a colegas que têm maior domínio dessas atividades (formatação de propostas, vendas, prospecção) e até peça ajuda profissional, se for o caso. • Inclua-se em todos os mailings significativos: das associações de classe, de empresas de eventos, de organizações relevantes do ramo, para receber a correspondência que seja importante para sua área de atuação. <p>Em síntese, saiba que a melhor pessoa do mundo para promover sua carreira é você mesmo. Busque todos os modos éticos e elegantes de fazê-lo e faça-o com disciplina. Ninguém o fará por você.</p>

Figura 6. Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 2.

Etapa 3. Identificar possíveis componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos

Na terceira etapa do procedimento foram identificados possíveis componentes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional”, a partir das partes destacadas nos trechos utilizados como fonte de informação. As partes destacadas nessa etapa fazem referência a uma ou mais possíveis variáveis relacionadas a: (a) classe de estímulos antecedentes; (b) classe de respostas; ou (c) classe de estímulos consequentes. Essas partes foram registradas em suas colunas correspondentes (classes de estímulos antecedentes, classes de respostas ou classes de estímulos consequentes), como segue no exemplo (Figura 7):

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos
Rosa, 2013, p. 140, § 1	Aceite tarefas desafiadoras — Essas têm visibilidade . Dentro da sua qualificação e com uma comunicação clara com os interessados na tarefa, assuma os desafios .	Dentro da sua qualificação comunicação clara com os interessados na tarefa	Aceite tarefas desafiadoras assumo os desafios	visibilidade	

Figura 7. Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 3.

Etapa 4. Adequar a linguagem utilizada para se referir aos componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos

A quarta etapa do procedimento consistiu na avaliação da linguagem utilizada para descrever os componentes identificados a partir dos trechos selecionados das obras utilizadas como fontes de informação e, quando necessário, na proposição de linguagem mais apropriada para fazer referência a esses componentes. Aqui, “linguagem mais apropriada” refere-se ao quanto apropriada é a linguagem utilizada para descrever os componentes das classes de comportamentos a partir dos princípios da Análise do Comportamento.

Além da linguagem mais apropriada, também foram considerados como critérios: objetividade, clareza, precisão e concisão da linguagem. Objetividade se refere à linguagem utilizada para descrever os componentes que fazem referência a variáveis observáveis (direta ou indiretamente); clareza define que a linguagem utilizada deve ser de fácil compreensão sobre quais são as variáveis constituintes dos componentes das classes de comportamentos; a precisão refere-se à amplitude dos aspectos das variáveis dos componentes das classes de comportamentos, assim, quanto menor a amplitude, mais precisa a informação é; já a concisão é um critério que define que a linguagem não deve apresentar termos ou expressões desnecessárias à compreensão do que caracteriza o componente (De Luca, 2013).

A Figura 8 ilustra um exemplo do que resultou da Etapa 4. As informações em *itálico* foram adequadas conforme critérios de objetividade, clareza, precisão e concisão. Em **negrito** estão as frases e palavras que se referem a componentes de classes de comportamentos (classes de estímulos e/ou de respostas). As partes tachadas indicam um trecho original para o qual foi escrita uma nova proposição. Já as palavras sem nenhum grafo não receberam novas proposições. Os trechos que contêm uma barra (/) foram completamente substituídos e suas substituições encontram-se à direita da barra.

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos
Rosa, 2013, p. 88, § 1	<p>BUSCAR</p> <p>ACUMULAR RECURSOS</p> <p>O foco das pessoas frequentemente é ganhar mais. Nada errado em querer ganhar mais, mas isso, do ponto de vista do crescimento na carreira, está equivocado. O enfoque deve estar em acumular recursos, o que quer dizer uma combinação adequada de: 1) ganhos maiores; 2) investimento produtivo — de tempo, dinheiro, esforços; e 3) preservação dos recursos. Muitas vezes a pessoa consegue atingir a meta de ganhar mais, mas de tal maneira que compromete as demais metas. Por outro lado, é possível, em alguns casos, ganhar menos e ampliar a capacidade de acumular recursos.</p> <p>Os recursos são a riqueza e a arma do profissional. Acumulá-los é essencial para manter a competitividade e a capacidade de crescer. Quem dá ênfase na acumulação de recursos, na condução de sua carreira, amplia permanentemente sua capacidade de gerar renda.</p>	<p><i>Ao dispor de recursos</i></p> <p><i>Comprometimento com as a pessoa consegue atingir a meta de ganhar mais, mas de tal maneira que compromete as demais metas relacionadas ao acúmulo de recursos na condução de sua da própria carreira</i></p>	<p>acumular recursos</p> <p><i>dá Dar ênfase na à acumulação de recursos</i></p>	<p>Ampliar a <i>Ampliação da capacidade de acumular recursos</i></p> <p>ganhos maiores / Rendimentos mais elevados do que os já arrecadados</p> <p>investimento produtivo — de tempo, dinheiro, esforços — dos recursos de que dispõe</p> <p>preservação dos recursos de que dispõe</p> <p>manter <i>mantém a competitividade</i></p> <p>manter <i>mantém [...] a capacidade de crescer</i></p> <p>amplia <i>permanente sua ampliação permanente da própria capacidade de gerar renda</i></p>	

Figura 8. Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 4.

Etapa 5. Derivar possíveis componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos

A quinta etapa do procedimento consistiu na derivação de possíveis componentes das classes de comportamentos. A derivação significa deduzir possíveis componentes de comportamentos a partir de componentes já identificados nos trechos examinados. A derivação difere de uma inferência qualquer, que não é proveniente de um componente de classes de comportamentos identificadas. Todos os componentes derivados foram destacados com sublinhado (conforme exemplo apresentado na Figura 9).

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos
Rosa, 2013, p. 110, § 2	<p>Muita gente não sabe como levar tudo isso até os eventuais compradores. Essas pessoas não sabem por onde começar e por isso fecham-se para o mercado. O problema é que é lá que as oportunidades estão. Sem ir ao mercado não há como vender seus produtos.</p> <p>O processo de busca de oportunidades pode ser o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informação <p>Primeiro, é necessário ter informação adequada sobre o mercado, para não vir a criar, desenvolver ou ofertar coisas inviáveis. [...]</p>	informação adequada sobre o mercado	Buscar oportunidades por meio de informação adequada sobre o mercado	<p>Evitação da criação de inviabilidades</p> <p>Evitação do desenvolvimento de inviabilidades</p> <p>Evitação da oferta de inviabilidades</p> <p><u>oportunidades encontradas pela informação adequada sobre o mercado</u></p> <p><u>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</u></p> <p><u>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de informação adequada sobre o mercado</u></p>	

Figura 9. Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 5.

Etapa 6. Propor nomenclaturas para as classes de comportamentos

A sexta etapa do procedimento consistiu na proposição de nomenclaturas para as classes de comportamentos constituintes do “gerenciar a própria vida profissional”. Essa proposição foi feita a partir dos possíveis componentes dessas classes, os quais foram identificados e/ou derivados a partir dos trechos originais selecionados da obra utilizada como fonte de informação.

O nome de uma classe de comportamentos é constituído por um verbo no infinitivo e um complemento e se refere a um sistema de interações estabelecidas entre aquilo que um organismo faz (descrito pelo verbo), o meio em que o faz e o que é produzido por esse fazer (descritos pelos complementos do verbo). As nomeações propostas nessa etapa foram resultantes das interações estabelecidas entre os componentes encontrados nas etapas anteriores. Portanto, o produto dessa sexta etapa consistiu na proposição de nomenclaturas para as classes de comportamentos que constituem o “gerenciar a própria vida profissional” (conforme exemplo da Figura 10).

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos
Rosa, 2013, p. 58, § 4	[...] Isolar-se, levar uma vida social reclusa é um erro fatal . Como os outros são fontes de oportunidades e suporte , o sensato é aproximar-se deles e estreitar as relações . Quem se lembrará de oferecer uma oportunidade àquele que nunca aparece, que nunca está junto, que não se faz lembrado? Quem se importará com os planos ou projetos de alguém que não se importa em conviver?	identificação das pessoas como fontes de oportunidades identificação das pessoas como fontes de suporte	aproximar-se das pessoas	Evitação das consequências desvantajosas de uma vida social reclusa aumento na probabilidade de receber uma oportunidade profissional planos ou projetos valorizados ampliação dos aspectos favoráveis à própria carreira	aproximar-se das pessoas de modo que aumente a probabilidade de receber oportunidade profissional e valorização sobre planos ou projetos próprios

Figura 10. Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 6.

Etapa 7. Ajustar nomenclaturas propostas para as classes de comportamentos conforme avaliação da juíza

As nomenclaturas propostas para as classes de comportamentos foram avaliadas por uma juíza, pesquisadora da área de PCDC e que está familiarizada com procedimentos similares ao desta pesquisa. Para tal, a pesquisadora encaminhou à juíza os dados coletados a partir dos procedimentos realizados em arquivo Excel. A avaliação da juíza sobre as nomenclaturas foi realizada com base nos critérios dispostos nas células de cor amarela (conforme ilustrado na Figura 11), os quais consistiam em avaliar se o nome era claro e preciso, não possibilitando múltiplas interpretações; se referia-se ao comportamento do aprendiz e não ao do capacitador; se o objetivo se referia a variáveis direta ou indiretamente observáveis; se era conciso, escrito de forma breve, sem termos ou expressões desnecessárias para a compreensão; se cumpria o critério de externalidade, enfatizando a necessidade de os comportamentos-objetivo configurarem comportamentos a serem apresentados pelo aprendiz em seu contexto cotidiano (social ou profissional) e, portanto, não configurando comportamentos típicos apenas do contexto educacional; se era constituído por um verbo no infinitivo e por um complemento que explicitasse a relação entre antecedente, resposta e consequente. Caso numa nomenclatura, um critério não estivesse atendido, a célula de encontro entre a linha e a coluna correspondente era marcada com um X pela juíza. A juíza também pôde acrescentar comentários nas células das nomenclaturas propostas e sugestões de novas nomenclaturas na última coluna (cuja célula do topo encontra-se destacada em rosa na Figura 11).

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos	Avalie os nomes das classes de comportamentos a partir dos critérios a seguir:					Sugestões para nomear as classes de comportamentos em que foram identificados problemas:
						É claro e preciso (não possibilita múltiplas interpretações):	Se refere ao comportamento do aprendiz (e não o do capacitador):	É objetivo (se refere a variáveis direta ou indiretamente observáveis):	É conciso (escrito de forma breve, sem termos ou expressões desnecessários para a compreensão):	Externalidade - ênfase na necessidade de os comportamentos-objetivo serem apresentados pelo aprendiz em seu contexto cotidiano (social ou profissional) e, portanto, não são comportamentos típicos apenas do contexto.	
Rosa, 2013, p. 85, § 3	<p>é USAR EFICIENTEMENTE OS RECURSOS</p> <p>Um profissional tem uma excelente rede de relacionamentos. De repente, tem uma necessidade pequena e corriqueira qualquer e telefona para um amigo pedindo ajuda para saná-la. Ora, aqui há grande probabilidade de estar ocorrendo um mau uso da rede de relacionamentos. Qual é a lógica? É a seguinte: se a pessoa acionar um conhecido para resolver um probleminha, poderá causar descontentamento e até irritação no outro, fechando as portas para futuras colaborações mais importantes. Há certos favores que não podem e não devem ser solicitados, pois o que se está pedindo é sem importância e dará trabalho ao outro — o que causa decepção.</p>										
		<p>Ao dispor de RECURSOS</p> <p><i>Identificação de possíveis desperdícios</i></p>	<p>USAR EFICIENTEMENTE OS RECURSOS</p>	<p><i>USO EFICIENTE DOS RECURSOS</i></p> <p><i>Evitação do desperdício de recursos</i></p>	<p>Usar eficientemente os recursos de modo a evitar desperdícios</p>						X
		<p><i>Quando se tem uma rede de relacionamentos</i></p> <p><i>Diante de uma necessidade pequena e corriqueira qualquer</i></p> <p><i>Identificação de favores que não podem e não devem ser solicitados</i></p>	<p><i>Evitar a solicitação de ajuda para necessidades que podem ser supridas de outra forma</i></p>	<p><i>Evitação do mau uso da rede de relacionamentos</i></p> <p><i>Evitação do descontentamento de alguém da rede de relacionamentos</i></p> <p><i>Evitação da irritação no outro</i></p> <p><i>Evitação da perda de futuras colaborações mais importantes</i></p> <p><i>Evitação de pedidos sem importância</i></p> <p><i>Evitação de trabalho que poderia ser evitado ao solicitado</i></p> <p><i>Evitação de decepção sobre si por parte do solicitado</i></p>	<p><i>Evitar a solicitação de ajuda para necessidades que podem ser supridas de outra forma</i></p>						X

Figura 11. Exemplo de avaliação da juíza.

A sétima etapa do procedimento consistiu, portanto, no aceite da pesquisadora sobre o parecer fornecido pela juíza após a avaliação das nomenclaturas das classes de comportamentos propostas. Quando havia discordância sobre o parecer por parte da pesquisadora, em vez de aceite, ocorria um debate sobre ele, realizado via videochamada até que se alcançasse consenso entre ambas.

Também sofreram modificações as nomenclaturas propostas para as classes de comportamentos consideradas inapropriadas. Foram consideradas apropriadas aquelas que explicitavam de forma precisa um tipo de interação que o profissional que gerencia a própria vida profissional estabelece com o meio. Nomes de classes de comportamentos vagos, ambíguos, metafóricos ou que apresentavam características de falsos objetivos de ensino (De Luca, 2013) foram considerados indicativos de que o nome da classe de comportamento estava inapropriado. Isso ocorria quando: a) o nome (para classes de comportamentos) enfatizava um dos componentes de um comportamento (ou de classes de comportamentos); b) a nomeação continha mais de um sentido; c) o nome não referia-se aos comportamentos e seus componentes; e d) a nomeação explicitava declarações de intenções do organismo ou conteúdos.

A Figura 12 ilustra uma fração da lista de nomenclaturas propostas para as classes de comportamentos. Na primeira coluna dela é apresentada a localização do documento que contém o procedimento realizado em prol da origem da primeira proposta para nomenclatura disposta na coluna seguinte (intitulada como “Nomenclatura Originada”). Na última coluna, intitulada “Nomenclatura Definida”, as células contêm nomenclaturas que ficaram definidas após a efetuação completa dos procedimentos descritos nesta etapa. As células cuja última coluna permanecera em branco, correspondem às nomenclaturas que não foram modificadas.

Localização	Nomenclatura Originada	Nomenclatura Definida
1-1	Cumprir os requisitos de uma oportunidade profissional	Cumprir os requisitos para candidatar-se a uma oportunidade profissional
1-1	Executar ações que são recordáveis para quem pode exercer influência sobre oportunidades profissionais	
1-1	Participar dos mesmos eventos que as pessoas que podem exercer influência sobre oportunidades profissionais	
1-1	Pesquisar formas de ser conhecido pelas atividades profissionais executadas	

Figura 12. Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 7

Etapa 8. Categorizar as classes de comportamentos de acordo com suas funções

As classes de comportamentos nomeadas foram, na etapa 8, categorizadas de acordo com suas funções. A Figura 13 ilustra uma das categorias formadas a partir das classes de comportamentos que se aproximavam por compartilharem a função de buscar oportunidade no mercado profissional.

Busca de oportunidade no mercado profissional
1. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de informação adequada sobre o mercado
2. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de decisão sobre oferta
3. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de promoção
4. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de proposta
5. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de negociação
6. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de execução em conformidade com o negociado
7. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de relacionamento regular com o negociante

Figura 13. Exemplo de resultado dos procedimentos referentes à Etapa 8.

Etapa 9. Organizar as categorias em repertórios comportamentais

A nona etapa do procedimento consistiu em organizar as categorias produzidas a partir da etapa 8 em repertórios comportamentais, isto é, em conjuntos de classes de comportamentos (organizadas nas categorias) a serem desenvolvidas pelos profissionais, sendo então, prováveis de serem apresentadas em determinado contexto para o gerenciamento da vida profissional. As categorias foram, ao todo, organizadas em três repertórios: “repertório para obtenção de oportunidade profissional”, “repertório para âmbito pessoal e profissional”, “repertório para oportunidade profissional obtida”. O primeiro repertório reúne categorias que abrangem classes de comportamentos que podem ser exibidas para a obtenção de uma oportunidade profissional. Já as classes de comportamento presentes nas categorias do segundo repertório podem ser apresentadas tanto em âmbito pessoal como profissional. Por fim, as categorias do terceiro repertório contém classes de comportamentos que podem ser apresentadas na ocasião de uma oportunidade profissional que fora obtida.

Resultados

A aplicação do procedimento viabilizou a proposição de 181 classes de comportamentos a partir da fonte de informação. As classes foram distribuídas, de acordo com sua função, em 21 categorias, organizadas em três conjuntos de repertórios comportamentais. Na Figura 14 estão indicadas as categorias e respectivos repertórios, bem como o quantitativo de classes de comportamentos por categoria. Já as classes de comportamentos identificadas e derivadas da fonte de informação estão apresentadas nas Tabelas 2 a 9 de modo congruente às categorias para as quais foram designadas.

