

Análise e descrição de cargos de uma revendedora de automóveis localizada no oeste do paraná

Edward Seabra Júnior (UTFPR-Câmpus Medianeira) seabra.edward@gmail.com

Flavio Alves (UTFPR-Câmpus Medianeira) flavio.alvesn@outlook.com

Larissa Sonda Rigon (UTFPR-Câmpus Medianeira) larissasondarigon@hotmail.com

Tulio Carnelos Mizuta (UTFPR-Câmpus Medianeira) tulio_mizuta@hotmail.com

Resumo:

Esse presente artigo apresenta uma pesquisa realizada em uma loja revendedora de automóveis novos e seminovos, localizada no município de Cascavel, Paraná, com o intuito de analisar e descrever os cargos de cada funcionário que a empresa possui. Desta forma, utilizou-se informações fornecidas pelo responsável da loja, de maneira que pode-se relatar detalhadamente as exigências para cada um dos cargos empregados pela empresa em questão.

Palavras chave: Descrição de cargos, Análise de Cargos, Gestão de pessoas.

Analysis and job description of a car dealership located in western Parana

Abstract:

This article presents a research carried out in a new and new car dealership store, located in Cascavel, Paraná, in order to analyze and describe the positions of each employee that the company owns. In this way, the information was provided by the store manager, so that the requirements for each of the positions employed by the company in question can be detailed.

Key-words: Job description, Job analysis, People management.

1. Introdução

Atualmente, o processo de recrutamento de novos funcionários se tornou mais complexo devido à grande procura por vagas de emprego. Desta maneira, faz-se necessário que a empresa saiba antecipadamente o perfil desejado de seus servidores, o que se espera do candidato à vaga de trabalho.

Para que haja êxito na utilização desse perfil traçado, leva-se em consideração os valores da instituição contratante, assim como sua cultura e suas prioridades, desta maneira, por mais que um funcionário se encaixe nos requisitos básicos do cargo, se ele não possui uma ideologia condizente com a da empresa, pode-se haver problemas. Dentro disso, segundo Lacombe (2012, p. 82):

“A “cara” da empresa será definida pelo perfil das pessoas contratadas. Esta é uma das razões pelas quais é difícil mudar a cultura de uma empresa. Este ponto tem de ser considerado com maior ênfase no processo seletivo.”

O formulário de recrutamento também deve conter informações indispensáveis como a formação profissional do candidato, as experiências profissionais e o perfil pessoal do mesmo,

para que desta forma possa-se analisar qual dos concorrentes ao cargo é o mais condizente com o mesmo.

2 Referencial teórico

2.1 Recrutamento de funcionários

Segundo Lacombe (2011, p.81):

“O recrutamento abrange o conjunto de práticas e processos usados para atrair candidatos para as vagas existentes ou potenciais.”

De acordo com Lacombe, o recrutamento trata-se de um período de experiência que tem o intuito de terminar com o contrato definitivo. E esse recrutamento tem que ser realizado através de uma pesquisa que busca características da pessoa que ocupará a vaga, grandes empresas dispõem de um banco de dados computacional com informações importantes sobre os candidatos e com base nessas informações é feita a seleção.

Para Lacombe (2011, p.84):

“Cumprir lembrar que a descrição deve ser desafiadora, pois assim será um bom mecanismo para se ter ganhos de produtividade. Finalmente, é preciso salientar que, numa época em que tudo muda com muita velocidade, é preciso atualizar as descrições com certa frequência, e esta é outra razão pela qual elas devem ser feitas de forma sucinta.”

Consoante Fidelis e Banov (2007, p.56):

“O recrutamento interno é a divulgação da vaga dentro da própria empresa para as pessoas que já trabalham nela, é uma oportunidade para promoção e transferência de pessoal.”

Bertoni (1989) diz que outro tipo de Recrutamento é aquele feito fora da organização, onde a empresa busca candidatos disponíveis no mercado, ou atuantes em outras empresas. É chamado de externo. O recrutamento externo é usado preferencialmente no caso de contratação para auxiliares do nível mais baixo, operários não qualificados, funções raras e muito especializadas, trainees de gerência.

