

ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DO RECRUTAMENTO E SELEÇÃO PARA UMA EMPRESA DE TECIDOS EM PALMAS-TO

ANALYSIS OF THE IMPORTANCE OF RECRUITMENT AND SELECTION FOR FABRICS ENTERPRISE IN PALMAS-TO

Sofia Pilar da Silva Machado

Instituto Tocantinense de Educação Superior e Pesquisa (Faculdade ITOP)
machadosophia@hotmail.com

Cláudia Nolêto Maciel Luz

Instituto Tocantinense de Educação Superior e Pesquisa (Faculdade ITOP)
claudia.noleto@gmail.com

Weder Ferreira dos Santos

Universidade Federal do Tocantins (UFT)
eng.agricola.weder@gmail.com

Layanni Ferreira Sodré

Universidade Federal do Tocantins (UFT)
farm.layannisd@gmail.com

Resumo: Apesar de ser um dos assuntos mais estudados atualmente, nem todas as empresas investem em métodos de contratação de pessoas. Foi comprovado que empresas que se preocupam com o método de seleção tem retorno financeiro maior dos que contratam seus funcionários aleatoriamente. Este trabalho busca analisar a importância da seleção em uma empresa no ramo de tecidos e decorações em Palmas-TO. Para obtermos a satisfação do cliente com o atendimento recebido, foi aplicado 90 questionários com 14 perguntas fechadas e respostas de múltipla escolha que foram tabuladas manualmente. Foram respondidas pelos clientes entre os dias 18 a 21 de fevereiro de 2015. Após a análise dos dados percebeu-se que os clientes estão satisfeitos e que a padronização no atendimento trará bons frutos à empresa.

Palavras-chave: Satisfação; padronização; atendimento.

Abstract: Despite being one of the subjects most widely studied, not all companies invest in people hiring methods. It has been proven that companies that care about the selection method has greater financial return of hiring their employees randomly. This study was done to analyze the importance of the selection of a company in the textile industry and Palmas-TO decorations. To get customer satisfaction with the service received, we applied 90 questionnaires with 14 closed questions and multiple choice answers were tabulated manually. Were answered by customers from 18 to 21 February 2015. After the data analysis it was observed that customers are satisfied and that standardization in service will bring good results to the company.

Key words: Satisfaction; standardization; service.

Introdução

Com o passar dos anos o tema administração de empresas tornou-se importante para as organizações em âmbito mundial. Cada vez mais preocupado com o futuro de suas organizações, os donos de empresas e acionistas buscaram novas formas de maximizar seus lucros e padronizar seus métodos de gestão.

No limiar do século XXI, mudanças em todos os tipos de ambientes – competitivo, tecnológico, econômico, social – levaram ao surgimento de novos conceitos e técnicas para administrar as organizações. Essas inovações na teoria e na prática são chamadas novos paradigmas da administração (MAXIMIANO, 2008).

Nunca se falou tanto em equipes como agora. As organizações estão migrando velozmente para o trabalho em equipe. O objetivo: obter a participação das pessoas e buscar respostas rápidas às mudanças no ambiente de negócios e que permitam atender às crescentes demandas dos clientes (CHIAVENATO, 2003).

A administração de recursos humanos (ARH) refere-se às práticas e às políticas necessárias

para conduzir os aspectos relacionados às pessoas no trabalho de gerenciamento, especificamente à contratação, ao treinamento, à avaliação, à remuneração e ao oferecimento de um ambiente bom e seguro aos funcionários da empresa (DESSLER, 2003).

Para Chiavenato (2009) a estrutura departamental da ARH está cedendo lugar para unidades estratégicas voltadas para processos e focalizadas no cliente e usuários internos, a antiga organização funcional e departamentalização está dando lugar para a organização por processos. Gestão de Pessoas é a função gerencial que visa à cooperação das pessoas que atuam nas organizações para o alcance dos objetivos tanto organizacionais quanto individuais (GIL, 2014).

Os funcionários das organizações passam a ser vistos como recursos que precisam ser administrados, articulados e controlados internamente para que um bom desempenho no mercado seja alcançado. Os recursos humanos passam, também, a receber maior importância diante dos outros recursos organizacionais, pois atenta-se para o fato de que eles são os únicos recursos vivos e dinâmicos que manipulam os demais e que estão presentes em todos os níveis e em todos os setores das organizações.

