

Perspectivas de inserção de jovens no mercado de trabalho

Priscila Cembranel

Professora da Sociedade Educacional de Santa Catarina (Brasil)

priscila_cembranel@yahoo.com.br

Claudete Correa dos Santos

Pesquisadora da Univerisade Vale do Rio Doce (Brasil)

claudete22clau@gmail.com

Carla Limberger

Pesquisadora da Sociedade Educacional de Santa Catarina (Brasil)

carlalimberger881@gmail.com

Ana Claudia Macedo

Pesquisadora da Sociedade Educacional de Santa Catarina (Brasil)

anaclaudiacasagrandemacedo@gmail.com

Resumo

O objetivo do estudo foi compreender o que as empresas buscam e como os processos de recrutamento e seleção são percebidos pelos jovens. Este desenvolveu-se por meio de abordagem quali-quantitativa, estudo de caso e técnica de questionário. Como principais resultados, destaca-se a visão dos jovens que acreditam não terem sido contratados devido à falta de experiência e, também, ressaltam a ausência de feedbacks após o processo de recrutamento e seleção. Por outro lado, as empresas defendem a necessidade de buscar e encontrar jovens para cargos compatíveis com sua idade e, além disso, defendem ter expectativas sobre os interesses desse público.

Palavras-chave

Jovens; Feedback; Mercado de trabalho

Youth integration prospects in the labor market

Abstract

The aim of the study was to understand what companies are looking for and how the recruitment and selection processes are perceived by young people. This was developed through a quali-quantitative approach, case study and questionnaire technique. As main results, the view of young people who believe they have not been hired due to lack of experience stand out and also highlight the absence of feedback after the recruitment and selection process. On the other hand, companies defend the need to seek and find young people for loads compatible with their age and, in addition, they defend having expectations about the interests of this public.

Keywords

Young people; Feedback; Labor market

Perspectivas para la inserción de los jóvenes en el mercado laboral

Resumen

El objetivo del estudio fue conocer qué buscan las empresas y cómo los jóvenes perciben los procesos de contratación y selección. Esto se desarrolló mediante un enfoque cuali-cuantitativo, un estudio de caso y una técnica de cuestionario. Como principales resultados, está la opinión de los jóvenes que creen que no han sido contratados por falta de experiencia, y también destacan la ausencia de retroalimentación luego del proceso de reclutamiento y selección. Por otro lado, las empresas defienden la necesidad de buscar y encontrar jóvenes para puestos compatibles con su edad y, además, defienden tener expectativas sobre los intereses de este público.

Palabras clave

Juventud; Feedback; Mercado de trabajo

Dados para Contato | Contact Details | Detalles de Contacto: Priscila Cembranel - Sociedade Educacional de Santa Catarina. R. Dona Francisca, 8300 - Zona Industrial Norte, Joinville - SC, 89219-600, Brasil. **URL:** <https://www.unisociesc.com.br/>.

Recebido em | Received in | Recibido en: 28/10/2021- **Aprovado em | Approved in | Aprobado en:** 11/03/2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.23925/recape.v14i2.56196>

INTRODUÇÃO

Estudos preliminares demonstraram que os jovens têm dificuldade de compreensão em relação ao que as empresas buscam ao contratar (COSTA, 2016). Do mesmo modo, muitas empresas possuem dificuldade de desenvolver ferramentas para atrair e captar os jovens no mercado de trabalho já que é comum pessoas entre 18 e 24 anos não terem experiência e estarem em idade escolar (MASSI et al., 2018).

Cabe ressaltar que o processo de recrutamento tem como objetivo disponibilizar à empresa o maior número de candidatos possível, porque isso permite que se selecione mais assertivamente aqueles que atendem às descrições e às especificações dos cargos (GIL, 2014).

Complementando, o processo de seleção acontece após o recrutamento, sendo que, nesta etapa, “a organização escolhe, com base em uma relação de candidatos, aquele ou aqueles que atendem melhor aos critérios de seleção para preencher as posições disponíveis, levando em conta as condições ambientais do momento” (IVANCEVICH, 2008, p.214).

Passando pelo processo de recrutamento e seleção, um dos principais pontos para contratação é desenvolver uma conversação assertiva entre candidato e recrutador. E os jovens, por estarem inseguros tem certa dificuldade com as habilidades de comunicação e expressão nas entrevistas (WENZEL, 2017).

Assim, acabam enfrentando diversas dificuldades para entrarem no mercado de trabalho. De acordo com Sanches Penaflor e Herrera Aviles (2016), dentre as características desejadas para recrutar jovens estão: facilidade de trabalhar individualmente e em grupo, desejo de aprendizagem contínua, experiência, resiliência e criatividade.

No entanto, apesar das exigências preconizarem um recrutamento assertivo, muitas empresas tornam-se rígidas e críticas na hora de selecionar candidatos e a maioria delas não fornece feedback adequado para seus candidatos (CORTEZ et al., 2019).

Considerando a relação entre jovens e empresas contratantes, construiu-se o seguinte problema de pesquisa: Quais as perspectivas de empresas e jovens (entre 18 e 24 anos) no processo de recrutamento e seleção para a inserção no mercado de trabalho? O objetivo é o de compreender o que as empresas buscam e como os processos de recrutamento e seleção são percebidos pelos jovens.

