



O USO DE FERRAMENTAS DIGITAIS COMO INSTRUMENTO PARA A INSERÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO: UMA AVALIAÇÃO A PARTIR DE UM CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Élida Clara Rodrigues¹

Ramon Henrique Abreu Oliveira²

Clodoaldo Fabricio Jose Lacerda³

RESUMO

As mídias sociais estão presentes no nosso cotidiano, como também a busca por um lugar no mercado de trabalho. Este artigo tem como intuito apresentar como as ferramentas digitais tem influenciado no processos de recrutamento e seleção, como objetivo busca-se conhecer quais são as ferramentas digitais que os alunos do curso de administração do Uniptan estão utilizando para que possam ingressar no mercado de trabalho, através dos objetivos específicos serão apresentados os conceito de mercado de trabalho para esta área, as ferramentas digitais utilizadas, os processos de recrutamento e seleção e o perfil do administrador. Na metodologia foram usadas como técnicas de trabalho, a pesquisa descritiva com natureza qualitativa e o método de estudo de caso, onde foi possível concluir que os acadêmicos do curso Administração estão atentos a respeito das redes sociais para inserção no mercado de trabalho. Como resultados prévio se evidenciaram que os alunos estão utilizando de redes sociais para se incluem no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Ferramentas digitais. Mídias Sociais. Organizações. Recrutamento e Seleção.

¹ Graduanda do curso de Administração do Centro Universitário Presidente Tancredo de Almeida Neves – UNIPTAN – elidaclara3@gmail.com.br

² Graduando do curso de Administração do Centro Universitário Presidente Tancredo de Almeida Neves – UNIPTAN – ramonhenrique3@gmail.com.br

³ Professor do curso de Administração do Centro Universitário Presidente Tancredo de Almeida Neves – UNIPTAN - clodoaldolacerda@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho é composto por empresas que precisam de mão obra disponível e qualificada e pessoas que buscam por um emprego, dentro dessa união existe uma troca mútua onde o colaborador entra com sua força de trabalho e em troca é remunerado pela empresa. Nesta era tão globalizada onde muitas pessoas buscam sua inserção no mercado de trabalho foi necessário que as empresas buscassem ferramentas que facilitassem esse processo.

O que acontece é que muitos estudantes procuram por um emprego durante o período de sua graduação, onde buscam encontrar uma área em que se identifiquem e assim possam começar suas experiências no mercado de trabalho. Magalhães & Bendassoli (2013, p. 435) compreendia que “O trabalho é uma atividade central na experiência do ser humano com o mundo.”. Sendo assim podemos compreender que ele é grande significancia na vida de todas as pessoas, sendo necessário para a sobrevivência da sociedade.

A internet é uma ferramenta de muita importância para os jovens que estão em busca de um emprego, uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020) no ano de 2019 mostrou que cerca de 82,7% dos domicílios no Brasil possuem acesso à internet. Portanto ela se tornou um instrumento facilitador neste meio para as empresas, como uma forma de fazer a seleção e recrutamento dos candidatos, de modo que os mesmos façam todo o processo ou uma parte dele de forma online.

Uma empresa de tecnologia de Rh, chamada InfoJobs (2021) realizou um estudo que revelou que 53% das empresas já contrataram de forma 100% digital e 24% das empresas que ainda não utilizam esse modelo de seleção e recrutamento desejam aderir. Sendo assim, esse assunto é de grande relevância, pois através dele será possível identificar as melhores ferramentas que estão sendo utilizadas no meio digital e de qual maneira os estudantes de administração do Uniptan estão aplicando isso no seu dia-a-dia para irem em busca um emprego.

Desta forma o problema de pesquisa desse estudo é: Como as empresas estão realizando seus processos seletivos de forma digital e quais são os meios que elas utilizam para encontrar esses candidatos, buscando compreender como elas estão mudando ou se adaptando para o digital?

Sendo assim esse estudo de caso tem como objetivo geral conhecer quais são as ferramentas digitais que os alunos do curso de administração do Uniptan estão utilizando para que possam ingressar no mercado de trabalho, assim apresentando as mídias sociais disponíveis

na internet e utilizadas pelo mercado para que os mesmos possam conhece-las e se preparar para os processos seletivos.

Busca-se também compreender como objetivos específicos o conceito de mercado de trabalho para esta área, as ferramentas que as empresas buscam na hora de escolher os candidatos para a vaga, conceituando e apresentando os processos de recrutamento e seleção, como também as redes sociais e sites de emprego e quais são os seus diferenciais e o perfil do administrador nos dias atuais.

Para esta pesquisa serão utilizadas como técnicas de trabalho, a pesquisa descritiva com natureza qualitativa e o método de estudo de caso, onde por meios de levantamentos que serão realizados através de formulários online com os estudantes do curso de administração iremos realizar a apuração desses dados.

Pretende-se nesse estudo discorrer no referencial teórico sobre o mercado de trabalho, o processo de recrutamento seleção, redes sociais e o perfil do administrador contemporâneo, realizando um estudo com alunos no curso de administração para se compreender como procuram trabalho no mercado tendo em vista as ferramentas digitais disponíveis.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este referencial busca apresentar os conceitos teóricos como também as respectivas falas de autores renomados que buscam explicar e demonstrar de forma simples e descomplicada os conceitos a respeito de mercado de trabalho para o administrador, como funcionam os processos de recrutamento e seleção aplicados pelas empresas, como também apresentar as mídias sociais e suas características nesse processo, finalizando com o perfil do administrador exigido nos dias atuais.

