

Redes Sociais On-line e Seleção de Pessoas: LinkedIn e SERVQUAL

DANIEL FARIA CHAIM

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – São Paulo – Brasil
chaim@fatecguaratingueta.edu.br

CAMILA ROCHA MARTINELLI

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – São Paulo – Brasil
camilamartinelli81@gmail.com

MARÍLIA MACORIN DE AZEVEDO

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – São Paulo – Brasil
marilia.azevedo@fatec.sp.gov.br

Resumo - A atividade de seleção de pessoas é um processo importante e frequente, para organizações e muitas vezes para indivíduos, com implicações diretas no cotidiano desses dois personagens. Para as organizações, esse momento se torna estratégico na busca por talentos que agreguem valor. A variedade, a facilidade de socializar informações e a possibilidade de identificar indivíduos por meio da utilização das TICs faz com que tanto o comportamento do indivíduo seja diferente, quanto os processos de uma organização. Com base nessas referências, foi delimitado o objeto de estudo desse artigo, no caso avaliar a Rede Social On-line LinkedIn, como um serviço, por meio da aplicação de um questionário on-line, adaptado de acordo com a escala SERVQUAL, ferramenta utilizada para verificar a qualidade de um serviço ofertado na visão do cliente.

Palavras-chave: Redes Sociais, LinkedIn, Seleção de Pessoas, SERVQUAL.

Introdução

Na visão das organizações a atividade de seleção de pessoas é um processo importante e frequente, esse momento se torna estratégico na busca por talentos (capital intelectual) que agreguem valor. Portanto pensar, planejar e avaliar quais meios atualmente devem ser utilizados na busca por indivíduos que possuam as competências necessárias para o preenchimento da vaga ofertada se torna um desafio perante a Sociedade da Informação.

A diversidade de informações disponíveis devido à utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) permite sua socialização de forma contínua, crescente e imensurável. A variedade, a facilidade de socializar informações e a possibilidade de identificar indivíduos por meio de recursos on-line faz com que tanto o comportamento do indivíduo seja diferente, quanto os processos de uma organização.

Segundo Sala (apud Almeida 2003, p. 205) foi identificado que para o recrutamento de pessoas, 80% dos entrevistados utilizam o banco de dados como o meio mais comum, quando se consideram cargos dos níveis: gerencial, técnico e operacional. A Internet é mais utilizada para cargos gerenciais e técnicos. Para Almeida (2003), a chegada da informatização na área de captação e seleção tem levado empresas e candidatos a mudanças na forma de fazer suas ofertas no mercado de trabalho e de recursos humanos (RH).

Com a utilização de tecnologias on-line como ferramentas de apoio ao processo de seleção de pessoas, surgiu a questão que delimita esta dissertação: avaliar o serviço oferecido por uma tecnologia on-line, na visão de um profissional da área de recursos humanos.

1. Sociedade da Informação

A “SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO” não é caracterizada somente pelo volume virtualmente infinito de informação a que se tem acesso, mas também pela democratização das mídias, que acabam permitindo a ampla difusão da informação de forma descentralizada, graças ao desenvolvimento das Tecnologias da Comunicação e Informação (TICs), sendo a internet o meio de ação dessas tecnologias.

Segundo Polizelli (2008), Sociedade da Informação é uma proposta multidisciplinar com influências de diferentes áreas de pensamento, com um escopo amplo que integra o uso de tecnologias de informática e comunicações (TIC) para a cooperação e compartilhamento de conhecimento entre os atores, a fim de disseminar a formação de competências na população. Por atores entendem-se os governos, as universidades e as empresas, que estimulam um maior número de pessoas a trocar informações e serviços, fortalecendo a rede como um todo. Dessa forma, esses atores se configuram como as bases mais estáveis a partir das quais são estabelecidas as redes que geram a Sociedade da Informação.

A possibilidade de usuários se apropriarem de tecnologias, compreendê-las e traduzi-las para utilização em seu cotidiano, permitiu não só novas cadeias de comunicação, mas também a possibilidade de cruzamento de novos conhecimentos e novas aplicações, auxiliando o desenvolvimento intelectual do indivíduo ou até mesmo o desenvolvimento do capital humano em uma organização.