1. INSERÇÃO DE JOVENS NO MERCADO DE TRABALHO

Os jovens começaram a participar do mercado de trabalho em condições muito distintas das atuais. Há muitos anos, era por meio da agricultura familiar e em trabalhos autônomos pouco remunerados que eles davam os primeiros passos. Isso acontecia, muitas vezes, em condições precárias, desfavoráveis para a relação do jovem com o mundo do trabalho. A falta de acessibilidade às escolas contribuiu com o problema (SANTOS E GIMENEZ, 2015).

A socióloga Heloísa Helena Teixeira de Souza Martins (1997), já ressaltava que as mudanças na composição do processo do trabalho, principalmente nas atividades e determinações de qualificações profissionais, passaram a direcionar para um novo perfil de trabalhador, acarretando em maiores dificuldades nas relações de trabalho, sendo que, no caso dos jovens, tornou-se ainda mais difícil.

Por conseguinte, mesmo após o desenvolvimento industrial, os jovens ainda enfrentam dificuldades para sua inserção no mercado de trabalho. Até mesmo a Lei 10.097/2000, lei brasileira que obriga a contratação de jovens com idade entre 14 e 24 anos, os denominados jovens aprendizes, não conseguiu resolver o problema (HERNANDEZ et al., 2017).

Por outro lado, a elevada competitividade faz com que as empresas necessitem cada vez mais de estratégias diferenciadas para atingirem padrões sustentáveis perante o mercado. Uma dessas estratégias é a gestão de pessoas, que tem como importante atribuição avaliar e desenvolver os recursos humanos das empresas com o objetivo de estarem mais qualificados, resultando no desempenho positivo das suas atribuições, sucedendo melhores resultados para a empresa (DE PAULA E NOGUEIRA, 2016). Para isso, tudo se inicia no processo de recrutamento e seleção.

Quando se trata do processo de recrutamento de jovens, as principais características procuradas pelas empresas são a facilidade de trabalhar individualmente e em grupo, aprendizado contínuo, experiência, resiliência e criatividade (PENAFLORE E AVILES 2016).

Cabe ressaltar que apesar das empresas atuais buscarem estratégias de recrutamento humanizado com foco para o bem-estar mental e físico, também estão mais rígidas e críticas na hora de selecionar os candidatos para seu processo seletivo (CORTEZ et al., 2019).

É unanimidade entre empresas que cabe ao candidato demonstrar sua visão, valores, objetivos, pontos fortes e fracos (WENZEL, 2017). Pois, o que vai diferenciar os candidatos são seus atributos, diferenças e talentos percebidos. Estes são confrontados com o currículo entregue (ESPERIDIÃO, AVILA E FERNANDES 2019).

Os jovens que atualmente estão inseridos no mercado de trabalho constituem a Geração Z ou também conhecidos como geração digital. Esta adequa-se facilmente às novas tecnologias, são impacientes e possuem tendência ao isolamento social (JACQUES et al., 2015).

Por terem nascido e constantemente conviverem com internet rápida no seu processo de comunicação esses jovens tendem a se isolar, o que pode dificultar um relacionamento assertivo quando se refere ao trabalho em equipe (AUGUSTO, SANTO E CESTARO, 2014), o que possui um reflexo negativo para as empresas.

Considerando essas características, o processo de recrutamento e seleção torna-se uma preocupação para as empresas, pois é nessa fase que se inicia a relação da empresa para com o jovem, resultando na relação de trabalho. Especialmente quando os jovens não se sentem felizes e realizados em seus trabalhos. Pois isso gera investimentos que se tornam custos para as empresas, como, por exemplo, o custo devido aos processos de contratação e treinamento (PONTES et al., 2018).

Em contrapartida, percebe-se jovens que trabalham com pessoas de diferentes idades e estão satisfeitos com seus trabalhos e momentos de estudo. Além disso, costumam ter uma boa convivência com os chefes. Esse comportamento positivo agrega a formação ética dos jovens e auxilia na inclusão digital de pessoas, como, por exemplo, aquelas que se encontram em faixas etárias mais avançadas (JACQUES et al., 2015; ZIGER, FILIPPIM E BELTRAME, 2017).

Em busca de uma maior assertividade nos seus processos de recrutamento e seleção, uma das práticas mais comuns das empresas é o feedback devolutivo, que ocorre após a entrevista ou análise de currículo.

Defende-se o feedback como muito importante para orientar os candidatos em seus pontos de melhorias com intuito construtivo, ou seja, ele deve ser um discurso positivo que buscará parabenizar e negativo para alertar ou sinalizar alguma atitude/comportamento inadequado (MAIA et al., 2018; SOUZA E CUNHA, 2019). Corroborando, Consoni (2010, p.38 e 39):

O feedback é uma importante ferramenta para diversos processos de gestão, entre eles se destacam: direcionar o foco das pessoas; incentivar e reforçar o desempenho; incentivo à busca do desenvolvimento pessoal e ainda oferecer alternativas para que o indivíduo possa mudar o comportamento, que não se deseja ver repetido, afim de que no futuro o indivíduo possa efetuar um trabalho ou ação de forma eficaz, gerando benefícios para a organização e para o próprio indivíduo.