2.1 MERCADO DE TRABALHO PARA O ADMINISTRADOR

O mercado de trabalho é definido por Banov (2020, p. 21) como “às vagas oferecidas pelas empresas, sendo regulado pelo mecanismo de oferta e procura que se reflete nos critérios de seleção de pessoas e nos demais subsistemas de recursos humanos”, o autor Chiavenato (2022) complementa que o mercado de trabalho é composto por oportunidades de trabalho oferecidas pelas organizações em determinado lugar e tempo, sendo definida pelas empresas e suas oportunidades de emprego.

O trabalho é algo vital na vida de todas as pessoas, ele é imprescindível para a vida em sociedade, através dele é possível que as pessoas se desenvolvam tanto no âmbito profissional

mas também no pessoal.

“Normalmente nos deparamos com diversos significados atribuídos ao trabalho: trabalho como forma de realização, trabalho como disciplina do intelecto, trabalho como forma de sobrevivência. Temos como consequências as concepções sobre o trabalho: liberal, trabalho realizado nas organizações, trabalho dirigido, trabalho manipulado. Enfim, o trabalho surge como uma das formas de relação do homem com o meio no qual se insere. O significado dessas concepções tende a variar de acordo com o grau de influência das mesmas, sobre o sistema de valores do indivíduo, autoestima; elas estão relacionadas com expectativas e vivências dos envolvidos e com as oportunidades e disponibilidades que o próprio meio social a ela oferece.” (KANAAANE, 2006, p.22).

Chiavenato (2022) ainda diz que o mercado de trabalho se estabelece pela oferta e procura de emprego, sendo possível encontrar três cenários diferentes. Onde no primeiro cenário ocorre a oferta maior que procura, que equivale há mais vagas disponíveis no mercado do que candidatos para preenchê-las, nesse caso é necessário que as empresas realizem investimentos no processo de recrutamento, os torne mais flexíveis e menos rigorosos, invistam no treinamento de pessoal para compensar os candidatos inadequados e ofereçam salários mais atrativos e já para os candidatos dá a oportunidade de escolha entre as organizações que iram lhe oferecer as melhores vantagens.

No segundo e terceiro cenário citado por Chiavenato (2022) é encontrado o equilíbrio, ou seja a oferta é equivalente a procura e por fim é possível visualizar a oferta menor que procura, que é quando ocorre um número de vagas disponíveis menor e candidatos em excesso, nesse caso as empresas fazem um baixo investimento no processo de recrutamento, tornam eles mais rigorosos, baixo investimento em treinamento pois procura por profissionais já treinados, oferecem salários menores e para os candidatos a concorrência acaba aumentando, assim muitas das vezes acabam aceitando salários menores do que sua qualificação com medo de permanecer desempregado.

Sendo assim, avaliando o mercado de trabalho de acordo com Bruno (1996, apud, GONDIM, 2002, p.300), “a proporção candidato/vaga tem crescido substancialmente, reafirmando a condição de que poucos profissionais conseguem preencher os requisitos exigidos pelo mercado de trabalho.” Se torna necessário que os candidatos as vagas se diferenciem perante os outros. Sendo assim os profissionais devem buscar diferenciais na sua qualificação perante os seus concorrentes para que possam se destacar nos processos de recrutamento e seleção que serão apresentados no próximo tópico e assim se sobressair no mercado de trabalho.

2.2 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

“As organizações funcionam por meio das pessoas, que delas fazem parte e que decidem e agem em seu nome”, (CHIAVENATO, 2004, p. 5) ou seja, são as pessoas que dão a vida as organizações, sem elas nada existiria. De acordo com Chiavenato (2015, p. 154) “Para ser eficaz, o recrutamento deve atrair um contingente de candidatos suficiente para abastecer adequadamente o processo de seleção.”

Para Chiavenato (2022) as pessoas e as organizações estão de forma contínua e recíproca tentando atrair uns aos outros. Banov (2020) diz que o recrutamento nada mais é do que a forma que a empresa busca para encontrar e conseguir chamar a atenção dos potenciais candidatos qualificados para o cargo .

Para Oliveira (2008, p. 98) o sucesso nessa etapa ocorre quando:

[...] correta divulgação da vaga, com a descrição detalhada do cargo, os pré-requisitos e as competências necessárias. Vale ressaltar que o recrutamento pode ser feito interno ou externo: atraindo pessoal já contratado pela empresa ou buscando candidatos que não têm vínculo direto com a empresa no mercado de trabalho.

O recrutamento para Ferreira (2014) pode ser interno, externo ou misto. Ela complementa que o recrutamento interno é aquele que ocorre dentro da própria empresa, ele é bastante vantajoso pois além de motivar os empregados, é mais econômico e rápido. Já o recrutamento externo é o que feito com pessoas que estão de fora da empresa, busca encontrar pessoas qualificadas do mercado que tragam um diferencial, porém é mais caro e demorado. O recrutamento misto é junção do recrutamento interno e externo, onde ocorre um opção maior de candidatos para a empresa selecionar.

Recrutamento e seleção fazem parte de um mesmo processo, onde no recrutamento se busca atrair o candidato desejado para a vaga e na seleção será feita a escolha daquele que mais irá se encaixar a vaga. Em princípio, Chiavenato (2020) conceitua a etapa de seleção sendo a escolha entre os candidatos recrutados, o que mais se encaixa na vaga em busca de conseguir o melhor resultado para a organização e o funcionário.

O autor Robbins (2013) diz que as empresas buscam prever quais candidatos serão bem sucedidos se contratados, ou seja, quais irão se desenvolver bem as atividades que serão propostas de acordo com o que a empresa entendi como o ideal. De acordo com Banov (2020, p.63) “As empresas baseiam-se no perfil do cargo e nas hard e soft skills adequadas ao seu propósito e à sua cultura para estabelecerem os seus critérios de seleção.”