1.1. As TICs na Sociedade da Informação

Segundo Mitchell (2005, p.337) é importante considerar que o contexto tecnológico da sociedade em rede não é estabelecido apenas por microprocessadores e pela Internet, mas também e principalmente por uma onda emergente de diversas novas tecnologias que encontram as suas utilizações pela relação entre elas; dentre essas tecnologias, destacam-se as Tecnologias da Comunicação e Informação (TICs).

As Tecnologias da Comunicação e Informação (TICs) estão fazendo com que as pessoas passem por constantes processos de aprendizagem e interatividade, promovendo mudanças em suas vidas, ultrapassando limites temporais e geográficos, independente de terem sido vistos e vividos. Assim como as mudanças pessoais, as organizações também estão se reorganizando, integrando aos seus processos recursos tecnológicos, fazendo com que o todo passe a ser interdependente de suas partes, permitindo que os conhecimentos de uma área possam ser consultados por outras e até mesmo utilizados. Diante desse cenário a mudança no quadro de profissionais, hierarquias, estruturas organizacionais e formas de produção da organização tornam-se necessárias.

2. Recrutamento e Seleção de Pessoas

Para Adler (2003), cada estágio do processo de recrutamento e seleção de pessoas, que são: Captação/Recrutamento, Triagem, Avaliação e Decisão, devem estar integrados possuindo cada um seus objetivos.

2.1. Recrutamento de Pessoal

O processo de recrutamento de pessoal é contínuo em uma organização seja para substituir colaboradores que se desligaram ou até mesmo ampliar seu quadro de pessoal. Esse ciclo ativa a seleção de pessoas, integrando um mesmo processo, a introdução de novos elementos humanos na organização.

Segundo Marras (2011, p.54) todo processo de recrutamento de pessoal tem início a partir de uma necessidade interna da organização no que tange à contratação de novos profissionais.

Para Almeida (2009, p. 79) durante o recrutamento de pessoal, estudos e pesquisas de mercado devem ser realizados, devem ser identificados os tipos de pessoas que se deseja contratar, realizar com o objetivo de localizar os candidatos em potencial, verificar como essas pessoas procuram emprego, como realizam suas escolhas profissionais, que tipo de propostas mais lhe atraem etc. Obter informações de como empresas concorrentes estão realizando suas contratações e o que elas oferecem a seus candidatos permite ter parâmetros sobre a atratividade da vaga oferecida. Com esse levantamento é possível planejar e focalizar com maior precisão o recrutamento de candidato com os perfis que a organização deseja.

2.2. Seleção de Pessoas

O processo de seleção de pessoas busca entre vários candidatos recrutados, os mais adequados ou os que possuam as competências necessárias aos cargos existentes em uma organização, com o intuito de manter ou aumentar a eficiência e o desempenho humano, bem como a eficácia da organização. Além disso, o processo de seleção de pessoas busca a adequação do que a organização pretende, com o que as pessoas podem lhe oferecer, mas esse processo não é unilateral, as pessoas também escolhem as organizações onde pretendem trabalhar.

As empresas atualmente estão tratando o processo de seleção de pessoas como um mecanismo para aumentar o seu capital humano e a melhor maneira para se fazer isso é focar nas competências individuais, assim dois pontos se tornam fundamentais para o processo de seleção: o cargo e as competências. Dessa maneira o processo de seleção passa a ser configurado como um processo de comparação e decisão, em que a organização compara e decide sobre as pretensões dos candidatos e do outro lado, candidatos comparam e decidem sobre as ofertas das organizações.

Segundo Faissal, Passos, Mendonça e Almeida (2009, p. 88) a utilização de técnicas em processos de seleção baseia-se no seu valor de predição, ou seja, na suposição de que há uma estreita correspondência entre o desempenho obtido pelo candidato nas técnicas aplicadas e seu desempenho futuro no trabalho.

2.3. Triagem

Essa fase é realizada para comprovar se todas as informações indicadas pelo candidato são realmente válidas, essa verificação é feita por meio de análise curricular e entrevistas.

Para Faissal, Passos, Mendonça e Almeida (2009, p. 84), a análise curricular é geralmente, o primeiro passo da triagem e funciona com um filtro inicial. A partir das informações indicadas no currículo, será possível formar uma primeira impressão em relação às qualificações dos candidatos e suas adequações para a vaga qual está sendo selecionado.

