

BENEFÍCIOS SOCIAIS: Preferência dos vendedores do setor da construção civil na cidade de Bento Gonçalves

SOCIAL BENEFITS: Preference of sellers in the civil construction sector in the city of Bento Gonçalves

Cristiano Baseggio¹ , Fernanda da Silva Momo²  e Nádia Cristina de Castilhos³ 

¹ Instituto Federal do Rio Grande do Sul – Campus Farroupilha, Tecnólogo em Processos Gerenciais pelo IRFS – Campus Farroupilha, email: baseggiocristiano@gmail.com

² Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Doutora em Administração, programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, e-mail: fernanda.momo@ufrgs.br

³ Faculdade São Marcos, Mestra em Administração pela UCS – Universidade de Caxias do Sul, e-mail: nadiacastilhos@hotmail.com.br

RESUMO

Diante de um mercado extremamente competitivo em que as organizações são induzidas a adotarem medidas para perdurarem, é preciso buscar formas de atrair e reter os colaboradores. Sendo assim, as empresas direcionam-se a buscar adequações a fim de manterem-se competitivas. O presente estudo centra-se no objetivo de identificar os benefícios de preferência de um vendedor no momento da contratação ou para a permanência em um emprego. Para isso, abordou-se os temas folha de pagamento, remuneração e benefícios no referencial teórico. A metodologia conceitua-se como de natureza aplicada e classifica-se quanto à abordagem da pesquisa como quantitativa e descritiva. Para tal fim foi aplicado um questionário com perguntas objetivas, em lojas do setor da construção civil. A pesquisa revelou que os vendedores na sua maioria não recebem nenhum benefício. Além disso, identificou-se que plano de saúde e alimentação são os incentivos de maior preferência dos entrevistados.

Palavras-chave: Empresas. Benefícios. Remuneração.

ABSTRACT

Faced with an extremely competitive market in which organizations are led to adopt measures to last, it is necessary to find ways to attract and retain employees. Thus, companies are directed to seek adjustments in order to maintain their competitiveness. This study focuses on the objective of identifying the preferential benefits of a salesperson at the time of hiring or staying in a job. For this, the topics payroll, compensation and benefits in the theoretical framework were dealt with. The methodology is conceptualized as applied nature and the research nature is qualified as quantitative and descriptive. For that purpose, a questionnaire with objective questions was applied, in stores of the civil construction sector. The survey revealed that most salesperson receive no benefit. In addition, it was identified that health and nutrition plan are the most preferred incentives of the interviewees.

Keywords: Companies. Benefits. Remuneration.

1 INTRODUÇÃO

No século XX, a preocupação em cativar e reter um empregado gerava poucas preocupações para a organização. Acreditava-se que um pequeno ajuste sobre a remuneração garantia a retenção do funcionário. Para Medeiros (2001), em tempos de globalização, as empresas estão ficando cada vez mais expostas à concorrência, o que as direciona a buscarem adequações para continuarem competitivas e se manterem ativas.

Segundo Coopers e Lybrand (1997), para tornarem-se competitivas no futuro, as empresas devem oportunizar o conhecimento nos níveis organizacionais e pessoais, e também utilizar métodos modernos de recompensa para apoiar as eventuais mudanças. Por sua vez, Bohlander (2003) afirma que em virtude das mudanças na conjuntura da economia, na qual cada vez mais a concorrência está se tornando acirrada entre as empresas pelo espaço no mercado, o que acarreta uma mudança de postura delas, passa-se a concentrar esforços na busca de estratégias que possam torná-las mais competitivas.