Bertoni (1989) também afirma que todo recrutamento externo tem seu início a partir da tomada de decisão com relação a dois tópicos que o definem. São eles: a variável tempo, que é aquela que determina a exigência temporal contida na solicitação feita pela área solicitante da vaga (que acaba por determinar qual a fonte de recrutamento mais adequada) e a variável "custo", que representa a possibilidade financeira que se dispõe para iniciar um processo de recrutamento e seleção, ao mesmo tempo em que possibilita identificar as fontes de recrutamento pela diferenciação de custo que cada uma representa.

O recrutamento externo é dividido em duas classificações, sendo elas direta e indireta. O recrutamento direto consiste em a própria empresa buscar os meios de comunicação, através de anúncios e publicações, para recrutar seus candidatos. Já o classificado como indireto apoia-se na busca de um profissional que trabalhe com o objetivo de convocar os candidatos, desta maneira o serviço se terceiriza. Na grande maioria das vezes, as instituições optam primeiramente em executar o recrutamento externo direto e só quando há ineficiência do mesmo passam a investir na terceirização.

2.2 Descrição de cargos

A descrição de cargos consiste em nomear, de maneira clara e específica, qualitativamente e quantitativamente as funções e ações que devem ser realizadas por um cargo específico. Dessa maneira, é possível que uma pessoa leiga entenda sobre esse trabalho e as atividades básicas empreendidas do mesmo.

Isso posto, para Chiavenato (2001, p. 66):

“Devido à divisão do trabalho e conseqüente à especialização funcional, as necessidades básicas de recursos humanos, pela organização – seja em quantidade seja em qualidade – são estabelecidas por meio de um esquema de descrição e especificações de cargos. As descrições de cargos relacionam as tarefas, os deveres e as responsabilidades do cargo, enquanto o papel a desempenhar será o conteúdo do cargo registrado na descrição. Geralmente, a descrição do cargo relata impessoalmente o conteúdo do cargo, enquanto as especificações do cargo fornecem a percepção da organização a respeito das qualificações humanas desejáveis para o trabalho, expressas em termos de educação, experiência, iniciativa etc.”

E segundo Pontes (2002, p.77):

“A descrição deve ser elaborada de forma simples e clara para que alguém que não conheça determinado cargo possa compreendê-lo. Os detalhes devem ser descritos para evitar dúvidas e os que não contribuam para a sua compreensão devem ser eliminados. Caso seja colaboradores termos poucos conhecidos ou técnicos, estes devem ser definidos. A descrição e a especificação referem-se ao cargo e não ocupante deste. Portanto, devem ser descritas as tarefas especificados os requisitos exigidos pelo cargo e não o eventual ocupante sabe fazer. Dessa forma, se o ocupante sabe um idioma estrangeiro, mas o cargo exige tal conhecimento essa informação não deve fazer parte da descrição e especificação do cargo.”

2.3 Análise de cargos

De acordo com Pontes (2002, p.47), a análise de cargos tem como subsídios diversas atividades para a área de Recursos Humanos, como: pesquisa salarial, avaliação de cargos, classificação dos cargos em grupos ocupacionais, enquadramento do pessoal nos cargos, administração dos salários; avaliação do desempenho do ocupante do cargo, contestações em reclamações trabalhistas, treinamento e desenvolvimento de pessoal, recrutamento e seleção de pessoal, segurança do trabalho, pesquisa de hiatos e sobreposição de tarefas, elaboração de carreiras profissionais.

