

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ETEC CORONEL FERNANDO FEBELIANO DA COSTA**  
**Técnico em Administração**

**Ana Julya Gomes Freitas Oliveira**  
**Anna Clara Martins da Silva**  
**Eduardo Bonifacio Zampronio Zanini**  
**Greicihele Victória da Silva**  
**Isabelle Lima Nogueira**

**MARKETING SOCIAL: CAPACITAÇÃO DO JOVEM NO MERCADO  
DE TRABALHO.**

**Piracicaba**  
**2024**

**Ana Julya Gomes Freitas Oliveira**  
**Anna Clara Martins da Silva**  
**Eduardo Bonifacio Zampronio Zanini**  
**Greicihele Victória da Silva**  
**Isabelle Lima Nogueira**

**MARKETING SOCIAL: CAPACITAÇÃO DO JOVEM NO MERCADO  
DE TRABALHO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Coronel Fernando Febeliano da Costa, orientado pela Prof. Alda Martins Teixeira de Souza, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em administração.

**Piracicaba**

**2024**

## RESUMO

A falta de ensino sobre o mercado do trabalho no ensino básico é uma problemática na qual o Brasil enfrenta, pois os alunos concluem a escola e não possuem informações de comportamento no âmbito profissional. Assim, o marketing social juntamente com a capacitação desses jovens surge como uma solução para essa situação. Desse modo, o projeto teve como objetivo entender o ponto de vista das empresas e dos indivíduos desempregados. Nesse sentido, foram executados estudos sobre todas as dificuldades das corporações em encontrar colaboradores qualificados e sobre outra perspectiva os cidadãos, principalmente jovens não possuírem entendimento sobre o meio profissional. Foram coletadas informações referentes a faixa etária, conhecimento na elaboração do currículo e experiências em entrevistas. Mediante a esses dados, foi notado que ter consultorias sobre currículo e entrevistas nas escolas é necessário, também a colaboração das empresas através de qualificar essas pessoas é essencial. Portanto, concluiu que esse movimento é eficaz para aumentar as chances de jovens serem empregados e as empresas terem mão de obra qualificada.

**PALAVRAS-CHAVE:** ensino, jovens, ensino

## **ABSTRACT**

The lack of teaching about the job market in basic education is a problem that Brazil faces, as students finish school and do not have information about their behavior in the professional field. Thus, social marketing together with the training of these young people appears as a solution to this situation. In this way, the project aimed to understand the point of view of companies and unemployed individuals. In this sense, studies were carried out on all the difficulties faced by corporations in finding qualified employees and from another perspective, citizens, especially young people, do not have an understanding of the professional environment. Information regarding age group, knowledge in preparing the CV and interview experiences was collected. Based on this data, it was noted that consulting on CVs and interviews in schools is necessary, and the collaboration of companies through qualifying these people is essential. Therefore, he concluded that this movement is effective in increasing the chances of young people being employed and companies having qualified labor.

**KEY-WORDS:** teaching, young people, education

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### GRÁFICOS:

Figura 1 "Qual sua idade".....	14
Figura 2 "Qual seu conhecimento na elaboração de um currículo" .....	15
Figura 3 "Você sabe como proceder numa entrevista de emprego" .....	15
Figura 4 "De 0 a 10 (sendo 0 nenhum e 10 muito interessado), qual é o nível de interesse sobre este assunto?" .....	16
Figura 5 "Já participou de algum processo seletivo?" .....	17
Figura 6 "Qual seu nível de dificuldade na elaboração do currículo?" .....	17
Figura 7 "O que você acha mais desafiador na hora de entrevista presencial?" .....	18

## Sumário

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>1.1 Objetivo geral: .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2 Objetivos específicos: .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Situação problema: .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Justificativa: .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5 Metodologia: .....</b>	<b>9</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Conceito de Marketing.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.1 Marketing Social.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.2 Desinformação acerca do Mercado de Trabalho.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.3. Mercado de Trabalho e suas exigências atuais.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.4. Jovem no Trabalho .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.5. Consultor .....</b>	<b>12</b>
<b>3 Entendo melhor a realidade dos jovens no mercado de trabalho .....</b>	<b>13</b>
<b>3.1 Análise decorrente ao Forms “Marketing Social: Implementação Consultoria de Emprego na Comunidade”.....</b>	<b>13</b>
<b>1Faixa etária .....</b>	<b>13</b>
<b>Conhecimento na elaboração de um currículo .....</b>	<b>14</b>
<b>Participação em processos seletivos .....</b>	<b>16</b>
<b>3.2 Ferramentas de Gestão .....</b>	<b>19</b>
<b>3.2.1 Mapa da empatia .....</b>	<b>19</b>
<b>3.2.2 Análise SWOT .....</b>	<b>20</b>
<b>3.2.3 Ferramenta 5Ws2Hs.....</b>	<b>20</b>
<b>3.3 Reunião com o organizador das Feiras de Empregabilidade .....</b>	<b>21</b>
<b>4 As Feiras de Empregabilidade .....</b>	<b>21</b>