Com um cenário cada vez mais tecnológico, a percepção e a visão são outras, pensamentos culturais e de valor sofreram influência, resultando em transformação de caráter e opinião. Hoje não basta o reajuste em salários, existem outros fatores que contribuem para o reconhecimento dos resultados do empregado de forma que, cada vez mais, o estudo sobre a motivação dos colaboradores, vista sob a ótica da remuneração e benefícios, vem ganhando destaque no cenário organizacional. Isso porque o salário pode ser entendido como a contraprestação que o trabalhador recebe pelo seu trabalho em uma organização e, então, “em troca do dinheiro (elemento simbólico e intercambiável) a pessoa emprenha parte de si mesma, de seu esforço e de sua vida, comprometendo-se a uma atividade cotidiana e a um padrão de desempenho na organização” (CHIAVENATO, 2004, p. 260).

Segundo Dutra (2002), os programas de benefícios identificam e atendem a essas necessidades dentro das organizações. As empresas que cada vez mais percebem que conceder benefícios não é um gasto e sim um investimento, poderão avaliar o quanto vale um bom profissional, e quanto a instituição pode perder se ele optar em trocar para outra organização que lhe ofereça melhores condições.

Benefícios proporcionam um atrativo diferente para o funcionário, que como consequência recebe uma recompensa a mais pelo seu esforço. Proporcionando para ele e sua família, uma maior estabilidade e segurança, alcançando conseqüentemente uma qualidade de vida melhor. Para Chiavenato (1999) benefícios constituem pagamentos financeiros indiretos oferecidos aos funcionários.

Para Leal Junior e Silva (2007), no momento em que os colaboradores virem na empresa os benefícios que ela oferece como uma vantagem, a organização terá um envolvimento maior dos colaboradores com a estratégia, proporcionando conseqüentemente a atração e retenção, além de fomentar o desenvolvimento pessoal do funcionário.

A pesquisa a respeito dos benefícios pode indicar se as reais necessidades dos elementos citados anteriormente ocorrem, ou seja, tem um papel de auxílio no sentido de elucidar e definir estratégias. Estas ferramentas estratégicas outorgam embasamento e o máximo de precisão na tomada de decisão, resultando possivelmente na incorporação das empresas. Sua importância concatena-se à descoberta das reais vantagens e à existência congruente delas para a incorporação.

No cenário atual, a satisfação de seus colaboradores tornou-se uma preocupação para as empresas, mas ainda são poucas as que possuem estudos focados na retenção dos mesmos. Para Gheno e Berlitz (2011, p. 271) “os programas tradicionais de remuneração já não são mais suficientes; eles estão se tornando barreiras ao crescimento e sucesso da empresa, o que pode gerar uma rotatividade indesejada no quadro de funcionários”.

Assim, este trabalho procura responder a seguinte questão: Quais benefícios são preferidos por vendedores do setor da construção civil na cidade de Bento Gonçalves?

Para responder o problema de pesquisa, o objetivo geral consiste em identificar os benefícios de preferência de um vendedor no momento da contratação ou para a permanência em um emprego. Para atingir o objetivo geral, definem-se como objetivos específicos: Identificar os benefícios que os vendedores possuem; Identificar se os benefícios são uma forma de atração e retenção; e Identificar quais benefícios são mais relevantes para o funcionário.

Ao responder à questão de pesquisa ao decorrer deste estudo, contribui-se para a construção de um mapeamento das preferências dos funcionários no que tange aos benefícios sociais oferecidos pelas organizações, tendo em vista um contexto de maior exigência do funcionário, e que os benefícios podem ser vistos como uma variável que pode atrair e reter um funcionário na empresa.

Os benefícios são vistos, então, como “o conjunto de programas ou planos oferecidos pela organização como complemento ao sistema de salários” (MARRAS, 2009, p. 137).

Tendo em vista que este estudo é aplicado em empresas de venda de materiais de construção, elétrica, hidráulica e pintura, mais especificamente na área da construção civil e que têm sua localização na Serra Gaúcha, na cidade de Bento Gonçalves – RS, contribui-se também para que estas empresas possam fazer uma melhor gestão dos benefícios oferecidos aos seus colaboradores. Isso pois identificando esses atrativos, restará a organização, ações para atender o melhoramento da qualidade de vida, possibilitando um maior aumento de comprometimento, produtividade e qualidade de serviço.

