

Pesquisa Contratações Temporárias Final de Ano 2010 em Maceió

IFEPD/AL

Mar/2011

Maceió, 18/03/2011

Sumário

<i>I – APRESENTAÇÃO</i>	<i>2</i>
<i>II – INTRODUÇÃO</i>	<i>2</i>
<i>III - METODOLOGIA</i>	<i>2</i>
<i>3.1 - Especificações Técnicas</i>	<i>3</i>
<i>3.1.1 - Entrevistados / Amostragem</i>	<i>3</i>
<i>3.1.2 - Critério de Amostragem</i>	<i>3</i>
<i>3.1.3 - Coleta dos dados</i>	<i>3</i>
<i>3.1.4 - Fiscalização da Coleta</i>	<i>3</i>
<i>3.1.5 - Tabulação dos dados</i>	<i>3</i>
<i>3.2 – Equipe de Trabalho</i>	<i>3</i>
<i>IV – RESULTADOS DA PESQUISA</i>	<i>4</i>
<i>4.1 - Perfil do Empresário</i>	<i>4</i>
<i>4.1.1 - Sexo</i>	<i>4</i>
<i>4.1.2 - Escolaridade</i>	<i>4</i>
<i>4.1.3 – Tempo na atividade</i>	<i>5</i>
<i>4.2 – Mapeamento sobre os Colaboradores</i>	<i>5</i>
<i>4.2.1 – Perfil dos colaboradores nas empresas</i>	<i>5</i>
<i>4.2.2 – Irá optar por contratações temporárias?</i>	<i>6</i>
<i>4.2.3 – Por que não contratar?</i>	<i>6</i>
<i>4.2.4 – Qual o perfil do colaborador necessário?</i>	<i>7</i>
<i>4.2.5 – Quantas horas estes colaboradores devem trabalhar?</i>	<i>7</i>
<i>4.2.6 – Quanto percebe um colaborador temporário?</i>	<i>8</i>
<i>4.2.7 – O que é necessário para a contratação na visão dos empresários?</i>	<i>8</i>
<i>4.2.8 – O colaborador temporário foi efetivado?</i>	<i>9</i>
<i>4.3 – Oportunidades para a FECOMERCIO</i>	<i>9</i>
<i>4.3.1 – Capacitações oferecidas aos colaboradores</i>	<i>9</i>
<i>V - CONCLUSÃO / RECOMENDAÇÃO</i>	<i>10</i>
<i>5.1 – Conclusões</i>	<i>10</i>
<i>5.2 – Recomendações</i>	<i>10</i>

I – APRESENTAÇÃO

O comércio na época de final de ano tem uma vivência atípica devido à necessidade de alguns setores / estabelecimentos completarem seus quadros com equipe extra de colaboradores. Este ciclo é determinado por vários fatores, tendo como destaque a economia do País. No final de 2010, com o varejo altamente aquecido, este modelo sazonal ocorreu em alguns setores de atividades em Alagoas.

Realizar um mapeamento do que ocorreu em Maceió, no final do ano passado, e então poder melhorar as tomadas de decisões, tais como: a preparação de mão de obra específica e o entendimento da configuração da estrutura dos setores envolvidos foram alguns dos objetivos desta pesquisa.

Os resultados desta pesquisa contidos neste relatório devem ser utilizados pelo empresariado no intuito de possibilitar ações mais estruturadas que visem solucionar lacunas existentes ou implantar melhorias específicas que ora foram identificadas.

II – INTRODUÇÃO

Visando melhores direcionamentos das ações a serem tomadas, o IFEPD – Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento, realizou uma pesquisa com 103 empresários do setor varejista situados em Maceió, intitulada “Pesquisa Contratações Temporárias de Final de Ano em Maceió”.

Nesta pesquisa os empresários responderam questões referentes a sexo, a idade, ao nível de escolaridade, a intenção de contratação de mão de obra temporária, aos requisitos exigidos para a contratação, sendo a mesma aplicada por pessoal terceirizado e consequentemente caracterizando o caráter de independência requerido pelo estudo.

III - METODOLOGIA

Técnica

Pesquisa quantitativa com amostragem não probabilística, intencional, ou seja, abordagem individual dos entrevistados, mediante aplicação de 103 questionários estruturados.

