

A ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS DA EMPRESA: G.R.A. COMÉRCIO IMP. E EXP. LTDA

Anderson Pereira
Kaïke Arengheri
Lúcio França
Pedro O. Lopes
Reginaldo Perruco

RESUMO

A G.R.A. Comércio foi fundada por Altair de Jesus Marsola, inicialmente operando em home office, com foco na venda de produtos de manutenção industrial. Após um ano, Ednei Lourenço da Silva se juntou como sócio, oficializando a empresa como G.R.A. Comercial Ltda em janeiro de 1996. A partir de 2000, a empresa expandiu seu capital e equipe, consolidando-se no mercado com ênfase na comercialização de lonas plásticas, equipamentos de elevação de carga e caminhões, atendendo principalmente a agroindústria e transportadoras. O recrutamento e seleção de pessoal são realizados tanto internamente quanto através de redes sociais, como LinkedIn e Instagram, visando atrair uma variedade de profissionais. A seleção é conduzida por meio de entrevistas com gestores e análise curricular, priorizando a experiência, mas também oferecendo treinamentos internos para integração dos novos colaboradores. No entanto, a empresa enfrenta dificuldades em encontrar profissionais qualificados, o que pode resultar em desafios na adaptação dos novos colaboradores.

PALAVRAS-CHAVE: G.R.A Comércio, Recrutamento e seleção, expansão de mercado.

ABSTRACT

G.R.A. Comércio was founded by Altair de Jesus Marsola, initially operating as a home office business, focusing on selling industrial maintenance products. After one year, Ednei Lourenço da Silva joined as a partner, formalizing the company as G.R.A. Comercial Ltda in January 1996. From 2000 onwards, the company expanded its capital and team, establishing itself in the market with a focus on selling plastic tarps, lifting equipment, and trucks, primarily catering to the agribusiness and transportation sectors. Personnel recruitment and selection are conducted both internally and through social media platforms such as LinkedIn and Instagram, aiming to attract a variety of professionals. Selection involves interviews with managers and curriculum analysis, prioritizing experience while also offering internal training for new employee integration. However, the company faces challenges in finding qualified professionals, which may result in difficulties in new employee adaptation.

KEY-WORDS: G.R.A. Comércio, Recruitment and selection, market expansion.

1 INTRODUÇÃO

1.1 Caracterização da Empresa

A G.R.A. Comércio surgiu da iniciativa empreendedora de um de seus sócios Altair de Jesus Marsola, utilizando da sua experiência com vendas de produtos de manutenção industrial, iniciando o processo em home office. Em 1 ano, com perspectivas de crescimento superadas, Ednei Lourenço da Silva aceitou o convite para a sociedade, dando início à empresa G.R.A. Comercial Ltda em 8 de Janeiro de 1996.

A partir do ano 2000, seu capital e quadro de funcionários foi ampliado, se firmando no mercado, o qual tem foco principal na venda de lonas plásticas, equipamentos de elevação de carga, cobertura de material e caminhões, atendendo principalmente a agroindústria e transportadoras.

1.2 Tema e Problema

O processo de recrutamento e seleção dentro da empresa se dá por meio do compartilhamento da vaga tanto de maneira interna como com o uso de redes sociais (LinkedIn e Instagram), com o intuito de trazer o máximo de pessoas com mentalidades diferentes para dentro da empresa.

Já a parte de seleção é realizada por meio de entrevistas com gestores e diretores e análise curricular, tentando trazer o máximo de experiência possível, sem se privar da possibilidade de treinamentos internos para adaptação do novo colaborador. A principal questão abordada é a dificuldade de encontrar pessoas qualificadas no meio, causando assim a possibilidade de uma má adaptação do novo colaborador.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos gerais

Definido o tema problema, temos como objetivos gerais a captação de novos talentos de maneira eficiente e diminuição de *turnover* devido a falta de conexão com a razão da empresa.

1.3.2 Objetivos específicos

- Revisão do processo seletivo
- Utilização de tecnologias para seleção de currículos
- Melhorar no processo de divulgação de vagas
- Melhor seletividade no processo seletivo
- Aumento de divulgação para vagas internas

1.4 Cronograma

Realizado	Período
Resumo, Introdução, Caracterização da Empresa, Tema e Problema, Objetivos Gerais e Específicos, Metodologia	Janeiro à Julho de 2024
Fundamentação Teórica, Análise de Dados da Pesquisa, Conclusão	Agosto à Novembro de 2024

2 METODOLOGIA

O método de pesquisa empregado neste artigo foi o método de pesquisa qualitativa, onde os dados são coletados através de entrevistas compostas por perguntas abertas. Neste método tanto o entrevistado como o entrevistador podem colaborar para o enriquecimento da pesquisa porque ambos podem acrescentar pontos de vistas e variáveis que seriam difíceis de serem percebidos em qualquer método de pesquisa que não fosse qualitativo.

Para Godoy (1995, p. 2) o emprego de pesquisa qualitativa tornar-se uma ferramenta de extrema importância para uma determinada área que esta sendo alvo de estudos.

Entretanto, como não existe nenhum consenso sobre a maneira de como é aplicada a pesquisa qualitativa, a mesma autora ressalta a importância de se definir critérios a ser seguidos no decorrer da aplicação da entrevista. A dificuldade esta justamente em saber conciliar dados obtidos durante a entrevista com a problemática que esta sendo estudada, pois os dados colhidos irão refletir situações e informações. Sobre a importância de se estabelecer um critério de pesquisa a autora diz:

É importante estabelecer e definir critérios por meio dos quais a qualidade da investigação científica possa ser examinada. A identificação de tais critérios pode ser útil tanto na avaliação de projetos de pesquisa quanto na apreciação do relatório final de estudos que receberam fomento e dos que foram realizados como dissertações de mestrado, teses de doutorado ou até mesmo organizados no formato de artigos submetidos aos periódicos especializados. (Godoy, p. 81, 2005).

Tais critérios irão ajudar o pesquisador a sistematizar teoria com os dados obtidos. É o pesquisador que aplica a entrevista e a maneira como trabalha as informações que são obtidas serão um ponto critico na avaliação final daquilo que esta sendo estudado, portanto a analise deve ser fria e verdadeira, mesmo que isso represente revisar toda a problemática.

O processo de condução da pesquisa é essencialmente indutivo, isto é, o pesquisador coleta e organiza os dados com o objetivo de construir conceitos, pressuposições ou teorias, ao invés de, dedutivamente, derivar hipóteses a serem testadas. A análise indutiva dos dados leva a identificação de padrões recorrentes, temas comuns e categorias. O resultado da pesquisa é expresso por meio de um relato descritivo, detalhado e rico a respeito do que o pesquisador aprendeu sobre o fenômeno. Tais resultados são apresentados e discutidos usando-se as referências da literatura especializada a partir das quais o estudo se estruturou. (Godoy, 2005).

A pesquisa qualitativa também exige do pesquisador a maior transparência possível, levando em consideração que a pesquisa poderá até mesmo servir de bases para outras pesquisas e teses mais complexas e abrangentes. Uma vez que seria adotado um sistema de entrevistas para a obtenção de dados, foi utilizado como principal ferramenta o uso de questionários, a medida que os gestores de cada área relatam suas experiências, forneciam informações e falavam sobre suas perspectivas os questionários eram devidamente preenchidos.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: A ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

4 ANÁLISE DE DADOS DA PESQUISA

5 CONCLUSÃO

6 REFERENCIAL TEÓRICO

CHIAVENATO, Idalberto. - **Recursos Humanos: O Capital Humano nas Organizações**. ATLAS, 8º ED, 2004.