Além dessas contribuições listadas, o presente estudo contribui com os resultados de outros autores que pesquisaram sobre este tema de forma a destacar que a relevância dos benefícios está cada vez mais alinhada com a estratégia das empresas, tornando-se tema recorrente de estudos (o Apêndice A apresenta uma lista de trabalhos que abordam essa temática).

O presente estudo está organizado de forma a trazer na sequência o referencial teórico, composto pelas temáticas de folha de pagamento, remuneração e benefícios. Na seção 3 será apresentado os procedimentos metodológicos deste estudo. A seção 4 trará a análise dos dados e, por fim, as considerações finais serão apresentadas na seção 5.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste item, propõem-se evidenciar os autores e suas teorias de embasamento, afim de fundamentar a ideia principal do trabalho, que está dividido em três tópicos gerais: folha de pagamento, remuneração e benefícios.

2.1 FOLHA DE PAGAMENTO

De acordo com Ribeiro (1997, p. 135) “Folha de pagamento é um documento que relaciona os nomes dos empregados da empresa, o valor bruto dos salários, os descontos ou abatimentos e o valor líquido a receber”. Este documento serve para a empresa como comprovação da quitação das obrigações com o empregado e para o empregado é a comprovação do recebimento dos seus direitos.

A folha de pagamento, segundo Ribeiro (1997), apresenta os seguintes elementos:

Valor bruto do salário.

Valor da contribuição de Previdência – descontado do salário.

Valor líquido que os funcionários receberão.

Além da despesa total com os salários, a empresa terá ainda os encargos com a contribuição de Previdência, referente à parte patronal no caso das empresas com tributação pelo Lucro Presumido, e com o FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço.

2.2 REMUNERAÇÃO

Fala-se muito em motivação como um dos principais fatores para conseguir objetivos e resultados para a organização. A motivação dependerá do sentido que cada qual confere a uma determinada atividade (BERGAMINI, 1997). Segundo Araújo (2006) a remuneração é vista com enfoque no colaborador, onde o pagamento é variável, isto é, conforme o seu desempenho ou realização de metas, sua remuneração pode variar para mais ou para menos. Ainda, segundo o autor, pode-se elencar as seguintes medidas:

Remuneração por habilidades: recompensa de acordo com seu conhecimento e habilidades.

Remuneração por competências: dá-se direcionando o foco para o colaborador e não suas funções ou atribuições. Valorizando primeiramente a pessoa, e depois o cargo.

Remuneração por resultados: recompensa baseada no cumprimento de tarefas (programa de participação nos lucros, por exemplo).

Outro ponto importante para as empresas, não é nivelar as remunerações a todos os empregados, mas delinear um plano que beneficie os melhores, e, que especialmente, esteja relacionado com o progresso da companhia. Além disso, firmar padrões internos uniformes, capazes de compreender o empenho de cada colaborador dentro da organização (DUTRA, 2002).

Dentre o pacote de compensações que as empresas costumam conceder a seus empregados, o salário pago relacionado à ocupação de cargo, é apenas uma delas. De acordo com Chiavenato (1998) o pagamento geralmente acontece de diversas maneiras, além do salário, uma parcela considerável do total da remuneração é formada por benefícios e serviços sociais.

2.3 BENEFÍCIOS

Os benefícios sociais são “aquelas facilidades, conveniências, vantagens e serviços que as organizações oferecem aos seus empregados, no sentido de poupar-lhes esforços e preocupação” (CHIAVENATO, 2002, p.271). De acordo com Marras (2001, p.137) “denomina-se benefício o

conjunto de programas ou planos oferecidos pela organização como complemento ao sistema de salários. O somatório compõe a remuneração do empregado”.