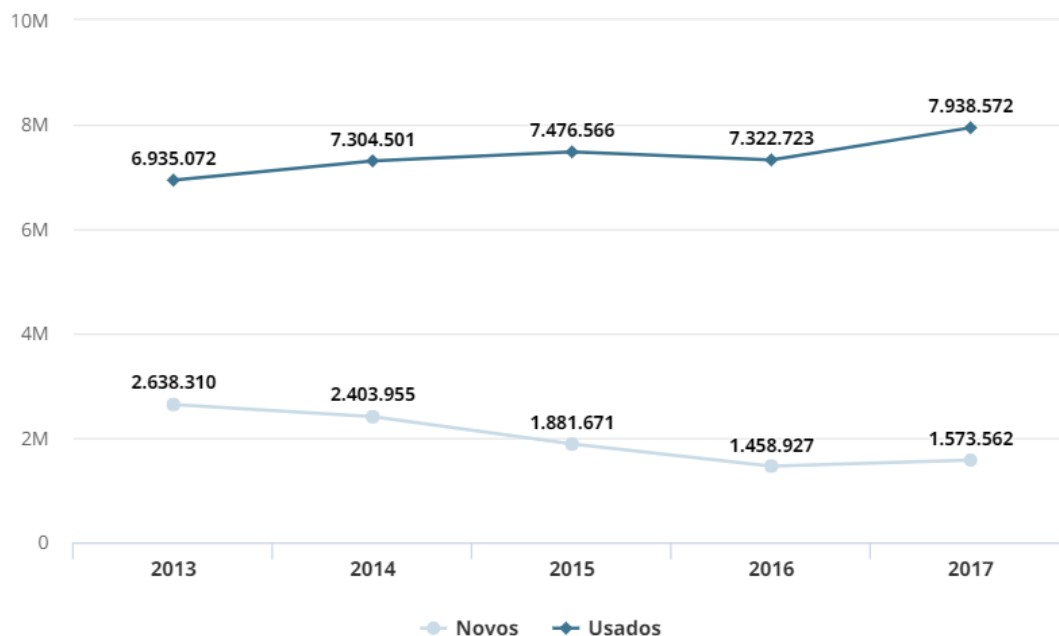
Conforme Chiavenato (2001, p.68):

“Embora intimamente relacionadas em suas finalidades e no processamento de obtenção de dados, a Descrição de Cargos e Análise de cargos são perfeitamente distintas entre si. Enquanto a Descrição se preocupa com conteúdo do cargo -o que ocupante faz, quanto faz, como faz e porque faz; a análise pretende estudar e determinar todos os requisitos qualificativos, as responsabilidades envolvidas e as condições exigidas pelo cargo, para seu desempenho adequado é por meio desta análise que os cargos estão posteriormente avaliados e devidamente classificados para efeito de comparação.”

2.4 Ramo de automóveis

Segundo dados da FENEBAVE, Federação nacional da distribuição de veículos automotores, em Setembro de 2017 houve um crescimento de 4,7% nas vendas de carros novos em relação a 1 ano atrás. Porém, este aumento não impediu que a venda de seminovos não crescesse também. Conforme apresentado na Figura 1, de Janeiro a Setembro de 2017, foram vendidos 7,9 milhões de automóveis e

comerciais leves (picapes e furgões) usados, um número 8,5% maior que o registrado no mesmo período do ano passado.



Fonte: Fenebrave (2017)

Figura 1 – Venda de carros novos e usados no Brasil em 5 anos (de Janeiro a Setembro).

3. Metodologia

Inicialmente vale destacar que o termo “metodologia” significa “[...] estudos dos caminhos, dos instrumentos usados para fazer ciência” (DEMO,1995, p. 11). Assim sendo, a correta metodologia de pesquisa acaba sendo um ponto de extrema importância para o resultado preciso de estudo.

“O método de pesquisa é um conjunto de procedimentos e técnicas utilizadas para coletar e analisar dados. O método fornece os meios para alcançar o objetivo proposto, ou seja, são as “ferramentas” das quais fazemos uso na pesquisa, a fim de responder nossa questão”. (STRAUSS & CORBIN, 1998, p.84)

3.1 Quanto à abordagem

A abordagem do presente artigo refere-se à uma pesquisa qualitativa, na qual não tem como objetivo contabilizar quantidades como resultado, mas sim analisar e compreender os comportamentos de um determinado grupo.

Segundo Minayo (1995, p.21-22):

“A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado, ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e

atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis”.

Ao estabelecer esse tipo de pesquisa como metodologia de uma atividade prática, que no caso do presente artigo refere-se ao estudo da análise e descrição dos cargos de uma revendedora de automóveis, analisaremos como sendo um dado qualitativo às definições, quais são as necessidades de perfil cada cargo empregado, suas principais características e o impacto que ela causa em relação rendimento interno da empresa.

3.2 Quanto à natureza

Segundo Adelaide University (2008), a pesquisa aplicada trata-se de uma pesquisa voltada à aquisição de conhecimentos com vista à aplicação numa situação específica. Tendo em vista esta definição, abordou-se neste artigo esse tipo de pesquisa na qual adquiriu-se conhecimento sobre como é feita a análise e a descrição de cargos de uma revendedora de automóveis localizada no Oeste do Paraná.