3.1 - Especificações Técnicas

3.1.1 - Entrevistados / Amostragem

Os questionários foram aplicados a 103 empresários na cidade de Maceió.

3.1.2 - Critério de Amostragem

As amostras foram do tipo não probabilístico, intencional, sendo estratificadas por universo de 103 empresas / empresários respondentes.

3.1.3 - Coleta dos dados

Através de entrevistas, pesquisadores aplicaram os questionários com empresários em Maceió.

3.1.4 - Fiscalização da Coleta

100% (cem por cento) dos questionários foram checados quanto à consistência dos dados e verificação de erros de preenchimentos.

3.1.5 - Tabulação dos dados

Os dados foram trabalhados, inseridos e tabulados através de planilhas no Excel, onde foram gerados as tabelas e gráficos constantes deste relatório.

3.2 – Equipe de Trabalho

Coordenação pelo IFEPD:

- José Humberto Luquini Cury Calmon – Coordenador Técnico/Administrativo do IFEPD/AL

Relatório e Parecer Técnico:

- Raynilson Colen Moreno – Consultor em Estatística para o IFEPD (Eng. Mecânico – CREA/NA – 140.647.960-8)

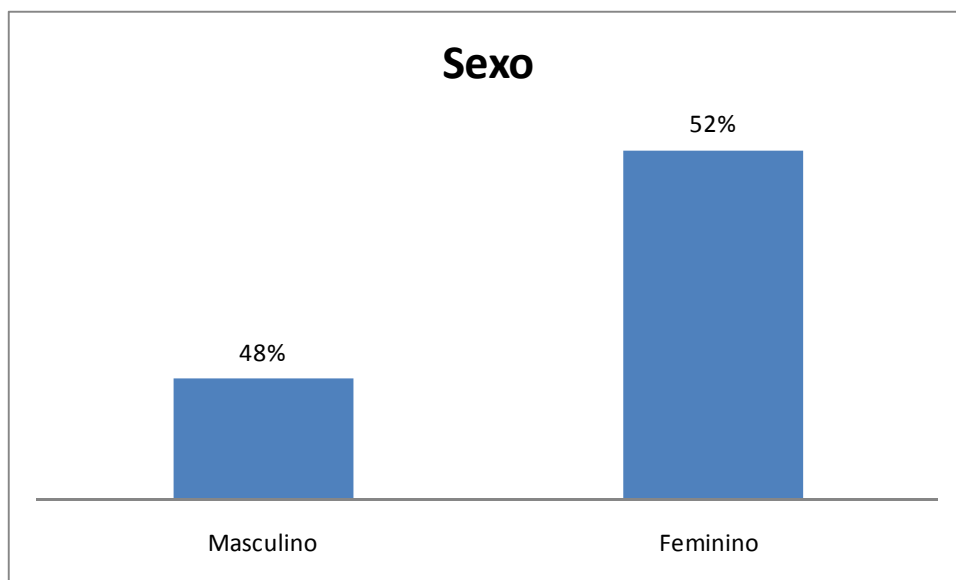
Aplicação da Pesquisa – Pesquisadores do IFEPD/AL:

- Claudeson Vilela de Oliveira – Estudante Universitário
- Amanda Paulino Vasconcelos – Estudante Universitária

