

Contratação de Temporários - 2019



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.



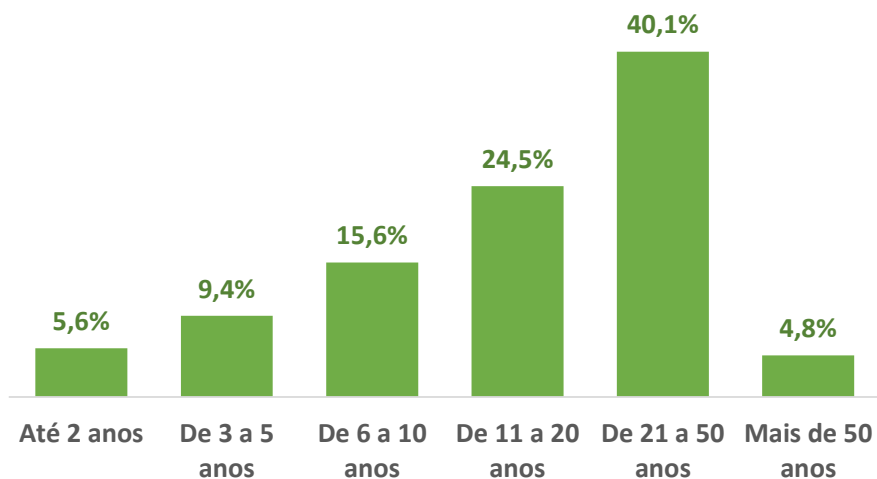
16,4% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais planejam contratar funcionários temporários para o período de fim de ano

Os segmentos de tecido, vestuário e calçados (35,5%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (26,1%) são aqueles com maior perspectiva de abertura de vagas por tempo determinado para o período; 58,6% das vagas serão destinadas para vendedores e 13,8% para operadores de caixa.

Entre as empresas que não irão admitir funcionários, 26,3% julgam não contratar por tempo determinado e 24,8%, em suas avaliações, julgam não ter movimento suficiente.

Perfil das empresas

Tempo de atuação da empresa



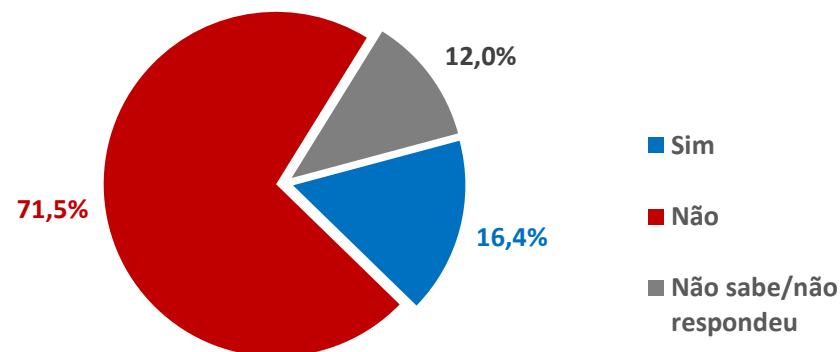
Segmento da empresa



68,1% 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.

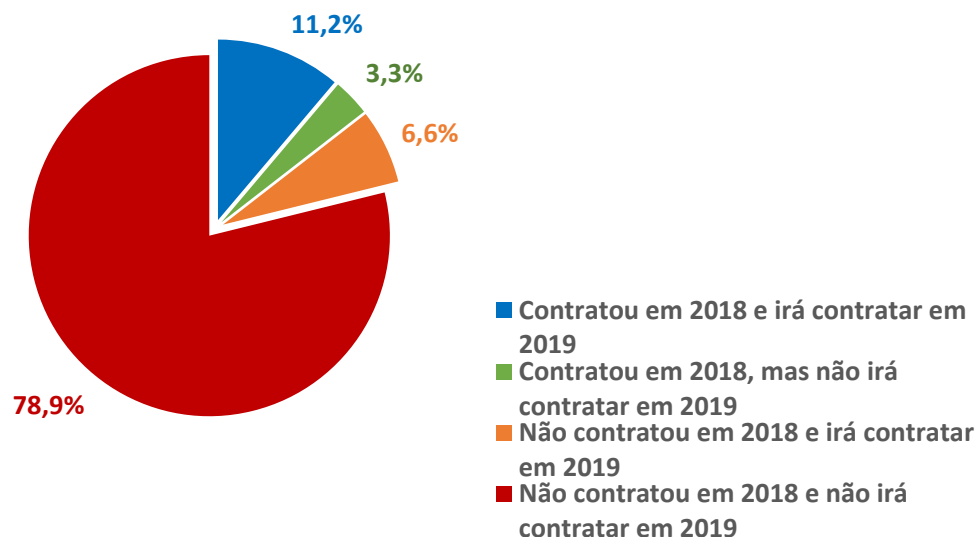
Entre os motivos para não contratar destacam-se o fato de as empresas não terem o hábito de contratar por tempo determinado (26,3%) e, em suas avaliações, não terem movimento suficiente que justifique a contratação (24,8%).

Outros*: é um comércio pequeno/familiar, comércio está ruim, falta de qualificação etc.

