

Contratação de Temporários - 2018



Área de Estudos Econômicos


Fecomércio MG
Sesc | Senac

Contratação de temporários para o fim de ano

O fim de ano aquece o comércio varejista. É período de confraternizações e ainda abrange a melhor data para o setor, o Natal. O comércio é competitivo por natureza e a tendência é acirrar a disputa pela preferência e renda dos consumidores. Os investimentos são fundamentais para atrair os clientes ávidos pelas novidades, mais capitalizados e, por natureza, mais propensos ao consumo.

A contratação de temporários é característica neste momento, e o planejamento é fundamental para ações concretas e positivas para o fim do ano. Os empresários devem aproveitar essa época, encontrando a melhor forma para cativar os clientes e impulsionar as vendas.

Visando garantir aos empresários um instrumento de mercado que reflita a percepção do desempenho e ações a serem adotadas, a área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa junto ao comércio do Estado de Minas Gerais.



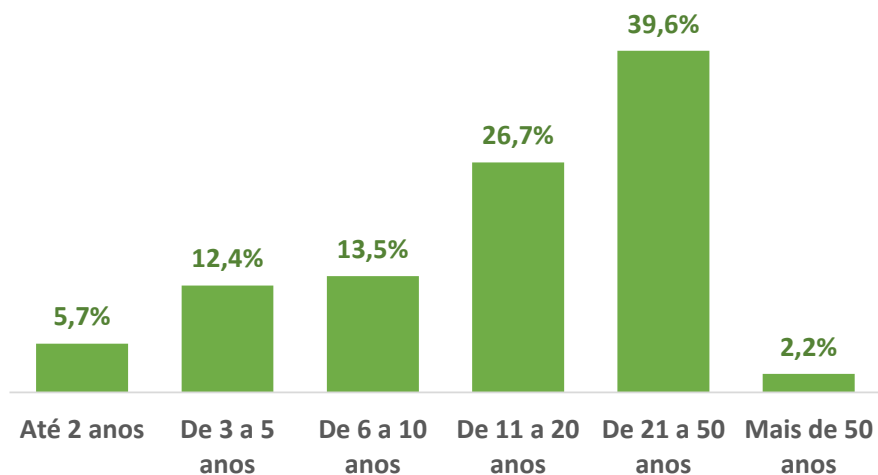
16,4% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais planejam contratar funcionários temporários para o período de fim de ano

Os segmentos de tecido, vestuário e calçados (42,6%) e livros, jornais, revistas e papelaria (20,0%) são aqueles com maior perspectiva de abertura de vagas por tempo determinado para o período; 61% das vagas serão destinadas para vendedores e 16,4% operadores de caixa.

Entre as empresas que não irão contratar, 46,5% julgam não ter movimento suficiente na loja e 32,3% não têm o hábito de contratar por tempo determinado.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



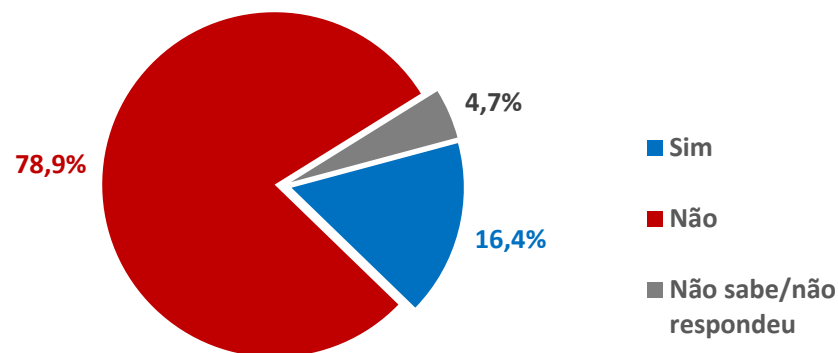
Segmento da empresa



67,8% das empresas possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresa

Perspectiva de contratação de temporários

Sua empresa irá contratar funcionários temporários neste final de ano?



Porque a loja não irá contratar? ⁽¹⁾



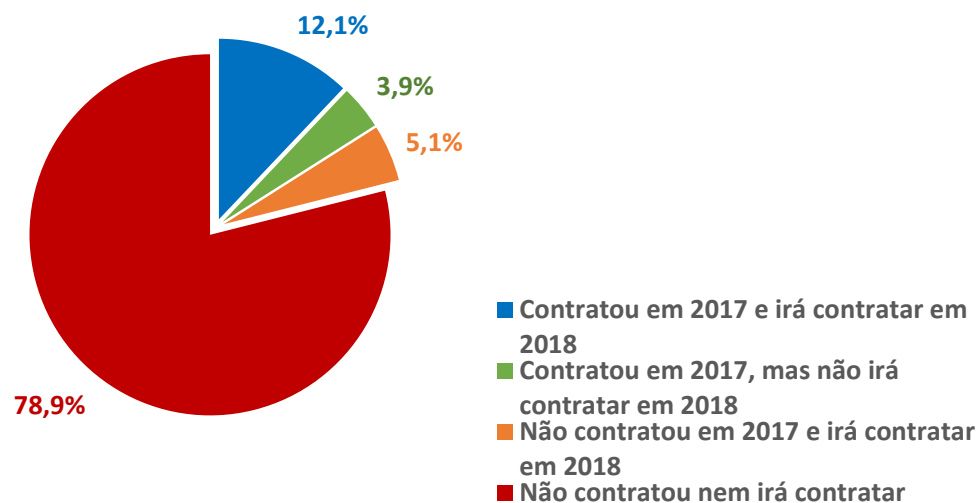
Este ano, 16,4% das empresas do comércio varejista do Estado planejam contratar por tempo determinado no período de vendas de fim de ano.