O feedback sempre estará estruturado em algo que aconteceu, sendo, assim, dependente de uma comunicação eficiente e eficaz, para que possa ser utilizado com um olhar construtivo, tanto para a empresa, quanto para o indivíduo.

Quando se trata do candidato reprovado na seleção, a empresa deve ser objetiva e clara quanto aos motivos, por outro lado, para o candidato aprovado ressaltam-se os pontos positivos que foram responsáveis pela sua contratação (CRUZ, 2019).

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este artigo estrutura-se por meio de uma abordagem quali-quantitativa, exploratória e descritiva (Hernández Sampieri et al., 2013). Como método de pesquisa utilizou-se estudo de caso (Yin, 2010) e técnica de questionário semiaberto por meio de **survey** (Hernández Sampieri et al., 2013).

Os 2 questionários foram estruturados com 6 perguntas cada. As perguntas eram as mesmas, apenas a forma de se direcionar aos respondentes foi diferente. Um foi aplicado junto a 157 jovens entre 18 e 24 anos. O outro foi aplicado junto a 7 representantes do setor de recrutamento e seleção de empresas do norte catarinense.

Assim, com relação à amostragem, os jovens foram selecionados por meio da técnica metodológica **Snowball sampling** “Bola de Neve” por amostra não probabilística (DEWES, 2013) e as empresas por meio de conveniência onde as pesquisadoras fizeram a seleção dos membros da população mais acessíveis (COZBY, 2006).

Ambos foram hospedados na plataforma **Google Forms** e compartilhados por intermédio das redes sociais buscando atingir o público jovem. A coleta de dados foi realizada durante o período de abril e maio de 2020.

No caso das empresas, realizou-se o contato via telefone e após o aceite de participação, foi encaminhado o **link** do formulário via e-mail para os setores de recrutamento e seleção.

Os resultados foram analisados por meio de duas técnicas: As informações quantitativas estão apresentadas de forma descritiva. A pesquisa descritiva pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987).

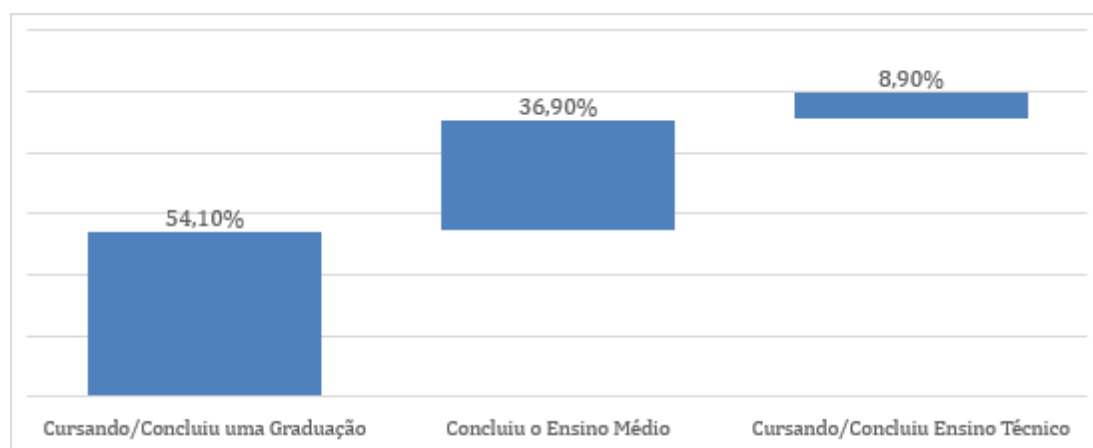
Já as qualitativas contaram com tratamento por meio da técnica de análise de conteúdo. Conforme Chizzotti (2006, p.98), “o objetivo da análise de conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas.” Para apresentar as falas das pessoas foram adotadas as siglas J1, J2, J3 e assim sucessivamente para designar os jovens e E1, E2, E3 para designar as empresas.

3. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

3.1. Perspectiva de jovens

Com o objetivo de caracterizar a amostra, iniciou-se com o questionamento aos jovens referente a sua formação escolar. Os resultados apontaram que 54,1% da amostra está cursando ou já concluiu uma graduação, por outro lado, 36,9% disseram ter concluído o ensino médio e 8,9% ressaltaram ainda estar cursando ou concluído um ensino técnico.

Figura 1 - Nível de formação escolar dos jovens questionados.



Analisando a Figura 1, percebe-se que o ensino superior predomina. Esse crescimento acontece desde os anos 70 com a expansão das universidades no Brasil e somando-se ao aumento de Instituições de Ensino Superior Privadas devido a número de estudantes interessados em uma formação superior (MANCEBO, VALE E MARTINS, 2015).

De acordo com o Censo da Educação Superior 2019, realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), divulgado pelo Ministério da Educação, no ano de 2019 foram ofertadas mais de 16,4 milhões de vagas em cursos de graduação, caracterizando-se como 71,6% de vagas novas e 27,7% de vagas remanescentes (INEP, 2020), os dados são separados por categorias, conforme Tabela 1.