IV – RESULTADOS DA PESQUISA

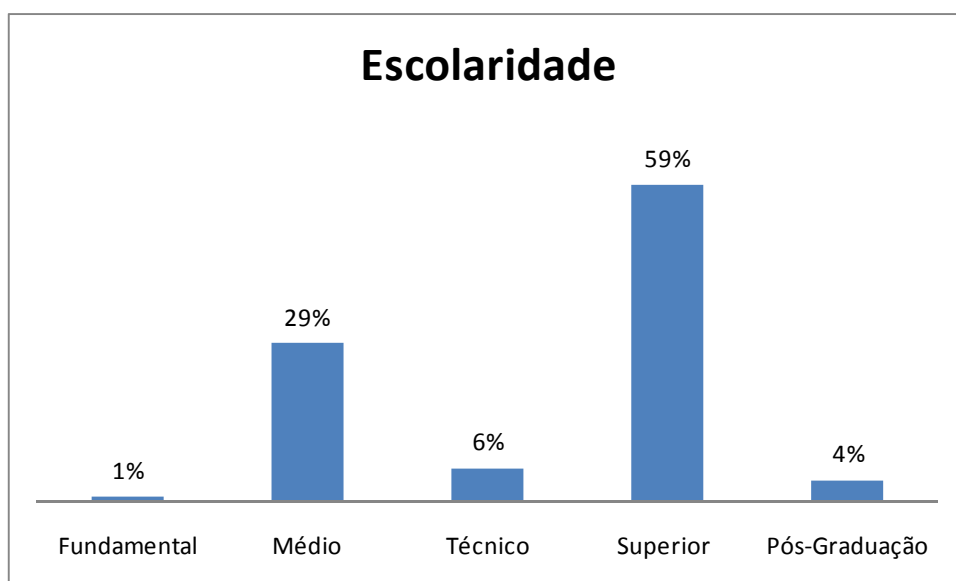
4.1 - Perfil do Empresário

4.1.1 - Sexo



Podemos identificar como equilibrada a amostra em relação ao sexo, pois foram entrevistados 48% de empresários do sexo masculino e 52% do sexo feminino.

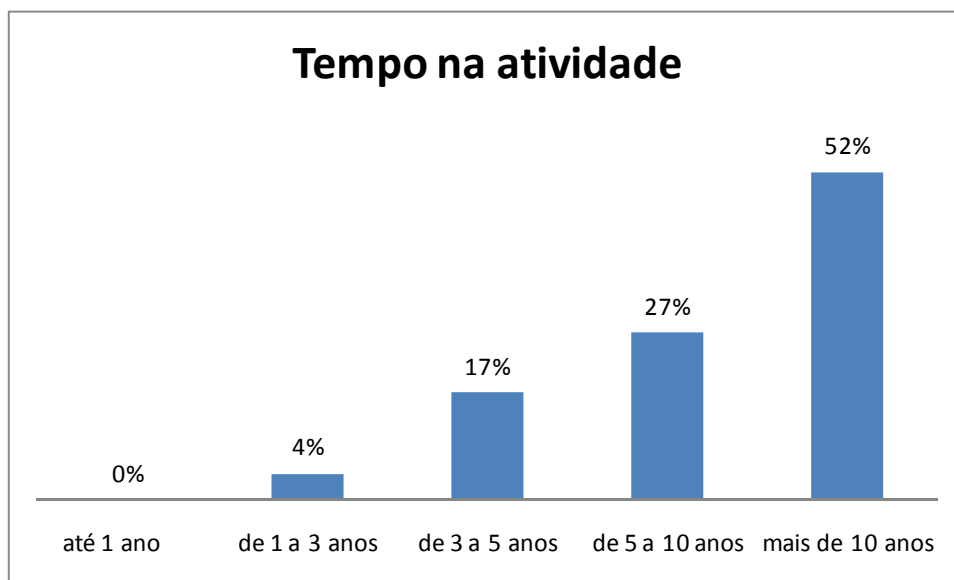
4.1.2 - Escolaridade



Os empresários em sua extensa maioria são compostos por pessoas com nível no mínimo superior sendo de 63%. E que apenas um deles possui apenas o nível fundamental. O que demonstra

que cada vez mais as pessoas que optam por constituir um negócio próprio, chegam ao mercado com uma bagagem mínima de conhecimento.