Entre os motivos para não contratar destacam-se o fato de as empresas, em suas avaliações, não terem movimento suficiente que justifique a contratação (46,5%) e de algumas empresas não terem o hábito de contratar por tempo determinado (32,3%).

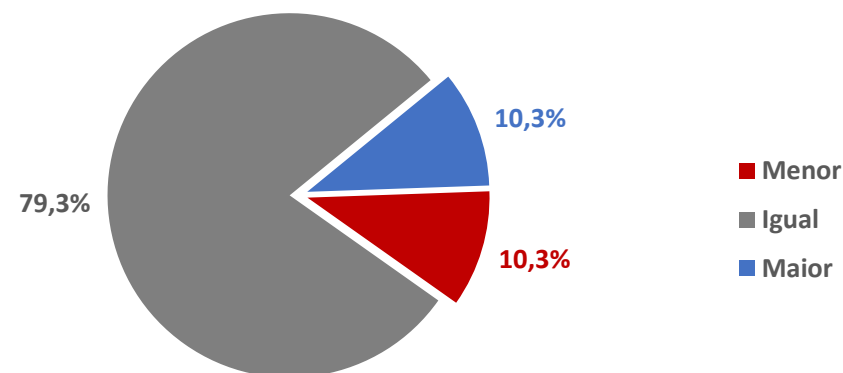
⁽¹⁾Questão de múltiplas respostas. Número de entrevistados do grupo que citou cada item.

Perspectiva de contratação de temporários

Contratações 2017 versus contratações 2018



Número de contratações em relação ao ano passado



Contratações por segmento

Tecido, vestuário e calçados	42,6%
Livros, jornais, revistas e papelaria	20,0%
Equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação	16,7%
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	13,8%
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	13,6%
Combustíveis e lubrificantes	10,0%
Veículos e motocicletas, partes e peças	8,1%
Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	5,8%
Móveis e eletrodomésticos	4,5%
Material de construção	2,3%

"Tecido, vestuário e calçados" (42,6%) e "livros, jornais, revistas e papelaria" (20,0%) são os segmentos que mais prometem a abertura de vagas para o período.

Entre as empresas que contrataram no ano passado e irão contratar este ano, o número de vagas ofertadas será igual em 79,3% dos casos, maior para 10,3% e menor do que em 2017 para 10,3%.

Perspectiva de contratação de temporários

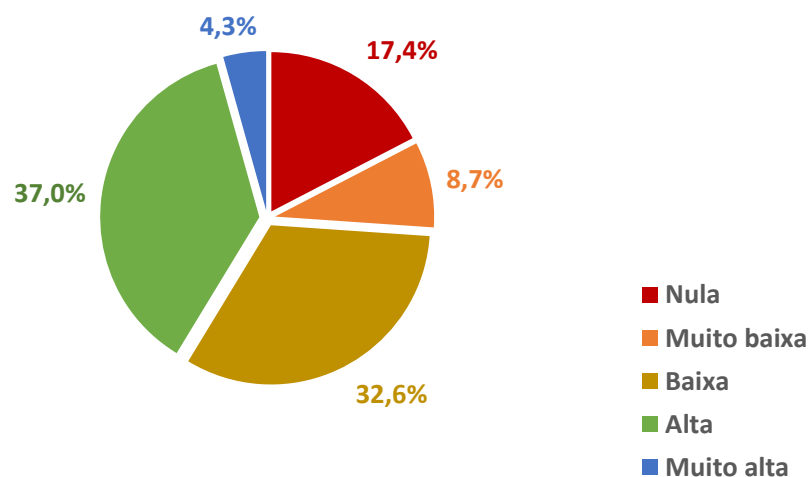
Quais profissionais serão contratados neste fim de ano?⁽¹⁾



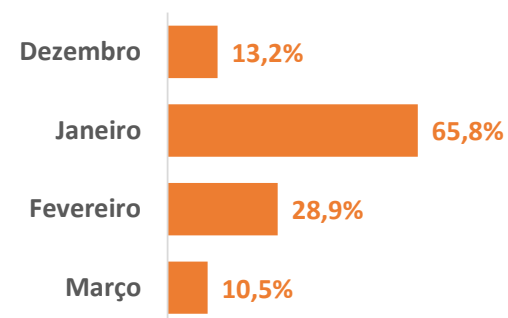
Entre as vagas que deverão ser abertas, 61% são para vendedores e 14,6% para operadores de caixa.

Para 17,4% das empresas, a perspectiva de contratação é nula. Em 41,3% das empresas, as chances de um temporário ser contratado é "alta" ou "muito alta". As efetivações ocorrerão, principalmente, nos meses de janeiro e fevereiro de 2019.

Qual a perspectiva de efetivação?



Caso ocorra, em qual mês será realizada a efetivação?⁽¹⁾



⁽¹⁾Questão de múltiplas respostas. Número de entrevistados do grupo que citou cada item.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista de Belo Horizonte, Betim, Contagem e Uberlândia, cidades que tem maior impacto no Produto Interno Bruto (PIB) do Estado de Minas Gerais . O método utilizado para a seleção das lojas foi definido com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 19 e 24 de setembro. Foram avaliadas 384 empresas, 96 em cada cidade, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra, a um intervalo de confiança de 95%.

Equipe Técnica

Estudos Econômicos

Responsável	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Analista de Pesquisa	Elisa Castro da Mata Ferreira
Assistente Administrativa	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes Filipe de Nascimento Souza Joyce do Nascimento Silva Sara Angela dos Santos
Jovem Aprendiz	Pedro Borges Teixeira

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais.
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324
economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br