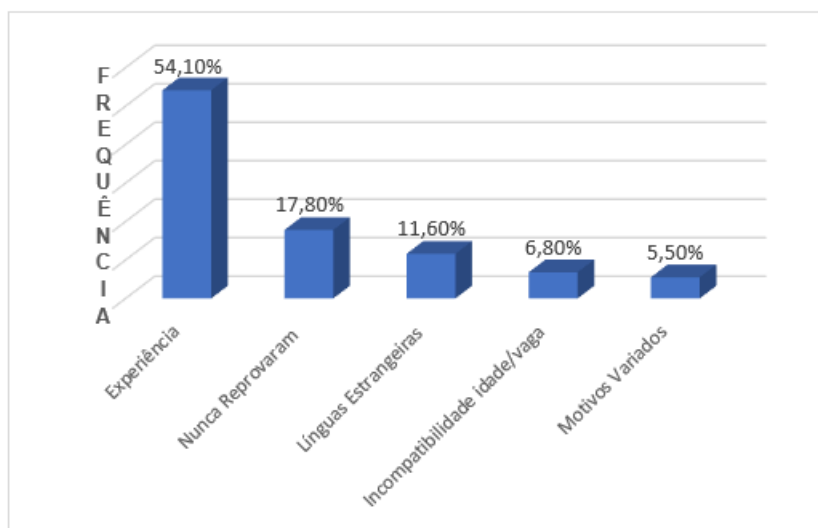
Tabela 1 - Nível de formação escolar dos jovens no Brasil. Fonte - INEP (2020).

Categoria Administrativa	Vagas de cursos de graduação			
	Total geral de vagas	Vagas novas oferecidas	Vagas de programas especiais	Vagas remanescentes
Total geral	16.425.302	11.766.371	101.131	4.557.800
Pública	837.809	620.032	5.151	212.626
Federal	484.569	359.579	2.435	122.555
Estadual	228.372	181.013	1.703	45.656
Municipal	124.868	79.440	1.013	44.415
Privada	15.587.493	11.146.339	95.980	4.345.174

Logo, as Instituições de Ensino Superior são teoricamente consideradas como responsáveis pela empregabilidade (SIN E AMARAL, 2017; FRAGOSO, VALADA E PAULOS, 2019). Correlacionando ao mercado de trabalho, subentende-se pelo mercado que ter uma educação superior é sinônimo de força de trabalho altamente qualificada e possibilita acesso à melhores salários e às progressões profissionais (MAYHEW E KEEP, 1999). Isso acontece também devido à importância dada pelas empresas ao ensino superior, que desejam pessoas qualificadas (REIS et al., 2017).

Os respondentes também apontaram os motivos pelos quais acreditam não terem sido contratados (Figura 2).

Figura 2 - Motivos responsáveis pela não contratação.



Cerca de 54,1% dos participantes acreditam não terem sido contratados pela falta de experiência, 17,8% dizem nunca ter reprovado em um processo de seleção, 11,6% atribuem a falta de experiência em línguas estrangeiras, 6,8% responsabilizam a incompatibilidade da idade com a vaga, e 5,5% mencionaram motivos variados, conforme relatos.

“Das coisas que já pensei: Que foi meu brinco, minha roupa, meu cabelo, a forma de me expressar... etc.” (J16)

“Concluí que era o fato de não ter experiência. Quando estava na sala tinham 3 candidatos lá que já trabalhavam. Achei que foi isso” (J23)

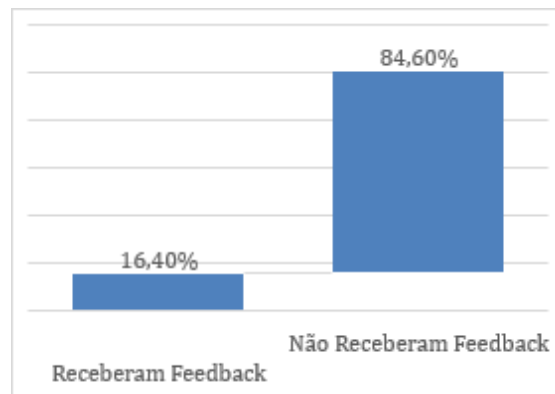
“Eu não falo inglês. Entendo o que falam, mas não falo. A empresa era dessas modernas com sala de jogos. Apesar de não justificar pedir inglês para a função que eu ocuparia, creio que foi o que me eliminou” (J80)

Sob outra perspectiva, a maior dificuldade enfrentada pelas empresas é o alto índice de reprovação sem descritivo das razões. Segundo Santos et al. (2016), a principal dificuldade para gestores é fornecer retorno aos candidatos reprovados.

Isso contribui para que ele entenda os motivos pelos quais não foi selecionado. Existem muitos casos nos quais os candidatos são aprovados pela área de Recursos Humanos, mas não agradam aos líderes diretos com quem trabalhariam. Por esse motivo, os responsáveis pela avaliação devem ter uma comunicação assertiva com o recrutador para buscar um perfil adequado para a vaga destinada (SETIN et al., 2018).

Nesse sentido, os jovens foram questionados sobre o feedback recebido com relação aos processos de recrutamento e seleção que já participaram.

Figura 3 - Recebimento de feedbacks



Nota-se que 84,6% dos participantes não receberam feedback ressaltando os motivos de não os contratar para o cargo. Apenas 16,4% recebeu algum retorno em seus processos seletivos (Figura 3). Os resultados corroboram com a pesquisa de Cruz (2019), em que foram entrevistados representantes da área de recursos humanos responsáveis pelo recrutamento e seleção das empresas, onde 18% da amostra concordou que realiza o feedback de forma parcial, ou seja, apenas para alguns candidatos.