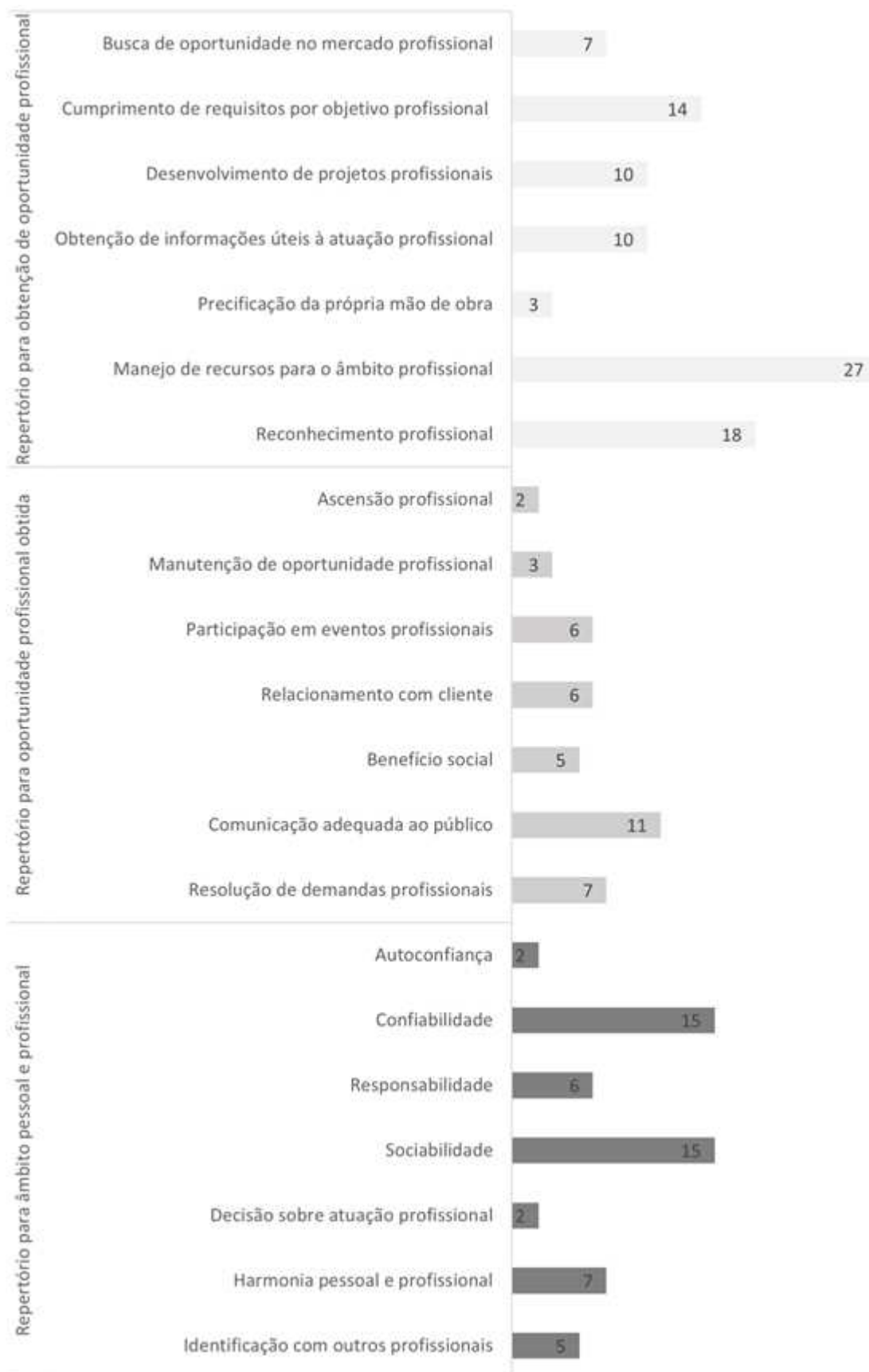


Figura 14. Quantidade de classes de comportamentos de acordo com as categorias identificadas por conjuntos de dados relativos aos repertórios comportamentais necessários ao autogerenciamento profissional.

Conforme pode ser observado na Figura 14, o primeiro conjunto de repertórios comportamentais foi “repertório para obtenção de oportunidade profissional”, o qual contém a maior quantidade de classes de comportamentos (N=89). Dentre as categorias que compõem esse repertório, é possível identificar que “manejo de recursos para o âmbito profissional” (N=27) é a que possui a maior quantidade de classes de comportamentos, seguida de “reconhecimento profissional” (N=18). O segundo conjunto de repertórios comportamentais com a maior quantidade de classes de comportamentos é o “repertório para âmbito pessoal e profissional” (N=52). Com relação a esse repertório, as categorias de confiabilidade e sociabilidade são as que apresentam a maior quantidade de classes de comportamentos (N=15) em comparação com as outras categorias. Por fim, o terceiro conjunto de repertórios comportamentais refere-se a “repertório para oportunidade profissional obtida” (N=40) e nele está a categoria “comunicação adequada ao público”(N=11), com a maior quantidade de classes de comportamentos e a “ascensão profissional” (N=2), com a menor quantidade.

Nas tabelas 2 a 5 são apresentadas as categorias e classes de comportamentos referentes ao “repertório para obtenção de oportunidade profissional”. Especificamente na Tabela 2, são exibidas as classes de comportamentos dispostas nas categorias “Busca de oportunidade no mercado profissional” e “Cumprimento de requisitos por objetivo profissional”. Estas categorias foram agrupadas porque ambas abordam ações necessárias para que uma meta ocupacional seja alcançada.

Tabela 2

Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Busca de oportunidade no mercado profissional” e “Cumprimento de requisitos por objetivo profissional”

Busca de oportunidade no mercado profissional
1. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de informação adequada sobre o mercado
2. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de decisão sobre oferta
3. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de promoção
4. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de proposta
5. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de negociação
6. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de execução em conformidade com o negociado
7. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de relacionamento regular com o negociante
Cumprimento de requisitos por objetivo profissional
1. Cumprir os requisitos para candidatar-se a uma oportunidade profissional
2. Aceitar tarefas para as quais precisará desenvolver comportamentos pré-requisitos
3. Desenvolver os comportamentos pré-requisitos para o desempenho de uma tarefa
4. Atender aos desejos de maior potencial no mercado profissional
5. Ofertar o que se tem de maior potencial para o mercado profissional
6. Contatar pessoalmente as pessoas específicas identificadas
7. Ofertar produto definido aos clientes potenciais
8. Executar possibilidade de alcance do mercado-alvo definido
9. Promover os produtos de modo a viabilizar o surgimento de interessados
10. Realizar proposta que atenda aos possíveis interesses do cliente
11. Executar mais do que o que foi negociado de modo a estabelecer novas negociações
12. Atualizar-se profissionalmente de modo a aumentar a quantidade de opções profissionais
13. Aproximar-se de uma oportunidade profissional por meio de ações que viabilizam mudanças
14. Agir de modo que alcance uma oportunidade profissional

A categoria “Busca de oportunidade no mercado profissional” é composta por classes de comportamentos que estão relacionadas à utilização de recursos diversos para a realização de pesquisas sobre as possibilidades de participação no meio ocupacional. Os referidos recursos

são viáveis em razão deste meio ocupacional, podendo estar relacionados a informações sobre ele, negociações que o envolvem, relacionamentos com os negociantes, entre outros.

Já a categoria “Cumprimento de requisitos por objetivo profissional” recebeu tal nomenclatura porque as classes de comportamentos que a compõem têm como função o alcance de uma meta na profissão por meio do desempenho das condições exigidas numa atividade ou oportunidade. Por exemplo, na classe de comportamentos “Atualizar-se profissionalmente de modo a aumentar a quantidade de opções profissionais”, o resultado esperado é o aumento da quantidade de opções profissionais, enquanto a condição exigida para o alcance desta trata-se de uma atualização profissional.

As classes de comportamentos dispostas nas categorias “Desenvolvimento de projetos profissionais”, “Obtenção de informações úteis à atuação profissional” e “Precificação da própria mão de obra” são exibidas na Tabela 3. Esta agrupa as três categorias em razão de todas incluírem classes de comportamentos necessárias para que uma atuação profissional seja colocada em prática.

Tabela 3

Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Desenvolvimento de projetos profissionais”, “Obtenção de informações úteis à atuação profissional” e “Precificação da própria mão de obra”

Desenvolvimento de projetos profissionais
1. Atender as necessidades da comunidade profissional em que está inserido
2. Viabilizar que informações sobre experiências próprias, que podem ser úteis para a comunidade profissional em que está inserido, sejam entregues aos ocupantes de posição hierárquica superior
3. Apresentar possibilidades que contribuam com a qualidade de vida do interlocutor
4. Transformar uma ideia em um projeto mais detalhado e abrangente
5. Analisar produtos de maior potencial para o mercado profissional
6. Analisar mercados que podem ser atendidos
7. Definir produto a ser ofertado
8. Definir mercado-alvo do produto
9. Decidir oferta de modo a atingir maior potencial no mercado profissional

10. Decidir público da oferta de modo a atingir maior potencial no mercado profissional

Obtenção de informações úteis à atuação profissional

1. Pesquisar atividades sociais das quais participam pessoas que podem ter informações ocupacionais necessárias
2. Inserir-se em grupos sociais dos quais participam pessoas que podem ter informações ocupacionais necessárias
3. Identificar possibilidades de permutas entre contribuições
4. Pesquisar produtos de maior potencial para o mercado profissional
5. Pesquisar mercados que podem ser atendidos
6. Identificar empresas compatíveis com o mercado-alvo definido
7. Identificar pessoas específicas para as quais possam ser realizadas a oferta
8. Identificar veículos para promoção do produto de modo que viabilizem o alcance do mercado-alvo definido
9. Solicitar a ajuda de negociadores mais eficazes, aumentando a probabilidade de estabelecer negócio com o cliente
10. Buscar meios para lidar com as dificuldades de uma negociação, aumentando a probabilidade de estabelecer negócio com o cliente

Precificação da própria mão de obra

1. Calcular preço do produto de modo coerente com a proposta
 2. Precificar o produto de modo coerente com a proposta
 3. Realizar proposta que considere o preço calculado
-

Classes de comportamentos relacionadas ao que deve ser executado quando um projeto profissional precisa ser desenvolvido compõem a categoria “Desenvolvimento de projetos profissionais”. Tais classes de comportamentos podem ser consideradas pré-requisitos para desenvolver projetos profissionais, uma vez que incluem decisões relativas à oferta, definições relativas ao produto que será ofertado, análises sobre o mercado de destino da oferta, transformações de ideias em projetos, apresentações do projeto como possibilidade ao atendimento de necessidades, até o próprio atendimento destas necessidades que estão relacionadas à comunidade profissional.

“Obtenção de informações úteis à atuação profissional” envolve classes de comportamentos cuja função compreende obter informações que possam ser utilizadas numa dada atuação profissional. Para a obtenção destas informações, o profissional realizará pesquisas acerca de potenciais públicos/mercados-alvo, buscará ajuda com ferramentas e

profissionais mais experientes, além de se inserir em grupos sociais. Como exemplo, na classe de comportamentos “Buscar meios para lidar com as dificuldades de uma negociação, aumentando a probabilidade de estabelecer negócio com o cliente”, o modo de obtenção da informação envolve buscas realizadas, e a informação a ser obtida se trata dos meios para lidar com as dificuldades de uma negociação. Já a forma como tal informação pode ser útil à atuação profissional está relacionada a um aumento da probabilidade de estabelecer negócio com o cliente.

Por fim, as classes de comportamentos que compõem a categoria “Precificação da própria mão de obra” têm como função precificar um produto ou serviço de modo coerente à sua proposta. As três classes presentes nesta categoria envolvem calcular esse preço, precificar a proposta e realizá-la conforme o preço calculado.

Na Tabela 4, são exibidas as classes de comportamentos correspondentes à categoria “Manejo de Recursos para o âmbito profissional”, a qual contém ainda como subcategoria “Manejo de recursos financeiros”. A categoria inclui classes de comportamentos necessárias para que os recursos sejam geridos de modo a atender a área ocupacional. A subcategoria inclui classes de comportamentos voltadas especificamente ao manejo de recursos financeiros.

Tabela 4

Classes de comportamentos incluídas na categoria “Manejo de Recursos para o âmbito profissional”

Manejo de recursos para o âmbito profissional
1. Identificar o que dispõe para ser usado como recurso
2. Negociar recursos quando possível para que um acordo seja realizado
3. Solicitar desconto na negociação de recursos quando possível
4. Buscar formas criativas de negociação de recursos
5. Realizar atividades profissionais de modo coerente ao conhecimento disponível sobre elas
6. Usar o que a natureza ou a vida social propiciou para benefício da própria carreira
7. Usar eficientemente os recursos para uma atuação profissional sustentável em longo prazo

8. Preservar recursos favoráveis à qualidade de vida futura
9. Identificar formas de preservar a saúde enquanto os recursos são abundantes
10. Alcançar metas relacionadas ao acúmulo de recursos
11. Usufruir das oportunidades de alcance dos resultados por meio de outros profissionais
12. Atender às necessidades da própria saúde de modo a aumentar a quantidade de opções profissionais
13. Investir tempo de modo que alcance padrões de excelência modernos
14. Investir energia de modo que alcance padrões de excelência modernos
15. Iniciar um negócio considerando os recursos e as informações adequadas de que dispõe de modo a evitar decisões inconsequentes

SUBCATEGORIA: Manejo de recursos financeiros

16. Comparar custo e benefício entre recursos referentes a bens e finanças
 17. Comparar alternativas de preço entre os recursos referentes a bens e finanças
 18. Comparar alternativas de qualidade entre os recursos referentes a bens e finanças
 19. Conhecer as modalidades de crédito disponíveis para obtenção de recursos
 20. Usar as modalidades de crédito de menor custo para obtenção de recursos de modo que reduza a probabilidade do surgimento de dificuldades financeiras
 21. Evitar juros rotativos de cartão de crédito e de cheque especial de modo que reduza a probabilidade do surgimento de dificuldades financeiras
 22. Transformar dívidas de curto prazo com juros acima da média em dívidas de longo prazo de modo que reduza a probabilidade do surgimento de dificuldades financeiras
 23. Preservar crédito próprio de modo que reduza a probabilidade do surgimento de dificuldades financeiras
 24. Preservar parte da receita financeira para necessidades futuras
 25. Dar ênfase à acumulação de recursos durante a condução da própria carreira de modo que seja ampliada a própria capacidade de gerar renda
 26. Contratar pessoa física ou jurídica com base nos requisitos de seleção de modo congruente ao próprio poder aquisitivo
 27. Poupar recursos financeiros de modo a aumentar a quantidade de opções profissionais
-

Por meio das classes de comportamentos que compõem a categoria “Manejo de Recursos para o âmbito profissional” (incluindo as de sua subcategoria “Manejo de recursos financeiros”) obtém-se uma alocação de recursos apropriada ao meio profissional de atuação. Para este alcance, tais classes de comportamentos incluem desde uma identificação dos recursos disponíveis para serem utilizados, até o início de um negócio que considere tais recursos, os quais podem estar relacionados a conhecimentos, finanças, contatos, tempo, informações, entre

outros. Na subcategoria “Manejo de recursos financeiros”, as classes de comportamentos relacionam-se principalmente a comparações entre custo e benefício dos demais recursos, viabilizando que as negociações ocorram de forma a economizar quaisquer recursos.

A Tabela 5 exhibe as classes de comportamentos correspondentes à categoria “Reconhecimento profissional”, composta por classes de comportamentos cuja função consiste em viabilizar de modo indireto ou direto, dentre outras consequências, alguma espécie de reconhecimento profissional em curto ou longo prazo.

Tabela 5

Classes de comportamentos incluídas na categoria “Reconhecimento profissional”

Reconhecimento profissional
1. Executar ações que são recordáveis para quem pode exercer influência sobre oportunidades profissionais
2. Participar dos mesmos eventos que as pessoas que podem exercer influência sobre oportunidades profissionais
3. Pesquisar formas de ser conhecido pelas atividades profissionais executadas
4. Agir prontamente diante das oportunidades profissionais
5. Executar ações de modo que seja notado por quem pode influenciar aspectos profissionais
6. Executar ações de modo que seja notado por profissionais que ocupam posição hierárquica equivalente
7. Executar ações de modo que seja notado por profissionais que ocupam posição hierárquica superior
8. Executar ações de modo que seja notado por potenciais clientes
9. Executar ações de modo que seja notado por potenciais parceiros profissionais
10. Demonstrar-se capaz de atender as necessidades de pessoas que podem eleger um candidato a uma oportunidade profissional
11. Iniciar uma interação que aumente a probabilidade de ser reconhecido pela pessoa com quem interage
12. Cumprimentar de modo a aumentar a probabilidade de ser reconhecido pela pessoa cumprimentada
13. Iniciar uma conversa que aumente a probabilidade de ser reconhecido pela pessoa com quem conversa
14. Identificar possibilidades de execução de ações que viabilizem a popularidade
15. Expor-se quando em contexto que possa beneficiar a própria imagem
16. Executar ações eficientes de modo a estabelecer novas negociações
17. Valorizar as próprias qualidades sem subvalorização ou supervalorização

18. Ressaltar características pessoais de destaque para que contribuam ao próprio crescimento profissional

Na categoria “Reconhecimento Profissional”, estão dispostas classes de comportamentos relacionadas a pesquisas, exposições, interações, valorizações e participações, desde que estas promovam algum tipo de reconhecimento por pares ou superiores para o profissional que as executa. Pode-se destacar, a título de exemplificação, a classe de comportamentos “Demonstrar-se capaz de atender as necessidades de pessoas que podem eleger um candidato a uma oportunidade profissional”, uma vez que, nesta, a capacidade de atender as necessidades das pessoas é demonstrada sob a função de que seja viabilizada a possibilidade de ser eleito como candidato para uma oportunidade profissional, portanto, de receber dado tipo de reconhecimento profissional.