Outro ponto da triagem é a avaliação do desenvolvimento da carreira do candidato, conforme propõe Dutra (2004) a uma ampliação do espaço ocupacional, entendido como o nível de complexidade das atribuições e das responsabilidades de um empregado. Desse modo, um currículo pode listar uma sucessão de cargos de mesmo nível de complexidade, indicando que por mais que um profissional tenha passa por diferentes cargos ele ocupou um espaço ocupacional restrito.

3. Redes Sociais On-line: LinkedIn

Segundo Castells (1999, p. 565), na atual sociedade, as funções e os processos dominantes estariam organizados em redes. "Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a

operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, de poder e de cultura”.

Para Marteleto (2001) rede social é “um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. Em detrimento às estruturas hierárquicas, as pessoas em rede valorizam os elos informais e as relações entre elas, assim “os indivíduos, dotados de recursos e capacidades propositivas, organizam suas ações nos próprios espaços políticos em função de socializações e mobilizações suscitadas pelo próprio desenvolvimento das redes”.

3.1. LinkedIn

O LinkedIn é uma empresa de Internet focada em conectar os profissionais do mundo, com sede mundial localizada em Mountain View, Califórnia. Teve início na sala de estar de seu cofundador Rei Hoffman em 2002, mas o lançamento oficial do site aconteceu no dia 5 de maio de 2003.

No final do primeiro mês de funcionamento, o LinkedIn atingiu o total de 4.500 usuários. Segundo dados de 3 de novembro de 2011, publicados no site pela própria empresa LinkedIn (LinkedIn, 2011), atualmente a mesma, é a maior rede profissional do mundo na internet, com mais de 135 milhões de usuários em mais de 200 países. E ainda, com base em dados do final do terceiro trimestre de 2011, a própria empresa também publicou que a média de cadastro de profissionais no LinkedIn é superior a dois usuários por segundo (LinkedIn, 2011).

Caracterizada como uma empresa de capital privado e com um modelo de negócios diversificado, todo o lucro obtido vem através das assinaturas dos usuários, soluções de recrutamento, vendas de publicidade e licença de software.

Segundo Teles (2010, p.87) “O LinkedIn é uma espécie de currículo profissional, em que consta sua posição atual, os cargos que exerceu, sua escolaridade, seus sites, particularmente sites de empresas, e seu blog.”

Com base na citação de Teles, o LinkedIn se torna a rede social mais indicada para se trabalhar com Gestão de Pessoas e para profissionais que desejam estar em evidência no mercado, por disponibilizar um “mapa de sua rede profissional”, dando uma real dimensão de sua rede de relacionamentos e quão influentes são, o que no futuro poderá ser utilizado como estratégia de contratação de profissionais facilitando as relações de negócios.

4. SERVQUAL

Para avaliar a Rede Social On-line LinkedIn, como serviço, foi essencial compreender a escala SERVQUAL, adaptá-la e aplicá-la de forma adequada, isso possibilitou mensurar a qualidade dos serviços ofertados na visão dos usuários do LinkedIn.

Segundo Freitas (2005) o tema “qualidade em serviços”, ainda é objeto de muita discussão entre pesquisadores, gerentes e administradores, por tratar de dois objetos nada triviais: qualidade e serviços.

Vários modelos têm sido criados nas últimas décadas, com o objetivo de avaliar a qualidade de serviços, considerando o cliente como foco principal da avaliação.

Para identificar melhor o significado de “serviços” Parasuraman et al. (1985), apresentam três características dos serviços:

- **Simultaneidade:** serviços são consumidos quase simultaneamente ao momento em que são produzidos, tornando difícil ou quase impossível detectar e corrigir as falhas antes que elas ocorram e afetem o cliente.

- **Intangibilidade:** os serviços representam um produto não físico, ou seja não podendo ser transportados e/ou armazenados.

- **Heterogeneidade:** a grande variedade de serviços existentes e o forte relacionamento com o fator humano dificulta a atividade de padronização e estimação de preços.

Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005, p.30) consideram que serviço é uma experiência perecível, intangível, desenvolvida para um consumidor que desempenha o papel de co-produtor.