Sendo assim Tizott (2004), deixa expresso que a empresa que souber melhor valorizar seus profissionais, como suas particulares e potencialidades se destacará perante as outras. E uma estratégia de muitas organizações são buscar pelos profissionais que mais se adequam ao cargo, pois empresas 100% dos clientes são pessoas. 100% dos funcionários são pessoas. Se

você não entende de pessoas, você não entende de negócios.

Desse modo para facilitar o processo, as empresas buscaram meios que facilitassem a etapa de recrutamento e seleção, de forma que pudesse atrair candidatos cada vez mais qualificados, com um custo menor de uma maneira mais prática a todos. A maneira mais viável foi a utilização das Tecnologias da Informação, de acordo com Jones (1998), recrutamento e seleção de forma online é uma forma eficiente e auxilia na vantagem competitiva, desse modo na sequência serão apresentadas algumas das redes sociais mais utilizadas pelos estudantes.

2.3 REDES SOCIAIS

As pessoas estão sempre em busca de maneiras para se manterem integradas num ambiente social, que por si se encontra em constante mudança (ALMERI ET AL, 2014). Em uma sociedade cada vez mais *online* o relacionamento entre as pessoas migrou para sites, tidos como Redes Sociais (MACHADO, 2016).

De acordo com Marques (2017) as Redes Sociais começaram a ganhar maturidade há cerca de dez anos e há cerca de cinco anos multiplicaram-se, adquirindo cada vez mais utilizadores. Desde o começo do século XXI até os dias atuais as Redes Sociais estão se tornando muito ativas na vida das pessoas (MICHAEL PAGE, 2017).

As Redes Sociais nada mais é que um conjunto de pessoas que estão interligadas através do uso da internet e com uma aplicação da informática para o feito (MACHADO, 2016). Para Araujo (2012,p. 2): “redes sociais são meios de relações interpessoais e sociais na internet, nos quais as pessoas se conectam umas com as outras.”, e compartilham informações em busca de objetivos e valores comuns, mediante as relações, seja pessoas, instituições ou grupos, para cada vez mais se aproximarem em questões de interesse pessoal ou profissional (CARDOSO,2016).

As redes sociais são uma realidade do nosso cotidiano, tanto no Brasil quanto no Mundo. Em matéria publicada pelo site Escola de E-Commerce (2022), destaca-se as redes sociais mais utilizadas no Brasil, segundo relatórios elaborados por *We Are Social e Hootsuite*.

- **WhatsApp** – O aplicativo mais popular entre todos, está presente em praticamente todos *smartphones*. Conta com cerca de 165 milhões de usuários, 80% das pessoas o utilizam para manter comunicação com as empresas. (MATSUE, 2021).
- **Instagram** – A 3ª rede social mais utilizada no Brasil, conta com mais de 120 milhões de usuários, ou seja 47% da população brasileira acessa a rede

diariamente. Ultimamente vem sendo utilizada com perfis profissionais afim de divulgar seus serviços e produtos. (KEMP, 2022)

- **Facebook** – É a rede social mais utilizada do mundo com mais de 2,91 bilhões de contas ativas, sendo 116 milhões contas brasileiras. O facebook é uma rede muito versátil, reúne muitas funcionalidades, servindo para negócios ou para conhecer pessoas. (KEMP, 2022)
- **LinkedIn** – É uma rede social voltada para uso profissional, lançada em 2002, o serviço reúne 850 milhões de usuários espalhados por 200 países além de 58 milhões de empresas listadas. É possível usar-lo como ferramenta de procura de emprego e busca por novas oportunidades de trabalho. Cada perfil é um currículo, que o usuário descreve suas experiências, habilidades e sua área de atuação, afim de facilitarem a sua descoberta por perfil de recrutadores. O Brasil é o 3º em número de usuários cadastrados na plataforma, conta com cerca de 58 milhões de brasileiros. (KEMP, 2022)

Sabendo da importância das redes sociais no mundo contemporâneo nos processos de recrutamento e seleção, é necessário que haja candidatos qualificados para a ocupação dessas vagas, portanto é de grande importância compreender qual o perfil de administrador que as organizações estão procurando, no parágrafo abaixo será possível compreender quais as qualidades e habilidades indispensáveis que o estudante do curso de Administração deve priorizar para ser um bom profissional.

2.4 O PERFIL DO ADMINISTRADOR CONTEMPORÂNEO

As organizações compõem nossa sociedade, Arantes (1994) diz que a finalidade para a qual a empresa existe é fundamental para sua existência, pois é em função de como vê esse papel que a empresa define seus rumos e seus objetivos, que estabelece suas práticas e avalia seu desempenho.

Chiavenato (2000, p. 8) explica que “é uma entidade social composta de pessoas que trabalham juntas e deliberadamente estruturadas em uma divisão de trabalho para atingir um objetivo comum.” Ainda segundo Chiavenato (1994) “o homem moderno passa a maior parte do seu tempo dentro de organizações, das quais depende para nascer, viver, aprender, trabalhar, ganhar seu salário, curar suas doenças, obter todos os produtos e serviços de que necessita”

As organizações atualmente estão em constante mudança e evolução, pois é através dessas

instituições que mundo se molda. Chiavenato (2000, p. 27) diz como “as organizações de hoje são diferentes das de ontem e, provavelmente, amanhã e no futuro distante apresentarão diferenças ainda maiores.” Para Maximiano (1992) uma organização é constituída de esforços individuais que tem como objetivo realizar propósitos coletivos”.