Cabe ressaltar que é importante entender a opinião dos jovens, para tanto, esta pesquisa relata algumas falas dos jovens nos trechos a seguir:

“Deveria ser obrigatório um feedback para o candidato, ou oferecer a opção. Eu não sei o que eu fiz de errado ou o que eu preciso melhorar quando ninguém me diz” (J1)

“Infelizmente não cheguei a receber um feedback com mais detalhes, apenas uma mensagem dizendo que não havia sido contratado. Aquelas mensagens automáticas. Fico sem entender se é de fato o inglês que não domino ou se alguém simplesmente achou que minha roupa não estava alinhada.” (J45)

“Eu já recebi feedback, porém foi algo muito superficial. Me disseram apenas que não me encaixava na descrição. E, eu sabia que me encaixava. [...] preferia que tivessem me falado que a pessoa tinha alguns pontos que eu não tinha. Também queria que me explicassem quais pontos eram esses” (J61)

“Nunca recebi um feedback. Nas entrevistas falavam que eu era um bom candidato, falavam dos pontos positivos, porém nunca contratavam”. (J104)

Quando a empresa não costuma trabalhar com feedbacks, ela está contribuindo de maneira negativa com o profissional, isso porque “dar e receber feedbacks são necessidades humanas que permitem avaliar as possíveis correções ou identificar o que já está correto” (BARROS E MATOS, 2015, p.7).

O **feedback** precisa ser feito logo que acaba a seleção para ser eficaz para os que não são selecionados (Massi et al., 2018). Vale ressaltar que essa ferramenta também é importante para as relações entre chefia e subordinados (KUHN, BERWIG E PINTO, 2015).

Com o intuito de aprofundar o entendimento, foi perguntado aos respondentes que receberam feedback, se poderiam compartilhar os principais apontamentos recebidos nos casos de não terem sido contratados.

Com relação à essa pergunta, foram elencados 2 pontos principais: alinhamento com os valores da organização e conhecimentos prévios sobre o trabalho a ser realizado. Ressalta-se algumas falas dos jovens nos trechos abaixo.

“Eles raramente contratam pessoas para cargos que somos capazes. Normal é contratar só como estagiário. Mesmo tendo condições de realizar mais coisas” (J13)

“Disseram-me que devido ao teste cultural, eles perceberam que eu não tinha os mesmos valores da empresa. Foi então que entendi que eu não tratava as pessoas com tanta formalidade e que isso era algo que eles queriam” (J37)

“Que eu estava começando faculdade de engenharia e não eram os conhecimentos necessários para

construir uma carreira na empresa. Pelo menos eu entendi que deveria procurar empresas de engenharia” (J45)

Na finalização do processo seletivo a empresa atinge o seu objetivo principal de “avaliar significativamente o comportamento futuro de candidatos pouco conhecidos numa situação de trabalho” (GIL, 2014, p.110). Conseguindo fazer uma interpretação completa do candidato, desenhando seu perfil para se chegar à conclusão de vantagens e desvantagens, as quais terminam pela decisão de contratação ou não contratação, entende-se que a empresa tenha condições de devolver feedbacks completos e objetivos para os candidatos, sejam eles positivos ou negativos.

3.2. Perspectiva das empresas

Entendendo a perspectiva dos jovens, buscou-se realizar uma análise da perspectiva das empresas. Nesse sentido, das 7 empresas entrevistadas, 3 são indústrias têxteis, 2 são do ramo Metalmeccânica, 1 da área hospitalar e 1 metalúrgica.

Inicialmente, procurou-se entender os cargos que costumam empregar jovens de 18 a 24 anos nas empresas estudadas. As empresas foram unânimes ao pontuarem a contratação de estagiários e pessoas no programa de aprendizagem, ou seja, jovens aprendizes.

Ainda de acordo com as informações fornecida pelas empresas, as ocupações dos jovens são diversificadas, com restrições apenas para atividades que geram risco aos jovens e atividades que necessitam de experiência. Isso pode ser observado na Tabela 2.

Tabela 2 - Empresas e contratação de jovens

Empresa (ramo)	Cargos que costumam contratar jovens de 18-24 anos
E1 (Têxtil)	Administrativo, técnico e operacional. Critério: depende das atividades e conhecimentos específicos. Estágio e jovem aprendiz. Restrições: não há.
E2 (Metal Mecânico)	Administrativo e operacional. Começam nas hierarquias mais baixas. Estágio e jovem aprendiz. Restrições: operação de máquinas quando se trata de estágio.
E3 (Hospitalar)	Administrativo e infraestrutura Estágio e jovem aprendiz. Restrição: Áreas de alta contaminação.

E4 (Metal-mecânico e tecnologia)	Operador de Produção, Auxiliar Administrativo Estágio e Jovem Aprendiz Restrições: Cargos estratégicos.
E5 (Metalúrgica)	Operador de produção Estágio e Jovem Aprendiz Restrições: cargos de chefia
E6 (Têxtil)	Produção e administração. Estágio e jovem aprendiz. Restrição: áreas perigosas da produção e que exigem experiência
E7(Têxtil)	Cargos operacionais Estágio e jovem aprendiz. Restrição: cargos que exijam experiência na área.