Devido à suma importância da qualidade na prestação de serviços, os métodos de avaliação se tornaram essenciais. O emprego do SERVQUAL é efetuado em duas etapas, onde na primeira são avaliadas as expectativas prévias dos clientes em relação ao serviço e na segunda são avaliadas as percepções dos clientes a cerca do desempenho do serviço prestado.

Geralmente as avaliações utilizando o modelo SERVQUAL são efetuadas com a aplicação de um questionário que utiliza a escala Likert de 7 pontos, onde os extremos estão definidos como: “Discordo Totalmente” e “Concordo Totalmente”. Parasuraman et al. (1985) tomando como base as dez dimensões da qualidade dos serviços, criaram o questionário SERVQUAL.

O instrumento SERVQUAL foi refinado e chegou-se a um resultado de cinco dimensões da qualidade:

- **Confiabilidade:** habilita prestar o serviço com exatidão;
- **Presteza:** disposição em ajudar os clientes e fornecer o serviço com presteza e prontidão;
- **Garantia:** conhecimento dos funcionários e suas habilidades em demonstrar confiança;
- **Empatia:** grau de cuidado e atenção pessoal dispensado aos clientes;
- **Aspectos Tangíveis:** aparência das instalações, equipamentos, pessoal envolvido e material de comunicação.

Para calcular cada item do questionário se utiliza o Gap 5, definido pela diferença entre a percepção de cada avaliador acerca do desempenho (P, originado de Performance) do serviço prestado e sua Expectativa (E) quanto à prestação do serviço. O gap, ou diferença entre a expectativa e o desempenho, é uma medida da qualidade do serviço em relação a uma característica específica. Com o modelo gap é possível verificar a forma pela qual o cliente consegue avaliar a qualidade do serviço e como a empresa pode avaliar analiticamente a qualidade de um serviço.

Dessa forma, Parasuraman et al. (1985) delimitaram o cálculo do modelo de qualidade dos serviços da seguinte maneira:

$$gap\ 5 = f(gap\ 1, gap\ 2, gap\ 3, gap\ 4)$$

De acordo com a equação, a percepção da qualidade pelo ponto de vista do cliente, pelos serviços prestados, definida como gap 5, depende da direção e índice das discrepâncias entre: gap 1, gap 2, gap 3 e gap 4.

5. Resultados

Todos os profissionais da área de Recursos Humanos entrevistados trabalhavam diretamente com a Rede Social On-line LinkedIn na empresa. Dos participantes os profissionais com o cargo de Analista de RH, foram os que tiveram maior participação, totalizando 43% da amostra, em seguida os com o cargo de Gerente de RH, com 37%, após os com o de Auxiliar de RH com 13% e por fim os com o de Coordenador de RH com 7%.

É interessante ressaltar com base nos dados coletados que a utilização da Rede Social On-line LinkedIn dentro das empresas onde os profissionais entrevistados atuam, mostrou-se universal na área de Recursos Humanos, independente do cargo(função), mesmo com distinções hierárquicas, tempo de experiência e porte da empresa.

5.1. Dimensões da Qualidade

Com a aplicação do questionário on-line, foi possível coletar dados para as seguintes dimensões da qualidade: aspectos tangíveis, confiabilidade, atendimento e segurança.

5.1.1. Aspectos Tangíveis

A Tabela 1 apresenta os resultados dos escores médios obtidos pelos entrevistados quanto à qualidade do desempenho (percepção) e sua importância (expectativa) quanto aos aspectos tangíveis. Com a tabulação dos resultados, foi possível verificar que os escores da importância (expectativas) variam pouco de 3,4 a 3,9, com a média dos escores em 3,6, o que encaixa a dimensão na escala LIKERT entre os níveis IMPORTANTE (peso 3) e MUITO IMPORTANTE (peso 4), no caso mais para MUITO IMPORTANTE. O mesmo acontece em relação aos escores do desempenho (percepção) dos entrevistados que variam de 3,0 a 3,2, com a média dos escores de 3, o que encaixa o fator desempenho (percepção) na escala LIKERT exatamente no nível BOM (peso 3).