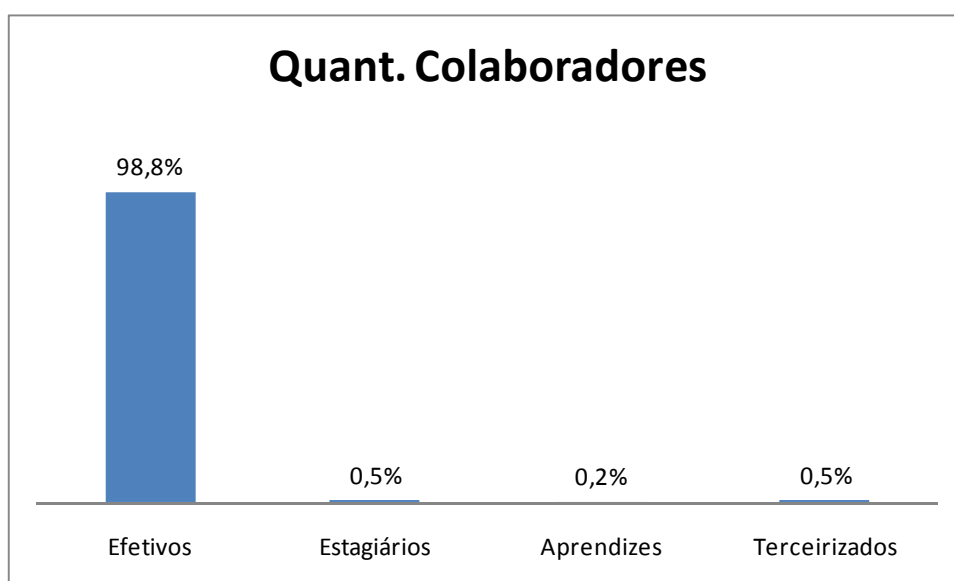
4.1.3 – Tempo na atividade



A pesquisa mostra que os empresários já estão consolidados com suas empresas, sendo que quase 80% já atuam há mais de 5 anos no mercado. Se considerarmos a fase inicial de uma pequena empresa, 96% deles já ultrapassaram esta marca. E que somente 4% estão atuando entre 1 e 3 anos.

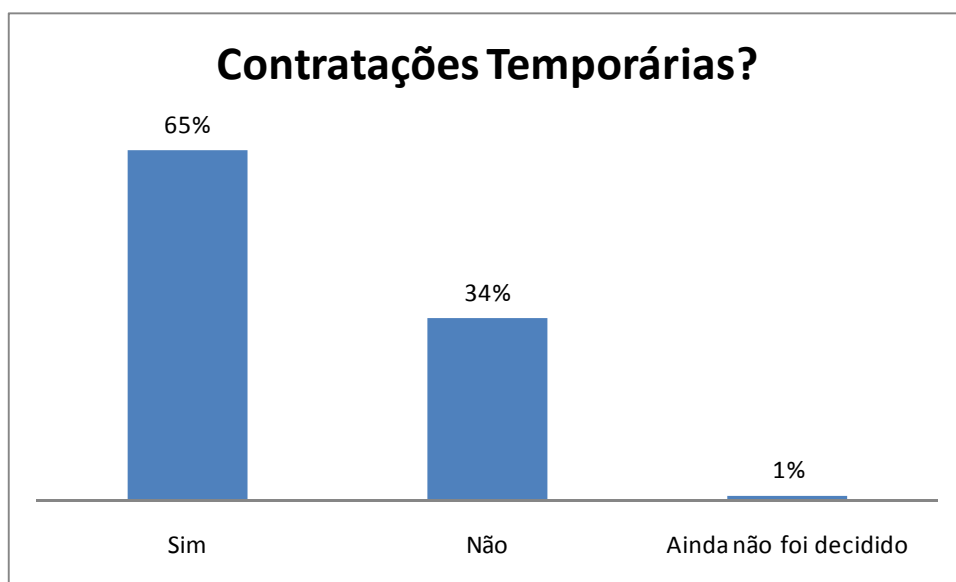
4.2 – Mapeamento sobre os Colaboradores

4.2.1 – Perfil dos colaboradores nas empresas



Indiscutivelmente, as empresas trabalham com colaboradores efetivos tendo apenas 1% entre estagiários, aprendizes e terceirizados. Então, dos 2494 colaboradores informados, 2463 (98,8%) são efetivos em seus postos de trabalho.

4.2.2 – Irá optar por contratações temporárias?



Esta informação comprova a expectativa, tendo 65% sinalizado pela contratação temporária de colaboradores, perfazendo um total detectado de 672 colaboradores contratados.