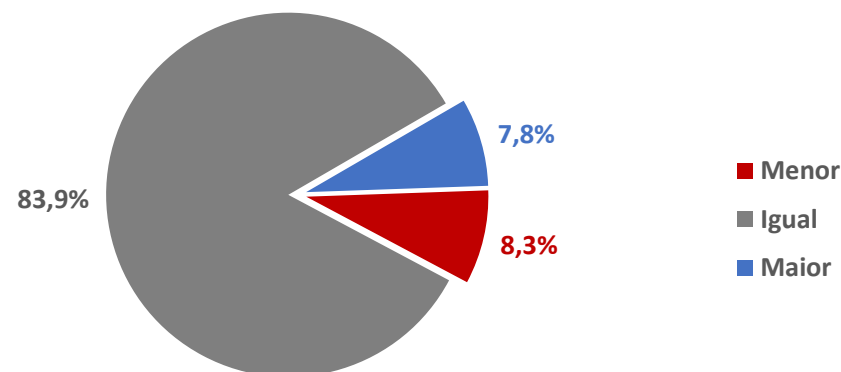
⁽¹⁾Questão de múltiplas respostas. Número de entrevistados do grupo que citou cada item.

Perspectiva de contratação de temporários

Contratações 2018 versus contratações 2019



Número de contratações em relação ao ano passado



Contratações por segmento

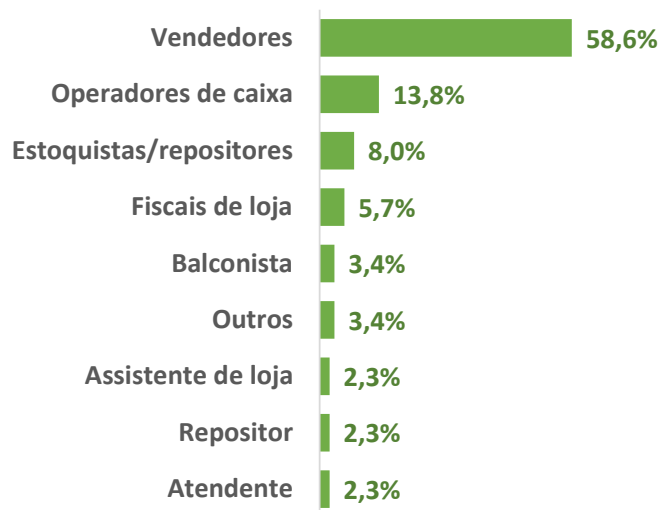
Tecido, vestuário e calçados	35,5%
Livros, jornais, revistas e papelaria	11,1%
Equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação	0,0%
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	6,7%
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	26,1%
Combustíveis e lubrificantes	0,0%
Veículos e motocicletas, partes e peças	5,3%
Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	12,6%
Móveis e eletrodomésticos	21,7%
Material de construção	2,3%

"Tecido, vestuário e calçados" (35,5%) e "outros artigos de uso pessoal e doméstico" (26,1%) 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 83,9% dos casos, maior para 7,8% e menor do que em 2018 para 8,3%.

Perspectiva de contratação de temporários

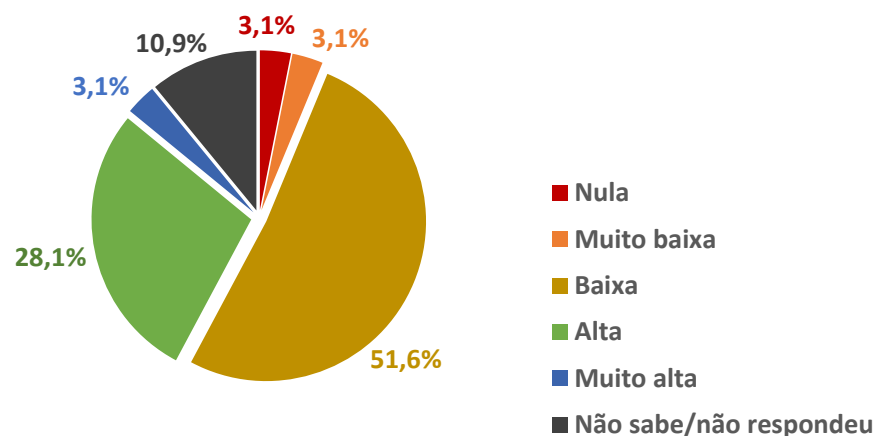
Quais profissionais serão contratados neste fim de ano?⁽¹⁾



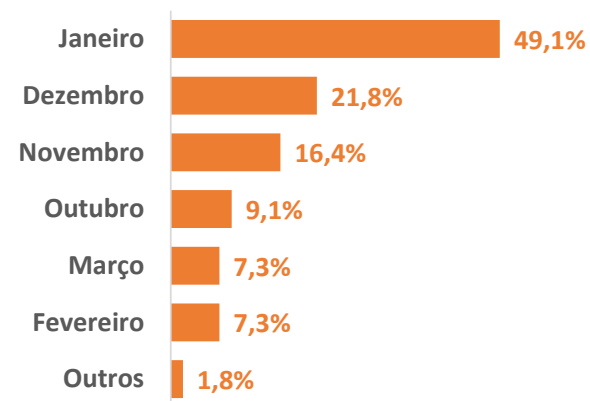
Entre as vagas que deverão ser abertas, 58,6% são para vendedores e 13,8% para operadores de caixa.

Para 3,1% das empresas, a perspectiva de contratação é nula. Em 31,2% das empresas, as chances de um temporário ser contratado é "alta" ou "muito alta". As efetivações ocorrerão, principalmente, nos meses de janeiro de 2020 e dezembro 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 23 e 30 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
Assistente de economia	Bárbara Guimarães Torres de Souza
Analista de pesquisa	Letícia de Paula Marrara
Pesquisadores	Bruno Alisson Batista Gomes Filipe de Nascimento Souza Joyce do Nascimento Silva

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