<b>4.1 Feira na Igreja de São Pedro .....</b>	<b>22</b>
<b>4.2 Feira Realizada na ETEC Coronel Fernando Febeliano da Costa .....</b>	<b>22</b>
<b>4.2.3 Consultoria Online .....</b>	<b>22</b>
<b>5. Oficina de Currículo .....</b>	<b>23</b>
<b>5.1 Oficina na Escola Estadual Prof. Abigail de Azevedo Grillo .....</b>	<b>23</b>
<b>5.2 Oficina na escola EE Prof. Dionetti Callegaro Miori.....</b>	<b>23</b>
<b>6. Resultados Obtidos .....</b>	<b>25</b>
<b>7. Considerações Finais .....</b>	<b>26</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>27</b>

## **1 INTRODUÇÃO**

Atualmente, existe/há um aumento considerável no surgimento de empresas em razão da desburocratização para a abertura delas. Por este motivo, para manter-se no mercado empresarial há uma necessidade constante de inovação, com isso diversas empresas adotaram o marketing social que além de ajudar a se destacar, também auxilia na credibilidade da empresa.

Sendo assim, a ideia do tema surgiu através da realização de uma oficina de currículo orientado pela professora Rosângela. Avaliou-se que a comunidade não está preparada para o mercado de trabalho, principalmente os jovens, no qual foi observado a necessidade desse público ser capacitado através de uma mentoria.

Desse modo, a ideia inicial é utilizar ao máximo do material que foi abordado no 2º (segundo) ano do Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Administração da matéria de Projeto Integrador II (dois), onde foi desenvolvido o ensino de como comportar-se diante de uma entrevista, elaboração de currículos, sites de inscrição para vagas de emprego e cursos, entre outros aspectos relacionados ao mercado.

Com isso, as empresas e instituições de ensino se juntaria para um bem maior, que é a capacitação da sociedade que não possui essas oportunidades, muitas vezes por ter baixa renda. E as empresas, atuando com a credibilidade pois estaria se preocupando com o social.

### **1.1 Objetivo geral:**

Capacitação da sociedade, principalmente jovens e pessoas de baixa renda, fazendo com que as empresas se preocupem com o social.

### **1.2 Objetivos específicos:**

Um aspecto importante que é levado em consideração na sociedade moderna, é como as empresas tem sua visibilidade dentro do mercado e como são vistas principalmente pelos seus clientes. Sabe-se que o nome da empresa e o que ela representa tem um grande peso quando se trata da disputa constante no mercado empresarial.



Perante isso, percebe-se que cada dia mais, ações sociais estão sendo realizadas em prol do desenvolvimento da comunidade. Com base na defasagem de conhecimento sobre determinada área necessária para se integrar no mercado de trabalho, principalmente pela população mais jovem do país.

Ao observar-se tal situação, o projeto trata da falta de preparação, principalmente dos jovens que estão cursando o último ano do ensino médio, e que pretendem ingressar no mercado de trabalho, mas não tem uma capacitação adequada para tais empregos disponíveis. Portanto é necessária uma preparação básica próximo ao término dos estudos.

### **1.3 Situação problema:**

Após a elaboração de pesquisas de campo e participação da feira de empregabilidade, foi identificado a dificuldade que as pessoas em situações mais periféricas têm em desenvolver suas habilidades para uma alavancagem no mercado de trabalho.

### **1.4 Justificativa:**

Após a elaboração de pesquisas de campo e participação da feira de empregabilidade, foi identificado a dificuldade que as pessoas em situações mais periféricas têm em desenvolver suas habilidades para uma alavancagem no mercado de trabalho

### **1.5 Metodologia:**

Após a elaboração de pesquisas de campo e participação da feira de empregabilidade, foi identificado a dificuldade que as pessoas em situações mais periféricas têm em desenvolver suas habilidades para uma alavancagem no mercado de trabalho.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nessa circunstância brasileira, onde a realidade da maioria dos jovens, é o desemprego, prejudicando então seu crescimento profissional. É possível notar, que isso ocorre por conta da falta de qualificação deles. Sendo assim, para solucionar essa problemática, as empresas começaram a investir mais em marketing social, tendo consultores que prepara essas pessoas para o mercado.

### **2.1 Conceito de Marketing**

Marketing é o processo de criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um público. Além disso, ele tem o objetivo de identificar as necessidades do público, vendendo produtos ou serviços usando as estratégias de publicidade, promoção e distribuição para alcançar um mercado alvo.

O termo estratégia tornou-se muito comum em diversas áreas do mercado. Ela se resume a pesquisa de mercado, análise de pontos forte e fracos e das ameaças que possam ser enfrentadas. Atualmente, as estratégias de marketing se baseiam no autoconhecimento, na investigação do ambiente competitivo e nos objetivos. Visto que, através de um posicionamento diferenciado é possível aproveitar-se da própria força, podendo anular a do concorrente

“O segredo do sucesso certamente passa pelo marketing” - (Vitor Peçanha).