Tabela 1 – Aspectos Tangíveis

Atributos		Importância (Expectativas)		Desempenho (Percepção)	GAP
Afirmativa 1	Uma Rede Social deve ter uma interface moderna.	3,6	O LinkedIn possui uma interface moderna.	3,2	-0,4
Afirmativa 2	Recursos Visuais (imagens, botões, animações, etc) devem auxiliar a navegação dentro das Redes Sociais.	3,4	Os Recursos Visuais (imagens, botões, animações, etc) utilizados na interface do LinkedIn auxiliam a navegação.	3,0	-0,4
Afirmativa 3	A aparência de uma Rede Social deve passar a imagem da empresa que a gerência.	3,9	A aparência do LinkedIn passa a imagem da empresa que o gerencia.	3	-0,9
Escore Médio		3,6		3,0	-0,6

Porém, por meio da análise dos GAPs, em relação à Afirmativa 1 (relacionada a interface), a qualidade é insatisfatória, pois o GAP negativo indica que o desempenho está abaixo da expectativa, revelando que o serviço prestado não está adequado segundo os entrevistados. O mesmo ocorre com as Afirmativas 2 (emprego de recursos visuais) e 3 (imagem da empresa relacionada ao ambiente), também com GAPs negativos.

5.1.2. Aspecto Confiabilidade

A Tabela 2 mostra os escores médios obtidos quanto ao desempenho (percepção) e a importância (expectativas) dos entrevistados em relação ao aspecto confiabilidade. Observou-se que os escores em relação à importância (expectativa) tiveram uma sensível variação, ficaram entre 4,2 e 4,5, com escore médio de 4,3, o que encaixa a importância (expectativa) nos níveis, MUITO IMPORTANTE (peso 4) e EXTREMAMENTE IMPORTANTE (peso 5), no caso, mais próximo do nível MUITO IMPORTANTE. Para o fator desempenho (percepção), os escores ficaram entre os valores de 2,5 a 3,5, com o escore médio de 3,1, qual segundo a escala LIKERT utilizada, equivale a BOM (peso 3).

Tabela 2 – Aspecto Confiabilidade

	Atributos	Importância (Expectativas)		Desempenho (Percepção)	GAP
Afirmativa 4	Uma Rede Social deve cumprir o papel de conexão entre pessoas.	4,2	O LinkedIn cumpre o papel de conexão entre pessoas.	3,5	-0,7
Afirmativa 5	Quando a organização que utiliza a Rede Social para a divulgação de vagas tem algum problema, a empresa responsável pelo gerenciamento da rede deve deixá-lo seguro.	4,3	Quando a organização que utiliza o LinkedIn para a divulgação de vagas tem algum problema, a empresa responsável pelo gerenciamento da rede presta suporte.	2,5	-1,8
Afirmativa 6	A empresa que gerencia a Rede social deve ser de confiança.	4,5	A empresa LinkedIn é confiável.	3,3	-1,3
Afirmativa 7	A empresa deve oferecer o serviço no tempo prometido.	4,3	O LinkedIn oferece o serviço no tempo prometido.	2,9	-1,4
Afirmativa 8	A empresa deve manter seus registros de forma correta.	4,4	O LinkedIn mantém seus registros de forma correta.	3,1	-1,3
	Score Médio	4,3		3,1	-1,3

Na análise dos GAPs, a Afirmativa 4 (conexão entre pessoas), apresenta um resultado negativo de -0,7. O mesmo ocorre com as demais Afirmativas 5 (suporte em relação a utilização do ambiente), 6 (confiança no ambiente), 7 (serviço no tempo oferecido) e 8 (registros organizados corretamente), sendo a Afirmativa 5 com -1,8, a Afirmativa 6, com -1,3, a Afirmativa 7, com -1,4 e por fim a Afirmativa 8, com -1,3.

5.1.3. Aspecto Atendimento

Em relação ao aspecto atendimento, os resultados mostram que os escores relativos à importância (expectativa) quase não sofrem variações, com um escore médio de 3,6, o qual na escala LIKERT, corresponde aproximadamente ao nível MUITO IMPORTANTE (peso 4). Já em relação ao desempenho (percepção) os escores variam de 2,8 a 3,7, com um escore médio de 3,2, mais próximo do nível IMPORTANTE (peso 3), os mesmos podem ser verificados na Tabela 3.