As categorias “Ascensão profissional”, “Manutenção de oportunidade profissional”, “Participação em eventos profissionais” e “Relacionamento com cliente” estão exibidas conjuntamente na Tabela 6 devido à similaridade da função das classes de comportamentos que as compõem. Portanto, as quatro categorias mencionadas contêm ações necessárias para que uma atuação profissional seja mantida.

Tabela 6

Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Ascensão profissional”, “Manutenção de oportunidade profissional”, “Participação em eventos profissionais” e “Relacionamento com cliente”

Ascensão profissional
1. Abandonar emprego de remuneração moderada de modo que aumente a probabilidade de evoluir profissionalmente
2. Assumir um cargo superior para o qual se está preparado
Manutenção de oportunidade profissional
1. Participar ativamente de uma atuação profissional
2. Colaborar com todos os aspectos de uma tarefa da área ocupacional em que está inserido

 3. Ofertar bem ou serviço de modo congruente à demanda

Participação em eventos profissionais

1. Comparecer aos eventos profissionais da área ocupacional em que está inserido
 2. Participar de comitês da área profissional em que está inserido
 3. Comparecer aos eventos sociais em que comparecerão profissionais de área de atuação equivalente
 4. Comparecer aos eventos relevantes para os quais é convidado aumentando a probabilidade de ser reconhecido profissionalmente
 5. Frequentar eventos da área profissional em que se insere ampliando aspectos favoráveis à própria carreira
 6. Comparecer a cerimônias ou acontecimentos que sejam relevantes para as pessoas
-

Relacionamento com cliente

1. Negociar com base em planejamento, estabelecendo relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente
 2. Negociar de forma assertiva, estabelecendo relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente
 3. Negociar de forma racional, estabelecendo relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente
 4. Negociar com profissionalismo, estabelecendo relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente
 5. Executar conforme as necessidades do cliente de modo a estabelecer novas negociações
 6. Manter contato regularmente com antigo cliente de modo a estabelecer novas negociações
-

Classes de comportamentos relativas ao que deve ser executado para que se eleve a probabilidade de evolução profissional, fazem parte da categoria “Ascensão profissional”. Eis como exemplo as duas classes de comportamentos que compõem esta categoria: “Abandonar emprego de remuneração moderada de modo que aumente a probabilidade de evoluir profissionalmente” e “Assumir um cargo superior para o qual se está preparado”. A primeira classe de comportamentos refere-se ao abandono de um emprego quando em prol do aumento da probabilidade de evolução profissional. Com a segunda classe de comportamentos, o profissional assume um cargo superior ao próprio quando está preparado, uma vez que permanecer no atual poderá não contribuir à própria evolução profissional.

Para a categoria “Manutenção de oportunidade profissional” estão dispostas três classes de comportamentos. Todas elas têm como função que uma oportunidade profissional seja mantida. As três classes de comportamentos que compõem essa categoria envolvem participar e/ou colaborar ativamente em tarefas relacionadas a sua área ocupacional, bem como ofertar bens/serviços conforme as demandas. A classe “Participar ativamente de uma atuação profissional”, por exemplo, envolve a ação de participar de forma ativa numa atuação profissional, o que proporcionará o aumento da probabilidade de sua manutenção no curto ou longo prazo. Tal como a classe “Colaborar com todos os aspectos de uma tarefa da área ocupacional em que está inserido” envolve a cooperação diante de cada elemento das atividades do meio profissional de um indivíduo de modo a manter sua ocupação. Por fim, “Ofertar bem ou serviço de modo congruente à demanda” trata-se de uma classe cuja consequência do aumento da probabilidade de que uma oportunidade profissional seja mantida advém da resposta de ofertar um bem ou serviço de forma coerente ao que foi demandado.

A categoria “Participação em eventos profissionais” é composta por classes de comportamentos relativas a comparecimentos e participações em cerimônias, comitês, dentre outros eventos de cunho profissional. Dentre as classes de comportamentos constituintes dessa categoria, pode-se exemplificar com a de “Comparecer aos eventos sociais em que comparecerão profissionais de área de atuação equivalente”, a qual destaca que o comparecimento a eventos sociais deve ocorrer quando em tais eventos existe a probabilidade de que também compareçam outros profissionais da mesma área de atuação profissional.

Dentre as categorias exibidas na Tabela 6, está a de “Relacionamento com cliente”. Todas as classes de comportamentos desta classe têm como consequência uma relação satisfatória entre profissional e cliente. Em geral, tais classes envolvem uma negociação do profissional com o cliente ou alguma ação que tenha como consequência o estabelecimento dessas negociações. “Negociar com base em planejamento, estabelecendo relações duradouras

e mutuamente satisfatórias com o cliente”, que se trata de uma das classes da categoria “Relacionamento com cliente”, compreende uma negociação do profissional com o cliente que tenha como base um planejamento de modo a ampliar a probabilidade de uma relação duradoura e satisfatória desse profissional com seu cliente. Do mesmo modo, a classe de comportamentos “Manter contato regularmente com antigo cliente de modo a estabelecer novas negociações” configura uma manutenção de contato com clientes antigos de forma que este relacionamento eleve a probabilidade de que novas negociações sejam estabelecidas.

Na Tabela 7 estão exibidas as classes de comportamentos dispostas nas categorias “Benefício social”, “Comunicação adequada ao público” e “Resolução de demandas profissionais”. O agrupamento das referidas categorias deve-se ao fato de que todas incluem ações que são executadas em prol de terceiros.

Tabela 7

Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Benefício social”, “Comunicação adequada ao público” e “Resolução de demandas profissionais”

Benefício social
1. Demonstrar receptividade à fala do interlocutor, facilitando que se sinta aceito
2. Vender ideias que possam ser desenvolvidas para outros, por outros ou com outros
3. Vender atividades regulares ou transitórias que possam beneficiar outros
4. Vender produtos formatados e acabados que possam ser úteis a alguém
5. Fazer parcerias vantajosas para os parceiros envolvidos
Comunicação adequada ao público
1. Declarar as possibilidades favoráveis de uma situação em debate
2. Comunicar-se publicamente com linguagem adequada ao público-alvo
3. Escrever um artigo com linguagem adequada ao público-alvo
4. Palestrar utilizando uma linguagem adequada ao público-alvo
5. Integrar uma mesa-redonda utilizando uma linguagem adequada ao público-alvo
6. Conceder uma entrevista utilizando uma linguagem adequada ao público-alvo
7. Falar algo que emocionalmente interessa ao interlocutor

8. Apresentar-se de modo descontraído ao interlocutor, produzindo seu interesse
9. Apresentar-se de modo afável ao interlocutor, produzindo seu interesse
10. Apresentar-se de modo educado ao interlocutor, produzindo seu interesse
11. Ofertar o produto por telefone ou e-mail quando impossibilitada a reunião ao vivo com as pessoas específicas identificadas

Resolução de demandas profissionais

1. Apresentar soluções efetivas para os problemas induzindo à declaração de interesse na aquisição
 2. Compartilhar as próprias experiências quando úteis à discussão de um tema
 3. Atender as necessidades profissionais de ocupantes de posição hierárquica superior
 4. Apresentar possibilidades que contribuam para a solução dos problemas do interlocutor
 5. Identificar meios para descobrir aspectos psicológicos que estejam dificultando a atuação profissional
 6. Resolver problemas utilizando o que a natureza ou a vida social propiciou
 7. Identificar soluções aos problemas de modo a evitar a solicitação de ajuda da rede de relacionamentos
-

Classes de comportamentos relacionadas ao que deve ser efetuado quando uma oportunidade profissional é obtida e precisa ser mantida, tendo como função a promoção de alguma vantagem a alguém além de si mesmo, compõem a categoria “Benefício Social”. Faz parte desta categoria as classes que por meio de parcerias, vendas de ideias, produtos e atividades ou outras interações, promovem privilégios para outras pessoas além de si mesmo. Como exemplo, destaca-se desta categoria a classe de comportamentos “Demonstrar receptividade à fala do interlocutor, facilitando que se sinta aceito”, visto que, nesta, a receptividade é demonstrada na fala do interlocutor em prol do benefício social de promover que o falante se sinta aceito sobre sua fala.

Classes de comportamentos relacionadas à comunicação por meio de entrevistas, palestras, ofertas, apresentações, artigos, entre outros, cuja função envolve adequação ao público-alvo, fazem parte da categoria “Comunicação adequada ao público”. A classe de comportamentos “Apresentar-se de modo descontraído ao interlocutor, produzindo seu

interesse” pode exemplificar isso, uma vez que uma apresentação de modo descontraído ao interlocutor trata-se de uma comunicação. Além disso, a produção do interesse desse interlocutor a partir de tal apresentação caracteriza uma adequação da referida apresentação em favor do interesse do público-alvo. Do mesmo modo, a classe de comportamentos “Ofertar o produto por telefone ou e-mail quando impossibilitada a reunião ao vivo com as pessoas específicas identificadas” também deve ser concebida como uma representante da necessária adequação ao público, como indica a categoria. Nesta classe, observa-se a comunicação como a oferta do produto. Já a adequação desta comunicação para o público pode ser notada na consideração de esta comunicação ter sua ocorrência impossibilitada de outra forma e, portanto, precisar ser adaptada para quanto ao formato para telefone ou e-mail.

Ainda, à categoria “Resolução de demandas profissionais”, pertencem as classes de comportamentos cuja função se traduz no fornecimento de soluções para necessidades do meio laboral. Esse fornecimento de soluções às necessidades pode ocorrer por meio de apresentações de soluções efetivas, ou mesmo de possibilidades. Além disto, pode envolver o compartilhamento de experiências próprias, o atendimento de necessidades profissionais, a identificação de formas de resolução ou a resolução propriamente dita. A discussão de um tema, como referenciado na classe “Compartilhar as próprias experiências quando úteis à discussão de um tema”, é um contexto de demanda profissional, enquanto o compartilhamento de experiências próprias quando úteis para tal contexto significam resoluções no curto ou longo prazo para a discussão.

Na Tabela 8 estão contidas as categorias “Autoconfiança”, “Confiabilidade”, “Responsabilidade” e “Sociabilidade”. Este agrupamento corresponde à similaridade das classes de comportamentos contidas nas quatro categorias apontadas. A similaridade entre elas consiste na produção de efeitos para terceiros com os quais o profissional mantém relacionamento, seja este relacionamento do âmbito profissional ou pessoal.

Tabela 8

Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Autoconfiança”, “Confiabilidade”, “Responsabilidade” e “Sociabilidade”

Autoconfiança
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar possíveis limitações nos próprios talentos de modo a reduzir prováveis danos profissionais 2. Validar as próprias capacidades de assumir uma nova função para a qual foi eleito por outros profissionais
Confiabilidade
<ol style="list-style-type: none"> 1. Executar ações visíveis que possibilitem ser reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor 2. Expor-se quando necessário à própria imagem para reconhecimento como profissional confiável pelo interlocutor 3. Agir quando congruente com o contexto para ser reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor 4. Falar quando congruente com o contexto para ser reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor 5. Emitir opiniões considerando as variáveis necessárias para isso de modo a ser reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor 6. Mencionar assuntos quando houver domínio para dissertar de modo que seja reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor 7. Considerar as variáveis necessárias às decisões éticas de modo a ser reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor 8. Agir com honestidade para ser reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor 9. Executar ações de acordo com regras de modo a ser reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor 10. Mencionar as próprias qualidades quando for do interesse do interlocutor para ser reconhecido como profissional confiável 11. Demonstrar habilidade para dado desempenho por meio da apresentação das credenciais que se tem 12. Buscar formas de expor-se, ampliando o reconhecimento de terceiros sobre si por imagem e reputação 13. Informar as próprias credenciais de modo que seja reconhecido como apto para o desempenho de atividades compatíveis com as credenciais informadas 14. Construir reputação adequada para futuras oportunidades 15. Assumir uma profissão quando dispuser das credenciais necessárias de modo a evitar decisões inconsequentes
Responsabilidade
<ol style="list-style-type: none"> 1. Executar as atividades pelas quais se compromete com outras pessoas 2. Executar com efetividade as atividades pelas quais se responsabiliza, de modo visível às pessoas que podem influenciar aspectos profissionais 3. Realizar proposta com uma formatação adequada

4. Realizar proposta que contemple novas e atuais circunstâncias durante a execução
5. Executar ações que promovam resultados similares ao objetivo, evitando incorrer em erros observados em outros
6. Ater-se ao ingresso em cargo para o qual se tenha experiência ou formação necessária

Sociabilidade

1. Validar os assuntos debatidos numa conversa
 2. Identificar possibilidades de interação com os participantes de uma discussão da área ocupacional em que está inserido
 3. Interagir com os participantes de uma discussão da área ocupacional em que está inserido
 4. Opinar sobre as pautas de uma discussão da área ocupacional em que está inserido
 5. Usar experiências próprias que podem ser úteis para a comunidade profissional em que está inserido, como meio para o estabelecimento de uma relação com integrantes da comunidade profissional em que está inserido
 6. Agir informalmente entre profissionais quando puder ater-se às expressões demonstrativas de bom humor
 7. Demonstrar entendimento sobre a fala do interlocutor
 8. Lembrar-se das datas relevantes aos relacionamentos profissionais
 9. Estabelecer conexões que viabilizem a realização das metas profissionais
 10. Manter contatos de modo a aumentar a quantidade de opções profissionais
 11. Aproximar-se das pessoas de modo que aumente a probabilidade de receber oportunidade profissional e valorização sobre planos ou projetos próprios
 12. Estreitar as relações interpessoais de modo que aumente a probabilidade de receber oportunidade profissional e valorização sobre planos ou projetos próprios
 13. Aprender a ser mais sociável com os colegas e amigos ampliando aspectos favoráveis à própria carreira
 14. Solicitar a participação de outros profissionais nos próprios projetos
 15. Comunicar-se com outros profissionais mesmo quando a comunicação não for de interesse próprio
-

As classes de comportamentos “Identificar possíveis limitações nos próprios talentos de modo a reduzir prováveis danos profissionais” e “Validar as próprias capacidades de assumir uma nova função para a qual foi eleito por outros profissionais” pertencem à categoria “Autoconfiança”. Ambas as classes foram alocadas nesta categoria porque estão relacionadas aos comportamentos pessoais que ampliam ou reduzem a confiança sobre as próprias capacidades. Na classe “Identificar possíveis limitações nos próprios talentos de modo a reduzir

prováveis danos profissionais”, por exemplo, a depender das limitações identificadas sobre os próprios talentos, a autoconfiança neles será reduzida ou ampliada. Tal como na classe “Validar as próprias capacidades de assumir uma nova função para a qual foi eleito por outros profissionais”, quando validadas as próprias capacidades de assumir uma nova função, isto provavelmente implicará numa ampliação da autoconfiança.

Ética, imagem, honestidade e reputação adequada são termos comuns na categoria cujas classes de comportamentos têm como função que um profissional seja reconhecido como confiável, podendo este reconhecimento ocorrer em seu âmbito profissional propriamente dito ou mesmo em seu âmbito pessoal. A classe “Expor-se quando necessário à própria imagem para reconhecimento como profissional confiável pelo interlocutor”, por exemplo, enfatiza a imagem do profissional. Do mesmo modo, a classe “Considerar as variáveis necessárias às decisões éticas de modo a ser reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor”, visa a garantia de decisões éticas. E a classe “Agir com honestidade para ser reconhecido como profissional confiável pelo interlocutor”, prevê ações honestas em prol da confiabilidade. Por fim, a classe “Construir reputação adequada para futuras oportunidades” compreende a construção de uma reputação adequada a fim de que haja maior probabilidade no surgimento de oportunidades profissionais no futuro.

Na categoria “Responsabilidade” estão contidas classes de comportamentos cuja função consiste no cumprimento dos compromissos assumidos de acordo com prévia coleta de informações. “Executar ações que promovam resultados similares ao objetivo, evitando incorrer em erros observados em outros” é um exemplo de classe de comportamentos desta categoria, visto que os “erros observados em outros” são as prévias informações de que o sujeito dispõe ao assumir o compromisso de “executar ações que promovam resultados similares ao objetivo”. Igualmente, “Ater-se ao ingresso em cargo para o qual se tenha experiência ou formação necessária” também representa as classes da categoria “Responsabilidade”, uma vez

que a identificação da experiência ou formação necessária a um cargo trata-se da prévia informação de que dispõe o profissional que assumirá o compromisso do ingresso em tal cargo.

“Sociabilidade” trata-se de uma categoria cuja função de suas classes de comportamentos relacionam-se ao aumento na probabilidade de que sejam viabilizadas, no curto ou longo prazo, novas interações com os profissionais da área ocupacional em que está inserido. Para representar tal categoria, pode ser citada a classe de comportamentos “Usar experiências próprias que podem ser úteis para a comunidade profissional em que está inserido, como meio para o estabelecimento de uma relação com integrantes da comunidade profissional em que está inserido”, dado que, independentemente de as referidas experiências próprias serem utilizadas em um contexto pessoal ou profissional, seus usos terão como função o “estabelecimento de uma relação com integrantes da comunidade profissional” em que se insere.

Dispostas na Tabela 9 estão as classes de comportamentos referentes às categorias “Decisão sobre atuação profissional”, “Harmonia pessoal e profissional” e “Identificação com outros profissionais”. Foram agrupadas porque contém classes de comportamentos cuja função consiste na satisfação do profissional com sua área ocupacional por meio do equilíbrio com sua vida pessoal.