#### **2.1.1 Marketing Social**

Existem muitas discussões no meio empresarial que visam contribuir para o bem comum das comunidades, nesse sentido é necessário discutir sobre a responsabilidade social. Visto que, esse termo pode ter diversos significados, o mais conhecido atualmente refere-se ao compromisso que uma organização deve ter com as pessoas de um modo geral, que deve ser expressa por meio de atitudes que contribua positivamente com a população, e segundo Levek Andrea; Benazzi Ana; Arnone Janaina; Seguin Janaina e Gerhardt Tatiana: “essa responsabilidade pode ser entendida como toda e qualquer ação que possa ajudar na melhoria da qualidade de vida da sociedade”. Dessa forma, ele também pode ser utilizado como uma fonte de

marketing, sendo utilizado como um instrumento de publicidade, mostrando a política da empresa, a forma como é administrada e quais são os valores que ela preza.

### **2.1.2 Desinformação acerca do Mercado de Trabalho**

De acordo com o Ministério do Trabalho e Emprego/Assessoria Internacional, “[...]pessoas que também são vítimas de outros males, como o analfabetismo ou a pouca educação formal, A falta de qualificação profissional além da desinformação acerca do mercado de trabalho[...]”. A falta de informação sobre o mercado de trabalho pode levar a escolhas de carreira ineficientes, resultando em uma força de trabalho mal preparada para as demandas reais do mercado. Isso pode causar altas taxas de desemprego e subemprego, onde muitos profissionais acabam aceitando empregos abaixo de suas qualificações ou em setores com poucas oportunidades de crescimento. Além disso, a falta de informações precisas pode gerar frustrações profissionais e baixa satisfação no trabalho, impactando negativamente a produtividade e o engajamento dos colaboradores. Além dos efeitos individuais, a desinformação pode provocar desequilíbrios no mercado, com alguns setores enfrentando escassez de mão-de-obra qualificada enquanto outros ficam saturados, levando à queda nos salários e à competição excessiva. Esse cenário também impacta a economia, pois a má alocação de talentos e recursos humanos compromete a eficiência e a inovação, dificultando o crescimento econômico sustentável e o desenvolvimento social.

### **2.1.3. Mercado de Trabalho e suas exigências atuais**

O mercado de trabalho contemporâneo está em constante evolução, impulsionado por fatores como a globalização, a tecnologia e mudanças nas demandas econômicas. Dessa forma, as autoras Jéssica Moreira da Cruz e Letícia Rosecler Viana da Costa afirmam “Um mercado em constante transformação exige mais do que qualificação profissional, requer que o profissional esteja sempre atento as novas tendências e tenha atitudes capazes de produzir rapidamente as soluções que o mercado demanda” (MELO, 2014, p.14).” A digitalização e a automação têm transformado diversos setores, criando novas oportunidades em áreas como

tecnologia da informação, inteligência artificial e saúde, ao mesmo tempo em que eliminam alguns empregos tradicionais.

Assim a globalização, por sua vez, aumenta a competitividade e exige que os profissionais desenvolvam habilidades diferenciadas, como fluência em idiomas estrangeiros e a capacidade de trabalhar em ambientes multiculturais. As exigências do mercado de trabalho moderno incluem, além das competências técnicas, habilidades interpessoais e comportamentais, conhecidas como soft skills. Adaptabilidade, capacidade de resolver problemas, trabalho em equipe e comunicação eficaz, são cada vez mais valorizadas pelos empregadores. Além disso, a necessidade de educação contínua e atualização constante é crucial, uma vez que as inovações tecnológicas e as mudanças no mercado exigem que os profissionais estejam sempre aprimorando suas habilidades e conhecimentos para se manterem competitivos.

#### **2.1.4. Jovem no Trabalho**

“O sinuoso caminho da vida profissional impõe, inevitavelmente, trabalhos indesejados e situações desconfortáveis. Mas essas situações serão menos desconfortáveis e mais facilmente superadas quando o jovem sabe o que quer para si e se dedica para que isso aconteça.” Considera o autor Luiz Guilherme Brom. Perante esse fato apresentado, é de necessidade da comunidade o conhecimento básico sobre o mercado de trabalho e o mínimo de preparação e instrução a cerca de como os jovens atuais podem dar início a suas vidas profissionais. Diante disto, é de suma importância considerar que cada pessoa é única e deve-se valorizar o conhecimento, criatividade e autonomia de cada um, sendo necessário um consultor para direcionar o jovem.

#### **2.1.5. Consultor**

De acordo com o autor Peter Block, "o ponto - chave para se compreender o papel de um consultor é entender a diferença entre um consultor e gerente". Essa perspectiva é necessária para entender a importância dessa função nas organizações, porque são eles que direcionam as melhores soluções em qualquer tipo de problema, atuando na sociedade na implantação de decisões positivas e mais ágil. Portanto, ter esses colaboradores capacitados solucionando a falta de qualificação de outras

peças é de extrema importância, tornando um investimento que a longo prazo terá retorno favorável.