Ainda segundo Marras (2001) os auxílios ofertados pelas organizações são subdivididos em: benefícios legais e benefícios espontâneos. Os benefícios compulsórios são concedidos aos funcionários atendendo às exigências da lei ou de normas legais como acordos ou convenções coletivas de trabalho. O autor ainda cita como exemplo os complementos de auxílio-doença, 13º salário, férias e salário maternidade. Alguns desses benefícios são pagos pela empresa, enquanto outros são pagos por órgãos previdenciários.

Os benefícios ofertados pelas empresas podem exigir do funcionário uma contrapartida para recebê-los, como por exemplo: assiduidade, metas e estar estudando. Para os colaboradores, é uma renda de forma indireta, pois eles não receberam em dinheiro propriamente, mas sim, através de plano de saúde, auxílio educação, cesta básica, prêmios (viagens, jantãs, ingressos de jogos, teatro, etc.).

Nem todos os colaboradores conseguem aproveitar essa remuneração indireta de forma homogênea, muitos deles, por exemplo, não têm filhos com idade ou necessidade de frequentar uma creche, já outros optam por fazer as refeições em casa, o que tornaria para estes casos, os benefícios menos atrativos.

Uma vez que os benefícios são oferecidos aos funcionários e suas famílias, as empresas necessitam alinhar a responsabilidade de suprir esta necessidade humana com os objetivos da organização. Este é um paradigma para a empresa, e cabe aos profissionais de recursos humanos, uma mudança de benefícios que por muitas vezes torna-se radical, pois estas são hierárquicas e oferecer um plano flexível a todos, não é tarefa fácil. Mas a seleção de um plano, feita pelo funcionário, nem sempre é baseada no grupo ou faixa salarial, mas através de suas necessidades. Dessa forma, os chamados benefícios flexíveis possibilitariam “dar aos empregados a oportunidade de alterar seus benefícios de acordo com as mudanças que acontecem em suas vidas, o que é um fator muito importante” (BOOG E BOOG, 2002, p.404).

No momento em que o funcionário escolhe seu auxílio, ele sente-se determinado, motivado e independente, tornando-o parte do processo, o que para a empresa é fundamental, pois retém seu colaborador e pode usar como atração para novos talentos. Os benefícios oferecidos por uma empresa em relação a outra, diferenciam para o empregado os valores que são analisados no momento da escolha. Assim, um programa de benefícios flexíveis “oferece ao empregado alterar a

escolha dos mesmos ao longo do tempo, conforme modifique sua necessidade para certos benefícios” (BOOG E BOOG 2002, p.403).

Segundo Marras (2003) os planos flexíveis de benefícios, disponibilizados por organizações, permitem ao empregado optar por aquele que considera mais interessante. Benefícios flexíveis oferecidos como complemento ou suplementação aos benefícios gerais, permite ao empregado selecionar aqueles que mais se enquadram às suas necessidades, incluindo: Plano de Saúde; Auxílio Creche; Auxílio Doença Complementar; Seguro de Vida; Vale Refeição; Previdência Privada, Compra de Produtos da própria empresa e Transporte Próprio.

Tabela 1 - Benefícios espontâneos mais encontrados no Brasil

Tipo de Benefício	% de incidência na amostra
Restaurante	100
Seguro de Vida	100
Assistência Médica	100
Festa para Empregados	75
Transporte	70
Cesta Básica	60
Seguro de Acidentes Pessoais	60
Veículo Designado	58
Clube para Empregados	58
Pagamento de Quilometragem	55
Assistência Odontológica	50

Fonte: Marras, 2003 p. 103.

O custo desses auxílios, pode ser totalmente assumido pela empresa ou parcialmente repassado aos funcionários, através de preços subsidiados e descontados em folha. Conforme tabela 1, Marras (2003), mostra os benefícios espontâneos mais encontrados no mercado. Ainda segundo o autor, dentre a lista de benefícios mais ofertados, os funcionários têm a possibilidade de escolher aqueles que mais lhe interessam para compor a sua remuneração (MARRAS, 2003).