Após o globalização, houve uma crescente competição entre as empresas e para se manter no mercado é necessário se destacar, de acordo com Dessler (2003, p.5) “as organizações hoje vivem sob uma crescente pressão para serem competitivas”. “A organização não é instituição, mas uma atividade regeneradora permanente em todos os níveis, e que se baseia na computação, na elaboração das estratégias, na comunicação, no diálogo.” (MORIN, 2003, p. 275).

Para Hamptom (1980), todas essas organizações são conduzidas pelas decisões de uma ou mais pessoas que são chamados de administradores. É através dos administradores que são alocados os recursos da organização. Para Drucker (1998, p. 3). “O Administrador é o elemento dinâmico e vital de toda e qualquer empresa. Sem a sua liderança, os “recursos de produção” permanecem recursos e nunca se tornam produção.”

O autor Chiavenato (2003, p.3) afirma que o administrador é responsável por “efetuar diagnósticos de situações, define estratégias, dimensiona recursos, planeja sua aplicação, utiliza tecnologias, aplica competências, resolve problemas, gera inovação e competitividade.”

É necessário que os administradores possuam certas habilidades e competências de acordo com Carvalho (1999 p. 81) “A capacidade de auto aperfeiçoamento e a constante busca do ser humano são a raiz de toda aprendizagem, inclusive da aprendizagem organizacional.” Fleury (2004, p.35) completa que ser um administrador é: “um saber agir responsável e reconhecido, que implica mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos, habilidades, que agreguem valor econômico à 25 organização e valor social ao indivíduo”

Com o intuito de facilitar a compreensão acerca desse tema e entender o conhecimento dos alunos, foi elaborada uma pesquisa para conhecer o perfil dos alunos do curso de administração e seus domínios com a utilização das mídias sociais. Onde será apresentado no próximo tópico a metodologia aplicada, como também os resultados e discussões da pesquisa.

3. METODOLOGIA

Para essa pesquisa foi utilizada como técnica de trabalho a pesquisa descritiva com abordagem qualitativa e através de uma coleta primária de dados por meio de questionários estruturados foram feitas as análises por meio de estudo de caso com os alunos da instituição citada do curso de Administração.

A pesquisa descritiva segundo Cervo e Bervian (2002, p. 66) “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los.” Porém os mesmos autores ressaltam que a observação não se torna o suficiente para adquirir os conhecimentos necessários, tornando-se essencial que todo o processo seja registrado cuidadosamente para assim ser descrito (CERVO, BERVIAN, 2007).

Dentro da pesquisa descritiva, a utilização da abordagem qualitativa é apresentada por Denzin e Lincoln (2006, p. 17) como “uma atividade situada que localiza o observador do mundo. Consiste em um conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo.” Sendo assim é possível compreender que a finalidade da pesquisa qualitativa é a de descrever e entender o que ocorre em determinadas situações.

O autor Minayo (2003, p. 21) a conceitua como há que “trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos a operacionalização de variáveis.”

Como técnica de análise foi empregado o estudo de caso, que é citado por Yin (2010, p. 39), como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes.”

Sendo assim um estudo de caso pode ser descrito como o estudo sobre determinado assunto afim de compreender determinada situação e suas características, sem interferir no processo apenas relatando com sua percepção (FONSECA, 2002).

Para a coleta de dados buscou-se através de questionários estruturados apurar os dados de forma conjunta e organizada, pois Gil (1999, p.128), os questionários estruturados podem ser definidos “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

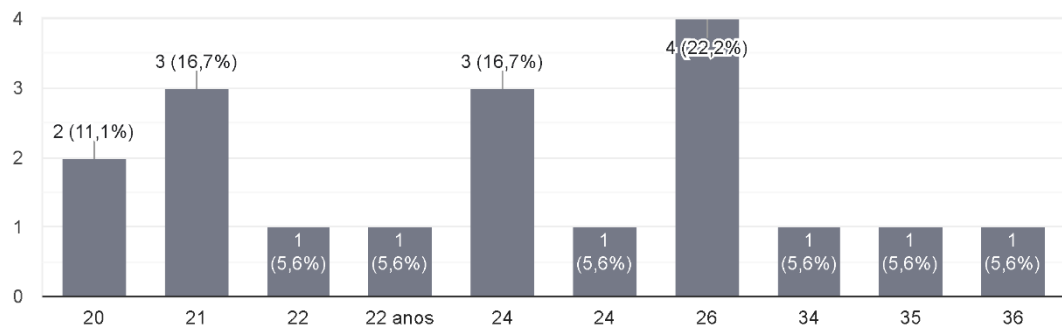
Para compreender a opinião a respeito do tema abordado e conhecer os alunos do curso de Administração do Uniptan, foi realizado uma pesquisa com a aplicação de um questionário aleatório que era composto por 13 questões objetivas e 1 questão discursiva. A pesquisa contou com a participação

de 18 pessoas, sendo que no ano de 2022 estavam matriculados 131 alunos, atingindo 14% de abrangência.

Grafico 1 – Idade dos participantes

Qual a sua idade?

18 respostas



Fonte: Dados da pesquisa

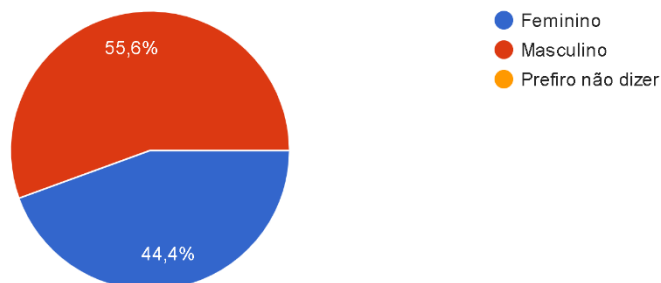
Pode-se observar que 22,2% dos participantes tem 26 anos, 16,7% tem 21 e 24 anos respectivamente, 11,1% tem 20 anos e com 5,6% tem 22, 24, 34, 35 e 36 anos respectivamente.