### **3 Entendo melhor a realidade dos jovens no mercado de trabalho**

É de extrema importância a pesquisa para compreender todos os lados de uma situação. Sendo assim, com a falta de mão de obra qualificada no mercado de trabalho não é diferente, foram então necessárias várias ferramentas como mapa da empatia, análise SWOT, forms, entre outras maneiras para compreender o real motivo dessa situação ocorrer tão frequentemente nos dias de hoje.

#### **3.1 Análise decorrente ao Forms “Marketing Social: Implementação Consultoria de Emprego na Comunidade”.**

Em seguida de uma análise de mercado, foi preciso realizar pesquisas para identificar a quantidade de pessoas afetadas por falta de conhecimento sobre o mercado de trabalho assim, foi aplicado uma pesquisa através do Forms onde 161 indivíduos, responderam às setes perguntas relacionadas ao assunto

#### **Questão 1:**

##### **1 Faixa etária**

Gráfico 1 - "Qual sua idade?"

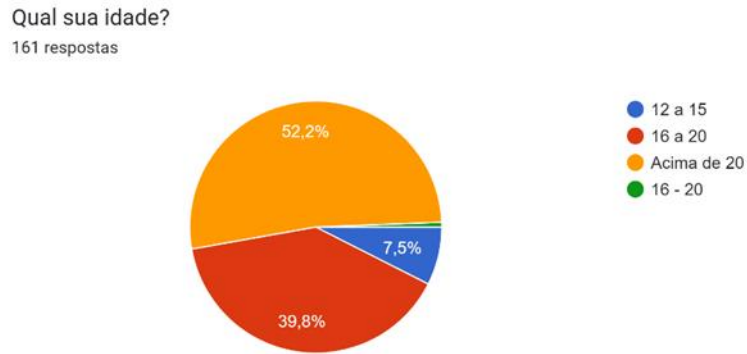


Figura 1 "Qual sua idade"

Fonte: Dos autores, 2023.

- 52,2% (84 pessoas) são acima de 20 anos;
- 39,8% (64 pessoas) tem de 16 anos;
- 7,5% têm de 12 a 15 anos.

### Questão 2:

#### Conhecimento na elaboração de um currículo

Gráfico 2 - "Qual seu conhecimento na elaboração de um currículo?"

Qual seu conhecimento na elaboração de um currículo?

161 respostas

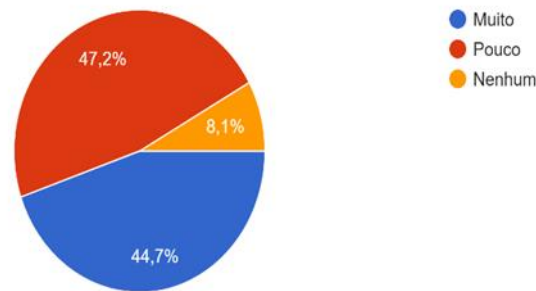


Figura 2 "Qual seu conhecimento na elaboração de um currículo"

- 47,2% dos entrevistados indicaram ter pouco conhecimento em elaborar um currículo;
- 44,7% dos entrevistados indicaram ter muito conhecimento em elaborar um currículo;
- 8,1% dos entrevistados indicaram não ter nenhum conhecimento em elaborar um currículo.

### Questão 3:

#### Como proceder numa entrevista de emprego

Gráfico 3 - "Você sabe como proceder numa entrevista de emprego?"

Você sabe como proceder numa entrevista de emprego?

161 respostas

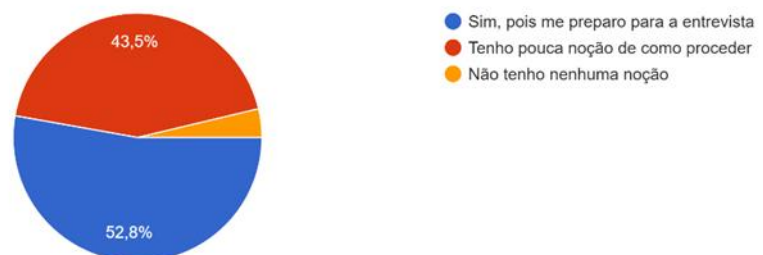


Figura 3 "Você sabe como proceder numa entrevista de emprego"

- 52,8% dos entrevistados afirmaram se preparar para a entrevista de emprego;
- 43,5% dos entrevistados indicaram ter pouca noção de como proceder uma entrevista de emprego;

- Apenas 3,7% dos entrevistados admitiram não ter nenhuma noção de como proceder em uma entrevista de emprego.

#### Questão 4:

##### Nível de interesse sobre o assunto

Gráfico 4 - "De 0 a 10(sendo 0 nenhum e 10 muito interessado), qual é o nível de interesse sobre este assunto?"

De 0 a 10 (sendo 0 nenhum e 10 muito interessado), qual o nível de interesse sobre este assunto?  
161 respostas

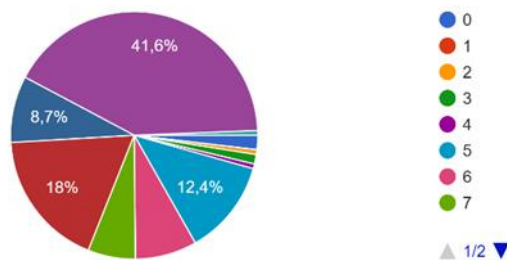


Figura 4 "De 0 a 10 (sendo 0 nenhum e 10 muito interessado), qual é o nível de interesse sobre este assunto?"