Para Chiavenato (2004), a questão básica é escolher entre tratar as pessoas como recursos organizacionais ou como parceiras da organização. Considerando recrutamento como “atração de mão de obra”, uma empresa terá maior facilidade no recrutamento externo quanto melhor for sua imagem perante o mercado. Essa imagem associada à remuneração, carreira, desafios, oportunidades de desenvolvimento, clima de trabalho e qualidade de vida, levará a empresa a ter maior facilidade na disputa pelos melhores profissionais do mercado de trabalho (PONTES, 2010).

O recrutamento é interno quando a organização procura preencher uma vaga para um posto de trabalho mediante o remanejamento de seus funcionários, que podem ser promovidos, transferidos (movimentação horizontal) ou transferidos com promoção (ascensão funcional) (ARAUJO; GRACIA, 2009).

No recrutamento externo ocorre à procura de candidatos disponíveis ou não no mercado de trabalho entre aqueles que melhor atendem às exigências da empresa. A empresa traz “sangue novo” e experiências novas, mantendo-se atualizada em relação às práticas adotadas pelas demais organizações (RIBEIRO, 2005). A seleção de pessoas funciona como uma espécie de filtro que permite que apenas alguns candidatos possam ingressar na organização: aqueles que apresentam as características desejadas (CHIAVENATO, 2014).

Para Fidelis & Banov (2007) a motivação é um mecanismo que somente cada indivíduo pode acionar como uma revolução interior. A motivação é uma abordagem de dentro para fora, centrada em princípios e baseada nas atitudes e comportamentos, voltando-se para a eficácia pessoal, interpessoal e profissional. Chiavenato (2009) acredita que motivo é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma ou, pelo menos, que dá origem a um comportamento específico.

Após muitos estudos e pesquisas sobre o tema, descobriu-se que o fator decisivo para o sucesso de uma organização é o cliente. Mesmo com essa informação, muitas empresas, principalmente de pequeno e médio porte, ainda não investem em um método de contratação mais técnico, ficam apenas no método de contratação informal.

No Tocantins o processo de contratação está em constante evolução. Muitas empresas estão aderindo um método mais seguro na hora de contratar servidores e as corporações, que não tem um setor específico para essas contratações, o fazem por meio de empresas especializadas em consultoria.

Após percebe-se o problema e decidir implantar a padronização em seus serviços, a empresa optou por qualificar umas das sócias na área de recrutamento e seleção, que colocou em prática o método e hoje a empresa é referência em qualidade de atendimento e variedade de preços e produtos no mercado de Palmas.

Diante do exposto, o presente trabalho busca analisar a importância da seleção em uma empresa no ramo de tecidos e decorações em Palmas-TO.

Caracterização da pesquisa

Durante o desenvolvimento da pesquisa, foi realizada a uma pesquisa de natureza quantitativa. Onde os pesquisadores aproveitam-se de amostras amplas e de informações

numéricas (LAKATOS; MARCONI, 2008).

Amostragem teve como base, os clientes atendidos entre os meses de novembro de 2014 a janeiro de 2015. No total foram atendidos 2.073 clientes com uma média de 691 clientes mensais. A pesquisa tem 95% em nível de confiança e 8% de erro. A partir do cálculo foi estabelecido que fossem aplicados 90 questionários.

Os questionários foram aplicados no mês de fevereiro de 2015, com 14 perguntas fechadas. Após aplicação dos questionários, os dados foram tabulados manualmente, e apresentados em percentuais. Na elaboração dos gráficos utilizou-se o programa Microsoft Excel 2013.

Análise dos clientes

O sexo dos clientes questionados na empresa representa 56% do sexo masculino e 44% o sexo feminino. Mesmo que o segmento da empresa seja de tecidos e decorações, o maior percentual de clientes é masculino pelo grande número de clientes no ramo de reforma de estofados e tapeçarias. Quanto a idade dos clientes, 54% tem entre 35 a 59 anos, 33% tem de 25 a 34 anos, 7% tem de 16 a 24 anos e 6% tem acima de 60 anos. Este resultado comprova que a empresa atende a todos os públicos, independente da sua faixa etária.