Percebe-se que, para obter êxito em cargos administrativos ou de nível hierárquico mais alto, a qualificação profissional e a experiência são importantes (MARTINS E OLIVEIRA, 2017). Além disso, as empresas têm expectativas em relação aos candidatos. E, ao receber o currículo e conduzir a entrevista, elas desejam que os jovens demonstrem suas habilidades e competências. Entretanto, seus esforços podem ou não serem observados pelas empresas (SILVA E BRITO, 2019).

Em sequência, abordou-se com as empresas a questão “O que você espera dos jovens em relação ao currículo e entrevista?”, muitos requisitos foram citados pelas empresas. Dentre esses, as características mais citadas foram: educação (citada cinco vezes), ética, vontade e responsabilidade (citadas duas vezes cada) e comprometimento, proatividade e agilidade (citada uma vez). Um resumo das respostas analisadas pode ser observado na Tabela 3.

Tabela 3 - Requisitos para contratação de jovens

Empresa (ramo)	Cargos que costumam contratar jovens de 18-24 anos
E1 (Têxtil)	“Vontade, responsabilidade e transparência”
E2 (Metal Mecânico)	“Não exigimos experiência, até porque pela idade é complicado. Mas esperamos que tenham buscado um conhecimento extra (Exemplo: inglês) e tenham vontade de encarar um desafio e vontade de aprender”. “Comprometimento, criatividade, ética, agilidade são alguns de nossos valores”.
E3 (Hospitalar)	“Demonstrar interesse em aprendizado e contribuir para o engajamento das equipes”

E4 (Metal-mecânico e tecnologia)	“Proatividade, Comprometimento, Responsabilidade”
E5 (Metalúrgica)	“Interesse, iniciativa e bom desempenho escolar, frequência e comprometimento”
E6 (Têxtil)	“Qualificação, estudo e dependendo do cargo, uma pequena experiência”.
E7(Têxtil)	“Entrevista é baseada nos valores da empresa. Precisa existir alinhamento com os valores. O currículo é recebido digitalmente por meio de cadastro no site da empresa”.

Estabelecer o perfil é uma das principais etapas do processo seletivo, sendo ele pré-definido no momento da requisição da vaga. O perfil pretendido pode ser definido pelos **selecionadores** da vaga como também pelos recrutadores da empresa. Considerando que, quanto maior for a compatibilidade do perfil do candidato com o desejado pela empresa, maior será a satisfação de ambos no desenvolvimento do trabalho (ANTUNES E DEMARCO, 2017; SANTOS, 2015).

Os jovens acreditam que suas experiências profissionais tem grande influência sobre seus processos seletivos. Por esse motivo, uma das perguntas feitas às empresas foi sobre a influência de possuir ou não experiência, abaixo relata-se a perspectiva das empresas que compõem a amostra desta pesquisa.

Depende das atividades que vai realizar, conforme a situação o mais importante não seria a experiência, mas as atitudes em querer aprender, se desenvolver e se comprometer com o negócio da organização. (E1)

Os dois podem ter prós e contras. Alguém sem experiência, poderá aprender com maior facilidade por não se prender a paradigmas passados. Alguém com experiência, poderá aprender mais rápido, mas terá que saber lidar com antigos vícios ou hábitos para se adaptar ao ambiente da empresa. (E2)

Pessoa sem experiência traz novas ideias e aceita as colocações sugeridas. Com experiência traz seus conhecimentos, mas pode vir com alguns vícios. (E3)

O critério de experiência depende do cargo em questão. A questão não seria o candidato mas sim o que a vaga vai requer naquele momento. Candidatos com experiência são adicionados a vagas com esse requisito e candidatos sem experiência adicionados ao que não exige experiência. (E6)

Existem diversos meios de obter um diferencial no momento de recrutamento. Os programas de aprendizagem (jovem aprendiz) e os estágios proporcionam ao jovem uma experiência profissional e chances maiores de contratação no futuro, caso pretenda seguir carreira na empresa (PESSOA et al., 2014).

É indiscutível que o profissional da atualidade busca o aprimoramento das suas competências para se manter no mercado (CASTRO, FUGA E TEIXEIRA 2018). As competências exigidas por cada empresa são baseadas nos seus valores, sendo elas competências técnicas ou comportamentais. As mais enfatizadas são a administração de conflitos, atenção concentrada, comunicação, criatividade, inovação, dinamismo, agilidade, espírito de equipe, flexibilidade e iniciativa (KERCKHOFF, 2017).

As empresas quando questionadas sobre o motivo de não aprovar jovens candidatos, ressaltaram explicações como: “O jovem sem inspiração, sem vontade e disperso nas atividades” (E1), “comportamento nas dinâmicas em grupo, maneira de comunicação, postura” (E2), “falta de comprometimento, incompatibilidade com os valores” (E5) e “Falta de estudos na área desejada”(E6).

Os achados em campo são observados também na literatura. Percebe-se que o despreparo afeta os jovens, prejudica o diálogo, coordenação e autocontrole. Tais dificuldades impactam diretamente nas atitudes e geram altos índices de reprovação de candidatos às vagas de empresas (SILVA E MACHADO, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que os jovens estão buscando se profissionalizar para atender a demanda das empresas no mercado de trabalho. Porém, quando não atendem às necessidades da empresa nos processos de recrutamento e seleção, sentem a importância de terem um retorno das empresas e isso na maioria das vezes não acontece.