- 41,6% das pessoas estão muito interessadas no assunto (10);
- 18% (8);
- 12,4% (5);
- 8,7% (9);
- 8,1% (6);
- 6,2% (7);
- Quanto aos demais, escolheram nível de satisfação abaixo de 5.

#### Questão 5:

##### Participação em processos seletivos

Gráfico 5 - "Já participou de algum processo seletivo?"



Já participou de algum processo seletivo?  
161 respostas

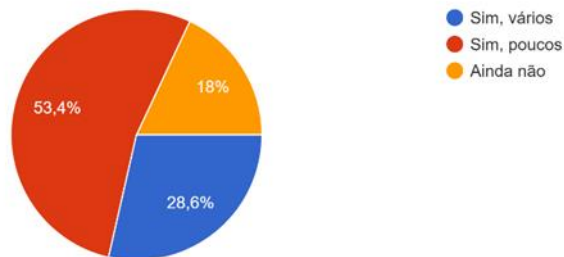


Figura 5 "Já participou de algum processo seletivo?"

- 53,4% participaram de poucas entrevistas;
- 28,6% participaram de várias;
- 18% não participaram de nenhuma entrevista de emprego.

### Questão 6:

#### Nível de dificuldade na elaboração do currículo

Gráfico 6 - "Qual seu nível de dificuldade na elaboração do currículo?"

Qual seu nível de dificuldade na elaboração do currículo?  
161 respostas

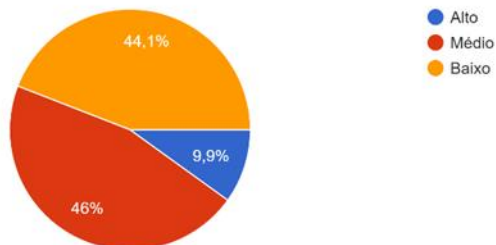


Figura 6 "Qual seu nível de dificuldade na elaboração do currículo?"

- 46% Nível médio de dificuldade na elaboração de currículo;
- 44,1% Têm o nível baixo de dificuldade na elaboração de currículo;
- 9,9% Alto nível de dificuldade;

### Questão 7:

## Desafios na entrevista presencial

Gráfico 7 - "O que você acha mais desafiador na hora da entrevista presencial?"



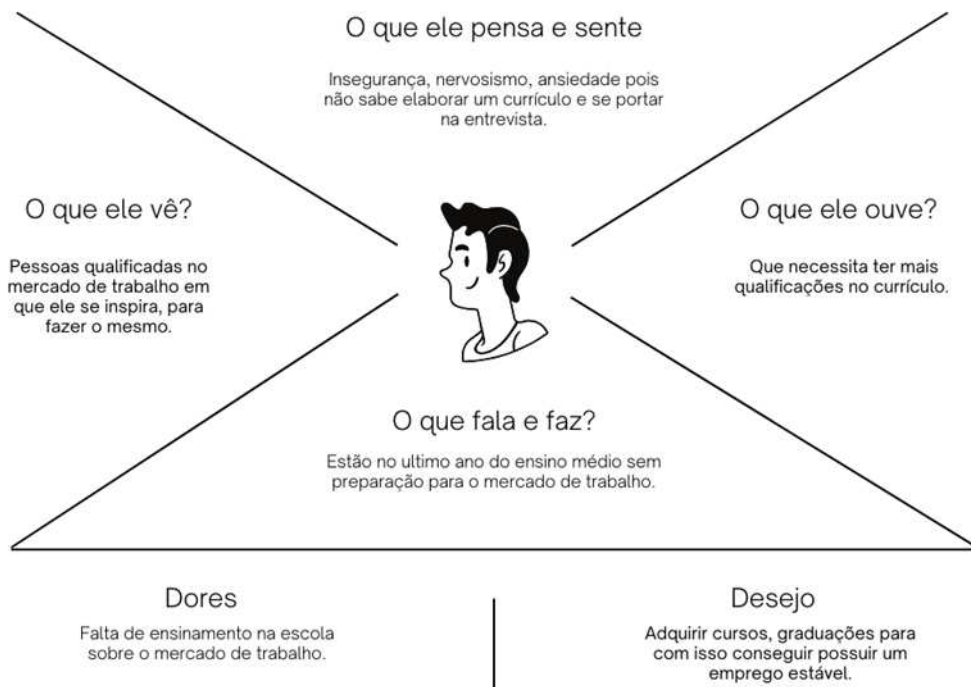
Figura 7 "O que você acha mais desafiador na hora de entrevista presencial?"

- 57,1% acham a vergonha/nervosismo mais desafiador;
- 22,4% a falta de preparação;
- E 20,5% diz ter receio de não saber o que responder/falar.