O estado civil dos clientes, 45% da amostra são casados, 31% solteiros, 20% divorciados e apenas 4% são viúvos. Isso demonstra que o mercado está favorável para este tipo de segmento, já que é crescente a preocupação com o conforto e um ambiente esteticamente agradável.

O nível de escolaridade dos clientes, apresenta que 48% tem o ensino médio completo, 42% já concluíram o ensino superior, 9% terminaram o ensino fundamental e 1% cursaram apenas até a 4ª série. 90% dos clientes tem o ensino médio completo, em sua maioria do sexo feminino e idade maior que 25 anos.

Dentre os pesquisados, 46% dos clientes tem a renda familiar de 1 a 3 salários mínimos, 27% estão entre 3 a 6 salários mínimos, já 19% tem mais de seis salários mínimos e 8% contam com até um salário mínimo. Esta análise é importante para empresa, onde se busca estratégias na diversidade de produtos, desde os mais acessíveis até os mais elaborados.

Para Mendez (2009), o perfil do cliente também deve ser analisado e considerado pelas empresas. Hoje o desafio é com relação ao novo consumidor jovem, que é globalizado e está conectado na internet. Pesquisas apontam que quanto mais jovem é o cliente, menor é o seu nível de satisfação, já que ele nasceu em uma sociedade que oferece muitas opções.

Grande parte da amostra (Gráfico 1), 40% escolhe a empresa pela variedade dos produtos, 23% se interessam pelos preços variados, 19% são atraídos pela qualidade de atendimento, 10% pela localização da loja e apenas 8% procuram o estabelecimento pela qualidade de seus produtos. Os clientes estão mais interessados nas variedades dos produtos e os preços práticos na empresa. Para o sucesso da empresa deve-se buscar a satisfação dos clientes sempre. O cliente sempre tem razão, permite para empresa o crescimento e uma maior rentabilidade.

Gráfico 1: Por que você compra na empresa?

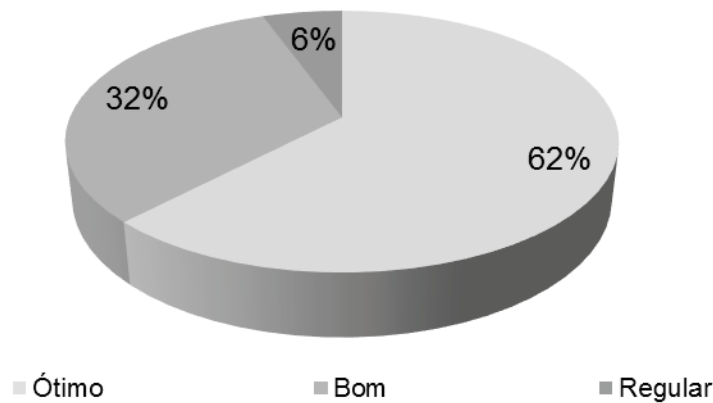


Os clientes opinaram sobre ao atendimento (Gráfico 2), 62% estão muito satisfeitos com o atendimento recebido na empresa, 32% acham que o atendimento é bom e apenas 6% o consideram regular. Além da grande variedade de produtos e preços diversificados, a empresa disponibiliza um

local com café, água, doces e queijo para que seus clientes se sintam mais à vontade enquanto os atendentes finalizam suas compras.

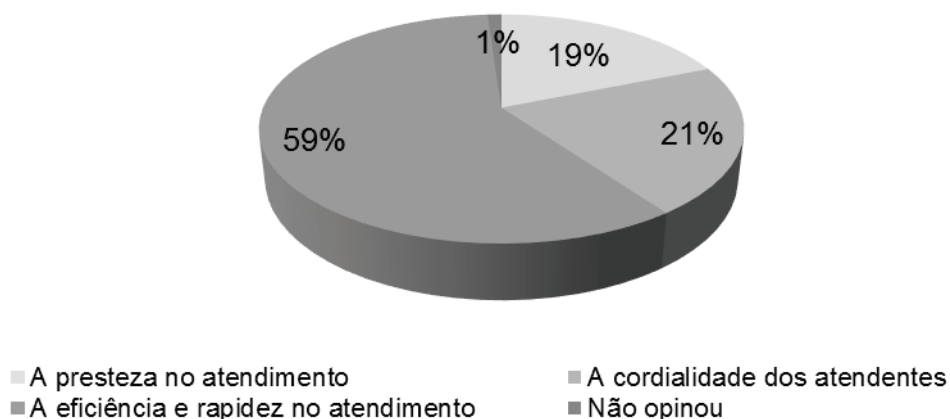
Segundo Matta (2013), em um mercado cada vez mais competitivo, tratar bem os clientes não é um diferencial, mas sim uma obrigação. Quando satisfeito, o cliente volta sempre e faz propaganda positiva da empresa, tornando-se uma excelente fonte de prospecção de novos compradores.