Tabela 3 – Aspecto Atendimento

	Atributos	Importância (Expectativas)		Desempenho (Percepção)	GAP
Afirmativa 9	Espera-se que os serviços executados sejam informados à organização que utiliza a Rede Social para a publicação de vagas.	3,7	Os serviços executados são informados à organização que utiliza o LinkedIn para a publicação de vagas.	2,8	-0,8
Afirmativa 10	A conexão entre os usuários da Rede Social deve ser imediata.	3,6	A conexão entre os usuários no LinkedIn é imediata.	3,2	-0,4
Afirmativa 11	A Rede Social deve conter o maior número possível de usuários com o mesmo objetivo.	3,7	O LinkedIn possui um grande número de usuários com o mesmo objetivo.	3,7	0,0
	Score Médio	3,6		3,2	-0,4

Quanto aos GAPs, a Afirmativa 9 (informações quanto aos serviços oferecidos), mostra qualidade insatisfatória, com o resultado negativo de -0,8. O mesmo ocorre com a Afirmativa 10 (conexão entre usuários), com o resultado de -0,4. Apenas a Afirmativa 11 (usuários com o mesmo objetivo), apresentou resultado nulo entre o desempenho (percepção) e a importância (expectativas), o que torna o serviço satisfatório dentro do escore médio calculado. Abaixo, no Gráfico 18 é possível verificar a pequena variação entre os GAPs.

5.1.4. Aspecto Segurança

O aspecto segurança apresentou escores em relação à importância (expectativa) de 3,8 a 3,9, ilustrados na Tabela 4, com o escore médio de 3,8, muito próximo do nível MUITO IMPORTANTE (peso 4) na escala LIKERT utilizada. Quanto ao desempenho (percepção), os escores ficaram entre 2,6 a 2,9, com o escore médio de 2,8, próximo do nível BOM (peso 3) da escala LIKERT.

Tabela 4 – Aspecto Segurança

		Importância (Expectativas)		Desempenho (Percepção)	GAP
Afirmativa 12	Espera-se que a Rede Social cuide dos dados da organização que a utiliza.	3,8	O LinkedIn cuida dos dados da organização que o utiliza.	2,9	-0,9
Afirmativa 13	Espera-se serviço de suporte aos problemas encontrados na Rede Social.	3,9	O serviço de suporte aos problemas encontrados no LinkedIn é eficiente.	2,6	-1,3
Afirmativa 14	A Rede Social deve fornecer informações sobre suas funcionalidades.	3,9	O LinkedIn fornece informações sobre suas funcionalidades de forma clara.	2,8	-1,1
Escore Médio		3,8		2,8	-1,1

Em todas as afirmativas do aspecto segurança os GAPs, foram negativos. A Afirmativa 12 (cuidado com os dados da organização que utiliza o ambiente) teve o GAP de -0,9, a Afirmativa 13 (suporte aos problemas encontrados), o de -1,3 e por fim a Afirmativa 14 (informações sobre funcionalidades) com -1,1, o que mostra insatisfação do usuário em relação ao desempenho (percepção) e a importância (expectativas) do serviço ofertado no LinkedIn.

É importante ressaltar, que de acordo com os níveis estabelecidos na escala LIKERT utilizada, os aspectos: tangível, confiabilidade, atendimento e segurança da escala SERVQUAL, no fator importância (expectativa) obtiveram valores muito positivos, sempre classificando as afirmativas muito próximas dos níveis IMPORTANTE e MUITO IMPORTANTE, o que mostra a boa receptividade dos profissionais da área de Recursos Humanos em relação ao que se espera das Redes Sociais On-line.

Já para a avaliação dos aspectos da escala SERVQUAL no fator desempenho (percepção), a classificação na escala SERVQUAL fica muito próxima do REGULAR e BOM, o que enfatiza a necessidade de mudanças e reavaliações dos serviços oferecidos.

É interessante ressaltar, que na visão dos usuários entrevistados em relação ao fator importância (expectativa) o aspecto confiabilidade é o que se aproxima mais do nível

de EXTREMA IMPORTÂNCIA, estabelecido na escala LIKERT, utilizada. O que evidencia a importância em relação à capacidade do ambiente em oferecer um serviço de forma confiável, precisa e consistente. E de acordo com os resultados, o LINKEDIN tem considerável deficiência, já que o GAP calculado é o maior, com -1,3, com o valor de 3,1 para o fator desempenho (percepção).