Tabela 9

Classes de comportamentos incluídas nas categorias “Decisão sobre atuação profissional”, “Harmonia pessoal e profissional” e “Identificação com outros profissionais”

Decisão sobre atuação profissional
1. Equilibrar mudanças profissionais de modo a evitar o reconhecimento como profissional indeciso
2. Manter o foco na área, função ou atividade, de modo a evitar o reconhecimento como profissional indeciso
Harmonia pessoal e profissional
1. Harmonizar o trabalho com outras áreas da vida

2. Avaliar o que se gosta de fazer quanto à vocação, qualificação, valores e competências
3. Buscar atividade diferente quando a que gosta é insatisfatória para outras áreas da vida
4. Aprender a gostar de atividade para a qual tenha qualificação adequada
5. Realizar, além de atividades de que gosta na própria função, também atividades aversivas essenciais para a obtenção de êxito na área
6. Mudar de área profissional, quando impossível gostar do que faz, aceitando os riscos e eventuais perdas
7. Fazer as mudanças necessárias ao atendimento das variáveis do contexto profissional atual

Identificação com outros profissionais

1. Declarar, durante uma conversa, quando houver interesses em comum
2. Declarar satisfação pelos assuntos debatidos durante uma conversa
3. Demonstrar o próprio interesse em assuntos relacionados às necessidades da comunidade profissional em que está inserido
4. Justificar atitudes próprias a partir dos conhecimentos de que dispõe de modo que aumente a probabilidade de o ouvinte validar as atitudes justificadas
5. Identificar que os resultados profissionais alcançados são causados por múltiplos fatores

As duas classes de comportamentos que compõem a categoria “Decisão sobre atuação profissional” têm como função comum a evitação de que um profissional seja reconhecido como indeciso. A classe de comportamentos “Equilibrar mudanças profissionais de modo a evitar o reconhecimento como profissional indeciso” que compõe tal categoria, denota que mudanças profissionais frequentes podem contribuir para o prejudicial reconhecimento de um profissional como indeciso. Ainda nesta categoria, a classe de comportamentos “Manter o foco na área, função ou atividade, de modo a evitar o reconhecimento como profissional indeciso” também promove que um profissional que divide o seu foco com diversas outras áreas, funções ou atividades pode igualmente receber esse reconhecimento como profissional indeciso, o que poderá prejudicá-lo em sua atuação ocupacional.

Dentre as categorias dispostas na Tabela 9, está a de “Harmonia pessoal e profissional”, a qual é composta por classes de comportamentos que estão relacionadas à utilização dos próprios gostos, valores, competências e outras características pessoais para adequar a vida

profissional a estes. É necessário autoconhecimento para tais utilizações na medida em que informações sobre si mesmo precisam ser identificadas antes de serem utilizadas em prol da referida adequação da vida profissional. Por exemplo, na classe de comportamentos “Mudar de área profissional, quando impossível gostar do que faz, aceitando os riscos e eventuais perdas”, informações sobre os próprios gostos são necessárias para serem utilizadas na mudança de área, ou seja, adequação da vida profissional a tais gostos.

Nomeada “Identificação com outros profissionais”, a última categoria alocada na Tabela 9, é composta por classes de comportamentos que têm relação com ações demonstrativas da identificação do profissional com outros profissionais de sua área. De acordo com as classes de comportamentos dispostas nesta categoria, estas ações podem ser exibidas por meio de declarações sobre os próprios interesses ou satisfações em debates ou conversas com outros profissionais. Tais ações também podem ocorrer por meio de justificativas sobre os próprios comportamentos ou mesmo pelo reconhecimento das diversas influências para alcance um dado objetivo. Este reconhecimento pode ser esclarecido pela classe de comportamentos “Identificar que os resultados profissionais alcançados são causados por múltiplos fatores”, por exemplo, na eventualidade de um resultado profissional ser destacado por outras pessoas, cabe ao elogiado indicar os apoios que recebeu para tal alcance, demonstrando identificação para/com as suas parcerias profissionais.

Discussão

O procedimento realizado nesta pesquisa possibilitou cobrir parte da lacuna correspondente a uma falta de operacionalização do que precisa ser feito para gerenciar a vida profissional. Contextos ocupacionais com os quais profissionais necessitam lidar ao gerenciar a vida profissional encontram-se comumente descritos na literatura, tal como cenários econômicos mundiais e nacionais (e.g. Cacciamali & Tatei, 2016; Barros, 2020; Lameiras et al., 2020), desemprego (e.g. Krein & Borsari, 2020; Nery, 2020), substituições de cargos e decorrentes modalidades novas de trabalho (e.g. Callanan et al., 2017). No entanto, é incomum que tais descrições sejam acompanhadas de informações sobre o que os profissionais devem ser capazes de fazer diante destes contextos a fim de que gerenciem a própria vida profissional. Na literatura em que podem ser encontrados esses tipos de descrições, em geral, estão especificados comportamentos relativos a uma escolha profissional (e.g., Mahl, Soares & Neto, 2005; Luiz, 2008; Moura, 2018) e não ao gerenciamento da vida profissional, quando esta precisa ser executada no dia a dia, em vez de escolhida. Da fonte de informação utilizada nesta pesquisa foram extraídas descrições específicas de como um profissional pode responder ao contexto de modo a gerenciar a própria vida profissional. A partir de tais dados foram identificadas e derivadas classes de comportamentos de acordo com os princípios da Análise Experimental do Comportamento (AEC), além de propostas nomenclaturas mais claras e precisas para essas classes.

Quando um indivíduo gerencia a própria vida profissional, o que exatamente ele está gerenciando? A presente pesquisa viabilizou a identificação de aspectos da vida profissional que devem ser gerenciados pelo indivíduo. De acordo com os dados obtidos, de modo geral, estes aspectos são: o mercado ocupacional em que o sujeito está inserido; o público atendido pela sua área de atuação; a comunidade, como colegas de trabalho que fazem parte dessa área; os desafios que precisam ser resolvidos e os projetos a serem desenvolvidos por meio do

desempenho profissional; os recursos, como as informações que esse sujeito precisa utilizar para dadas resoluções, os objetivos, resultados e finanças que devem ser planejados e manejados. Isso corrobora os aspectos que já haviam sido apresentados na literatura: o mercado de trabalho em que se insere o profissional (Callanan et al., 2017); o modo como o público/cliente deve ser atendido pelo profissional (Rocha, 2010); as correlações entre a satisfação do trabalhador e seus desafios (Kamei, 2017); os projetos de carreira (Luiz, 2008; Sowers & Swank, 2017); os objetivos profissionais e recursos neles empregados (Robertson, 2018); além da necessidade de equilíbrio entre o âmbito pessoal e profissional (Bagdadli & Gianecchini, 2019).

O desenvolvimento das classes de comportamentos identificadas e derivadas nesta pesquisa podem contribuir para a redução da ansiedade dos profissionais que precisam gerir a própria vida profissional. Um profissional que não sabe como algo deve ser feito, tende a declarar-se ansioso diante da demanda de executar uma atividade que envolva o dado aspecto não dominado por ele (Kamei, 2017). Assim, embora ainda precisem ser refutados ou comprovados por testes, os resultados originados desta pesquisa já apresentam indicativos sobre o que um profissional precisa fazer para gerenciar a própria vida profissional. Desse modo, ao gerenciar a própria vida em relação ao trabalho, o profissional que desenvolver as classes de comportamentos resultantes desta pesquisa provavelmente saberá o que deve ser feito se quiser obter ou manter uma oportunidade obtida ou se quiser garantir o equilíbrio entre sua vida pessoal e profissional (Figura 12).

Além de beneficiar aqueles que precisam gerenciar a própria vida profissional, os dados produzidos nesta pesquisa provavelmente servirão ainda mais especificamente a dois tipos de profissionais: os que se dedicam à orientação e ao gerenciamento de carreira e os formadores de profissionais em contextos educacionais. No caso do profissional que trabalha com orientação e gerenciamento de carreira, os dados serão úteis para que a este profissional seja

esclarecido sobre quais comportamentos precisam ser desenvolvidos em seu orientando. Principalmente porque, de acordo com Rocha (2010), estes profissionais devem ensinar seus orientandos a tornarem-se autônomos, ou seja, a gerenciarem as próprias vidas profissionais e não as gerenciar por eles. Já nos contextos educacionais, como escolas, cursos profissionalizantes, universidades e afins, os dados poderão auxiliar no planejamento e execução do ensino promovido por educadores nas instituições, uma vez que configuram operacionalizações de comportamentos a serem desenvolvidos nesses estudantes em formação para tornarem-se profissionais.

Os dados obtidos nesta pesquisa também possibilitam observar que algumas classes de comportamentos componentes de certas categorias parecem ser pré-correntes de classes de comportamentos de outras categorias pertencentes a um mesmo repertório. Isto é provável, uma vez que comportamentos comumente são parte de cadeias comportamentais, cujo reforçador de um comportamento é o estímulo que funciona como contexto para o comportamento da contingência seguinte (Moreira & Medeiros, 2019). Nesta pesquisa, um exemplo disto é que as classes de comportamentos relativas à obtenção de uma oportunidade profissional (Tabelas 2, 3, 4 e 5) exigem que informações úteis sobre a oportunidade (e.g., "Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de informação adequada sobre o mercado" na Tabela 2) sejam obtidas, que um projeto profissional compatível com elas (e.g., "Iniciar um negócio considerando os recursos e as informações adequadas de que dispõe de modo a evitar decisões inconsequentes" na Tabela 4) seja desenvolvido e que a mão de obra para sua execução seja precificada (e.g., "Precificar o produto de modo coerente com a proposta" na Tabela 3). Assim, uma mão de obra não pode ser precificada senão com base no projeto a ser desenvolvido, bem como o projeto não pode ser desenvolvido senão com base nas informações adequadas ao mesmo.

Políticas públicas voltadas ao desenvolvimento de comportamentos referentes ao mercado de trabalho são necessárias (Schwartzman & Cossio, 2007). Para que comportamentos possam ser desenvolvidos, antes precisam ser propostos e descritos (Botomé, 1996/1975). Uma demonstração desta necessidade de mais proposições e descrições pode ser identificada em relação às classes de comportamentos relacionadas à precificação de mão de obra (Tabela 3). Nesta pesquisa, foram identificadas três classes de comportamentos referentes à precificação de mão de obra, que envolvem calcular o preço e precificar o produto de modo coerente com a proposta, assim como realizar a proposta que considere o preço calculado. A precificação envolve estabelecer um preço adequado a um produto ou serviço, o que é necessário para que um profissional consiga manter a própria vida profissional no longo prazo e para que atenda o público ao qual se dedica (Calvosa, 2010). Uma pesquisa que inclua o procedimento de decomposição de classes de comportamentos (e.g., Kienen, 2008; Luiz, 2008) poderá contribuir para descobrir ainda mais classes de comportamentos do que aquelas que foram propostas nesta pesquisa por meio dos processos de identificação e derivação de comportamentos a partir da literatura. Tais dados podem contribuir, também, com políticas públicas dedicadas ao preparo de profissionais para o mercado de trabalho, uma vez que possibilitam identificar o que alguém tem que ser capaz de fazer para precificar sua mão de obra.

Identificar o que precisa ser considerado na elaboração de uma proposta e que o preço precisa ser coerente com a proposta viabiliza a conclusão de que o preço deve estar igualmente consonante com cada um dos aspectos dessa elaboração. A relação entre preço e proposta, observável em algumas das classes de comportamentos (e.g., “Calcular preço do produto de modo coerente com a proposta”) identificadas e derivadas nesta pesquisa, estão em conformidade com estudos que têm a venda e precificação de produtos e serviços como objeto de investigação (e.g., Almeida, 2020; Calvosa, 2010; Koga, 2020). De acordo com os dados gerados pela presente pesquisa, a proposta ou também nomeada “oferta” é parte de diferentes

categorias e repertórios (Tabela 2, 3, 6, 7 e 8). E uma proposta pode, portanto, considerar o que tem de maior potencial para o mercado profissional, o produto definido (Tabela 2), o público que esta possa atender (Tabela 3), sua demanda (Tabela 6) e possíveis interesses dele (Tabela 2), além das novas e atuais circunstâncias durante sua execução. A incompatibilidade entre o preço estabelecido e alguns dos aspectos considerados para elaboração da proposta, como a demanda atendida, por exemplo, pode ser percebida como uma injustiça pelo público que seria considerado um potencial cliente, o que pode culminar na perda de possíveis negociações (Kahneman, Knetsch, & Thaler, 1986). Outras relações mais diretas entre a precificação e cada um dos aspectos contemplados na elaboração de uma proposta podem servir como objeto de estudo para pesquisas futuras.

A ascensão profissional está relacionada com promoções para novos cargos, com a captação de oportunidades de trabalho consideradas mais bem remuneradas ou de status profissional mais elevado ou até mesmo com o recebimento de bonificações financeiras maiores pelos próprios serviços prestados (Super & Bohn Junior, 1972; Araujo & Calvosa, 2009; Forcione, 2018). Se uma pessoa quiser então ascender profissionalmente, o que ela pode fazer? Um profissional reconhecido como candidato a atender dadas necessidades sociais (Tabelas 5, 6 e 7) tende a se destacar dos demais profissionais que exercem a mesma função em seu nicho de atuação, o que comumente promove a obtenção de oportunidades profissionais que lhe viabilizam o crescimento/ascensão profissional. Há ainda outros exemplos de ascensão profissional pelo alcance do reconhecimento profissional e/ou da obtenção de oportunidades. Para isto, o profissional pode participar de eventos profissionais em seu meio, envolver-se com trabalhos extras, estabelecer relações com o público, potenciais parceiros e superiores (Tabela 6).

Também há caminhos relativos à agregação de valor profissional em prol da ascensão profissional. Essa agregação de valor pode estar relacionada ao desenvolvimento do

profissional em suas funções por meio de capacitações, por exemplo. Botelho (2008) realizou uma pesquisa com três mulheres profissionais executivas da área de Tecnologia da Informação na Grande Florianópolis investigando o fenômeno da ascensão profissional. Foi identificado que todas as entrevistadas consideram a formação e a participação em programas de treinamento e desenvolvimento como relevantes aos seus desempenhos profissionais. A agregação de valor também pode estar relacionada ao que é especificamente demandado do profissional, o que pode ser observado a partir de classes de comportamentos apresentadas na Tabela 5 (e.g., “Executar ações de modo que seja notado por potenciais clientes” e “Executar ações eficientes de modo a estabelecer novas negociações”), seja entregando algo em tempo menor do que o acordado, seja entregando algo a mais do que o combinado. Vale destacar, no entanto, que tais “entregas” podem ser feitas desde que isto não prejudique a qualidade do real produto ou serviço acordado (e.g., “Executar conforme as necessidades do cliente de modo a estabelecer novas negociações” na Tabela 6), nem a própria saúde ou qualidade de vida (e.g. “Preservar recursos favoráveis à qualidade de vida futura”, “Identificar formas de preservar a saúde enquanto os recursos são abundantes” e “Atender às necessidades da própria saúde de modo a aumentar a quantidade de opções profissionais” na Tabela 4).

Mas e se o profissional conseguiu sua oportunidade no mercado de trabalho e não deseja ascender profissionalmente, então não há mais o que gerenciar? Se consideradas as classes de comportamentos componentes da categoria referente à manutenção de oportunidades profissionais (Tabela 6), mesmo o profissional que não queira novas oportunidades, ainda assim ele precisará ser capaz de gerenciar a manutenção da oportunidade obtida, afinal, existirá a possibilidade de perdê-la (Minarelli, 2020). Se um profissional executa um dado trabalho, isto já é representativo de que aquele trabalho é possível de ser executado, logo de que existe uma forma de desenvolver os comportamentos que o tornam executável e, por fim, de que outro profissional pode então desenvolver os mesmos comportamentos e conseguir executá-lo

igualmente. Considerando isto, possivelmente nenhum profissional é insubstituível, portanto, pode ser mais indicado que mesmo o profissional que objetive apenas manter a oportunidade obtida, constantemente exiba ou desenvolva comportamentos que possibilitem destacá-lo dos demais profissionais que poderiam executar sua função ocupacional.

Comportamentos relativos à manutenção de uma oportunidade profissional obtida podem configurar um repertório importante a ser desenvolvido pelos indivíduos que gerenciam as próprias vidas profissionais. Os avanços tecnológicos mudaram o mercado de trabalho, elevando a exigência sobre os níveis de conhecimento (Souza, 2009). Participar de capacitações se torna, a cada transformação no mercado de trabalho, mais importante para o indivíduo que visa manter a oportunidade profissional obtida. Não necessariamente significará garantia dessa manutenção, considerando que o mercado de trabalho pode atravessar períodos de saturação, mas a não qualificação pode reduzir consideravelmente as chances de permanência ou ingresso no mercado de trabalho (Souza, 2009). A capacitação pode contribuir para o desenvolvimento do comportamento não exibido e para o aprimoramento do comportamento já desenvolvido (Calvosa, Queiroz, Fernandes, & Ferreira, 2021).