Gráfico 2: O que você acha do atendimento recebido na empresa?



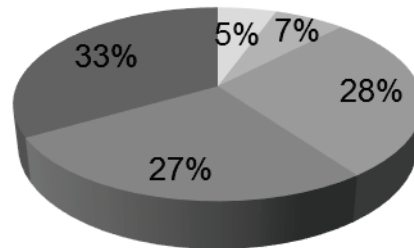
Em relação ao atendimento (Gráfico 3), 59% dos clientes pesquisados são satisfeitos com a eficiência e rapidez no atendimento, 21% prezam a cordialidade dos atendentes, 19% gostam da presteza no atendimento e apenas 1% não opinou. Os fatores que deixam os clientes mais satisfeitos com o atendimento, são a eficiência e rapidez no atendimento e cordialidade dos atendentes. Esta análise nos mostra que colaboradores bem selecionados e treinados agregam valor à empresa, já que muitos clientes são fidelizados com atendimento de qualidade.

Gráfico 3: Quais fatores lhes deixam satisfeitos com o atendimento?



Sobre o que gera insatisfação no atendimento (Gráfico 4), 33% dos clientes não opinaram, 27% não souberam responder, 28% se incomodam quando o atendente não conhece os produtos, 7% se sentem incomodados com a demora no atendimento e 5% ficam insatisfeitos com a falta de vontade em atender. A empresa deve manter a satisfação dos seus clientes, para isso é muito importante que os atendentes conheçam todos os produtos da empresa e evite demoras no atendimento. Estes são pontos negativos que a empresa deve solucionar o mais rápido possível.

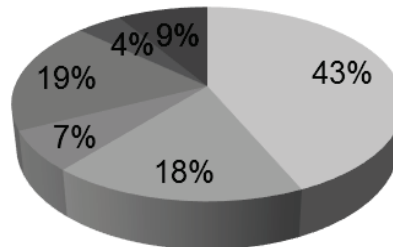
Gráfico 4: Quais fatores lhes deixam insatisfeitos com o atendimento ao cliente?



- A falta de vontade em atender
- Demora no atendimento
- O atendente não conhece os produtos
- Não Sabe
- Não opinou

Como melhoria na empresa (Gráfico 5), 43% acreditam que a apresentação dos atendentes não está compatível com a loja, 19% opinaram que a qualidade e disposição dos produtos deveriam melhorar, já 18% não gostam da sua localização, 9% não opinaram, 7% gostariam que melhorasse a eficiência e rapidez no atendimento e 4% não souberam responder. Melhorias sugeridas pelos clientes são pontos positivos para empresa. A empresa deve ter novos uniformes e melhorar a qualidade dos produtos para diferentes clientes.

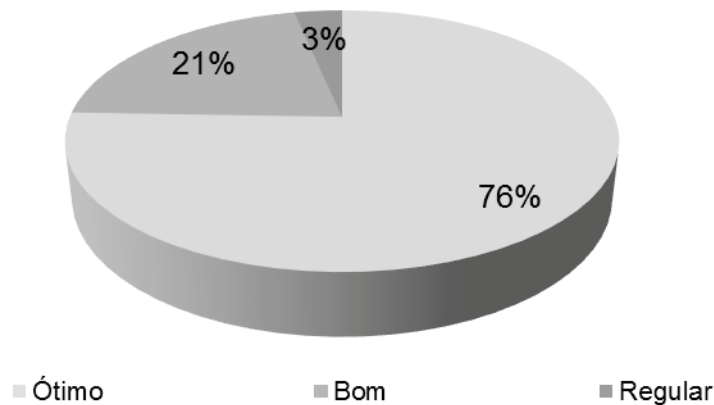
Gráfico 5: O que você acha que poderia melhorar na empresa?