6. Conclusão

Com o desenvolvimento da pesquisa bibliográfica efetuada, foi possível além do resultado em relação à avaliação do LinkedIn pelos profissionais da área de Recursos Humanos, por meio do questionário on-line, adaptado a escala SERVQUAL, identificar também outras considerações interessantes.

Em relação aos resultados tabulados devido à participação dos 30 profissionais da área de Recursos Humanos com aplicação do questionário on-line, foi possível considerar que:

- A presente pesquisa buscou mostrar a qualidade dos serviços prestados pela Rede Social On-line LINKEDIN, considerando a importância (expectativa) versus desempenho (percepção), por meio da ferramenta SERVQUAL.

- Os resultados mostraram que a qualidade dos serviços prestados em vários atributos pesquisados encontra-se abaixo do esperado, caracterizando-os como insatisfatórios. Em nenhuma das dimensões o serviço foi percebido pelos usuários com qualidade ideal, ou seja, em nenhum momento a expectativa foi maior que a percepção. Porém, de acordo com a escala Likert utilizada para pontuar as afirmativas, em todos aspectos avaliados a média dos fatores importância (expectativa) e desempenho (percepção), resultaram em valores entre 4 e 3, que correspondem a MUITO IMPORTANTE e IMPORTANTE para o fator importância (expectativa), e MUITO BOM e BOM para o fator desempenho (percepção).

- O fato dos resultados, em todos os aspectos empregados, serem negativos deixa claro que pelo fator importância (expectativa) exceder o desempenho (percepção) a necessidade de mudanças, principalmente pelo contínuo crescimento de usuários da Rede Social On-line LinkedIn e sua utilização como ferramenta de apoio a processos organizacionais.

- Ao término da pesquisa foi possível verificar que a Rede Social On-line LINKEDIN realmente apoia o processo de seleção de pessoas, mas também é utilizada para a promoção das organizações. Essa informação foi relatada por meio dos contatos telefônicos efetuados. Uma considerável parcela dos participantes relatou que não utilizavam a Rede Social On-line apenas para apoio ao processo de seleção de pessoas, mas também para a divulgação de outros tipos de informações sobre a organização.

- Outro ponto interessante da pesquisa foram os aspectos da escala SERVQUAL relacionados à segurança e confiabilidade do usuário em relação ao ambiente. Cada vez mais, fatores relacionados à utilização segura e confiável no Ciberespaço se tornam primordiais, e, no LINKEDIN, esses são GAPS com escores médios negativos significativos.

Referências

ALMEIDA, Walnice. Captação e Seleção de Talentos. Com Foco em Competências. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ADLER, Lou. The Best interview question of all time. Eletronic Recruiting Exchange, p. 1-4, 28 June 2001.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 3 Ed, V. 1, 1999.

DUTRA, Joel S. Competências: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna. São Paulo: Atlas, 2004.

FREITAS, A. L. P. A qualidade de serviços no contexto da competitividade. Revista Produção on-line, v. 5, n. 1, p. 1-24, 2005.

LINKEDIN. 2011. Disponível em: <
http://www.linkedin.com/static?key=what_is_linkedin&trk=hb_what>

MARRAS, Jean Pierre. Administração de Recursos Humanos do Operacional ao Estratégico. 14ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação no estudo de transferência da informação. Ciência da Informação, v.30 n.1 Brasília jan./abr. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652001000100009&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 19 nov. 2011.

MITCHELL, William. E-topia: Tecnologias de Informação e Comunicação e a Transformação da Vida Urbana, in CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo; (orgs.); A SOCIEDADE EM REDE DO CONHECIMENTO À APLICAÇÃO POLÍTICA. Imprensa Nacional, Casa da Moeda, p. 337, 2005.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, Chicago, v .49, n. 3, p. 41-50, 1985.

POLIZELLI, Demerval; OZAKI, Adalton (orgs.); VIDAL, Antonio; SOUZA, César; VASCONCELLOS, Eduardo; DIAS, Isabel; LOPES, Ludovino; PAREDES, Marcus; REINHARD, Nicolau; ZWICKER, Ronaldo; PEGORARO, Thais. SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO – Os desafios da Era da Colaboração e da Gestão do Conhecimento. São Paulo: Saraiva, 2008.

TELES, André. Orkut.com: como você e sua empresa podem tirar proveito do maior site de relacionamento do Brasil. São Paulo: Landscape, 2007.