Conclusão: Em função da pesquisa de campo realizada para fins do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso), foi executado um formulário sobre "Marketing Social: Implementação Consultoria de emprego na Comunidade", e enviado para familiares, amigos, professores, dentre outros. Com isso obtivemos que a maioria das pessoas alcançadas tem idade superior a 20 anos, tendo pouco conhecimento sobre a elaboração de um currículo, possuindo um nível de dificuldade médio na sua realização, isso faz com que confirme a ideia de que é necessário a elaboração desse projeto, oportunizando a essas pessoas terem um conhecimento básico para elaboração dele. Afinal a maior parte está interessada no tema abordado, pela importância que é saber como se preparar para conseguir uma vaga de emprego. Muitas pessoas participaram de poucas entrevistas, e afirmam que se preparam para que possam se saírem bem e atingir as exigências, porém o nervosismo e a vergonha se tornam algo desafiador.

## 3.2 Ferramentas de Gestão

### 3.2.1 Mapa da empatia



- Através do mapa de empatia, que colaborou para que o grupo pudesse entender o que se passa com o jovem quando sai do ensino médio, foi possível conhecer a dificuldade para lidar com uma entrevista, elaborar o currículo, ter conhecimento básico de informática muitas vezes essenciais para ingressar na vida profissional, entre outras desinformações. Com essas dificuldades, o adolescente se sente incapaz de conseguir uma vaga de emprego, e percebe a necessidade de se capacitar. Diante desse fato, o objetivo da consultoria é transmitir conhecimento referente a todas esses desafios que eles passam, motivo pelo qual elaboramos uma

nova ferramenta para conhecer as forças e fraquezas e maneiras de oportunizar conhecimentos que possibilitaram romper essas ameaças.

### 3.2.2 Análise SWOT

Além disso, foi de extrema importância realizar a análise SWOT, tendo como finalidade compreender as fraquezas para realizar o projeto, que seria a estrutura adequada para fornecer aos alunos uma mentoria de qualidade. Apesar de estarmos enfrentando a várias barreiras criadas por outras escolas, impossibilitando o contato com os alunos do ensino médio prosseguimos com o nosso objetivo. Porém acima de tudo isso, possuir parcerias, conhecimento e experiência se tornou uma força para conquistar as oportunidades de ajudar esses jovens a terem uma preparação para essa nova etapa, que é a vida profissional e por isso temos muito claro o que será feito, onde, motivo quem e como será realizado conforme demonstrado na próxima ferramenta .

### 3.2.3 Ferramenta 5Ws2Hs

<b>O que será feito?</b>	<b>Buscar patrocínio</b>	<b>Acessar escolas com ensino médio para consultoria</b>	<b>Material para aplicar na consultoria</b>
<b>Onde será feito?</b>	Empresas	Em escolas públicas	Através de matérias para realização de slides
<b>Por que será feito?</b>	Para dar credibilidade ao trabalho	Para ser possível a elaboração da consultoria	Para ser mais atrativo aos alunos

<b>Quem fará?</b>	Eduardo, Anna Clara	Ana Júlya, Isabelle e Greicihele	Eduardo, Anna Clara, Ana Julya, Isabelle e Greicihele
<b>Como será feito?</b>	Através de Networking	<i>Com as formas de contato fornecidas (e-mail, número de telefone entre outros)</i>	Elaborando uma apresentação
<b>Quanto custará?</b>	R\$0,00	R\$0,00	R\$20,00 de brindes

### 3.3 Reunião com o organizador das Feiras de Empregabilidade

Através da Feira de empregabilidade que será mencionada no capítulo quatro, os alunos realizaram uma reunião com o André Bandeira para compreender como ocorre o evento que fornece vagas de empregos na comunidade. Nesse encontro foi sanada as dúvidas sobre a elaboração dele, quais dificuldades que as empresas encontram na contratação e os obstáculos encontrados pelos jovens. Com isso, foi idealizado uma feira na escola Etec Cel. Fernando Febeliano da Costa, oportunizando aos nossos alunos e comunidade a busca de uma vaga no mercado de trabalho através de entrega de currículo e contato com as Empresas presente.

### 4 As Feiras de Empregabilidade

A Feira de Empregabilidade é um evento realizado pelo vereador André Bandeira e sua equipe onde é reunido varias empresas de diferentes segmentos que fornecem vagas para a comunidade.

#### **4.1 Feira na Igreja de São Pedro**

Como dito anteriormente, o grupo de TCC participou no dia 09 de abril de 2024 da Feira de Empregabilidade, onde teve contatos com as empresas, para entender o que elas esperam do jovem no mercado de trabalho e quais as adversidades atualmente encontradas. Através desse evento, também foi possível conhecer o lado das pessoas que estão à procura de emprego e quais são as dificuldades enfrentadas na hora de fazer um currículo, ou participar de uma entrevista online ou presencial. Dessa forma, pode-se ver de perto a realidade desses jovens sem capacitação, e a quebra de expectativa das empresas, as quais precisam de mão de obra. Em decorrência disso, foi de extrema importância o conhecimento referente a esses aspectos para montar uma consultoria eficiente.