Em seguida foi questionado o gênero do entrevistado, sendo obtido os resultados da tabela a seguir.

Grafico 2 – Gênero dos participantes.

Qual o seu gênero?

18 respostas



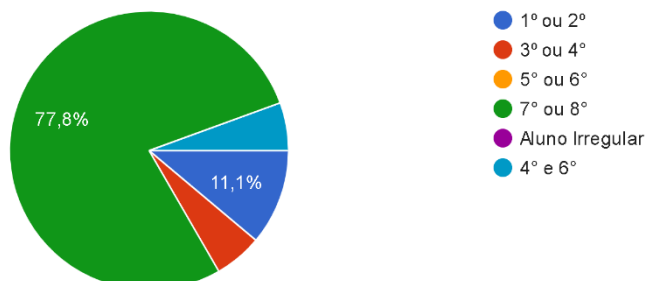
Fonte: Dados da pesquisa.

Podemos observar que do total dos participantes 44,4% são pessoas identificadas do sexo feminino e 55,6% são do sexo masculino.

Grafico 3 – Período dos participante.

Qual período esta cursando atualmente?

18 respostas



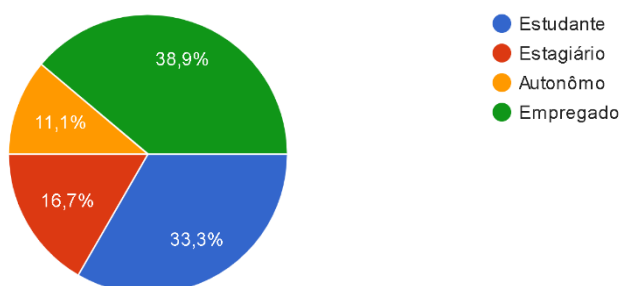
Fonte: Dados da pesquisa.

Agora em relação ao período que o participante está cursando, foi identificado uma predominância entre o 7º e 8º período com 77,8% do total dos entrevistados, em segundo com 11,1% cursando entre o 1º e 2º período e com 5,6% os entrevistados estão cursando do 3º ou 4º e 5º e 6º período respectivamente.

Grafico 4 – Ocupação do entrevistado.

No momento, qual sua ocupação?

18 respostas



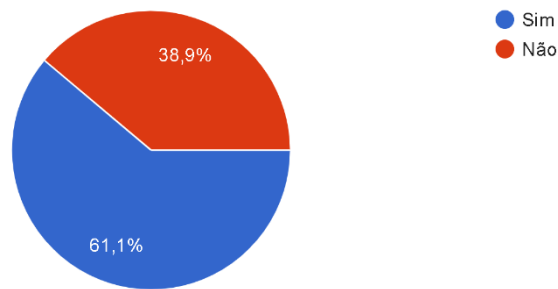
Fonte: Dados da pesquisa.

Dando continuidade aos questionamentos da pesquisa, foi explanado qual a ocupação do entrevistado, do total 38,9% encontra-se empregado, 33,3% se dedica exclusivamente aos estudos, 16,7% está em processo de estágio e 11,1% é autônomo. Esses dados se tornam verídicos pois de acordo com Kananne (2006, p 22) “o trabalho surge

como uma das formas de relação do homem com o meio no qual se insere”, desse modo sendo imprescindível na vida em sociedade.

Grafico 5 – Atuação na área de graduação.

Você já atua na área de sua graduação?
18 respostas



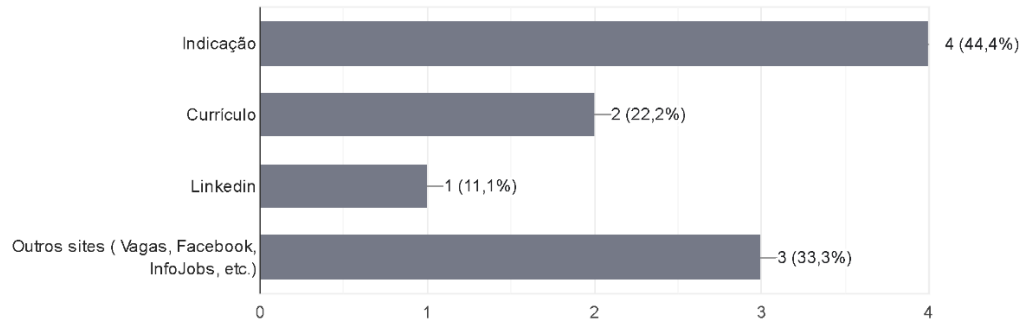
Fonte: Dados da pesquisa.

Consequentemente a fim de sabermos se esse entrevistado está atuando em sua área de graduação, realizamos uma pergunta pertinente, e obtivemos que 61,1% atua em sua área de graduação enquanto 38,9% ainda não atua na área de sua graduação. Uma das causas que pode estar dificultando a entrada na área de atuação é que de acordo com Bruno (1996, apud, GONDIM, 2002, p.300), “a proporção candidato/vaga tem crescido substancialmente, reafirmando a condição de que poucos profissionais conseguem preencher os requisitos exigidos pelo mercado de trabalho.” Isso ocorre porque segundo Robbins (2013) as empresa buscam prever quais candidatos serão bem sucedidos se contratados, ou seja, quais irão desenvolver bem as atividades que serão propostas de acordo com o que a empresa entendi como o ideal.