3 METODOLOGIA

A pesquisa define-se, a partir da natureza aplicada, por concentrar-se na viabilização da solução de problemas reais. Segundo Gil (2010, p. 28), a pesquisa aplicada “abrange estudos elaborados, com a finalidade de resolver problemas identificados no âmbito das sociedades em que os pesquisadores vivem”. Dessa forma, o pesquisador irá a campo para identificar os benefícios sociais que os vendedores da construção civil de Bento Gonçalves preferem.

Para a abordagem do problema, utiliza-se o método quantitativo, pois como define Fonseca (2002, p. 20) pesquisas quantitativas centralizam-se “na objetividade, compreendendo que a realidade se baseia na análise de dados brutos, colhidos através de instrumentos padronizados e imparciais”. De acordo com Richardson (1999, p. 70), “A abordagem quantitativa caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples, como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão, entre outras”. Portanto, nesta pesquisa será utilizado um questionário e as análises serão realizadas de forma a quantificar as preferências dos vendedores da construção civil.

Ainda Richardson (1999), destaca a importância de garantir a precisão dos resultados, para evitar distorções de análise e interpretação, proporcionando uma margem de segurança quanto as interferências feitas. Comprovando que a abordagem quantitativa tem aplicação recorrente nos estudos descritivos, que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis e a relação de causalidade entre fenômenos.

Para Triviños (1987, p. 112) “a caracterização da pesquisa descritiva estabelece do pesquisador uma série de informações referente ao que deseja pesquisar”. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade. Segundo Gil (2008, p.28) “as pesquisas descritivas são fundamentais para a descrição das características de uma população, sendo a coleta de dados uma das técnicas padronizadas mais utilizadas”. Através uma forma comparável, conforme destacado por Andrade (2000), esta pesquisa busca observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classifica-los e interpretá-los. Fazendo com que os fenômenos do mundo físico e humano sejam estudados, mas não manipulados nem interferidos pelo pesquisador.

No que tange aos procedimentos técnicos na pesquisa, estes referem-se à maneira pela qual se conduz o estudo e, portanto, se obtêm os dados. Gil (2010, p. 65) ressalta que “o elemento mais importante para a identificação de um delineamento é o procedimento adotado para a coleta de dados”. A coleta de dados foi realizada através de questionário (Apêndice 2). Para Luz (2003,

p. 42), questionário “é a técnica utilizada formalmente, pois permite uma aplicação maciça a baixo custo, permite questões abertas e fechadas, não utiliza números elevados de questões, permite a inclusão de perguntas cruzadas e exige clareza do vocabulário utilizado, pode ser aplicado a todos ou a uma amostra, permite sigilo e anonimato, permite aplicação eletrônica das perguntas e não exige espaço físico”.

Assim, para a coleta de dados, foi elaborado um questionário com base na literatura sobre o tema da pesquisa e validado por um especialista. Esse questionário é composto por perguntas objetivas, que foram divididas em grupos: as perguntas de 01 à 05, tem por objetivo conhecer o entrevistado e em qual setor de vendas no ramo da construção civil ele atua; nas perguntas de 06 à 11 tem como propósito identificar quais são os benefícios que atraem e retém o funcionário na empresa. Segundo Hair Jr et al. (2005, p. 159), “o questionário é um conjunto predeterminado de perguntas criadas para coletar dados dos respondentes. É um instrumento cientificamente desenvolvido para medir características importantes de indivíduos, empresas, e outros fenômenos”.

Na aplicação da pesquisa, foram escolhidas as lojas de materiais de construção, materiais elétricos, materiais hidráulicos e materiais de pintura, que compõem o setor da construção civil, localizadas na cidade de Bento Gonçalves, no estado do Rio Grande do Sul, tendo como público alvo somente os vendedores, que foram identificados pelos proprietários de cada estabelecimento. A abordagem do questionário foi direta, aplicada de forma presencial, entre os dias 01 à 15 do mês de agosto do ano de 2018, num total de 23 empresas abordadas, apenas em duas empresas, os diretores optaram por que seus colaboradores não participassem da pesquisa. Assim, a amostra final é composta pelos vendedores de 21 empresas.

