

**ESCOLAS E FACULDADES QI
MBA DE GESTÃO DE PESSOAS E NEGÓCIOS
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E OS SISTEMAS DE GESTÃO DE
PESSOAS**

THALLES HENRIQUE RIBEIRO DE CASTRO

**RECRUTAMENTO DE PESSOAS – COMO O RH PODE USAR A INTERNET
PARA ENCONTRAR UM TALENTO?**

GRAVATAÍ

2011

THALLES HENRIQUE RIBEIRO DE CASTRO

**RECRUTAMENTO DE PESSOAS – COMO O RH PODE USAR A INTERNET
PARA ENCONTRAR UM TALENTO?**

Trabalho da turma de MBA Gestão de Pessoas e Negócios elaborar artigo, para conclusão da disciplina de Planejamento Estratégico e os Sistemas de Gestão de Pessoas.

VANDA REGINA MACHADO

GRAVATAÍ

2011

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 O CONCEITO DE RECRUTAMENTO DE PESSOAS.....	4
3 COLETA DE CANDIDATOS E ANÚNCIO DE VAGAS NOS SITE INSTITUCIONAL.....	5
4 SITES DE CLASSIFICADOS	6
5 USO DE REDES SOCIAIS.....	6
6 CONCLUSÃO	7
REFERÊNCIAS.....	8

1 INTRODUÇÃO

No presente artigo, discutimos sobre as novas formas de realizar o processo de recrutamento em uma organização. Visto o crescimento da internet e das redes sócias, este artigo propõe um conceito prático de como utilizar estes dois meios para buscar e captar candidatos para completar uma vaga ou um processo seletivo em uma empresa.

2 O CONCEITO DE RECRUTAMENTO DE PESSOAS

Recrutamento de pessoas é uma atividade de responsabilidade do sistema de Recursos Humanos (RH) que tem por finalidade a atração de candidatos potencialmente qualificados, sejam eles de dentro ou fora da organização, a ocupar cargos na empresa (GIL, 2006 p. 93).

Todas as empresas, independentemente do seu porte ou setor em que atuam, utilizam alguma forma de recrutamento para preencher lacunas de pessoal em seus processos seletivos. Entende-se por forma ou fonte de recrutamento a atividade utilizada para buscar candidatos e preencher uma vaga. São inúmeras formas de fazer esse processo, bem como as vantagens e desvantagens de utilizar cada tipo.

Segundo Marras (2000, p. 71), as fontes de recrutamento mais utilizadas pelas empresas são:

1. Colaboradores da empresa;
2. Banco de dados interno;
3. Indicações;
4. Cartazes (internos e externos);
5. Entidades (sindicatos e associações e etc.);
6. Escolas, universidades, e cursos;
7. Outras empresas (fornecedores, clientes etc.);
8. Consultorias de *outplacement*;
9. Agências de emprego;
10. Mídia (anúncios, classificados, rádio e televisão);
11. Consultorias;
12. *Headhunters*;
13. Internet.

E é na internet um dos meios de maior custo-benefício para o recrutamento de pessoas em uma empresa.

Com a popularização da internet no Brasil, mostra-se muito importante usar estratégias para a divulgação de um processo seletivo por meio da internet. Segundo pesquisa do IBOPE, o número de pessoas que acessam a internet é de 77,8 milhões, que representa um crescimento de 9,2% com relação à

pesquisa realizada no ano anterior. Esta pesquisa mostra também que 87% dos internautas utilizam as redes sociais.

Visto a popularidade e capilaridade da internet e das redes sociais (,) utilizar deste meio como fonte de recrutamento, pode-se tornar um processo chave na busca por talentos.

Este trabalho focará em 3 tipos de estratégias que as empresas poderão usar para ter excelência no processo de recrutamento de pessoas.

3 COLETA DE CANDIDATOS E ANÚNCIO DE VAGAS NOS SITE INSTITUCIONAL

Hoje é comum que boa parte das empresas possua um site institucional. Um site institucional é aquele usado para colocar algumas informações importantes para a empresa, como os produtos e serviços que oferta, suas informações de contato, localização e seus norteadores estratégicos (missão, visão, valores e objetivos).

Outra aplicação para este site é a criação de uma página para a coleta de candidatos e anúncio de vagas da instituição. Esta página, geralmente intitulada como **Trabalhe Conosco**, que deverá conter informações as quais estimulem e facilitem o processo de cadastro ou envio de currículo de pessoas interessadas, bem como anunciar as vagas que estão abertas.