Os resultados obtidos nesta pesquisa indicam ainda que também parece haver classes de comportamentos componentes de dadas categorias que são pré-requisitos para classes de comportamentos componentes de categorias de repertórios distintos. Um exemplo disto pode ser encontrado entre as classes de comportamentos componentes da categoria “Obtenção de informações úteis à atuação profissional” (Tabela 3), pertencente ao repertório para obtenção de oportunidade profissional, as classes de comportamentos da categoria “Manutenção de oportunidade profissional” (Tabela 6), pertencente ao repertório para oportunidade profissional obtida e as classes de comportamentos pertencentes à categoria “Harmonia pessoal e profissional” (Tabela 9), pertencente ao repertório para âmbito pessoal e profissional. Atualmente, para manter a empregabilidade, os profissionais necessitam informar-se

constantemente, tornando-se aprendizes permanentes (Savickas, Nota, Rossier, Dauwalder, Duarte, Guichard, Soresi, Esbroeck, & Vianen, 2009). Além disto, a manutenção da empregabilidade é igualmente pertinente para o bem-estar do profissional, auxiliando-o no equilíbrio entre vida pessoal e profissional (Super & Bohn Junior, 1972). Assim, informações úteis à atuação profissional podem funcionar como contexto para a manutenção de uma oportunidade profissional (e.g., “Buscar meios para lidar com as dificuldades de uma negociação, aumentando a probabilidade de estabelecer negócio com o cliente” na Tabela 3), bem como esta manutenção pode ser contexto para harmonizar o âmbito pessoal com o profissional (e.g., “Realizar, além de atividades de que gosta na própria função, também atividades aversivas essenciais para a obtenção de êxito na área” na Tabela 9).

Todas as classes de comportamentos identificadas e derivadas nesta pesquisa compõem a classe geral “gerenciar a própria vida profissional”. Além de terem isto em comum, foi demonstrado que há relações entre as classes de comportamentos que compõem diferentes categorias e repertórios. Dadas tais convergências entre as classes, o indivíduo que gerencia a própria vida profissional provavelmente terá maior êxito neste gerenciamento se desenvolver as classes de comportamentos que o compõem em vez de apenas desenvolver classes específicas a uma categoria ou a um repertório. Um provável exemplo para isto seria o profissional que objetiva ascender profissionalmente. Este teria maior probabilidade de êxito neste objetivo se considerar o desenvolvimento de classes de comportamentos que compõem outras categorias e repertórios além das que compõem a categoria relativa à ascensão profissional (Tabela 6).

Um profissional ascende mais facilmente em sua carreira quando é reconhecido pelos outros como um profissional confiável e quando tem um repertório comportamental que lhe permite identificar as próprias capacidades e limitações profissionais, gerando, assim, um sentimento de autoconfiança. Um profissional torna-se mais confiável à medida que demonstra

domínio acerca dos conhecimentos necessários para o trabalho que exerce (Leite, Krakauer, & Calvosa, 2020; Santos, Mariano, & Pimentel, 2020), isto é, à medida que seus comportamentos são apresentados e reforçados socialmente nos contextos profissionais, passando a ser valorizados pelos potenciais parceiros e clientes. Afinal, a consciência sobre o que se produz é gerada somente após reforços vias respostas verbais destinadas ao sujeito que se comporta, servindo, portanto, o seu comportamento como o estímulo discriminativo para tais reforços (Skinner, 1945/1959).

Já a autoconfiança é um sentimento que se desenvolve quando uma pessoa tem a possibilidade de apresentar uma classe de comportamentos e, dessa forma, produzir consequências, principalmente não sociais, que fortaleçam esses comportamentos (Guilhardi, 2002). A autoconfiança do profissional pode ser identificada quando este demonstra maior facilidade para adaptar-se e enfrentar os desafios profissionais que surgem (Almeida, Duarte, & Magro, 2019). A corroborar com os conceitos apresentados, uma das classes de comportamentos constituintes da categoria de autoconfiança (Tabela 8) envolve identificar possíveis limitações dos próprios comportamentos a fim de reduzir prováveis danos profissionais. Do mesmo modo, na categoria de Confiabilidade (Tabela 8) consta uma classe de comportamentos em que está compreendido que para evitar decisões inconsequentes, uma oportunidade só deve ser assumida quando se dispõe das credenciais necessárias para atender as necessidades desta.

Portanto, parece mais pertinente que um profissional, caso assuma riscos para ascender profissionalmente, o faça com base em informações sobre suas limitações, preparações e credenciais, como indicam as classes de comportamentos referentes às categorias de autoconfiança e confiabilidade (Tabela 8). Tais categorias são componentes do repertório para âmbito pessoal e profissional. O termo “âmbito” equivale a “vida” ou “contexto”. Segundo os resultados, a vida pessoal tem bastante relação com a profissional. Inclusive, é indicado que um

profissional tenha conhecimento sobre aspectos da vida pessoal que são influentes sobre sua satisfação quanto à profissional. De acordo como o estudo de Luiz (2008), o qual caracteriza um fenômeno próximo deste estudo, embora com ênfase na escolha profissional, conhecer os próprios valores, gostos, competências e demais características pessoais, por exemplo, favorecerá ao profissional identificar e envolver-se com áreas de atuação compatíveis com tais características pessoais. Isto propiciará maior identificação do profissional com a área e, conseqüente ampliação de sua satisfação com ela. Características pessoais são consideradas hoje relevantes para a vida profissional porque em 1990 surgiu a “carreira sem fronteiras”, para a qual era concebido que o sujeito se satisfaria se não lhe fosse exigido exercer uma relação empregatícia com as organizações, mas, se em vez disso, pudesse ir em busca de motivações pessoais para sua ocupação, ganhando mais liberdade para vincular-se a diversas organizações ou até mesmo para exercer o seu trabalho sem vincular-se a organizações (Souza, Lemos, & Silva, 2020; Sewaybricker, 2018).

A partir dos resultados, pode ser indicado que o comportamento de gerenciar a própria vida profissional relaciona-se, portanto, com a obtenção de uma oportunidade profissional, a manutenção e ascensão profissional em relação à oportunidade obtida e com a satisfação profissional por meio da harmonia com o âmbito pessoal. Para isto, dentre os principais aspectos a serem gerenciados pelo profissional, estão: a linguagem adequada ao público, a precificação de produtos e serviços de acordo com a demanda, os recursos disponíveis e suas possibilidades de aplicações, a manutenção de relacionamentos com pessoas do âmbito profissional ou relacionados, as possíveis resoluções para imprevistos, o reconhecimento profissional por meio de participações diversas em contextos profissionais e os desenvolvimentos de projetos profissionais congruentes com as necessidades sociais.

Considerações Finais

O preparo para lidar com uma determinada parte do mundo se intensifica na medida em que mais descrições são obtidas desta parte (Skinner, 2003). Logo, a proposição de classes realizada por esta pesquisa pode facilitar que programas de desenvolvimento estejam mais largamente instrumentalizados para serem produzidos e, conseqüentemente, que indivíduos partícipes desses programas sejam mais bem preparados para lidar com a própria vida profissional. A proposição de classes de comportamentos cujo desenvolvimento favorece a vida profissional de indivíduos que precisam lidar com o mercado de trabalho trata-se, portanto, da principal contribuição da presente pesquisa. Contudo, o alcance desta contribuição é indireto. Como visto, é necessário o intermédio de programas de capacitação/desenvolvimento.

Profissionais que têm o gerenciamento de carreira ou a formação de profissionais em contextos educacionais como ocupação usufruirão, portanto, ainda mais diretamente dos dados produzidos nesta pesquisa. O profissional que trabalha com gerenciamento de carreira poderá, a partir desses dados, acessar informações relativas aos comportamentos que podem ser desenvolvidos em seu cliente, uma vez que não gerenciam as vidas profissionais de seus clientes, em vez disto, os ensinam a tornarem-se autônomos, isto é, a gerenciarem as próprias vidas profissionais (Rocha, 2010). Escolas, cursos profissionalizantes, universidades e demais contextos educacionais, usufruirão dos resultados desta pesquisa para planejar e executar o ensino. Isto porque os dados conferem operacionalizações de comportamentos que podem ser desenvolvidos nos estudantes que estão em formação para tornarem-se profissionais.

Gerenciar a própria vida profissional trata-se de uma classe de comportamentos importante a ser desenvolvida pelo indivíduo em prol dele mesmo e de sua comunidade, em especial aquela que convive com ele no meio ocupacional e/ou usufrui de suas produções laborais. Ao desenvolvê-la, o sujeito provavelmente saberá como agir para obter e manter uma

oportunidade obtida, bem como para garantir o equilíbrio entre sua vida pessoal e profissional. Para isto, ele precisará gerenciar aspectos significativos da vida profissional, conforme indicado por meio dos resultados desta pesquisa. Alguns exemplos seriam: o público a ser atendido pelo profissional; o mercado ocupacional em que ele está inserido; sua comunidade, como clientes e colegas de trabalho; os recursos disponíveis em seu meio; as resoluções que lhe são exigidas pelo cotidiano profissional, bem como os projetos que podem ser desenvolvidos a partir de seu desempenho; além disso, as finanças, metas e os resultados de seu trabalho.

Com a presente pesquisa, foram propostas classes de comportamentos constituintes da classe geral “gerenciar a própria vida profissional” por meio da identificação e derivação das classes de comportamentos que a compõem. A partir dessas classes de comportamentos, é possível programar condições para o desenvolvimento delas em pesquisas que visem a realização de outras etapas da PCDC, como elaboração, aplicação e aperfeiçoamento de programas de ensino. Pesquisas futuras poderão também dar continuidade à produção de conhecimento científico sobre o gerenciar a própria vida profissional com a realização de procedimento de decomposição das classes de comportamentos aqui propostas, visando, assim, a proposição de outras classes de comportamentos que podem constituir a classe geral “gerenciar a própria vida profissional”.

Além disso, é possível realizar pesquisas com elaboração e avaliação de programas de ensino que possibilitem verificar, ainda, se as classes de comportamentos identificadas e/ou derivadas neste trabalho são realmente pré-requisitos ao desenvolvimento do comportamento de gerenciar a própria vida profissional. A falha na identificação dos comportamentos-objetivo pode culminar na ineficiência de um programa de ensino (Cortegoso & Coser, 2011). Portanto, caso, partindo desta, pesquisas futuras considerem deficitárias as classes de comportamentos para que um indivíduo desenvolva o comportamento de gerenciar a própria vida profissional, pode ser indicado: (1) o aprimoramento das classes de comportamentos identificadas e/ou

derivadas ou (2) a seleção de novas fontes de informação para identificação e proposição de outras classes de comportamentos.

Também poderão ser refutadas ou comprovadas, por meio de pesquisas futuras, as relações entre classes de comportamentos componentes de categorias e repertórios. Estas podem ser investigadas e debatidas por estudos que objetivem analisar as classes de comportamentos propostas na presente pesquisa ou decompô-las de modo a gerar um diagrama de decomposição que demonstre as relações de pré-requisito existentes entre elas (e.g., Kienen, 2008; Luiz, 2008). Também nomeado “mapa de ensino” (Botomé, 1996/1975), o diagrama pode ser considerado análogo a um mapa, uma vez que possibilita uma indicação sobre o “caminho” que deve ser “percorrido” até o “destino” (sequência dos comportamentos a serem exibidos para o desenvolvimento de um comportamento-objetivo terminal). Uma pesquisa que analisasse as classes de comportamentos propostas neste estudo e propusesse esse “mapa”, possivelmente facilitaria a identificação de várias das relações entre as classes de comportamentos propostas, considerando seus graus de complexidade, vínculos por pré-requisitos e o sequenciamento de suas classes de comportamentos para promover o ensino delas.

As sugestões de pesquisas futuras para verificação, complementação e aprimoramento deste estudo também são válidas para o manejo de algumas limitações enfrentadas nesta pesquisa, tais como as relacionadas à fonte de informação utilizada para a coleta de dados. As proposições de classes de comportamentos foram realizadas com base em uma única fonte de informação, o que limita a quantidade e a natureza das classes de comportamentos propostas. Além disso, é provável que haja lacunas que necessitam ser preenchidas no que diz respeito às relações de pré-requisito existentes entre as classes de comportamentos propostas, relações essas que poderiam ser mais bem examinadas a partir da organização dos dados em um diagrama de decomposição.

Referências

- Almeida, M. N., Duarte, T. T. P., & Magro, M. C. S. (2019) *Simulação in situ: ganho da autoconfiança de profissionais de enfermagem na parada cardiopulmonar*. Rev Rene, Fortaleza. Disponível em https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/46253/1/2019_art_mnalmeida.pdf
- Almeida, V. C. (2020) *Precificação baseada em cookies e geolocalização: direito do consumidor*. Revista Juris UniToledo, 5 (4), 79-97. Araçatuba, SP.
- Araujo, L., & Calvosa, M. (2009) *Relações de Trabalho: Planejamento e Novas Oportunidades de Carreira para o Trabalhador*. In Simpósio de Excelência em Gestão Tecnológica, 8. Artigos apresentados no Simpósio Rio de Janeiro: Associação Educacional Dom Bosco. Disponível em https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/312_Desenvolvimento%20de%20Carreiras.pdf
- Bagdadli, S., & Gianecchini, M. (2019). Organizational career management practices and objective career success: A systematic review and framework. *Human Resource Management Review*, 29(3), 353–370. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2018.08.001>
- Barros, A. (30 de Abril de 2020). *Desemprego sobe para 12,2% e atinge 12,9 milhões de pessoas no 1º trimestre* [Página Online]. Recuperado de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27535-desemprego-sobe-para-12-2-e-atinge-12-9-milhoes-de-pessoas-no-1-trimestre>
- Beltramello, O. (2016). *Acompanhamento Terapêutico: caracterização de classes de comportamentos constituintes desse fazer no campo de atuação do Psicólogo no Brasil*.

- (Projeto de pesquisa). Programa de Mestrado em Análise do Comportamento, Universidade Estadual de Londrina - PR, Brasil.
- Bendassolli, P. F. (2009) *Recomposição da relação sujeito-trabalho nos modelos emergentes de carreira*. FGV, São Paulo, 49 (4), 387-400. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rae/a/qDB9SJm5h5mYmdTTpxfM9nt/?format=pdf&lang=pt>
- Botelho, L. L. R. (2008) *Ascensão profissional de executivas em empresas baseadas no conhecimento*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em <http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2010/06/Louise-Botelho1.pdf>
- Botomé, S. P. & Gonçalves, C. M. C. (1994) *Análise do comportamento de escrever uma dissertação*. Não publicado.
- Botomé, S.P. (1996). *Um procedimento para encontrar os comportamentos que constituem as aprendizagens envolvidas em um objetivo de ensino*. Texto não publicado, produzido a partir de versão didática em 1975.
- Brasil. (2020). *Uma Análise da Crise gerada pela Covid-19 e a Reação de Política Econômica*. Recuperado em 20 outubro, 2020, de <https://www.gov.br/economia/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/notas-informativas/2020/nota-uma-ana-lise-da-crise-gerada-pela-covid19.pdf/@@download/file/Nota%20-%20Uma%20Ana%CC%81lise%20da%20Crise%20gerada%20pela%20Covid-19.pdf>
- Cacciamali, M. C., & Tatei, F. (2016). Mercado de trabalho: da euforia do ciclo expansivo e de inclusão social à frustração da recessão econômica. *Estudos Avançados*, 30 (87), 103–121. doi: 10.1590/s0103-40142016.30870007
- Callanan, G. A., Perri, D. F., & Tomkowicz, S. M. (2017). Career Management in Uncertain Times: Challenges and Opportunities. *Career Development Quarterly*, 65(4), 353–365. <https://doi.org/10.1002/cdq.12113>

- Calvosa, M. (2010). *Gerência de vendas: o ambiente organizacional*. Rio de Janeiro, RJ: Cecierj. Recuperado de <https://canalcederj.cecierj.edu.br/recurso/6431>
- Calvosa, M.; Queiroz, A.; Fernandes, A.; Ferreira, M. (2021) *Qual o preço adequado se pizza é excelente? O caso do Restaurante e Pizzaria Sabor Anthigo*. In XIII CASI - Congresso de Administração, Sociedade e Inovação, Rio de Janeiro.
- Chong, S. H., & Leong, F. T. L. (2017). Antecedents of Career Adaptability in Strategic Career Management. *Journal of Career Assessment*, 25(2), 268–280. <https://doi.org/10.1177/1069072715621522>
- Cortegoso, A. L., & Coser, D. (2011) *Elaboração de programas de ensino*. São Carlos: Edufscar.
- Da Costa, E. N. F. (2019). *Autogerenciamento: Sistematização do conceito e caracterização analítico-comportamental* (Universidade Estadual de Londrina).
- De Luca, G. G. (2008) *Características de componentes de comportamentos básicos constituintes da classe geral de comportamentos denominada “avaliar a confiabilidade de informações”*. (Dissertação de mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/91008>
- De Luca, G.G. (2013). *Avaliação da eficácia de um programa de contingências para desenvolver comportamentos constituintes da classe geral “Avaliar a confiabilidade de informações”*. (Tese de doutorado não publicada). Curso de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.
- Dolabela, F. (2006). *O segredo de Luísa* (30 ed.). São Paulo : Editora de Cultura.
- Ferreira, A. B. H. (2014). *Dicionário Aurélio*. [versão eletrônica]. 5ª ed. Editora Positivo. ISBN: 978-85-385-8311-0.