Os dados foram coletados e analisados com o intuito de revelar a opinião dos vendedores referente aos benefícios ofertados, e também propor sugestões em relação à oferta dos mesmos. Após a coleta das informações, estas foram tabuladas com o auxílio do Software MS. Excel. A partir dessa base dados foram extraídas as análises das respostas obtidas com os vendedores através de estatística descritiva. Além disso, utilizou-se o software Nvivo11 para a geração de nuvem de palavras e avaliação da frequência de palavras, uma análise quantitativa permitida por este software.

4 ANÁLISE DOS DADOS

De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 116) “a apresentação e a análise de dados é a parte mais extensa e visa a apresentar os resultados do trabalho”. Os dados deste trabalho foram analisados numa planilha em Excel® e estão apresentados em tabelas e gráficos.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES

Inicialmente os participantes da pesquisa tiveram que responder questões que permitiam traçar um perfil relativo as seguintes variáveis: gênero, idade, renda, segmento de trabalho, tempo de trabalho, faixa salarial. Assim, obteve-se 76 respondentes, sendo a maioria deles do gênero masculino (90,79%). Além disso, tendo em vista a área de atuação desses vendedores identificou-se que, 27,63% trabalham na área específica de construção, 28,95% na área elétrica, 15,79% na área de hidráulica e 27,63% na área de pintura. Essas informações estão mais detalhadas na Tabela 2 a seguir.

Tabela 2 – Gênero e área de atuação dos respondentes

Gênero/área	Construção	Elétrico	Hidráulica	Pintura	Total Geral
Feminino	4	0	1	2	7
Masculino	17	22	11	19	69
Total Geral	21	22	12	21	76

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Além do gênero e área de atuação, buscou-se saber a faixa etária desses respondentes. Conforme apresenta a tabela 3 abaixo, a maioria dos respondentes tem entre 21 e 30 anos, sendo que 2,63% menores de 20 anos, 60,53% entre 21 e 30 anos, 30,26% entre 31 e 40 anos e 6,58% acima de 41 anos. Considerando as informações dos entrevistados, observa-se uma média da idade de 29,59 anos.

Tabela 3 – Faixa etária dos respondentes

Idade	%
Até 20 anos	2,63%
Entre 21 e 30 anos	60,53%
Entre 31 e 40 anos	30,26%
Acima de 41 anos	6,58%

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Ao serem questionados sobre o tempo de trabalho na empresa e sua renda mensal, apresentam a seguinte distribuição conforme tabela a seguir: 7.89% dos entrevistados recebem até R\$ 1.500,00; a maioria, 65,79% dos recebem entre R\$ 1.500,00 e R\$ 3.000,00; 25% entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.500,00 e 1,32% acima de 4.500,00 reais.

Tabela 4 – Renda e tempo de serviço dos respondentes

Renda	Tempo serviço (ano)													Total Geral
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	12	15	19	
1500	1	3	1	1										6
1500 e 3000	2	4	15	7	9	5	2	3	2	1				50
3000 e 4500	1		2	2	4	3	2	1	1		1	1	1	19
4500 e 6000							1							1
Total Geral	4	7	18	10	13	8	5	4	3	1	1	1	1	76

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Na tabela 4 pode-se identificar que a maioria (41) dos respondentes está no início da carreira tendo como tempo de serviço médio 4 anos. Isso justifica também o fato da maioria (50) dos respondentes estarem em uma renda menor, por ser esta a renda inicial da posição de vendedor. Observa-se que há apenas um outlier nessa relação de tempo de serviços e maiores salários que é o respondente que ganha entre 4500 e 6000 e está ainda na metade da sua carreira.