Grafico 6 – Informação sobre as vagas

Se sim, como ficou sabendo da vaga?

9 respostas



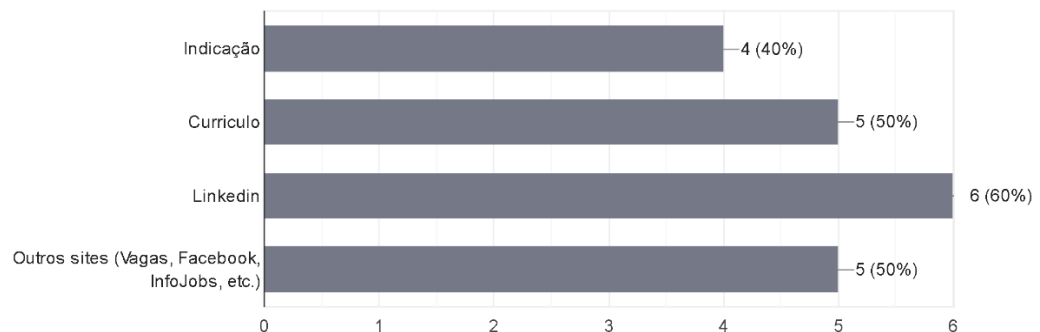
Fonte: Dados da pesquisa.

Para os entrevistados que já atuam em sua área foi questionado com eles fizeram para conseguir a vaga, sendo assim 44,4% por meio de indicação, 33,3% por meio de sites (Vagas, Facebook, InfoJobs, etc), 22,2% por meio de currículo e somente 11,1% pelo LinkedIn. Para Oliveira (2008) nessa etapa é necessário divulgação da vaga, com a descrição detalhada do cargo, a forma como é divulgada a vaga afeta a forma como os alunos tem o conhecimento da mesma. Isso acontece pois para Chiavenato (2022) as pessoas e as organizações estão de forma continua e recíproca tentando atrair uns aos outros.

Grafico 7 – Pesquisa por vagas.

Se não, como tem feito para pesquisar essas vagas?

10 respostas

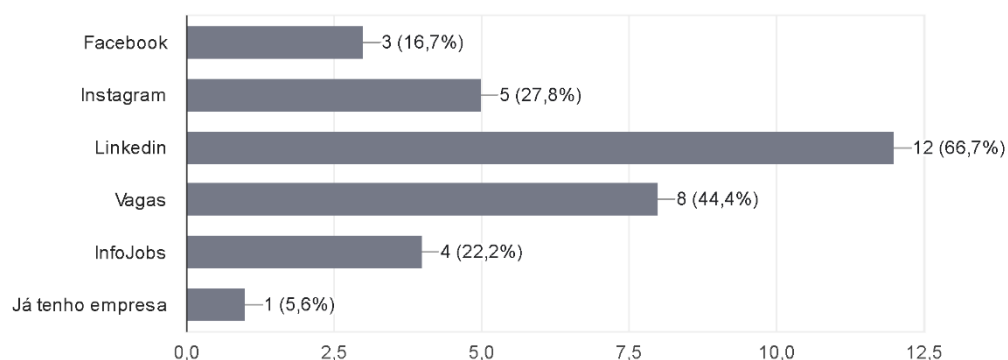


Fonte: Dados da pesquisa.

Agora para os entrevistados que não atuam em sua área de graduação foi questionado como eles tem feito para pesquisar vagas de emprego, 60% utilizam o LinkedIn, 50% utilizam sites (Vagas, Facebook, Infojobs, etc) e entregam currículos e por fim 40% buscam vagas por meio de indicação, situação que é validada por Jones (1998), pois para o mesmo, recrutamento e seleção de forma online é uma forma eficiente e auxilia na vantagem competitiva. Machado (2016) afirma que vivemos em uma sociedade cada vez mais *online* o relacionamento entre as pessoas migrou para sites, tidos como Redes Sociais, que para Araujo (2012,p. 2): “são meios de relações interpessoais e sociais na internet, nos quais as pessoas se conectam umas com as outras.”

Grafico 8 – Mídias sociais na busca por empregos.

Você utiliza algumas dessas mídias sociais para buscas vagas de emprego ou estágio?
18 respostas



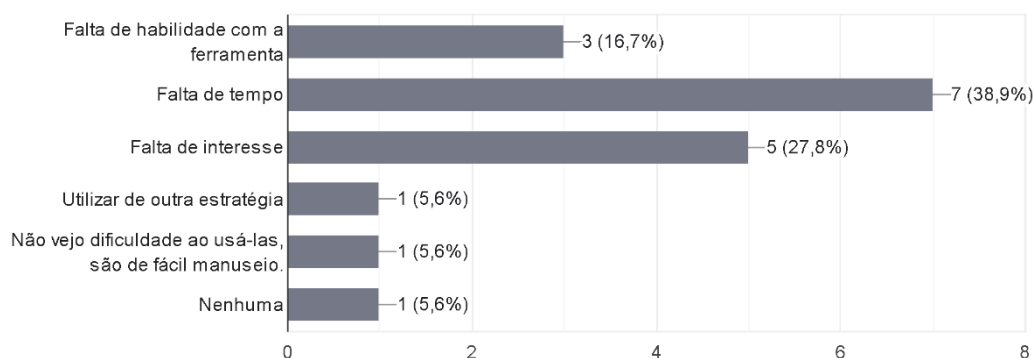
Fonte: Dados da pesquisa.