- Fleury, M. T. L., & Fleury, A. (2001) *Construindo o conceito de competência*. RAC, Edição Especial, 183-196. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rac/a/C5TyphygpYbyWmdqKJCTMkN/?format=pdf&lang=pt>
- Forcione, T. L. (2018). *Dinâmicas de identificação na trajetória profissional em transição*. Tese (Doutorado em Processos de Desenvolvimento Humano e Saúde). Universidade de Brasília, Brasília. Disponível em https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/32014/1/2018_ThaisLanuttiForcione.pdf
- Franco, E. R. P. da S. (12 de Dezembro de 2018). *Afinal, o que é empreender?* [Página Online]. Recuperado de <https://jornal.ufg.br/n/111308-afinal-o-que-e-empreender>
- Garcia, M. P. (2009) *Classes de comportamentos constituintes de intervenções de psicólogos no subcampo de atuação profissional de Psicoterapia com apoio de cães*. Programa de Pós-graduação em Psicologia. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis (SC).
- Guilhardi, H. J. (2002) Auto-estima, autoconfiança e responsabilidade. In M. Z. da S. Brandão, F. C. de S. Conte, S. M. B. Mezzaroba (Orgs.), *Comportamento Humano – Tudo (ou quase tudo) que você precisa saber para viver melhor*. Santo André, SP: ESETec Editores Associados. Disponível em https://itrcampinas.com.br/pdf/helio/Autoestima_conf_respons.pdf
- Hunt, J. M., Langowitz, N., Rollag, K., & Hebert-Maccaro, K. (2017). Helping students make progress in their careers: An attribute analysis of effective vs ineffective student development plans. *International Journal of Management Education*, 15(3), 397–408. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.03.017>
- IBGE. (14 de Maio de 2020). *Vendas do varejo recuam 2,5% em março*. [Página Online]. Recuperado de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/27667-vendas-do-varejo-recuam-2-5-em-marco>

- Kahneman, D., Knetsch, J. L. & Thaler, R. (1986) *Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market*. American Economic Association, 76 (4), 728-741.
- Kamei, H. H. (2017). Flow no trabalho: estado de fluxo, concentração, engajamento e alto desempenho. In S. de T. M. Boehs & N. Silva (Eds.), *Psicologia positiva nas organizações e no trabalho: conceitos fundamentais e sentidos aplicados* (pp. 116–127). São Paulo: Vetor.
- Kienen, N. (2008). *Classes de comportamentos profissionais do psicólogo para intervir, por meio de ensino, sobre fenômenos e processos psicológicos, derivadas a partir das diretrizes curriculares, da formação desse profissional e de um procedimento de decomposição de comportamentos complexos*. (Tese de Doutorado).
- Kienen, N., Kubo, O.M., & Botomé, S.P. (2013). Ensino programado e programação de condições para o desenvolvimento de comportamentos: Alguns aspectos no desenvolvimento de um campo de atuação do psicólogo. *Acta Comportamentalia*, 21(4), 481-494.
- Koga, B. Y. S. (2020) *Precificação personalizada na era digital: consumo, dados e concorrência*. (Dissertação de Mestrado). Instituto Brasiliense de Direito Público – IDP. São Paulo, SP.
- Krein, J. D., & Borsari, P. (11 de Maio de 2020). *Pandemia e desemprego: análise e perspectivas*. [Página Online]. Recuperado de <https://www.economia.unicamp.br/covid19/pandemia-e-desemprego-analise-e-perspectivas>
- Kubo, O. M., Botomé, S.P. (2001) Ensino-aprendizagem: Uma interação entre dois processos comportamentais. *Interação* (5), 133-170.
- Lameiras, M. A. P., Corseuil, C. H. L., & Carvalho, S. S. de (2020) Carta de Conjuntura | 1º trimestre de 2020, *IPEA* (46), 1-25.

- Leite, R., Krakauer, P., & Calvosa, M. (2020). *Mentorias Spot: oportunidade de orientação profissional para iniciativas empreendedoras*. XI EGEPE-Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Belo Horizonte, MG. Disponível em https://www.researchgate.net/profile/Marcello-Calvosa/publication/342941321_MENTORIAS_SPOT_OPORTUNIDADE_DE_ORIENTACAO_PROFSSIONAL_PARA_INICIATIVAS_EMPREENDEDORAS/links/613f53942ad99c4cc056bec8/MENTORIAS-SPOT-OPORTUNIDADE-DE-ORIENTACAO-PROFISSIONAL-PARA-INICIATIVAS-EMPREENDEDORAS.pdf
- Luiz, E. C. (2008). *Classes de comportamentos componentes da classe “projetar a vida profissional” organizadas em um sistema comportamental* (Universidade Federal de Santa Catarina). Recuperado de <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/90921>
- Mahl, A. C., Soares, D. H. P., & Neto, E. O. (2005) *POPI - Programa de Orientação Profissional Intensivo: outra forma de fazer orientação profissional*. (2 ed.). São Paulo: Vetor Editora.
- Malschitzky, N. (2012). A importância da orientação de carreira na empregabilidade. *Revista da FAE*, 15(1), 150–165.
- Minarelli, J. A. (2020) *Empregabilidade – Como entrar, permanecer e progredir no mercado de trabalho*. (2 ed.). Porto Alegre: Simplíssimo.
- Moreira, M. B., & Medeiros, C. A. (2019) *Princípios básicos de análise do comportamento*. (2 ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Mourão, L., & Monteiro, A. C. (2018). Professional development: Proposal of a conceptual model. *Estudos de Psicologia*, 23(1), 33–45. <https://doi.org/10.22491/1678-4669.20180005>

- Nery, C. (15 de Maio de 2020). *Desemprego aumenta em 12 estados no primeiro trimestre* [Página Online]. Recuperado de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27708-desemprego-aumenta-em-12-estados-no-primeiro-trimestre>
- Pombo, A. A. de R. (2019). *O que é ser empreendedor*. Recuperado em 21 agosto, 2020, de [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/A2EEEAD6407D759003256D520059B1F8/\\$File/NT00001D9A.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/A2EEEAD6407D759003256D520059B1F8/$File/NT00001D9A.pdf)
- PUCRS. (17 de Julho de 2020). *Você provavelmente está empreendendo, mas talvez não saiba disso*. [Página Online]. Recuperado de <https://www.pucrs.br/direito/voce-provavelmente-esta-empreendendo-mas-talvez-nao-saiba-disso/>
- Robertson, P. J. (2018). Developing career capabilities in “NEET” young people: experiences of participants in the Prince’s Trust team programme. *British Journal of Guidance and Counselling*, 46(6), 752–764. <https://doi.org/10.1080/03069885.2018.1434130>
- Rocha, M. C. da S. (2010). Projeto de carreira, plano de vida: passos para um gerenciamento de vida profissional e pessoal. In R. S. Levenfus & D. H. P. Soares (Eds.), *Orientação Vocacional Ocupacional* (2nd ed., pp. 82–91). Porto Alegre: Artmed.
- Rosa, J. A. (2013). *Carreira: Planejamento e gestão* (2a ed.). Rio de Janeiro: Editora Senac.
- Santos, G. C. V. dos, Kienen, N. Viecili, J., Botomé, S.P., & Kubo, O.M. (2009). “Habilidades” e “Competências” a desenvolver na capacitação de psicólogos: Uma contribuição da Análise do Comportamento para o exame das diretrizes curriculares. *Interação em Psicologia*, 13 (1), 131-145.
- Santos, G. C. V. dos. (2006). *Características das competências e dos comportamentos profissionais propostos nas diretrizes curriculares como delimitação do campo de atuação profissional do psicólogo*. (Dissertação de Mestrado não publicada). Curso de

Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.

- Santos, I. S., Mariano, T., & Pimentel, C. E. (2020). *Psicologia da pandemia: informação, confiança e afetos durante o enfrentamento do COVID-19*. Disponível em https://www.researchgate.net/profile/Tailson-Mariano/publication/341575564_Psicologia_da_Pandemia_Informacao_Confianca_e_Afetos_durante_o_Enfrentamento_do_COVID-19/links/5ec7e40b458515626cc141a9/Psicologia-da-Pandemia-Informacao-Confianca-e-Afetos-durante-o-Enfrentamento-do-COVID-19.pdf
- Savickas, M. L., Nota, L., Rossier, J., Dauwalder, J. P., Duarte, M. E., Guichard, J., Soresi, S., Esbroeck, R. V., & Vianen, A. E. M. (2009) Life designing: A paradigm for career construction in the 21st century. *Journal of Vocational Behavior*, 75 (3), 239-250. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2009.04.004>
- Sayão, R. (2007, 30 de novembro). Qualquer coisa é melhor que a escola formal de hoje; Pior não fica. *Folha de S. Paulo*, p. C4.
- Schwartzman, S., & Cossio, M. B. (2007) *Juventude, Educação e Emprego no Brasil*. Cadernos Adenauer - Geração Futuro VII, 51-65.
- Sewaybricker, L. E. (2018) *Carreira sem Fronteiras: Limite e Aplicabilidade de uma Teoria Clássica*. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 38 (1), 129-141. Centro Universitário São Camilo, SP. <https://doi.org/10.1590/1982-3703004532016>
- Skinner, B. F. (1945). *The operational analysis of psychological terms*. Em B.F. Skinner (1959). *Cumulative Record*. New York: Appleton Century Crofts, Inc.
- Skinner, B. F. (1972). *Tecnologia do ensino*. Tradução de Rodolpho Azzi. São Paulo: EPU. (Trabalho original publicado em 1968).
- Skinner, B. F. (2003). *Ciência e comportamento humano* (11 ed.). Martins Fontes.

- Souza, F. A. S., Lemos, A. H. C., Silva, M.A.C. (2020) *Metamorfoses de um discurso: carreiras sem fronteiras e o novo espírito do capitalismo*. Revista Organizações & Sociedade, 27(92), 95-112. Disponível em <https://www.scielo.br/j/osoc/a/3xnTb8FNGKX6gsjKPB8NM4P/?format=pdf&lang=pt>
- Souza, J. (2009) *Ascensão profissional: a percepção de trabalhadores bem sucedidos acerca de sua trajetória profissional*. (Trabalho de Conclusão de Curso). Graduação em Psicologia, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, SC.
- Sowers, J. A., & Swank, P. (2017). Enhancing the Career Planning Self-Determination of Young Adults with Mental Health Challenges. *Journal of Social Work in Disability and Rehabilitation*, 16(2), 161–179. <https://doi.org/10.1080/1536710X.2017.1300081>
- Spurk, D., Kauffeld, S., Barthauer, L., & Heinemann, N. S. R. (2015). Fostering networking behavior, career planning and optimism, and subjective career success: An intervention study. *Journal of Vocational Behavior*, 87, 134–144. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.12.007>
- Stoeber, J., Mutinelli, S., & Corr, P. J. (2016). Perfectionism in students and positive career planning attitudes. *Personality and Individual Differences*, 97, 256–259. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.03.065>
- Super, D. E., & Bohn Jr, M. J. (1972). *Psicologia ocupacional*. São Paulo: Atlas.
- Viecili, J. (2008) *Classes de comportamentos que compõem a formação do psicólogo para intervir por meio de pesquisa sobre fenômenos psicológicos, derivadas a partir das Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de graduação em Psicologia e da formação desse profissional*. (Tese de Doutorado).
- Xiao, J. J., Newman, B. M., & Chu, B. S. (2018). Career Preparation of High School Students: A Multi-Country Study. *Youth and Society*, 50(6), 818–840. <https://doi.org/10.1177/0044118X16638690>

Yoshiy, S. M. (2018). *Gerenciamento de tempo: elaboração de um livro autoinstrucional para estudantes universitários* (Universidade Estadual de Londrina).

APÊNDICES

Apêndice A

Amostra da Etapa 1, referente à seleção dos trechos da obra utilizada como fonte de informação

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação
<p>Rosa, 2013, p. 110-112, § 3</p>	<p>Muita gente não sabe como levar tudo isso até os eventuais compradores. Essas pessoas não sabem por onde começar e por isso fecham-se para o mercado. O problema é que é lá que as oportunidades estão. Sem ir ao mercado não há como vender seus produtos.</p> <p>O processo de busca de oportunidades pode ser o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informação <p>Primeiro, é necessário ter informação adequada sobre o mercado, para não vir a criar, desenvolver ou ofertar coisas inviáveis. [...]</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Decisão <p>[...] o profissional decide o que exatamente deverá oferecer e para quem.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promoção <p>[...] É a fase de promoção [...], contato e oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais. [...] se há uma promoção regular e sistemática dos produtos do profissional, surgirão interessados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proposta e negociação <p>Quando os interessados aparecem, é hora de fazer uma proposta bem-feita, com o preço pensado, com uma formatação adequada. [...] Cada proposta terá de ser feita “sob medida” para os interesses do cliente e as circunstâncias.</p> <p>[...] É necessário valorizar adequadamente o que se tem a oferecer. Muita gente desvaloriza suas ideias, projetos, credenciais, produtos porque teme colocar o preço certo e perder o cliente. É fundamental aprender a lidar bem com isso, caso contrário, o profissional não vai avançar na carreira tanto quanto poderia. Uma negociação bem planejada, orientada por atitudes assertivas e racionais, conduzida com profissionalismo, é o caminho para o estabelecimento de relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente. Quem tem dificuldade em negociar bem deve pedir ajuda de negociadores mais eficazes ou buscar outros meios para superar essa lacuna.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Execução

A execução ou entrega do produto ou serviço será feita “sob medida” também, pois, como dissemos, cada caso é um caso, porém é bom ter sempre em mente que aqui estará o verdadeiro teste de qualidade, na perspectiva do cliente. [...] Deve-se procurar oferecer pelo menos um pouquinho mais do que ele espera. Esse é o caminho para vender outros itens, dando impulso na carreira. Há um princípio que diz: quanto mais se trabalha eficientemente, mais trabalho surge.

- Acompanhamento

Não se deve esquecer do cliente ao qual serviu. É necessário mantermos relacionamento regular, ainda que eventualmente distante, pois assim ele sempre se lembrará de nosso nome e, além de vir a fazer novas aquisições no futuro, poderá indicar-nos para outros.

Apêndice B

Amostra da Etapa 2, referente ao destaque das partes que continham informações sobre constituintes de classes de comportamentos

Localização dos trechos	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação
<p>Rosa, 2013, p. 110-112, § 3</p>	<p>Muita gente não sabe como levar tudo isso até os eventuais compradores. Essas pessoas não sabem por onde começar e por isso fecham-se para o mercado. O problema é que é lá que as oportunidades estão. Sem ir ao mercado não há como vender seus produtos.</p> <p>O processo de busca de oportunidades pode ser o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informação <p>Primeiro, é necessário ter informação adequada sobre o mercado, para não vir a criar, desenvolver ou ofertar coisas inviáveis. [...]</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Decisão <p>[...] o profissional decide o que exatamente deverá oferecer e para quem.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promoção <p>[...] É a fase de promoção [...], contato e oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais. [...] se há uma promoção regular e sistemática dos produtos do profissional, surgirão interessados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proposta e negociação <p>Quando os interessados aparecem, é hora de fazer uma proposta bem-feita, com o preço pensado, com uma formatação adequada. [...] Cada proposta terá de ser feita “sob medida” para os interesses do cliente e as circunstâncias.</p> <p>[...] É necessário valorizar adequadamente o que se tem a oferecer. Muita gente desvaloriza suas ideias, projetos, credenciais, produtos porque teme colocar o preço certo e perder o cliente. É fundamental aprender a lidar bem com isso, caso contrário, o profissional não vai avançar na carreira tanto quanto poderia. Uma negociação bem planejada, orientada por atitudes assertivas e racionais, conduzida com profissionalismo, é o caminho para o estabelecimento de relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente. Quem tem dificuldade em negociar bem deve pedir ajuda de negociadores mais eficazes ou buscar outros meios para superar essa lacuna.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Execução <p>A execução ou entrega do produto ou serviço será feita “sob medida” também, pois, como dissemos, cada caso é um caso, porém é bom ter sempre em mente que aqui estará o verdadeiro teste de qualidade, na perspectiva do cliente. [...] Deve-se procurar oferecer pelo menos um pouquinho mais do que ele espera. Esse é o caminho para vender outros itens, dando impulso na carreira. Há um princípio que diz: quanto mais se trabalha eficientemente, mais trabalho surge.</p>

- Acompanhamento

Não se deve esquecer do cliente ao qual serviu. É necessário mantermos **relacionamento regular**, ainda que eventualmente distante, pois assim ele sempre **se lembrará de nosso nome** e, além de vir a fazer **novas aquisições no futuro, poderá indicar-nos para outros**.