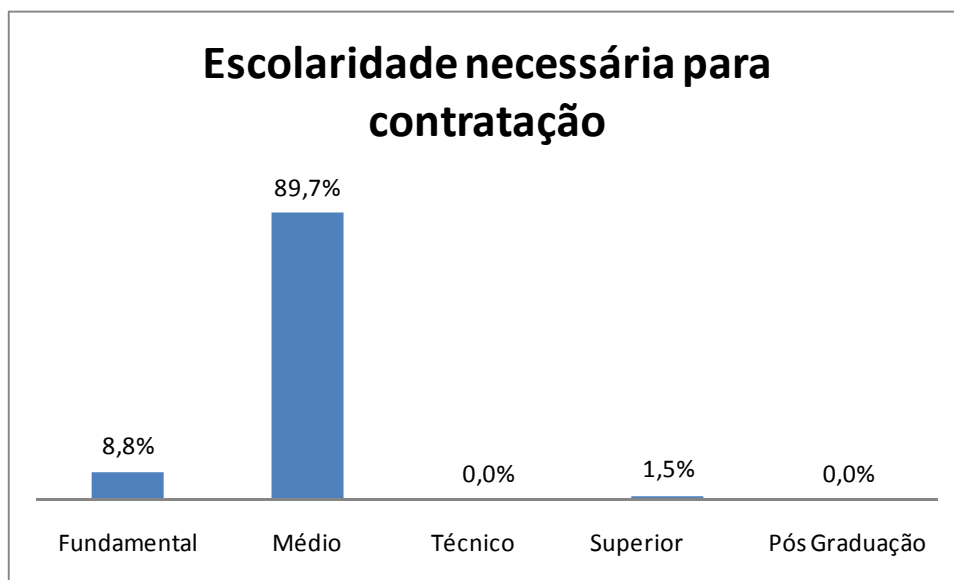
4.2.3 – Por que não contratar?



Dos 34% que optaram em não contratar, a grande maioria não realiza este tipo de operação, por trabalhar com quadro de funcionários suficiente, em 68% das vezes. E se agruparmos com os

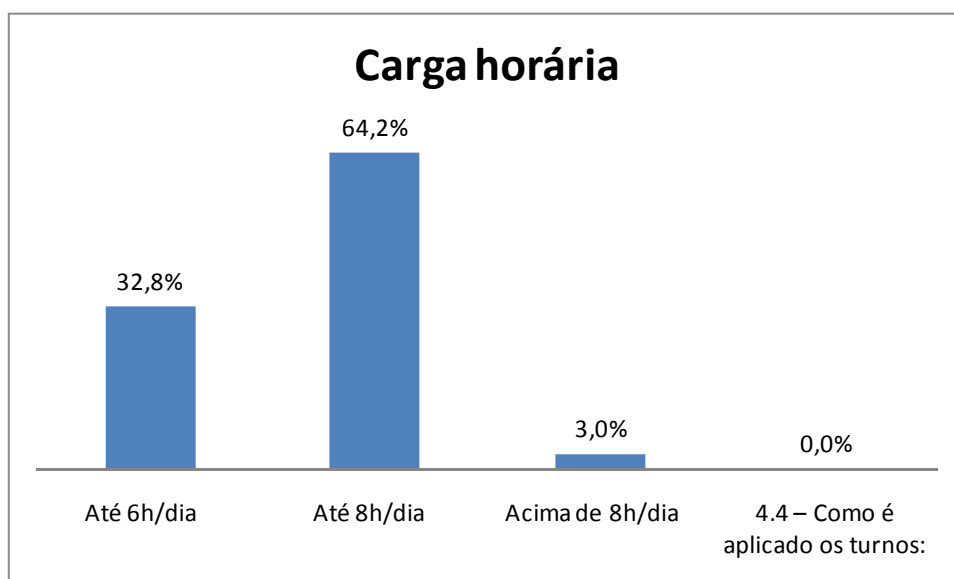
outros 21% que não levam a este tipo de contratação porque não trabalham assim, temos 89%. Ou seja, a maioria destes que responderam NÃO, o fazem por não adotar esta prática em suas empresas.

4.2.4 – Qual o perfil do colaborador necessário?