Boas práticas para a página de Trabalhe Conosco

- O nome da página deverá ser trabalho conosco. Muitas pessoas procuram em buscadores por trabalhe conosco e também já estão habituadas e sabem que nesta página irá conter o formulário de cadastro e/ou anúncios de vagas.
- Fazer só perguntas essenciais no formulário de cadastro. Muitas pessoas desistem de preencher formulários se eles forem muito grandes, tiver perguntas complexas, ou que invadam a privacidade do candidato.
- Enviar uma confirmação após o cadastro ser concluído. Após o cadastro, retornar uma página comunicando que o currículo foi cadastrado com sucesso e enviar um email para confirmar as informações de contato.
- Ao anunciar uma vaga, detalhar informações importantes como (,) local de trabalho, o cargo, as principais atividades, quais conhecimento precisa ter, o horário de trabalho e se possível a remuneração e benefícios do cargo.

4 SITES DE CLASSIFICADOS

Sites de classificados de vagas são aqueles em que as pessoas que estão procurando um emprego cadastram seus currículos e candidatam-se a vagas publicadas por empresas. Assim como as agências de empregos, esses possuem um grande banco de candidatos, o que facilita encontrar o mais adequado.

Os principais sites atualmente são:

- Catho (catho.com.br)
- Infojobs (infojobs.com.br)
- Curriculum (curriculum.com.br)
- Vagas (vagas.com.br)

5 USO DE REDES SOCIAIS

Uma tendência mundial e que aos poucos está se popularizando no Brasil é o uso das redes sociais para divulgar as vagas e encontrar e recrutar talentos.

De acordo com um estudo feito pela norte-americana Reppler, citado por Thiago Barros no site Tecmundo (27/09/2011), 91% dos responsáveis pelas áreas de recursos humanos das empregadoras pesquisam, na Internet, os perfis de candidatos às vagas para saber se estes correspondem às necessidades da empresa. Dentre os sites preferidos para conhecer os candidatos, o Facebook fica em primeiro lugar (76%); em segundo lugar, o Twitter com 53%, e em terceiro, o LinkedIn, a rede social mais para negócios, com apenas 48%.

Um recurso muito popular na internet, mas pouco utilizado com estratégia de anunciar vagas, são os anúncios em redes sócias como Facebook, YouTube e LinkedIn (este recurso de anúncios do LinkedIn ainda liberado para o Brasil), que permitem segmentar os anúncios para que sejam exibidos apenas para os perfis que a empresa está procurando para o processo seletivo.

Benefícios dos anúncios em redes sociais:

- Segmentação Geográfica – permite escolher para quais cidades, estados ou países que se deseja exibir o anúncio;
- Segmentação Demográfica – permite escolher os dados demográficos dos candidatos (idade, sexo, grau de instrução, idioma falado);

- Segmentação Psicográfica - permite escolher os interesses do candidato (ex: se a vaga é para o setor de marketing, pode-se procurar por pessoas interessadas em marketing).

Nas imagens a seguir, veremos um exemplo de um anúncio do Facebook, e, na outra imagem, um exemplo das possibilidades de segmentação de uma campanha de anúncios. Nota-se que, na figura 2, ela também nos informa a quantidade de pessoas que serão impactadas pela campanha.



Figura 1 - Exemplo de um anúncio no de uma vaga no Facebook.



Figura 2 - Exemplo de segmentação de anúncio no Facebook.

6 CONCLUSÃO

Através da análise deste artigo, pode-se perceber que as estratégias propostas são relativamente fáceis e com um alto custo-benefício, e, visto as inúmeras possibilidades que apenas esta forma de recrutamento proporciona as

organizações, estas estratégias podem-se tornar essenciais em um processo seletivo. Vale lembrar que este processo não exclui as demais formas de recrutamento, ou, ao contrário, podem se complementar as estratégias já usadas, pois, quanto mais alternativas a empresa possuir, maior a possibilidade de encontrar um talento com o perfil da empresa.

REFERÊNCIAS

BARROS, Thiago. ***Tecmundo: 91% dos empregadores checam perfis de candidatos em redes sociais.*** Disponível em <<http://glo.bo/pesquisatecmundo>> Acesso 16 de dezembro de 2011.

GIL, Antonio Carlos. ***Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais*** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

IBOPE. ***Total de pessoas com acesso à internet atinge 77,8 milhões.*** Disponível em <<http://bit.ly/pesquisadoibope>> Acesso 16 de dezembro de 2011.

MARRAS, Jean Pierre. ***Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico.*** 3. ed. São Paulo: Futura, 2000.