

O USO DO *EMPLOYER BRANDING* NA ATRAÇÃO DE TALENTOS

Gabriela Ferreira CABRERA¹

Gilson Rodrigo Silvério POLIDORIO²

O presente trabalho tem como objeto de estudo um tema relevante para a área empresarial, o uso do *employer branding* para atração de talentos, que visa preencher a lacuna existente sobre o tema, através de uma apreciação empreendedora de gestão de pessoas alinhada às ferramentas de marketing, de forma a buscar suas características, seus conceitos, de modo a fundamentar os seus desdobramentos nos dias atuais, bem como sua influência no mercado. Evidenciou-se a necessidade da abordagem do tema, pois o mercado passa por uma constante mudança acompanhada de uma elevada competitividade e para que as empresas estejam preparadas para enfrentarem esse cenário é necessário que elas tenham pessoas que desenvolvam suas atividades, como também assumam papéis cada vez mais estratégicos, elas precisam manter não só os melhores do mercado, mas os melhores do mercado para aquela determinada empresa. Contudo, há também uma mudança na relação de trabalho. Antes, as pessoas procuravam as empresas, hoje as empresas estão em busca dos funcionários; ainda, há certa dificuldade não só em atraí-los, mas como retê-los, ou seja, em criar uma fidelidade do colaborador à organização. Diante disso, a ideia proposta neste trabalho seria a abordagem visando o estudo, esclarecimento e conclusão de duas questões: a área de gestão de pessoas está preparada e vem desenvolvendo alguma estratégia efetiva para a atração de talentos? E, a área de marketing poderia contribuir de alguma forma para isso? Justifica-se a área de marketing estar inserida nesse contexto, visto que antes o marketing das empresas era voltado para o produto-cliente, hoje percebe-se que, através de suas ferramentas, ele pode ir além disso, que não apenas expor seus produtos e atrair clientes, mas como expor sua marca e atrair pessoas. Para isso, as empresas poderiam adotar, dentre outros, o modelo do *employer branding* (marca empregadora) de forma semelhante ao que se faz com o consumo, expondo a sua marca na internet através de sites e mídias digitais fortalecendo sua imagem institucional, instigando e atraindo pessoas que se assemelham àquela proposta, uma vez que as pessoas atualmente esperam que a empresa lhes agregue valor, atendam sua demanda e expectativas. O uso da ferramenta de marketing para a atração de talentos faz com que as empresas parem de escolher apenas de forma racional, mas também escolham de forma estratégica, tornando-se assim mais competitivas no mercado. Em sua metodologia trata-se de uma pesquisa de caráter bibliográfico que acompanhará todo o processo de investigação e elaboração do questionário. As etapas subsequentes serão: aplicação e análise de dados.

Palavras-chave: Gestão de Pessoas. Marketing. *Employer branding*. Atração de talentos.

¹Discente do 6º termo do curso de Administração do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Email: ga-cabrera@hotmail.com.

²Docente e coordenador do curso de Administração do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Mestre em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas. Email: coord.adm@unitoledo.br. Orientador do trabalho.