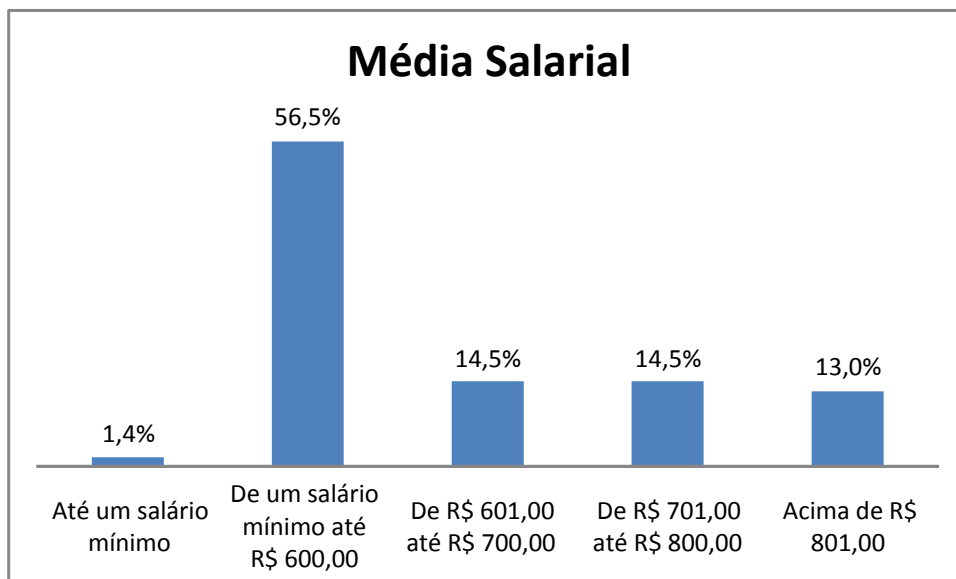
As vagas para este tipo de trabalhador giram em torno das pessoas com conhecimentos mínimos de nível médio, perfazendo quase 90% das vezes. O que detecta uma necessidade de capacitação dos profissionais para ocuparem estes postos.

4.2.5 – Quantas horas estes colaboradores devem trabalhar?



Variando entre 6h e 8h de trabalho diário, temos 97% das vagas para suprir a necessidade nas empresas.

4.2.6 – Quanto percebe um colaborador temporário?



Ainda é característica do setor de comércio pagar salários tomando como base o SM – Salário Mínimo vigente no país, ou seja, quase 60% dos colaboradores estão percebendo na faixa entre um salário mínimo e R\$ 600,00. Mas merece destaque que temos quase 30% de colaboradores recebendo de R\$ 601,00 à R\$ 800,00. E que ainda 13% recebe acima de R\$ 801,00 e apenas 1,4% está abaixo do mínimo.

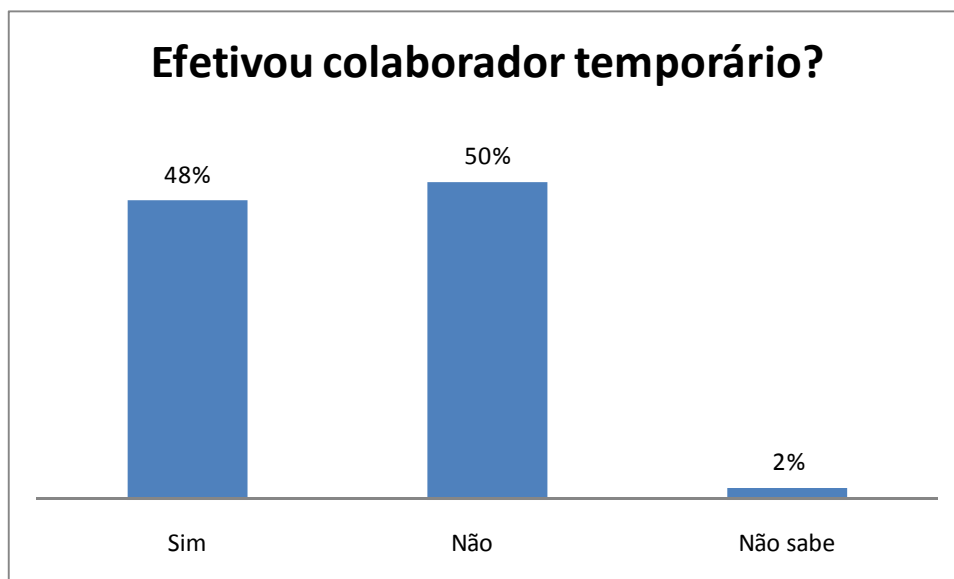
4.2.7 – O que é necessário para a contratação na visão dos empresários?

Quais os critérios necessários para as contratações temporárias:	%
Experiência anterior	47,8%
Falar bem em público	52,2%
Informática	23,9%
Sexo e aparência	14,9%
Disponibilidade de tempo integral	26,9%
Outros	14,9%

Pode-se perceber que os empresários buscam pessoas capacitadas em informática, 23% das vezes, com experiência anterior, em 48%, e que consigam desenvoltura para a comunicação em público foi apontada pelos empresários 52%. Outro ponto importante é que os candidatos estejam disponíveis para ocupar a vaga integralmente (27%).