Esse retorno, por intermédio de feedbacks, que podem ser negativos ou positivos, tem a função de trazer uma reflexão e melhorias no desenvolvimento desses jovens, principalmente, por eles estarem adentrando no mercado de trabalho. Corroborando também para que eles possam perceber as perspectivas das empresas.

Por outro lado, as empresas necessitam que os jovens demonstrem suas habilidades e competências no processo de recrutamento e seleção. As empresas valorizam muito as habilidades e atitudes dos jovens, em muitos casos, mais que o conhecimento sobre uma função específica.

As empresas esperam comportamentos estruturados em educação, ética, vontade, responsabilidade, comprometimento, proatividade e agilidade. Sendo assim, as empresas destacam dificuldades com jovens sem inspiração, sem vontade e dispersos nas atividades, comportamentos negativos nas dinâmicas em grupo, dificuldades de comunicação, falta de postura profissional, falta de

comprometimento, incompatibilidade com os valores da empresa e, por último, falta de estudos na área desejada.

Sendo assim, conclui-se que existe um desalinhamento entre a percepção de empresas e jovens candidatos. De um lado, existe o jovem que não recebe feedback adequado quando não é contratado. E, talvez, por isso, acredite que experiência é fundamental. De outro, há a empresa que seleciona jovens apenas para cargos compatíveis com o nível de escolaridade, desde que demonstre interesse e alinhamento com os valores da organização.

O estudo torna-se relevante ao discutir a perspectiva de jovens que desejam ser absorvidos pelo mercado e a perspectiva das empresas a respeito desses. Além disso, demonstra o desalinhamento entre as perspectivas dos jovens que desejam cargos de hierarquias mais altas e as perspectivas das empresas que deseja absorver esses jovens na hierarquia mais baixa inicialmente. Como contribuição, este estudo abre novas oportunidades para pesquisas direcionadas à inserção do jovem no mercado de trabalho, aos feedbacks nas organizações com foco nos recrutamentos externos, possibilitando a perspectiva do jovem candidato ao receber o feedback que é fornecido pelas empresas do qual tenha participado do processo seletivo.

O estudo limita-se por ter sido realizado de forma online em virtude da COVID-19. Por isso, acredita-se que como sugestão de pesquisa futura estão as possibilidades de realizar entrevistas estruturadas com gestores de recursos humanos, aumentar a amostra e propor pesquisas com abordagem quantitativa com um questionário estruturado e validado com vistas a fazer análises estatísticas que garantam maior validade e confiabilidade para uma análise mais robusta.

REFERÊNCIAS

Antunes, Renara Soares; Demarco, Taisa Trombetta. (2017). Contratação de profissionais sem experiência: critérios utilizados pelos recrutadores e selecionadores. *Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Videira*, v. 2: e14176. <https://unoesc.emnuvens.com.br/apeuv/article/view/14176>.

Barros, Daiane Monique Lima de; Matos, Nailton Santos de. (2015). A Importância da Comunicação Organizacional interna e dos Feedbacks Gerenciais. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 13, n. 23, p.3-20.

Castro, Felipe Alencar Aguiar de; Fuga, Valdite Pereira; Teixeira, Marina Andrade. (2018). Um estudo sobre o modelo de contratação e gestão de funcionários em uma câmara municipal do estado de São Paulo. *Revista de Humanidades, Tecnologia e Cultura*. v. 8, n. 1, pp.1-20.

Chizzotti, A. (2006). *Pesquisa em ciências humanas e sociais* (8a ed.). São Paulo: Cortez.

Consoni, Bianca. (2010). *A importância do feedback*. TCC – Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação), Curso de Administração, Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Assis, São Paulo, Brasil.

Cortez, Pedro Afonso; Zerbini, Thais; Veiga, Heila Magali da Silva. (2019). Práticas humanizadas de gestão de pessoas e organização do trabalho: para além do positivismo e do dataísmo. *Trabalho, Educação e Saúde*, v. 17, n. 3. <https://doi.org/10.1590/1981-7746-sol00215>

Costa, Antonio Tavares. (2016). Empreendedorismo como ferramenta de desenvolvimento econômico e geração de emprego e renda: elaboração de metodologia para criação de micro e pequenas empresas. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*. Universidade Federal do Amapá-Macapá/AP, 1 (02), 20-40. <https://doi.org/10.32888/cge.v4i3.12700>

Cruz, Raissa Sampaio da. (2019). *Dar ou não dar feedback no processo seletivo? Eis a questão*. TCC – Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação), Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, Ceará, Brasil.

De Paula, Vilson Vieira; Nogueira, Giulia de Mendonça. (2016). A importância da área de gestão de pessoas, para o sucesso da organização. *Anais...XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III INOVARSE – Responsabilidade Social Aplicada*.

Dewes, J. O. (2013). *A amostragem em Bola de Neve e Respondent-Driven: Uma descrição dos Métodos*. 2013. 63 f. TCC (Graduação) – Graduação em Estatística, Instituto de Matemática, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.