- A apresentação dos atendentes
- A localização da loja
- A qualidade e disposição dos produtos
- Não opinou
- A eficiência e rapidez no atendimento
- Não sabe

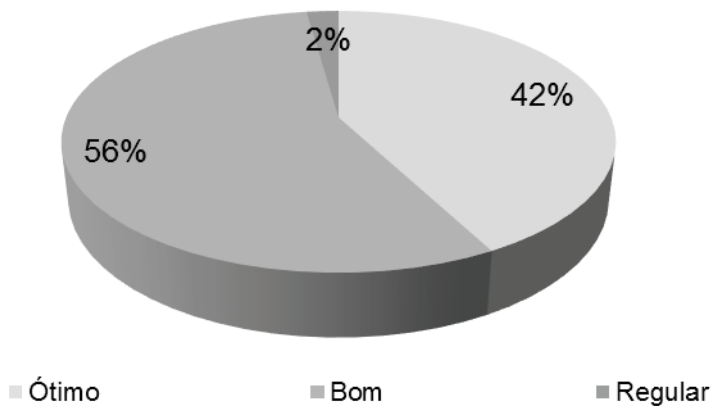
Questionados sobre a variedade dos produtos (Gráfico 6), 76% estão muito satisfeitos, 21% a consideram boa e apenas 3% acham que poderia melhorar. A empresa conta com uma grande variedade de estofados e decorações, trazendo facilidade e rapidez na hora da compra, pois o cliente encontra tudo que precisa para reformar um estofado ou decorar sua casa sem precisar se deslocar para várias empresas.

Gráfico 6: Como você avalia a variedade de produtos da empresa?



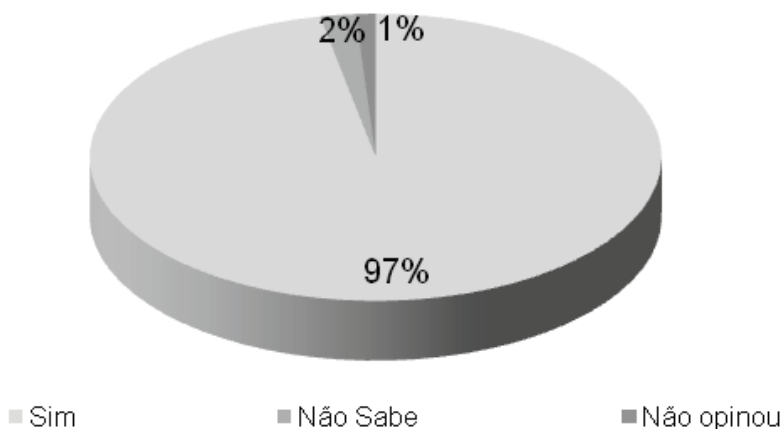
Em relação à qualidade dos produtos (Gráfico 7), 56% estão satisfeitos com suas aquisições na loja, 42% acham que os produtos são de ótima qualidade e 2% acreditam que poderia melhorar. Com 98% de aprovação na qualidade de seus produtos, a empresa se mostra preocupada com a satisfação e fidelização de seus clientes.

Gráfico 7: E a qualidade dos produtos da empresa?



Questionados se indicariam a loja (Gráfico 8), 97% se mostram satisfeitos e indicariam a empresa, 2% não souberam responder e 1% preferiu não opinar. Esta análise comprova que a empresa está a cada dia se tornando referência do segmento no mercado. Através do processo de seleção e recrutamento e possível visualizar a satisfação dos clientes.