3.3 Quanto ao objetivo

O presente artigo tem como objetivo averiguar a descrição dos cargos em uma revendedora de veículos com base na pesquisa descritiva, que Segundo Gil (2000) trata-se de uma pesquisa que busca descrever as características de uma determinada população ou fenômeno visando estabelecer relações entre as variáveis. A utilização de técnicas padronizadas para uma coleta de dados tais como a observação sistemática, tratam-se das características mais significantes deste tipo de pesquisa.

3.4 Quanto aos procedimentos

Quanto aos procedimentos utilizados para o desenvolvimento deste artigo, analisou-se em uma primeira etapa a aplicação da pesquisa bibliográfica na qual segundo Gil(2000), trata-se de uma pesquisa desenvolvida com base em materiais já elaborados como artigos científicos, livros e que permite a análise das diversas posições acerca de um problema. Em uma segunda etapa abordou-se o responsável pela loja revendedora de veículos localizada no Oeste do Paraná, iniciando uma pesquisa de estudo de campo que segundo Gil (2000):” A pesquisa de estudo de campo tende a estudar um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social, ou seja, ressaltando a interação entre seus componentes. Assim dessa forma este estudo tende a utilizar muito mais técnicas de observação do que de interrogação”, sendo assim tendo como finalidade conhecer os perfil desejado dos funcionários a serem contratados pela revendedora de veículos, na qual analisou-se e depreendeu-se quais eram as características que cada colaborador deveria possuir para assumir o cargo.

4. Resultados e discussão

4.1 Descrição de cargos

Como a revendedora de veículos localizada em Cascavel possui em seu corpo estrutural de funcionários quatro cargos, necessitou-se descrever cada um deles. Desta maneira, o cargo

de vendedor atende clientes pessoalmente, por redes sociais e via telefone; gerencia os pedidos e realiza as vendas à vista ou a prazo; participa da análise de relatórios; realiza visitas a clientes; auxilia e acompanha a execução dos serviços da empresa.

Já o cargo de faxineira executa trabalhos de limpeza em geral para manutenção das condições de higiene e conservação do ambiente, coletando o lixo. Informar as irregularidades encontradas nas instalações das dependências de trabalho.

O coordenador financeiro é o profissional responsável por coordenar o departamento de orçamento e de relatórios financeiros. Participa no processo de planejamento e tomada de decisão para as finanças de todo o departamento. Responsável por definir e supervisionar os procedimentos de gestão de tesouraria, desenvolver e preparar o relatório mensal e anual financeiro para o funcionamento de empresas, coordenar o processo de orçamento, aconselhar a gerência sobre as alocações de financiamento da empresa, preparar lançamentos para ajustar a contabilidade geral, se responsabilizar pela área financeira coordenando e controlando os processos relacionados à tesouraria, contas a pagar, contas a receber e folha de pagamento, prestar assistência ao departamento de planejamento na formulação de metas e objetivos financeiros determinando os caminhos para alcançá-los, analisar as fontes de renda da organização e sugerir formas de melhorar as fontes produtivas, apoiar os chefes de departamento em controlar as despesas utilizando os recursos até o seu limite mais alto.

O vigilante patrimonial é o profissional responsável por zelar pela guarda do patrimônio exercendo a vigilância da obra. Preserva a segurança dos clientes, colaboradores, acompanhando a entrada e a saída de visitantes nas empresas. Está sob sua responsabilidade executar rondas nas dependências da empresa, áreas e vias de acesso adjacentes, identificando qualquer movimento suspeito e tomando as medidas cabíveis, inspecionar as dependências, para evitar incêndios, roubos, entrada de pessoas estranhas e outras anormalidades, controlar fluxo de pessoas, identificando, orientando, e encaminhando aos lugares desejados, examinar portas, janelas, portões e assegurar que estão devidamente fechados, cuidar das segurança de funcionários, moradores e visitantes, dar auxílio operacional as rondas internas e proteção dos postos de serviço, acompanhar imagens de monitor na guarita, acionar chave de contatos em caso de emergências, prestar atendimento pessoal, deliberar pequenos problemas e demais atividades pertinentes à função.