Podemos destacar como oportunidade a capacitação em métodos de “Como Falar Bem em Público”.

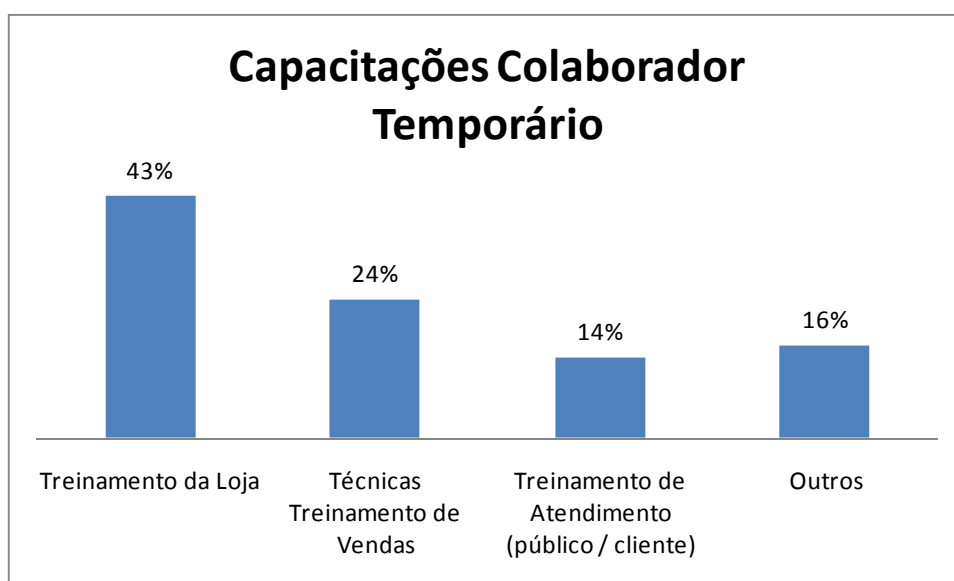
4.2.8 – O colaborador temporário foi efetivado?



Pelo resultado apresentado neste item, podemos considerar que é uma boa oportunidade de inclusão no mercado de trabalho as pessoas que iniciam por trabalhar em atividade temporária. Quando observamos que quase 50% dos temporários foram contratados, corrobora este excelente resultado para a mão de obra local. É perceptível que este processo permite a possibilidade do empresário “testar” o futuro colaborador e que o mesmo possa se empenhar para efetivar sua contratação.

4.3 – Oportunidades para a FECOMERCIO

4.3.1 – Capacitações oferecidas aos colaboradores



Os tipos de treinamento citados pelos empresários, normalmente giram em torno do atendimento ou suas variações de como atender bem ao cliente/público. Na pesquisa foram citadas como treinamento de loja (43%), técnicas de vendas (24%) e atendimento (14%).

V - CONCLUSÃO / RECOMENDAÇÃO

5.1 – Conclusões

A pesquisa apresenta dois tipos distintos de empresários que optam ou não por trabalhar com colaboradores temporários, quase igualmente. E que metade dos empresários utilitários desta mão de obra, acabam contratando (efetivando) estes colaboradores ao término do período acordado.

Temos ainda que esta é uma excelente opção para quem quer ser efetivado num futuro próximo, nas empresas de comércio no qual estão desempenhando suas funções.

Mas que para entrar neste mercado, os colaboradores devem estar preparados, disponíveis e preferencialmente ter experiências anteriores.

5.2 – Recomendações

Pela pesquisa apresentada, é visível que existem muitas oportunidades de se trabalhar preparando melhor os potenciais colaboradores para o próximo período de final de ano. E neste caso, a FECOMERCIO pode auxiliar como vetor destas ações diretamente ou conjuntamente com seus parceiros. Além de continuar com este tipo de pesquisa, apresentando e discutindo com o empresariado local, pode-se desde já visualizar as seguintes possibilidades:

- Informática básica para se trabalhar em lojas;
- O ambiente de uma loja, como é sua funcionalidade;
- Atendimento e vendas, como ordem prioritária, uma vez que a grande maioria dos colaboradores contratados para o período está direcionada para trabalhar com vendas.