Apêndice C

Amostra da Etapa 3, referente à identificação de possíveis componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos
<p>Rosa, 2013, p. 110-112, § 3</p>	<p>Muita gente não sabe como levar tudo isso até os eventuais compradores. Essas pessoas não sabem por onde começar e por isso fecham-se para o mercado. O problema é que é lá que as oportunidades estão. Sem ir ao mercado não há como vender seus produtos.</p> <p>O processo de busca de oportunidades pode ser o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informação Primeiro, é necessário ter informação adequada sobre o mercado, para não vir a criar, desenvolver ou ofertar coisas inviáveis. [...] ▪ Decisão [...] o profissional decide o que exatamente deverá oferecer e para quem. ▪ Promoção [...] É a fase de promoção [...], contato e oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais. [...] se há uma promoção regular e sistemática dos produtos do profissional, surgirão interessados. ▪ Proposta e negociação Quando os interessados aparecem, é hora de fazer uma proposta bem-feita, com o preço pensado, com uma formatação adequada. [...] Cada proposta terá de ser feita “sob medida” para os interesses do cliente e as circunstâncias. 	<p>informação adequada sobre o mercado</p> <p>decide o que exatamente deverá oferecer</p> <p>decide [...] para quem [...] exatamente deverá oferecer</p> <p>oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais</p> <p>promoção regular [...] dos produtos do profissional</p> <p>promoção [...] sistemática dos produtos do profissional</p> <p>proposta [...] com o preço pensado</p>	<p>busca de oportunidades [...] informação adequada sobre o mercado</p> <p>busca de oportunidades [...] decide [...] oferecer</p> <p>busca de oportunidades [...] promoção</p> <p>busca de oportunidades [...] proposta</p> <p>busca de oportunidades [...] negociação</p> <p>busca de oportunidades [...] execução “sob medida”</p> <p>busca de oportunidades [...] relacionamento regular</p>	<p>não vir a criar [...] coisas inviáveis</p> <p>não vir a [...] desenvolver [...] coisas inviáveis</p> <p>não vir a [...] ofertar coisas inviáveis</p> <p>surgirão interessados</p> <p>avançar na carreira</p> <p>estabelecimento de relações duradouras</p> <p>estabelecimento de relações [...] mutuamente satisfatórias com o cliente</p> <p>teste de qualidade, na perspectiva do cliente</p> <p>vender outros itens</p> <p>impulso na carreira</p> <p>mais trabalho surge</p>	

	<p>[...] É necessário valorizar adequadamente o que se tem a oferecer. Muita gente desvaloriza suas ideias, projetos, credenciais, produtos porque teme colocar o preço certo e perder o cliente. É fundamental aprender a lidar bem com isso, caso contrário, o profissional não vai avançar na carreira tanto quanto poderia. Uma negociação bem planejada, orientada por atitudes assertivas e racionais, conduzida com profissionalismo, é o caminho para o estabelecimento de relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente. Quem tem dificuldade em negociar bem deve pedir ajuda de negociadores mais eficazes ou buscar outros meios para superar essa lacuna.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Execução A execução ou entrega do produto ou serviço será feita “sob medida” também, pois, como dissemos, cada caso é um caso, porém é bom ter sempre em mente que aqui estará o verdadeiro teste de qualidade, na perspectiva do cliente. [...] Deve-se procurar oferecer pelo menos um pouquinho mais do que ele espera. Esse é o caminho para vender outros itens, dando impulso na carreira. Há um princípio que diz: quanto mais se trabalha eficientemente, mais trabalho surge. ▪ Acompanhamento Não se deve esquecer do cliente ao qual serviu. É necessário mantermos relacionamento regular, ainda que eventualmente distante, pois assim ele sempre se lembrará de nosso nome e, além de vir a fazer novas aquisições no futuro, poderá indicar-nos para outros. 	<p>proposta [...] com uma formatação adequada</p> <p>proposta [...] para os interesses do cliente</p> <p>proposta [...] para [...] as circunstâncias</p> <p>valorizar adequadamente o que se tem a oferecer</p> <p>colocar o preço certo</p> <p>negociação [...] planejada</p> <p>negociação [...] orientada por atitudes assertivas</p> <p>negociação [...] orientada por atitudes [...] racionais</p> <p>negociação [...] conduzida com profissionalismo</p>		<p>se lembrará de nosso nome</p> <p>novas aquisições no futuro</p> <p>poderá indicar-nos para outros</p>	
--	--	--	--	--	--

		<p>pedir ajuda de negociadores mais eficazes</p> <p>buscar [...] meios para superar essa lacuna</p> <p>execução “sob medida”</p> <p>oferecer pelo menos um pouquinho mais do que ele espera</p> <p>trabalha eficientemente</p> <p>relacionamento regular</p>			
--	--	--	--	--	--

Apêndice D

Amostra da Etapa 4, referente à adequação da linguagem utilizada para se referir aos componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos
Rosa, 2013, p. 110-112, § 3	<p>Muita gente não sabe como levar tudo isso até os eventuais compradores. Essas pessoas não sabem por onde começar e por isso fecham-se para o mercado. O problema é que é lá que as oportunidades estão. Sem ir ao mercado não há como vender seus produtos.</p> <p>O processo de busca de oportunidades pode ser o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informação Primeiro, é necessário ter informação adequada sobre o mercado, para não vir a criar, desenvolver ou ofertar coisas inviáveis. [...] ▪ Decisão [...] o profissional decide o que exatamente deverá oferecer e para quem. 	<p>informação adequada sobre o mercado</p> <p>decide <i>decisão sobre o que exatamente deverá</i> oferecer</p> <p>decide [...] <i>decisão sobre para quem</i> [...] <i>exatamente deverá</i> oferecer</p> <p>oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais</p> <p>promoção regular [...] dos produtos do profissional</p> <p>promoção [...] sistemática dos produtos do profissional</p> <p>proposta [...] com o preço pensado calculado</p>	<p>busea de <i>Buscar</i> oportunidades [...] <i>por meio de</i> informação adequada sobre o mercado</p> <p>busea de <i>Buscar</i> oportunidades [...] <i>por meio de</i> decide <i>decisão sobre</i> [...] oferecer oferta</p> <p>busea de <i>Buscar</i> oportunidades [...] <i>por meio de</i> promoção</p> <p>busea de <i>Buscar</i> oportunidades [...] <i>por meio de</i> proposta</p> <p>busea de <i>Buscar</i> oportunidades [...] <i>por meio de</i> negociação</p> <p>busea de <i>Buscar</i> oportunidades [...] <i>por meio de</i> execução “sob medida”</p>	<p>não vir a criar [...] coisas inviáveis / <i>Evitação da criação de inviabilidades</i></p> <p>não vir a [...] desenvolver [...] coisas inviáveis / <i>Evitação do desenvolvimento de inviabilidades</i></p> <p>não vir a [...] ofertar coisas inviáveis / <i>Evitação da oferta de inviabilidades</i></p> <p>surgirão <i>Surgimento de interessados</i></p> <p>avançar <i>Avanço na carreira</i></p> <p>estabelecimento de relações duradouras</p>	

	<p>▪ Promoção [...] É a fase de promoção [...], contato e oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais. [...] se há uma promoção regular e sistemática dos produtos do profissional, surgirão interessados.</p> <p>▪ Proposta e negociação Quando os interessados aparecem, é hora de fazer uma proposta bem-feita, com o preço pensado, com uma formatação adequada. [...] Cada proposta terá de ser feita “sob medida” para os interesses do cliente e as circunstâncias. [...] É necessário valorizar adequadamente o que se tem a oferecer. Muita gente desvaloriza suas ideias, projetos, credenciais, produtos porque teme colocar o preço certo e perder o cliente. É fundamental aprender a lidar bem com isso, caso contrário, o profissional não vai avançar na carreira tanto quanto poderia. Uma negociação bem planejada, orientada por atitudes assertivas e racionais, conduzida com profissionalismo, é o caminho para o estabelecimento de</p>	<p>proposta [...] com uma formatação adequada</p> <p>proposta [...] para os interesses do cliente</p> <p>proposta [...] <i>para de acordo com</i> [...] as circunstâncias</p> <p>valorizar adequadamente o valorização adequada do que se tem a oferecer</p> <p>colocar o preço certo / precificação conforme calculado</p> <p>negociação [...] planejada</p> <p>negociação [...] orientada por atitudes assertivas</p> <p>negociação [...] orientada por atitudes [...] racionais</p> <p>negociação [...] conduzida com profissionalismo</p> <p>pedir <i>solicitação da</i> ajuda de negociadores mais eficazes</p> <p>busca [...] <i>por</i> meios para superar essa lacuna lidar</p>	<p><i>em conformidade com o negociado</i></p> <p>busca de <i>Buscar</i> oportunidades [...] <i>por meio de</i> relacionamento regular com o negociante</p>	<p>estabelecimento de relações [...] mutuamente satisfatórias com o cliente</p> <p>teste de qualidade <i>testada,</i> na perspectiva de para o cliente</p> <p>vender <i>venda de</i> outros itens</p> <p>impulso na carreira</p> <p><i>aquisição de</i> mais trabalho surge</p> <p>se lembrará de <i>nosso</i> nome / <i>reconhecimento</i> <i>profissional</i></p> <p>novas aquisições no futuro</p> <p>poderá indicar nos <i>possibilidade de</i> <i>indicação</i> para outros</p>	
--	--	---	---	--	--

	<p>relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente. Quem tem dificuldade em negociar bem deve pedir ajuda de negociadores mais eficazes ou buscar outros meios para superar essa lacuna.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Execução A execução ou entrega do produto ou serviço será feita “sob medida” também, pois, como dissemos, cada caso é um caso, porém é bom ter sempre em mente que aqui estará o verdadeiro teste de qualidade, na perspectiva do cliente. [...] Deve-se procurar oferecer pelo menos um pouquinho mais do que ele espera. Esse é o caminho para vender outros itens, dando impulso na carreira. Há um princípio que diz: quanto mais se trabalha eficientemente, mais trabalho surge. ▪ Acompanhamento Não se deve esquecer do cliente ao qual serviu. É necessário mantermos relacionamento regular, ainda que eventualmente distante, pois assim ele sempre se lembrará de nosso nome e, além de vir a fazer novas aquisições no 	<p><i>com as dificuldades de uma negociação</i></p> <p>execução “sob medida” <i>em conformidade com o negociado</i></p> <p>oferecer pelo menos um pouquinho mais do que ele espera / oferta superior ao negociado</p> <p>trabalha eficientemente / trabalho eficiente</p> <p>relacionamento regular <i>com o negociante</i></p>			
--	--	--	--	--	--

	futuro, poderá indicar-nos para outros.				
--	--	--	--	--	--

Apêndice E

Amostra da Etapa 5, referente à derivação de possíveis componentes de comportamentos constituintes de classes de comportamentos

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos
Rosa, 2013, p. 110-112, § 3	<p>Muita gente não sabe como levar tudo isso até os eventuais compradores. Essas pessoas não sabem por onde começar e por isso fecham-se para o mercado. O problema é que é lá que as oportunidades estão. Sem ir ao mercado não há como vender seus produtos.</p> <p>O processo de busca de oportunidades pode ser o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informação <p>Primeiro, é necessário ter informação adequada sobre o mercado, para não vir a criar, desenvolver ou ofertar coisas inviáveis. [...]</p>	informação adequada sobre o mercado	Buscar oportunidades por meio de informação adequada sobre o mercado	<p>Evitação da criação de inviabilidades</p> <p>Evitação do desenvolvimento de inviabilidades</p> <p>Evitação da oferta de inviabilidades</p> <p><u>oportunidades encontradas pela informação adequada sobre o mercado</u></p> <p><u>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</u></p> <p><u>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de informação adequada sobre o mercado</u></p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decisão 	<p>decisão sobre o que oferecer</p> <p>decisão sobre para quem oferecer</p>	Buscar oportunidades por meio de decisão sobre oferta	<p><u>oportunidades encontradas pela decisão sobre oferta</u></p>	

	<p>[...] o profissional decide o que exatamente deverá oferecer e para quem.</p> <ul style="list-style-type: none"> Promoção <p>[...] É a fase de promoção [...], contato e oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais. [...] se há uma promoção regular e sistemática dos produtos do profissional, surgirão interessados.</p> <ul style="list-style-type: none"> Proposta e negociação <p>Quando os interessados aparecem, é hora de fazer uma proposta bem-feita, com o preço pensado, com uma formatação adequada. [...] Cada proposta terá de ser feita “sob medida” para os interesses do cliente e as circunstâncias.</p> <p>[...] É necessário valorizar adequadamente o que se tem a oferecer. Muita gente desvaloriza suas ideias, projetos, credenciais, produtos porque teme colocar o preço</p>			<p><u>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</u></p> <p><u>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de decisão sobre oferta</u></p>	
	<p>oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais</p> <p>promoção regular dos produtos do profissional</p> <p>promoção sistemática dos produtos do profissional</p>		<p>Buscar oportunidades por meio de promoção</p>	<p>Surgimento de interessados</p> <p><u>oportunidades encontradas por meio de promoção</u></p> <p><u>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</u></p> <p><u>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de promoção</u></p>	
	<p>proposta com o preço calculado</p> <p>proposta com uma formatação adequada</p> <p>proposta para os interesses do cliente</p> <p>proposta de acordo com as circunstâncias</p>		<p>Buscar oportunidades por meio de proposta</p>	<p><u>oportunidades encontradas por meio de proposta</u></p> <p><u>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</u></p> <p><u>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de proposta</u></p>	

	<p>certo e perder o cliente. É fundamental aprender a lidar bem com isso, caso contrário, o profissional não vai avancar na carreira tanto quanto poderia. Uma negociação bem planejada, orientada por atitudes assertivas e racionais, conduzida com profissionalismo, é o caminho para o estabelecimento de relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente. Quem tem dificuldade em negociar bem deve pedir ajuda de negociadores mais eficazes ou buscar outros meios para superar essa lacuna.</p> <p>▪ Execução</p> <p>A execução ou entrega do produto ou serviço será feita “sob medida” também, pois, como dissemos, cada caso é um caso, porém é bom ter sempre em mente que aqui estará o verdadeiro teste de qualidade, na perspectiva do cliente. [...] Deve-se procurar oferecer pelo menos um pouquinho mais do que ele espera. Esse é o caminho para vender outros itens, dando impulso na carreira. Há um</p>	<p>valorização adequada do que se tem a oferecer</p> <p>precificação conforme calculado</p> <p>negociação planejada</p> <p>negociação orientada por atitudes assertivas</p> <p>negociação orientada por atitudes racionais</p> <p>negociação conduzida com profissionalismo</p> <p>solicitação da ajuda de negociadores mais eficazes</p> <p>busca por meios para lidar com as dificuldades de uma negociação</p>	<p>Buscar oportunidades por meio de negociação</p> <p>Buscar oportunidades por meio de execução em conformidade com o negociado</p>	<p>Avanço na carreira</p> <p>estabelecimento de relações duradouras</p> <p>estabelecimento de relações mutuamente satisfatórias com o cliente</p> <p><u>oportunidades encontradas por meio de negociação</u></p> <p><u>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</u></p> <p><u>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de negociação</u></p> <p>qualidade testada para o cliente</p> <p>venda de outros itens</p> <p>impulso na carreira</p> <p>aquisição de mais trabalho</p> <p><u>oportunidades encontradas pela execução em conformidade com o negociado</u></p>	
--	---	---	---	---	--

	<p>princípio que diz: quanto mais se trabalha eficientemente, mais trabalho surge.</p> <ul style="list-style-type: none"> Acompanhamento <p>Não se deve esquecer do cliente ao qual serviu. É necessário mantermos relacionamento regular, ainda que eventualmente distante, pois assim ele sempre se lembrará de nosso nome e, além de vir a fazer novas aquisições no futuro, poderá indicar-nos para outros.</p>			<p><u>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</u></p> <p><u>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de execução em conformidade com o negociado</u></p>	
		<p>relacionamento regular com o negociante</p>	<p>Buscar oportunidades por meio de relacionamento regular com o negociante</p>	<p>reconhecimento profissional</p> <p>novas aquisições no futuro</p> <p>possibilidade de indicação para outros</p> <p><u>oportunidades encontradas pelo relacionamento regular com o negociante</u></p> <p><u>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</u></p> <p><u>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de relacionamento regular com o negociante</u></p>	

Apêndice F

Amostra de resultado da Etapa 6, referente à proposição de nomenclaturas para as classes de comportamentos

Localização do trecho	Trecho original da obra selecionada como fonte de informação	Classes de estímulos antecedentes	Classes de respostas	Classes de estímulos consequentes	Classes de comportamentos
Rosa, 2013, p. 110-112, § 3	<p>Muita gente não sabe como levar tudo isso até os eventuais compradores. Essas pessoas não sabem por onde começar e por isso fecham-se para o mercado. O problema é que é lá que as oportunidades estão. Sem ir ao mercado não há como vender seus produtos.</p> <p>O processo de busca de oportunidades pode ser o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informação <p>Primeiro, é necessário ter informação adequada sobre o mercado, para não vir a criar, desenvolver ou ofertar coisas inviáveis. [...]</p>	informação adequada sobre o mercado	Buscar oportunidades por meio de informação adequada sobre o mercado	<p>Evitação da criação de inviabilidades</p> <p>Evitação do desenvolvimento de inviabilidades</p> <p>Evitação da oferta de inviabilidades</p> <p>oportunidades encontradas pela informação adequada sobre o mercado</p> <p>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</p> <p>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de informação adequada sobre o mercado</p>	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de informação adequada sobre o mercado

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decisão <p>[...] o profissional decide o que exatamente deverá oferecer e para quem.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promoção <p>[...] É a fase de promoção [...], contato e oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais. [...] se há uma promoção regular e sistemática dos produtos do profissional, surgirão interessados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proposta e negociação <p>Quando os interessados aparecem, é hora de fazer uma proposta bem-feita, com o preço pensado, com uma formatação adequada. [...] Cada proposta terá de ser feita “sob medida” para os interesses do cliente e as circunstâncias.</p> <p>[...] É necessário valorizar adequadamente o que se tem a oferecer. Muita gente</p>	<p>decisão sobre o que oferecer</p> <p>decisão sobre para quem oferecer</p>	<p>Buscar oportunidades por meio de decisão sobre oferta</p>	<p>oportunidades encontradas pela decisão sobre oferta</p> <p>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</p> <p>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de decisão sobre oferta</p>	<p>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de decisão sobre oferta</p>
	<p>oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais</p> <p>promoção regular dos produtos do profissional</p> <p>promoção sistemática dos produtos do profissional</p>	<p>Buscar oportunidades por meio de promoção</p>	<p>Surgimento de interessados</p> <p>oportunidades encontradas por meio de promoção</p> <p>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</p> <p>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de promoção</p>	<p>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de promoção</p>
	<p>proposta com o preço calculado</p> <p>proposta com uma formatação adequada</p> <p>proposta para os interesses do cliente</p>	<p>Buscar oportunidades por meio de proposta</p>	<p>oportunidades encontradas por meio de proposta</p> <p>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</p> <p>Aumento da probabilidade de aproveitamento das</p>	<p>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de proposta</p>