Espedião, Márcia; Avila, Renato Nogueira Perez; Fernandes, Pamella Rodrigues Bavia. (2014). Marketing pessoal: planejamento e estratégias para o desenvolvimento do indivíduo. *Revista Eletrônica Saber*. Londrina, v. 25. Recuperado de: https://www.inesul.edu.br/revista/arquivos/arg-idvol_30_1401827512.pdf

Fragoso, António; Valadas, Sandra T.; Paulos, Liliana. (2019). Ensino superior e empregabilidade: Percepções de estudantes e graduados, Empregadores e acadêmicos. *Revista Educação e Sociedade*, v.40, e0186612. DOI: 10.1590/ES0101-73302019186612

Gil, Antonio Carlos. (2014). *Gestão de pessoas: Enfoque nos Papéis Profissionais*. São Paulo: Atlas.

Hernández Sampieri, R. et al. (2013). *Metodologia de pesquisa*. Tradução: Daysi Vaz de Moraes; Revisão técnica: Ana Gracinda Queluz Garcia, Dirceu da Silva, Marcos Júlio. 5° ed., Porto Alegre: Penso.

Hernandez, Douglas et al. (2017). O ingresso dos jovens no mercado de trabalho brasileiro. *Anais, Congrega Mic*, n. 12, p. 60.

Ivancevich, John M. (2008). *Gestão de recursos humanos*. 10. ed. São Paulo: Mcgrawhill.

Jacques, T. De C. et al. (2015). Geração Z: Peculiaridades geracionais na cidade de Itabira MG. Geração Z: peculiaridades geracionais na cidade de Itabira-MG. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 9, n. 3, p. 67-83. <https://doi.org/10.12712/rpca.v9i3.528>

Kerckhoff, Bruna. (2016). Análise dos requisitos de contratação para as vagas de emprego na região de Criciúma: um estudo aplicado na divulgação de processos seletivos de profissionais para as áreas da Administração. TCC – Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação), Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, Curso de Administração Habilitação Comércio Exterior, Criciúma, Santa Catarina, Brasil. Recuperado de: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/5248>

Kuhn, Ivo Ney; Berwing, Aldemir; Pinto, Raquel Cristiane Feistel. (2015). O feedback como potencial de desempenho na gestão de pessoas: um estudo de caso. In: *XV Colóquio Internacional de Gestão Universitária – CIGU - Desafios da Gestão Universitária no Século XXI*, Mar del Plata, Argentina. Recuperado de: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/136046>

Maia, Israel Leitão et al. (2018). Estratégia Adaptada de Feedback Voltado para Ambulatórios de Graduação. *Revista Brasileira de Educação Médica*, v. 42, n. 4, p. 29-36. <https://doi.org/10.1590/1981-52712015v42n4rb20180095>

Mancebo, Deise; Vale, Andréa Araujo do; Martins, Tânia Barbosa. (2015). Políticas de expansão da educação superior no Brasil 1995-2010. *Revista Brasileira de Educação*, v. 20 n. 60. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-24782015206003>

Martins, Heloísa Helena Teixeira de Souza. (1997). O jovem no mercado de trabalho. *Revista Brasileira de Educação*, n. 5, p. 96-109. Recuperado de: http://www.emdialogo.uff.br/sites/default/files/o_jovem_no_mercado_de_trabalho.pdf

Massi, Maria Lúcia Gili et al. (2018). Feedback dos candidatos não aprovados nos processos seletivos das empresas. *Revista Científica Hermes* n, v. 22, p. 422-448.

Mayhew, K.; Keep, E. (1999). The Assessment of Knowledge, Skills and Competitiveness. *Oxford Review of Economic Policy*, v. 15, n. 1, p. 1-15, <https://doi.org/10.1093/oxrep/15.1.1>

Pessoa, Manuella Castelo Branco et al. (2014). Formação profissional de jovens: a que se destina? *Estudos de Psicologia*, v. 19, n. 1, p. 22-30. <https://doi.org/10.1590/S1413-294X2014000100004>

Pontes, Raquel Pereira et al. (2018). O comportamento de jovens e adultos no mercado de trabalho brasileiro com relação à permanência no emprego. *Revista de Economia Contemporânea*, v. 22, n. 3. <https://doi.org/10.1590/198055272237>

Sanchez Penafior, Sandra and Herrera Aviles, Margarita. (2016). Os recursos humanos sob o enfoque da teoria dos recursos e capacidades. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, v. 24, n. 2, pp. 133-146. <http://dx.doi.org/10.18359/rfce.2216>.

Sin, C., Amaral, A. (2017). Academics' and employers' perceptions about responsibilities for employability and their initiatives towards its development. *Higher Education*, n. 73, p. 97-111. <https://doi.org/10.1007/s10734-016-0007-y>

Triviños, A. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas.

Wenzel, Natália Tereza Athayde. (2017). Marketing pessoal - O desenvolvimento pessoal como diferencial do profissional do século XXI. *Revista Eletrônica de Gestão, Engenharia e Tecnologia da Faculdade de Tecnologia de Piracicaba*, v. 2, n. 1.

Yin, R. K. (2010). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman.

Ziger, Renata; Filippim, Eliane Salete, Beltrame, Vilma. (2017). Perspectivas de Carreira para Pessoas Idosas nas Organizações. *Revista de Carreiras e Pessoas*, v. 7, n. 3, p. 64-87. <https://doi.org/10.20503/recape.v7i3.33169>