

A PERCEÇÃO DOS GERENTES, COMO CLIENTE INTERNO, SOBRE O PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE UMA EMPRESA DO SETOR DA RESTAURAÇÃO

Anabela Correia, Instituto Politécnico de Setúbal - Escola Superior de Ciências Empresariais

Lígia Santos, Instituto Politécnico de Setúbal - Escola Superior de Ciências Empresariais

As pessoas são os principais impulsionadores do sucesso organizacional e uma componente chave da vantagem competitiva de qualquer organização. O recrutamento e seleção já não é visto como uma simples prática da gestão de recursos humanos mas como uma ferramenta estratégica com implicações de grande alcance para as organizações (Yu & Cable, 2014). No processo de recrutamento e seleção para além da área de gestão de recursos humanos participam também as chefias da organização e é importante que estas se sintam satisfeitas com este processo. Embora a principal missão da organização seja a satisfação dos clientes externos, as organizações para produzirem produtos e serviços com qualidade têm que ter os seus clientes internos/colaboradores também satisfeitos. As organizações que conseguem atender às necessidades dos clientes externos em sintonia com as necessidades das pessoas que produzem os seus produtos e serviços, terão mais possibilidades de terem êxito no século XXI (Lepeley, 2017).

O objetivo deste estudo foi analisar a perceção dos Gerentes, como cliente interno, em relação ao processo de recrutamento e seleção prestado pela área de recrutamento e seleção de uma grande empresa do setor da restauração.

Como metodologia optámos pelo estudo de caso, por permitir analisar o tema estudado em contexto real, e também pelo facto da problemática analisada ser pouco investigada. Como instrumento para a recolha de dados foi construído um questionário que avalia três dimensões da perceção dos Gerentes sobre o processo de recrutamento e seleção: o conhecimento, a participação e a satisfação. A amostra deste estudo é composta por 28 Gerentes dos restaurantes.

Os resultados obtidos indicam que os Gerentes dos restaurantes apresentam níveis diferenciados nos três aspetos analisados (conhecimento, participação e satisfação). As perceções mais baixas verificam-se na categoria participação, no que concerne à satisfação estes profissionais apresentam níveis médios e no que respeita ao conhecimento, observaram-se níveis mais altos. De uma forma geral, concluiu-se que a empresa deve fornecer mais informações sobre os candidatos aos Gerentes dos restaurantes; deve aumentar a participação/envolvimento destes em todas as etapas do processo de seleção; e deve melhorar a 'qualidade' dos candidatos apresentados. Foi ainda referido que a carga burocrática não era a adequada.

Pretendemos que este estudo se revele importante para a organização, uma vez que permitirá através dos resultados obtidos melhorar o serviço prestado pela área do de recrutamento e seleção, e por sua vez aumentar o envolvimento dos Gerentes dos restaurantes.

Encontrámos como limitação neste estudo, o tamanho da amostra, uma vez que a investigação não incidiu em todos os restaurantes existentes no país. Como sugestão para estudos posteriores, sugere-se o alargamento deste estudo a todos os restaurantes e o aprofundamento dos aspetos menos positivos verificados no questionário.

Palavras-chaves: Processo de recrutamento e seleção, mercado de trabalho, clientes internos.

Bibliografia

Lepeley, M.T. (2017). *Five Pillars of Quality Organizations and Global Sustainability*. UK: Greenleaf Publishing.

Yu, K., & Cable, D, G. (2014). Investigating recruitment: An Introduction.. In D. Cable, and K. Yu (Eds.), *The Oxford Handbook of Recruitment* (pp.1-5). UK: Oxford Library of Psychology.