<p>desvaloriza suas ideias, projetos, credenciais, produtos porque teme colocar o preço certo e perder o cliente. É fundamental aprender a lidar bem com isso, caso contrário, o profissional não vai avançar na carreira tanto quanto poderia. Uma negociação bem planejada, orientada por atitudes assertivas e racionais, conduzida com profissionalismo, é o caminho para o estabelecimento de relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente. Quem tem dificuldade em negociar bem deve pedir ajuda de negociadores mais eficazes ou buscar outros meios para superar essa lacuna.</p> <p>▪ Execução</p> <p>A execução ou entrega do produto ou serviço será feita “sob medida” também, pois, como dissemos, cada caso é um caso, porém é bom ter sempre em mente que aqui estará o verdadeiro teste de qualidade, na perspectiva do cliente. [...] Deve-se procurar oferecer pelo menos um</p>	<p>proposta de acordo com as circunstâncias</p>		<p>oportunidades identificadas por meio de proposta</p>	
	<p>valorização adequada do que se tem a oferecer</p> <p>precificação conforme calculado</p> <p>negociação planejada</p> <p>negociação orientada por atitudes assertivas</p> <p>negociação orientada por atitudes racionais</p> <p>negociação conduzida com profissionalismo</p> <p>solicitação da ajuda de negociadores mais eficazes</p> <p>busca por meios para lidar com as dificuldades de uma negociação</p>	<p>Buscar oportunidades por meio de negociação</p>	<p>Avanço na carreira</p> <p>estabelecimento de relações duradouras</p> <p>estabelecimento de relações mutuamente satisfatórias com o cliente</p> <p>oportunidades encontradas por meio de negociação</p> <p>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</p> <p>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de negociação</p>	<p>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de negociação</p>
	<p>execução em conformidade com o negociado</p> <p>oferta superior ao negociado</p> <p>trabalho eficiente</p>	<p>Buscar oportunidades por meio de execução em conformidade com o negociado</p>	<p>qualidade testada para o cliente</p> <p>venda de outros itens</p> <p>impulso na carreira</p> <p>aquisição de mais trabalho</p>	<p>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de execução em conformidade com o negociado</p>

	<p>pouquinho mais do que ele espera. Esse é o caminho para vender outros itens, dando impulso na carreira. Há um princípio que diz: quanto mais se trabalha eficientemente, mais trabalho surge.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Acompanhamento <p>Não se deve esquecer do cliente ao qual serviu. É necessário mantermos relacionamento regular, ainda que eventualmente distante, pois assim ele sempre se lembrará de nosso nome e, além de vir a fazer novas aquisições no futuro, poderá indicar-nos para outros.</p>			<p>oportunidades encontradas pela execução em conformidade com o negociado</p> <p>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</p> <p>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de execução em conformidade com o negociado</p>	
		relacionamento regular com o negociante	Buscar oportunidades por meio de relacionamento regular com o negociante	<p>reconhecimento profissional</p> <p>novas aquisições no futuro</p> <p>possibilidade de indicação para outros</p> <p>oportunidades encontradas pelo relacionamento regular com o negociante</p> <p>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</p> <p>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de relacionamento regular com o negociante</p>	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de relacionamento regular com o negociante

<p>Rosa, 2013, p. 110-112, § 3</p>	<p>Muita gente não sabe como levar tudo isso até os eventuais compradores. Essas pessoas não sabem por onde começar e por isso fecham-se para o mercado. O problema é que é lá que as oportunidades estão. Sem ir ao mercado não há como vender seus produtos. O processo de busca de oportunidades pode ser o seguinte:</p> <p>§ Informação</p>				
--	---	--	--	--	--

<p>Primeiro, é necessário ter informação adequada sobre o mercado, para não vir a criar, desenvolver ou ofertar coisas inviáveis. [...]</p> <p>§ Decisão [...] o profissional decide o que exatamente e deverá oferecer e para quem.</p> <p>§ Promoção [...] É a fase de promoção [...], contato e oferta do que se tem a oferecer aos clientes</p>				
--	--	--	--	--

	<p>potenciais. [...] se há uma promoção regular e sistemática dos produtos do profissional, surgirão interessados.</p> <p>§ Proposta e negociação Quando os interessados aparecem, é hora de fazer uma proposta bem-feita, com o preço pensado, com uma formatação adequada. [...] Cada proposta terá de ser feita “sob medida” para os interesses</p>				
--	---	--	--	--	--

	<p>do cliente e as circunstâncias.</p> <p>[...] É necessário valorizar adequadamente o que se tem a oferecer. Muita gente desvaloriza suas ideias, projetos, credenciais, produtos porque teme colocar o preço certo e perder o cliente. É fundamental aprender a lidar bem com isso, caso contrário, o profissional não vai avançar na carreira tanto quanto</p>				
--	---	--	--	--	--

	<p>poderia. Uma negociação bem planejada, orientada por atitudes assertivas e racionais, conduzida com profissionalismo, é o caminho para o estabelecimento de relações duradouras e mutuamente satisfatórias com o cliente. Quem tem dificuldade em negociar bem deve pedir ajuda de negociadores mais eficazes ou buscar outros</p>				
--	--	--	--	--	--

	<p>meios para superar essa lacuna.</p> <p>§ Execução</p>				
--	---	--	--	--	--

	<p>A execução ou entrega do produto ou serviço será feita “sob medida” também, pois, como dissemos, cada caso é um caso, porém é bom ter sempre em mente que aqui estará o verdadeiro teste de qualidade, na perspectiva do cliente. [...] Deve-se procurar oferecer pelo menos um pouquinho mais do que ele espera. Esse é o caminho para vender outros</p>				
--	---	--	--	--	--

	<p>ítems, dando impulso na carreira. Há um princípio que diz: quanto mais se trabalha eficientem ente, mais trabalho surge.</p> <p>§ Acompanh amento Não se deve esquecer do cliente ao qual serviu. É necessário mantermos relacionam ento regular, ainda que eventualme nte distante, pois assim ele sempre se lembrará</p>				
--	---	--	--	--	--

	de nosso nome e, além de vir a fazer novas aquisições no futuro, poderá indicarnos para outros.				
		informação o adequada sobre o mercado	<p><i>Buscar oportunidades por meio de informação adequada sobre o mercado</i></p>	<p><i>Evitação da criação de inviabilidades</i></p> <p><i>Evitação do desenvolvimento de inviabilidades</i></p> <p><i>Evitação da oferta de inviabilidades</i></p> <p><i>oportunidades encontradas pela informação o adequada sobre o mercado</i></p>	<p><i>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de informação adequada sobre o mercado</i></p>

				<p><i>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</i></p> <p><i>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de informação adequada sobre o mercado</i></p>	
		<p><i>decisão sobre o que oferecer</i></p> <p><i>decisão sobre para quem oferecer</i></p>	<p><i>Buscar oportunidades por meio de decisão sobre oferta</i></p>	<p><i>oportunidades encontradas pela decisão sobre oferta</i></p> <p><i>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado</i></p>	<p><i>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de decisão sobre oferta</i></p>

				<p><i>profission al</i></p> <p><i>Aumento da probabilid ade de aproveita mento das oportunida des identificad as por meio de decisão sobre oferta</i></p>	
		<p>oferta do que se tem a oferecer aos clientes potenciais promoção regular dos produtos do profission al promoção sistemátic a dos produtos do profission al</p>	<p><i>Buscar oportunid ades por meio de promoção</i></p>	<p><i>Surgiment o de interessad os</i></p> <p><i>oportunida des encontrad as por meio de promoção</i></p> <p><i>Identificaç ão de oportunid ades disponívei s no mercado</i></p>	<p><i>Buscar oportunidade s no mercado profission al por meio de promoção</i></p>

				<i>profissional</i> <i>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de promoção</i>	
		proposta com o preço calculado proposta com uma formatação adequada proposta para os interesses do cliente	<i>Buscar oportunidades por meio de proposta</i>	oportunidades encontradas por meio de proposta <i>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</i> <i>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades</i>	<i>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de proposta</i>

		proposta de acordo com as circunstâncias		des <i>identificadas por meio de proposta</i>	
		valorização adequada que se tem a oferecer precificação conforme calculado negociação planejada negociação orientada por atitudes assertivas	<i>Buscar oportunidades por meio de negociação</i>	Avanço na carreira estabelecimento de relações duradouras estabelecimento de relações mutuamente satisfatórias com o cliente oportunidades encontradas por meio de negociação	<i>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de negociação</i>

	<p>negociação orientada por atitudes racionais</p> <p>negociação conduzida com profissionalismo</p> <p><i>solicitação da ajuda de negociadores mais eficazes busca por meios para lidar com as dificuldades de uma negociação</i></p>	<p><i>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</i></p> <p><i>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de negociação</i></p>	
--	---	--	--

		<p>execução em conformidade com o negociado oferta superior ao negociado trabalho eficiente</p>	<p>qualidade testada para o cliente</p> <p>venda de outros itens</p> <p>impulso na carreira aquisição de mais trabalho oportunidades encontradas pela execução em conformidade com o negociado</p> <p>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</p>	<p>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de execução em conformidade com o negociado</p>
--	--	---	--	--

				<i>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de execução em conformidade com o negociado</i>	
		<i>relacionamento regular com o negociante</i>	<i>Buscar oportunidades por meio de relacionamento regular com o negociante</i>	<i>reconhecimento profissional novas aquisições no futuro possibilidades de indicação para outros oportunidades encontradas pelo relacionamento regular com o negociante</i>	<i>Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de relacionamento regular com o negociante</i>

			<i>Identificação de oportunidades disponíveis no mercado profissional</i>	
			<i>Aumento da probabilidade de aproveitamento das oportunidades identificadas por meio de relacionamento regular com o negociante</i>	

Apêndice H

Amostra de resultado da Etapa 7, referente às nomenclaturas definidas para as classes de comportamentos - constando em branco as células destinadas à nomenclatura definida em função de as nomenclaturas originadas não terem sofrido modificações

Localização	Nomenclatura Originada	Nomenclatura Definida
2-2	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de informação adequada sobre o mercado	
2-2	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de decisão sobre oferta	
2-2	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de promoção	
2-2	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de proposta	
2-2	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de negociação	
2-2	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de execução em conformidade com o negociado	
2-2	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de relacionamento regular com o negociante	

Apêndice I

Amostra de resultado da Etapa 8, referente à categorização das classes de comportamentos de acordo com suas funções

Busca de oportunidade no mercado profissional

1. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de informação adequada sobre o mercado
 2. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de decisão sobre oferta
 3. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de promoção
 4. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de proposta
 5. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de negociação
 6. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de execução em conformidade com o negociado
 7. Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de relacionamento regular com o negociante
-

Apêndice J

Amostra de resultado da Etapa 9, referente à organização das categorias em repertórios comportamentais

Repertório para obtenção de oportunidade profissional	Busca de oportunidade no mercado profissional
	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de informação adequada sobre o mercado
	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de decisão sobre oferta
	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de promoção
	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de proposta
	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de negociação
	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de execução em conformidade com o negociado
	Buscar oportunidades no mercado profissional por meio de relacionamento regular com o negociante
	Cumprimento de requisitos por objetivo profissional
	Cumprir os requisitos para candidatar-se a uma oportunidade profissional
	Aceitar tarefas para as quais precisará desenvolver comportamentos pré-requisitos
	Desenvolver os comportamentos pré-requisitos para o desempenho de uma tarefa
	Atender aos desejos de maior potencial no mercado profissional
	Ofertar o que se tem de maior potencial para o mercado profissional
	Contatar pessoalmente as pessoas específicas identificadas
	Ofertar produto definido aos clientes potenciais
	Executar possibilidade de alcance do mercado-alvo definido
	Promover os produtos de modo a viabilizar o surgimento de interessados
	Realizar proposta que atenda aos possíveis interesses do cliente
	Executar mais do que o que foi negociado de modo a estabelecer novas negociações
	Atualizar-se profissionalmente de modo a aumentar a quantidade de opções profissionais
	Aproximar-se de uma oportunidade profissional por meio de ações que viabilizam mudanças
	Agir de modo que alcance uma oportunidade profissional
	Desenvolvimento de projetos profissionais
	Atender as necessidades da comunidade profissional em que está inserido
	Viabilizar que informações sobre experiências próprias, que podem ser úteis para a comunidade profissional em que está inserido, sejam entregues aos ocupantes de posição hierárquica superior
	Apresentar possibilidades que contribuam com a qualidade de vida do interlocutor
	Transformar uma ideia em um projeto mais detalhado e abrangente
	Analisar produtos de maior potencial para o mercado profissional
	Analisar mercados que podem ser atendidos
Definir produto a ser ofertado	
Definir mercado-alvo do produto	
Decidir oferta de modo a atingir maior potencial no mercado profissional	

Decidir público da oferta de modo a atingir maior potencial no mercado profissional
Obtenção de informações úteis à atuação profissional
Pesquisar atividades sociais das quais participam pessoas que podem ter informações ocupacionais necessárias
Inserir-se em grupos sociais dos quais participam pessoas que podem ter informações ocupacionais necessárias
Identificar possibilidades de permutas entre contribuições
Pesquisar produtos de maior potencial para o mercado profissional
Pesquisar mercados que podem ser atendidos
Identificar empresas compatíveis com o mercado-alvo definido
Identificar pessoas específicas para as quais possam ser realizadas a oferta
Identificar veículos para promoção do produto de modo que viabilizem o alcance do mercado-alvo definido
Solicitar a ajuda de negociadores mais eficazes, aumentando a probabilidade de estabelecer negócio com o cliente
Buscar meios para lidar com as dificuldades de uma negociação, aumentando a probabilidade de estabelecer negócio com o cliente
Precificação da própria mão de obra
Calcular preço do produto de modo coerente com a proposta
Precificar o produto de modo coerente com a proposta
Realizar proposta que considere o preço calculado
Manejo de recursos para o âmbito profissional
Identificar o que dispõe para ser usado como recurso
Negociar recursos quando possível para que um acordo seja realizado
Solicitar desconto na negociação de recursos quando possível
Buscar formas criativas de negociação de recursos
Realizar atividades profissionais de modo coerente ao conhecimento disponível sobre elas
Usar o que a natureza ou a vida social propiciou para benefício da própria carreira
Usar eficientemente os recursos para uma atuação profissional sustentável em longo prazo
Preservar recursos favoráveis à qualidade de vida futura
Identificar formas de preservar a saúde enquanto os recursos são abundantes
Alcançar metas relacionadas ao acúmulo de recursos
Usufruir das oportunidades de alcance dos resultados por meio de outros profissionais
Atender às necessidades da própria saúde de modo a aumentar a quantidade de opções profissionais
Investir tempo de modo que alcance padrões de excelência modernos
Investir energia de modo que alcance padrões de excelência modernos
Iniciar um negócio considerando os recursos e as informações adequadas de que dispõe de modo a evitar decisões inconsequentes
<i>SUBCATEGORIA: Manejo de recursos financeiros</i>
Comparar custo e benefício entre recursos referentes a bens e finanças
Comparar alternativas de preço entre os recursos referentes a bens e finanças
Comparar alternativas de qualidade entre os recursos referentes a bens e finanças

Conhecer as modalidades de crédito disponíveis para obtenção de recursos
Usar as modalidades de crédito de menor custo para obtenção de recursos de modo que reduza a probabilidade do surgimento de dificuldades financeiras
Evitar juros rotativos de cartão de crédito e de cheque especial de modo que reduza a probabilidade do surgimento de dificuldades financeiras
Transformar dívidas de curto prazo com juros acima da média em dívidas de longo prazo de modo que reduza a probabilidade do surgimento de dificuldades financeiras
Preservar crédito próprio de modo que reduza a probabilidade do surgimento de dificuldades financeiras
Preservar parte da receita financeira para necessidades futuras
Dar ênfase à acumulação de recursos durante a condução da própria carreira de modo que seja ampliada a própria capacidade de gerar renda
Contratar pessoa física ou jurídica com base nos requisitos de seleção de modo congruente ao próprio poder aquisitivo
Poupar recursos financeiros de modo a aumentar a quantidade de opções profissionais
Reconhecimento profissional
Executar ações que são recordáveis para quem pode exercer influência sobre oportunidades profissionais
Participar dos mesmos eventos que as pessoas que podem exercer influência sobre oportunidades profissionais
Pesquisar formas de ser conhecido pelas atividades profissionais executadas
Agir prontamente diante das oportunidades profissionais
Executar ações de modo que seja notado por quem pode influenciar aspectos profissionais
Executar ações de modo que seja notado por profissionais que ocupam posição hierárquica equivalente
Executar ações de modo que seja notado por profissionais que ocupam posição hierárquica superior
Executar ações de modo que seja notado por potenciais clientes
Executar ações de modo que seja notado por potenciais parceiros profissionais
Demonstrar-se capaz de atender as necessidades de pessoas que podem eleger um candidato a uma oportunidade profissional
Iniciar uma interação que aumente a probabilidade de ser reconhecido pela pessoa com quem interage
Cumprimentar de modo a aumentar a probabilidade de ser reconhecido pela pessoa cumprimentada
Iniciar uma conversa que aumente a probabilidade de ser reconhecido pela pessoa com quem conversa
Identificar possibilidades de execução de ações que viabilizem a popularidade
Expor-se quando em contexto que possa beneficiar a própria imagem
Executar ações de modo eficiente de modo a estabelecer novas negociações
Valorizar as próprias qualidades sem subvalorização ou supervalorização
Ressaltar características pessoais de destaque para que contribuam ao próprio crescimento profissional