Dando continuidade a nossa entrevista, foi questionado qual das mídias sociais o entrevistado utiliza para buscar vagas de emprego ou estágio, foi identificado que a rede social *LinkedIn* é a mais utilizada com 66,7% dos pesquisados utilizando a rede, em segundo o site *Vagas* com 44,4% seguido pelo *Instagram* com 27,8%, *InfoJobs* com 22,2%, *Facebook* com 16,7% e 5,6% que já possui o próprio empreendimento. De acordo com Kemp (2022) isso acontece porque através do *LinkedIn* é possível utilizá-lo como uma ferramenta de procura de emprego e busca por novas oportunidades de trabalho. Essa mudança na forma de busca por vagas ocorre pois para Chiavenato (2000, p. 27) “as organizações de hoje são diferentes das de ontem e, provavelmente, amanhã e no futuro distante apresentarão diferenças ainda maiores.”

Grafico 9 – Habilidade na utilização das mídias sociais.

Atualmente, qual tem sido sua maior dificuldade na utilização dessas ferramentas?

18 respostas



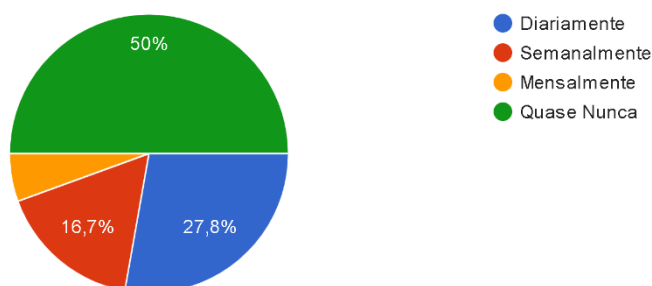
Fonte: Dados da pesquisa.

Questionados sobre qual a maior dificuldade na utilização das redes sociais para a busca de vagas de emprego ou estágio obtivemos em primeiro lugar a opção falta de tempo com 38,9% seguido por falta de interesse com 27,8%, falta de habilidade com 16,7% e 5,6% dos entrevistados utilizam outra estratégia ou não tem nenhuma dificuldade na utilização das ferramentas sociais.

Grafico 10 – Frequência de utilização das mídias digitais.

Se você utiliza dessas ferramentas, qual a frequência?

18 respostas



Fonte: Dados da pesquisa.

Perguntados sobre a frequência de utilização dessa ferramentas digitais, 50% dos participantes alegam utilizalas quase nunca, em contra partida 27,8% as utilizam diariamente, a parcela que a utilizam semanalmente é de 16,7% e os participantes que a utilizam mensalmente é de 5,6%.

Consequente a apresentação dos resultados e discussões da pesquisa, registrando que, com base na pesquisa se pode evidenciar, de forma geral, que as ferramentas digitais e redes sociais tem sido instrumento de colocação e recolocação no mercado de trabalho por parte dos alunos do curso de Administração, pois facilita a busca das vagas e contato com as empresas.

5. CONCLUSÕES E PROPOSTAS

Os graduandos do curso de administração a cada dia ao longo do período de sua formação criam mais expectativas em relação ao mercado de trabalho, ansiosos pelas oportunidades disponíveis na área. De forma a facilitar o entendimento dessa situação foi necessário conhecer quais são as ferramentas digitais que os alunos do curso de administração do Uniptan estão utilizando para ingressar no mercado de trabalho.

Desse modo foi possível considerar que os estudantes tem conhecimento das ferramentas disponíveis no mercado, mais ainda sim existe certo receio na sua utilização em grande parte por falta de tempo e interesse. Grande parte dos alunos estão em processo de estágio ou se dedicando somente aos estudos o que lhes confere um motivo para dedicar atenção a essas mídias digitais que tem mudado a forma que tem sido realizados os processos de recrutamento e seleção.

Por consequência, uma das redes sociais que tem sido mais utilizadas é o linkedin, onde é possível fazer a interação direta com os recrutadores e colaboradores da organização, o que facilita o processo para ter conhecimento das vagas disponíveis, melhorar o networking, além de ser uma grande vitrine para divulgar seus conhecimentos e habilidades.

Tendo exposto essa questão pode-se entender que os acadêmicos de Administração estão antenados com as questões das redes sociais para inserção no mercado de trabalho, com ênfase maior no Linkedim, podendo buscar outras redes sociais ou mídias digitais que venham a colaborar para a obtenção do primeiro emprego ou melhorar sua condição profissional em outras organizações empresariais.

Como continuidade ao estudo recomenda-se analisar o outro lado, o lado das empresas, dos recrutadores, para que assim seja possível compreender o que se torna um diferencial no momento da escolha dos candidatos, demais dificuldades encontradas na seleção dos mesmos e como tem sido o processo da utilização dessas ferramentas digitais, para se somar a esse estudo, podendo também estudo semelhante ser aplicado a outras formações como Contábeis, Direito, Medicina, etc.

Foi percebido como dificuldades ou limitações na realização do artigo, a ausência de escritores, artigos e livros acerca desse tema, pois por ser um tema atual não existem muitos estudiosos ainda na área e que por mais que seja algo tão atual e presente em nosso dia a dia é pouco discutido, do ponto de vista acadêmico. Portanto foi possível inferir que deve ser um tema mais estudado e pesquisado em toda a sociedade, pois é algo que vem se desenvolvendo e crescendo a cada dia mais.