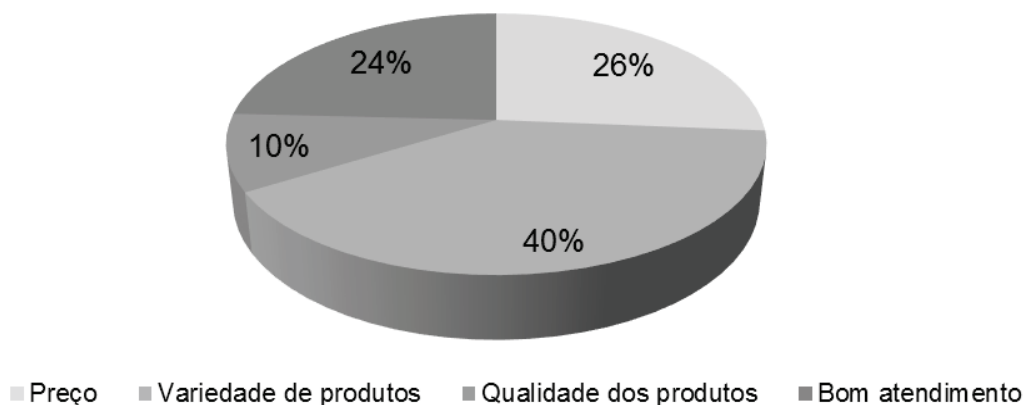
Gráfico 8: Você indicaria a empresa?



Referente aos motivos da indicação (Gráfico 9), 40% atribuem à variedade de produtos,

26% estão satisfeitos com os preços, 24% à indicam pelo bom atendimento e 10% valorizam a qualidade dos produtos. Nova no mercado, porém já consolidada e com clientes fidelizados, a empresa de tecidos é um loja em constante renovação para satisfazer seus clientes antigos e captar novos clientes se beneficiando do chamado marketing “boca a boca” que comprovadamente traz melhores resultados que qualquer tipo de campanha, já que os novos clientes são conquistados pelas experiências de pessoas próximas, o que os fazem procurar a empresa para satisfazerem seus próprios desejos.

Gráfico 9: Se indicasse a alguém, qual seria o motivo?



Segundo Fernandes (2011), as pessoas são fundamentais para a existência e sucesso da empresa. São elas que garantem a qualidade e excelência dos produtos ou serviços prestados por uma empresa. A empresa dependem das pessoas para atingir seus objetivos e cumprir suas missões.

Conclusões

O processo de recrutamento e seleção tem como objetivo a satisfação dos clientes, são os pontos positivos observados, atendimento recebido (94%), rapidez e cordialidades dos atendentes (80%), variedades dos produtos (97%), qualidade dos produtos (98%).

Pontos que podem melhorar a insatisfação dos clientes através da seleção e recrutamento dos colaboradores, são, apresentação dos atendentes (43%) e conhecimentos dos produtos demonstrado pelos atendentes (28%).

97% dos clientes indicariam a empresa, pela variedades dos produtos, preços e bom atendimento.

Referências

ARAUJO, L.C.G.; GARCIA, A.A. **Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CHIAVENATO, I. **Administração de recursos humanos: Fundamentos básicos**. 7 ed. Barueri: Manole, 2009.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4 ed. Barueri: Manole, 2014.

CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DESSLER, G. **Administração de recursos humanos**. 2 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

FERNANDES, D.M. **Recrutamento e seleção de pessoas**: Processo fundamental para a escolha de uma boa equipe profissional. Paracatu: Faculdade TECSOMA, 2011. 88 p. Disponível em: <http://www.tecsoma.br/tcc_administracao/Daniele%20Mota%20OK.docx%20Alterada.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2017.

FIDELIS, G.J.; BANOV, M.R. **Gestão de recursos humanos**: tradicional e estratégica. 2 ed. São Paulo: Érica, 2007.

GIL, A.C. **Gestão de pessoas**: enfoque nos papéis profissionais. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Metodologia científica** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MATTA, V. **Como deve ser um bom atendimento ao cliente em sua empresa?** 2013. Disponível em: <<https://www.sbcoaching.com.br/blog/comportamento/bom-atendimento-cliente/>>. Acesso em: 07 fev. 2017.

MAXIMIANO, A.C.A. **Teoria geral da administração**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MENDEZ, A. **Clientes satisfeitos resultam em empresas bem sucedidas**. 2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/clientes-satisfeitos-resultam-em-empresas-bem-sucedidas/35743/>>. Acesso em: 06 fev. 2017.

PONTES, B.R. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

RIBEIRO, A.L. **Gestão de pessoas**. São Paulo: Saraiva, 2005.

Recebido em 6 de abril de 2016.
Aprovado em 2 de março de 2017.