#### **4.2 Feira Realizada na ETEC Coronel Fernando Febeliano da Costa**

Após os conhecimentos absorvidos na feira e ideias em mente, foi dialogado com a orientadora sobre a realização dela no ambiente escolar. Além disso ocorreu-se uma conversa com os colegas de sala, pois foi analisado de a exibição acontecer em uma semana de eventos da turma do terceiro ano que é a semana de gestão, onde a sala organiza métodos diferentes de aprendizado referente ao curso de administração, os alunos acataram a ideia e seguiu-se para a organização do evento. Mediante a isso, no dia onze de setembro a feira aconteceu na unidade escolar para toda a comunidade e alunos também participaram.

##### **4.2.3 Consultoria Online**

Na feira de empregabilidade, citada no capítulo 4.1, com o intuito de auxiliar na estrutura e minimizar os erros do currículo, além de sanar dúvidas sobre como se portar em uma entrevista de emprego, os alunos tiveram a ideia juntamente com o vereador André Bandeira, de realizar um sorteio para uma consultoria online, através das inscrições.

## **5. Oficina de Currículo**

Esse projeto ocorre através de uma apresentação, visando o aprendizado sobre o currículo, vídeo currículo e plataformas que facilitam o acesso a vagas das empresas (INDEED, VAGAS.COM, LINKEDLN). Nessa apresentação é abordado esses temas, de uma forma que os jovens se interessem, também é realizado uma dinâmica de simulação de entrevista em grupo.

Com isso, é possível preparar melhor os jovens para essas situações que são novas e desafiadoras.

### **5.1 Oficina na Escola Estadual Prof. Abigail de Azevedo Grillo**

A oficina de currículo foi realizada na Escola Grillo no dia 06 de setembro de 2024. O primeiro passo foi entrar em contato com a direção, que prontamente se dispôs a ceder um período equivalente a duas aulas da disciplina Projeto de Vida. O professor da turma considerou essa iniciativa de grande importância e relevância para o conteúdo já trabalhado anteriormente em sala.

Contamos com a presença de duas representantes da ABTEC, que apresentaram os cursos profissionalizantes oferecidos por sua instituição. Em seguida, foi realizada uma apresentação em formato de seminário, seguida por uma dinâmica de entrevista de emprego em grupo.

Ao final, disponibilizamos um modelo de currículo para que os alunos pudessem editar. No entanto, observamos que muitos alunos demonstraram dificuldade em lidar com documentos digitais, pois não possuíam o aplicativo Word, comumente utilizado para edição de textos. Esse obstáculo foi superado com a disponibilização do documento por outros meios, além do fornecimento de um contato para esclarecer dúvidas posteriores.

### **5.2 Oficina na escola EE Prof. Dionetti Callegaro Miori**

O projeto foi realizado novamente com o mesmo intuito na E.E. Prof. Dionetti Callegari Miori no dia 16 de outubro de 2024, Assim como a realização dele na E.E. Prof. Abigail de Azevedo Grilo, se fez na Dionetti. Na qual, foi possível a execução

dos objetivos, semelhantemente a primeira, através dos mesmos métodos de aplicação de ensino, os quais foram aplicados e bem-sucedidos.

Em suma, os procedimentos de comunicação primária com a escola, foram as únicas diferenças referente a primeira vez da equipe em prol da realização do projeto, O que se destaca na particularidade da comunicação com a Dionetti, é que foi conhecido através de pessoas que interligaram o grupo até a instituição de ensino para a efetuação do trabalho, pois o feedback que chegou até a equipe, foi de resultados positivos, os quais vieram desde os alunos, até cargos de alto calão, como Diretores, representantes e coordenadores.



## 6. Resultados Obtidos

Dentro o ramo de alimentação, tivemos a empresa Smouthiê Geladinhos Gourmet, empresa a qual está se destacando dentro do ramo de doces, mais exatamente sobre sorvetes, especificado em seu slogan "Seu sorvete de um jeito diferente".

Ser tratando de beleza, obtivemos a empresa Espaço Angela Bonifacio, voltada para

o setor de manicure, pedicure, depilação em geral, além do seu grande segmento de revenda de cosméticos das marcas Avon, Oboticário e Natura.

A loja HB Semi Joias, participou do projeto dentre o setor de acessórios, como seu

próprio nome diz, referente a joias, como pulseiras, anéis, colares, brincos, etc.

A empresa SX, atua na prestação de serviços de telecomunicações do banco

Santander. A mesma, demonstrou grande interesse no trabalho realizado pelo grupo do TCC, juntamente com a sala do terceiro (3º) ano de administração do período da tarde desse ano, especificamente na feira de empregabilidade, onde obteve mais informações sobre a instituição, e com isso, se prontificou a priorizar durante o processo seletivo, os alunos da ETEC Cel. Fernando Febeliano da Costa, disponibilizando antecipadamente as vagas de emprego em seu novo escritório no município de Piracicaba/SP.