6. REFERÊNCIAS

- ALMÉRI, T. M., Mendes, A. D. C., Martins, L. F., & Luglio, R. G. (2014). **A influência das redes sociais nas organizações**. Revista de Administração da UNIFATEA, 7(7), 132-146.
- ARANTES, Nélío. **Sistemas de gestão empresarial: conceitos permanentes na administração de empresas válidas**. São Paulo: Atlas, 1994.
- ARAUJO, G. H. D.(2012). A Influência das Redes Sociais Nos Processos de Recrutamento das Empresas. In Anais do Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre (Vol. 2,No. 3).
- BANOV, Márcia Regina. **Recrutamento e seleção com foco na transformação digital**, 5. ed. – São Paulo : Atlas, 2020.
- BOUCHIKI, H., KIMBERLY, J. R. **O Local de trabalho personalizado**. In: CARVALHO, Antonio Vieira. 1999.Aprendizagem Organizacional. São Paulo: Pioneira,1999
- CHIAVENATO, Idalberto. **Princípios da Administração – O Essencial em Teoria Geral da Administração**. 1º edição. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier – Campus, 2006.
- CARDOSO, A. A. (2016). **Atração, Seleção e Integração de talentos**. Editora Lidel. 1.ª Edição, Lisboa.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**, 5. Ed. – Amado Luiz Cervo, Pedro Alcino Bervian. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia científica**. 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. **1936-Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal: como agregar talentos à empresa**, 9. ed. – Barueri [SP]: Atlas, 2022.
- _____. **Introdução à teoria geral da administração**. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- _____. **Recursos humanos. O capital humano das organizações**. 8.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. p. 5
- _____. **Recursos humanos – O capital humano das organizações**. 10.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. p. 154
- DENZIN, N. K; LINCOLN, I. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DRESSLER, Gary. **Administração de Recursos Humanos**. Ed. Pearson, 2003.
- DRUCKER, Peter F. **A Profissão de Administrador**. São Paulo: Pioneira, 1998.
- Redes sociais mais usadas no Brasil: Veja o ranking atualizado. Disponível em: <https://www.escoladeecommerce.com/artigos/redes-socias-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 15 de out. de 2022.
- FERREIRA, P. I.; **Atração e seleção de talentos** / Patricia Itala Ferreira; organização Andrea Ramal. - 1. ed. - Rio de Janeiro : LTC, 2014.

- FLEURY, Afonso; FLEURY, Maria Tereza L. Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- Projetos de pesquisa. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- GONDIM, S. M., G. **Perfil profissional e mercado de trabalho**: Relação com a formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2000.
- HAMPTON, David R. Administração Contemporânea: teoria, prática e casos. São Paulo: McGraw-Hill, 1980.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2018**. Rio de Janeiro: IBGE, 2020.
- JONES, J. W. Virtual HR. Crisp Publications. California, 1998.
- KANAANE, Roberto. Comportamento Humano nas Organizações: O homem rumo século XXI, 2ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MACHADO, L. M. O. (2016). **A influência da informação publicada nas “redes sociais” no processo de seleção e recrutamento: um estudo exploratório na literatura**.
- KEMP, Simon. **Instagram statistics and trends**. Datare Portal, 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>. Acesso em: 09 de nov. de 2022.
- KEMP, Simon. **Facebook statistics and trends**. Datare Portal, 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/essential-facebook-stats>. Acesso em: 09 de nov. de 2022.
- KEMP, Simon. **Linkedin statistics and trends**. Datare Portal, 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/essential-linkedin-stats>. Acesso em: 09 de nov. de 2022.
- MATSUE, Carla. **80% dos brasileiros utilizam o WhatsApp para se comunicar com as marcas, aponta pesquisa**. Valor Invest, São Paulo, 16 de set. de 2021. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/objetivo/gastar-bem/noticia/2021/09/16/80percent-dos-brasileiros-utilizam-o-whatsapp-para-se-comunicar-com-as-marcas-aponta-pesquisa.ghhtml>. Acesso em 15 de out. de 2022.
- MACHADO, V. M. O. (2016). **A influência da informação publicada nas “redes sociais” no processo de seleção e recrutamento: um estudo exploratório na literatura**.
- MAXIMIANO, ANTONIO CESAR A. Introdução a administração. 3ªed., São Paulo, Editora Atlas, 1992.
- MICHAEL PAGE (2017) – Guia On line. Consultado em: <http://www.michaelpage.pt/minisite/guia-reputacao-online/DigitalGuidePT.pdf>
- MAGALHÃES, M.; BENDASSOLI, P. **Desenvolvimento de carreiras nas organizações**. In: L. O. Borges, L. Mourão (Eds.), *O trabalho e as organizações: Atuações a partir da psicologia*. Porto Alegre: Artmed, 2013.
- MINAYO, M. C. S.; (Org.) **Pesquisa Social**. 22 ed. Petrópolis: Vozes, 2003.
- Fonseca, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- OLIVEIRA, Luana Yara Miolo; **Gestão de pessoas** [recurso eletrônico] / Luana Yara Miolo de... [et al.]; [revisão técnica : Igor Baptista de Oliveira Medeiros]. – Porto Alegre: SAGAH, 2018.
- Redes sociais mais usadas no Brasil: Veja o ranking atualizado e defina a melhor para o seu negócio!** ESCOLA DE E-COMMERCE, São Paulo, 31 de mai. de 2022. Disponível em: <https://www.escoladeecommerce.com/artigos/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em 15 de out. de 2022.
- ROBBINS, Stephen P.; DECENZO, David A.; WOLTER, Robert M. **Fundamentos de gestão de pessoas**. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

Sem autor: 53% das empresas já contratam de maneira totalmente digital. Redação GS1 Brasil, São Paulo, 27 de dez. de 2021. Disponível em: <<https://noticias.gs1br.org/53-das-empresas-ja-contratam-de-maneira-digital/>> Acesso em: 11 de mai. de 2022.

TIZOTT, Simone. Direcionamento de formação acadêmica: relação entre o mercado de trabalho e as preferências temáticas para a realização do estágio supervisionado de administração II. Ijuí; 2004.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.