4.2 Análise de cargos

Após descrever cada um dos cargos, analisou-se os mesmos conforme as necessidades e culturas da revendedora de veículos localizada no Oeste do Paraná, dessa maneira pode-se averiguar qual candidato está mais apto a assumir a posição.

O cargo de vendedor precisa possuir habilidades de negociação, boa capacidade de comunicação oral e escrita, disponibilidade para alterações no horário de trabalho, é desejado também, que a pessoa seja honesta, sincera, discreta, responsável, organizada, disposta, educada, simpática, com iniciativa, criativa, dedicada, humilde, que aceita críticas. É de suma importância que o cargo de vendedor tenha ensino médio completo.

Para que um faxineiro tenha um bom desempenho é essencial que possua boa disposição física, capacidade de cumprir ordens e determinações, capacidade de organização, saber ouvir sugestões e críticas, possuir gosto por servir, ter iniciativa e paciência. Não necessariamente precisa de uma formação profissional, mas é esperado ter experiência no trabalho ou curso técnico na área.

O coordenador financeiro necessita ter experiência comprovada, além de uma formação profissional em umas das áreas de contabilidade, economia, administração de empresas, graduação em finanças. Importante também que haja um conhecimento intermediário sobre financiamentos automotivos e a área de automóveis em geral.

O vigilante patrimonial necessita ter experiência comprovada, ensino médio completo, formação profissional na área de segurança patrimonial.

5. Considerações finais

No presente artigo, tratou-se o recrutamento de candidatos às vagas de uma loja revendedora de automóveis novos e seminovos localizada no oeste do Paraná. No mesmo, foi observado os requisitos a serem analisados na hora da seleção dos candidatos e quais características e objetivos pessoais que são importantes nesse momento.

Com o estudo de caso feito, teve-se como conclusão que o recrutamento é algo que tem que ser feito com muita seriedade e cautela, pois pode selecionar uma pessoa muito boa para o cargo desejado e para a empresa, como também pode apenas gerar gastos para a mesma e não acrescentar em questão de produtividade. Logo, é necessário ter objetivos claros de perfis que são adequados para cada cargo, também como a formação profissional, entre outras informações.

Referências

AIRES, Ana. Gestão de Recursos Humanos. **Recrutamento & Seleção**. Universidade Independente. Lisboa, Portugal. Data da publicação 25/09/2007.

BERTONI, Bartira Cataldi Rocha. **Manual de Recrutamento e Seleção de Pessoal**. São Paulo: Editora Sts Publicações e Serviços LTDA. Editor: José Antônio Rosa, 1989.

CÂMARA, P. B.; GUERRA, P. P.; RODRIGUES, J. V., Humanator. **Recursos Humanos e Sucesso Empresarial**. Lisboa: Edições Dom Quixote. 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **PLANEJAMENTO, RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAS**: Como agregar talentos à empresa. 7. ed. São Paulo: Manole, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO**. Vol 2. São Paulo: Campus, 2001.

Federação nacional da distribuição de veículos automotores. Disponível em: <http://www3.fenabreve.org.br:8082/plus/modulos/listas/index.php?tac=indices-e-numeros&idtipo=2&layout=indices-e-numeros>>. Acesso em: 20 Nov 2017

FERNANDES, Maria da Conceição Ferreira. **O USO DAS REDES SOCIAIS NO RECRUTAMENTO EXTERNO EM EMPRESAS PORTUGUESAS**. p. 21. Disponível em:

<http://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/5266/1/DM_MariaConcei%C3%A7%C3%A3oFERNANDES_2014.pdf> . Acesso em: 20 Nov 2017

FIDELIS, José Gilson; BANOV, Regina Márcia. **GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS**: Tradicional e Estratégica. 2. ed. São Paulo: Érica, 2007.



LACOMBE, Francisco. **RECURSOS HUMANOS: Princípios e Tendências**. 2ª Edição. Ed. Saraiva, 2012. 515p.

PONTES, Benedito Rodrigues. **ADMINISTRAÇÃO DE CARGOS E SALÁRIOS**. 9. Ed. São Paulo: Ltr, 2002. 362 p.