AABTEC, escola muito bem situada dentro do mercado de trabalho quando se trata

de cursos profissionalizantes, também esteve presente na elaboração do projeto na E.E. Prof.º Abigail de Azevedo Grillo, onde ela disponibilizou cursos com desconto em sua matrícula, para que os jovens ali participantes pudessem ter a oportunidade iniciar um adquirir uma especialidade para a composição de seu currículo.

## **7. Considerações Finais**

O trabalho de conclusão de curso, teve como objetivo melhorar o relacionamento das empresas com o âmbito social, no qual tem-se uma dificuldade por parte delas em encontrar pessoas capacitadas para sanar as vagas disponíveis em seus setores. Dito isso, o projeto também teve o intuito de conscientizar os jovens sobre a importância de uma qualificação para se integrar no meio comercial, tendo em vista um diferencial que se torna indispensável para se destacar nos processos seletivos.

Primeiramente, para tal conscientização ser concretizada, foram definidas metas que se baseavam em pesquisas realizadas com o público adulto juvenil, através de formulários on-line que forneceram informações sobre as tais, proporcionando maior conhecimento sobre as pessoas impactadas sobre o assunto. Com esses dados, a análise permitiu concluir que há uma necessidade de expansão da ideia mínima referente ao que as empresas esperam da comunidade participante necessárias para atingir as expectativas previstas na ocupação de determinados cargos.

Ademais, os instrumentos utilizados para o agrupamento de dados, permitiu a melhor averiguação dos fatos sobre a situação dos indivíduos envolvidos no processo, além de destacar suas maiores dificuldades.

Em projetos futuros, essas pesquisas e eventos pode ser utilizado como inspiração para colaborar com a sociedade no todo, já que através das Feiras e consultorias juntamente com empresas parceiras é possível atingir um público maior e fornecer mais entendimento e vagas de emprego. O presente trabalho, foi essencial para analisar todas as dificuldades no âmbito profissional, e reconhecer a necessidade da área de recursos humanos no ambiente empresarial, pois através dele é possível realizar um marketing social com os empecilhos existentes dos cidadãos para adentrar no ramo de atividades trabalhistas, com isso expectamos que os estudos e trabalhos integrem indubitavelmente nos futuros ciclos profissionais do público alvo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLOCK, Peter Block. Consultoria o Desafio da Liberdade: Um guia para colocar em prática todo seu conhecimento. São Paulo: Pearson, 2001. 3 p. v. 1. ISBN 8534611491.

CARAVANTES, Geraldo R.; CARAVANTES, Cláudia B.; KLOECKNER, Mônica C. Comunicação e comportamento organizacional. 3. ed. Editora Eletrônica: AGE - Assessoria Gráfica e Editorial LTDA, 2008.

CARREIRA, Guia. O que colocar no currículo? Campo de atuação, dados pessoais e outros: Como fazer um bom currículo? Guia da Carreira, 2015. Disponível em: <https://www.guiadacarreira.com.br/blog/o-que-colocar-no-curriculo>. Acesso em: 27 jun. 2024.

CREMONEZI, Graziela Oste Graziano; SEVILHA, Isabel Cristina; REIS, Thompson Augusto; BRUGNEROTTO, Tiago Dos Reis; OSWALDO, Yeda Cirera. Endomarketing, Liderança e Comunicação: Reflexos na Organização. ReMark - Revista Brasileira De Marketing, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/remark.v17i1.3773> Acesso em 24 de jun. de 2024 às 23:45.

EAD, Twygo. Treinamento e capacitação: 4 dicas para obter bons resultados: Diferenças entre treinamento e capacitação. Twygo, 2022. Disponível em: <https://twygo.com/blog/treinamento-e-capacitacao/#:~:text=Capacita%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20a%20a%C3%A7%C3%A3o%20de,atrav%C3%A9s%20de%20orienta%C3%A7%C3%A3o%20ou%20instru%C3%A7%C3%A3o%E2%80%9D>. Acesso em: 27 jun. 2022.

EMPREGO, Ministério Do Trabalho. Na Trilha de Salvador: A Inclusão Social pela Via do Trabalho Decente. Brasília: Ministério do Trabalho e Emprego/Assessoria Internacional, 2004. 17 p. v. 2.

EXPERIAN, Serasa. Marketing Social: como fazer, exemplos e ferramentas para impulsionar: O que é o marketing social?. Serasa experian, 2023. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/marketing/marketing-social-exemplos-e-ferramentas-para-impulsionar/>. Acesso em: 27 jun. 2024.

G1, Jornal Hoje. Falta de qualificação deixa milhares de vagas de trabalho em aberto pelo país: Ao redor do país, projetos oferecem, de graça, cursos para quem está em busca de qualificação. Globo, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2022/05/30/falta-de-qualificacao-deixa-milhares-de-vagas-de-trabalho-em-aberto-pelo-pais.ghtml>. Acesso em: 28 jun. 2024.

TAVARES, Fred. Gestão da Marca: Estratégia e Marketing. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003. 15-24 p. v. 1. ISBN 8587922807.