Na subseção a seguir apresenta-se as análises das preferências dos trabalhadores por determinados benefícios.

4.2 PREFERÊNCIAS POR BENEFÍCIOS

Nesta subseção são analisadas todas as respostas obtidas no questionário referente aos benefícios. Na parte inicial estão representadas informações referentes aos benefícios que os entrevistados possuem. Em seguida aparecem as questões referentes aos benefícios são uma forma de atração e retenção. E por fim, quais são os mais importantes para um funcionário.

Assim, inicialmente questionou-se os funcionários se eles recebiam algum benefício e quais eram esses benefícios. Percebeu-se que a grande maioria dos respondentes não recebe nenhum benefício. Além disso, quando recebem benefício, o mais comum é a combinação de Auxílio Transporte e Alimentação. Por fim, cabe destacar que, conforme Tabela 5, o benefício mais frequente é o Auxílio Alimentação recebido por 25 respondentes.

Tabela 5 – Benefícios Concedidos

Benefícios Concedidos	Qtd	%
Não oferece	42	55,26%
Transporte e Alimentação	11	14,47%
Alimentação	8	10,53%
Transporte	5	6,58%
Alimentação e Plano de Saúde	3	3,95%
Transporte, Alimentação e Plano de Saúde	3	3,95%
Transporte e Plano Saúde	3	3,95%
Seguro Vida e PPR	1	1,32%

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Tendo em vista esses dados e considerando que, conforme Assis (2011) os benefícios sociais transmitem segurança e proteção aos empregados, observa-se que o índice de funcionários que não recebe benefícios é alto. Além disso, questionou-se se os empregados estavam satisfeitos com o que era oferecido. Nesse sentido pode-se observar na tabela a seguir que a maioria dos funcionários se posicionou como indiferente por não receber nenhum benefício, enquanto que os que recebem a maioria se posicionou como não estando satisfeito.

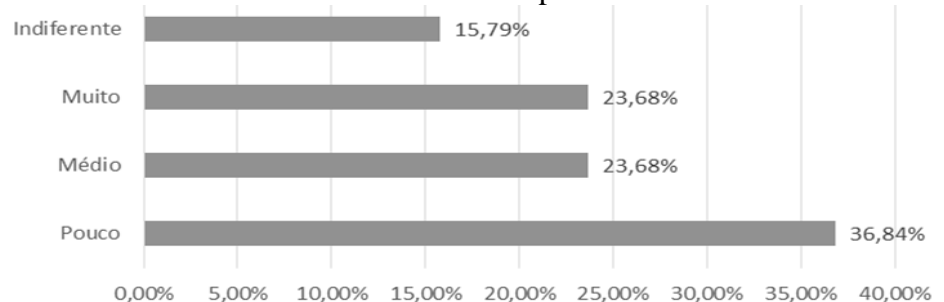
Tabela 6 – Satisfação com os Benefícios Oferecidos

Benefícios	Satisfeito	Não satisfeito	Não recebe/ Indiferente	Total Geral
Não Oferece		6	36	42
Transporte e Alimentação	4	7		11
Alimentação		8		8
Transporte		5		5
Alimentação e Plano de Saúde	2	1		3
Transporte, Alimentação e Plano de Saúde	2	1		3
Transporte e Plano de Saúde	2	1		3
Seguro Vida e PPR			1	1
Total Geral	10	29	37	76
Total Geral %	13,16%	38,16%	48,68%	100%

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Com esses resultados, optou-se por realizar uma análise sobre se os benefícios se apresentam a esses funcionários como uma forma de permanência no seu cargo de trabalho. Conforme apresenta o gráfico 1 abaixo, 15,79% dos entrevistados são indiferentes a influência dos benefícios para permanência na empresa, 36,84% definem como pouca e 23,68% tem como media essa influência, enquanto somente 15,79% acreditam ser muito importante para sua permanência um pacote de atributos.

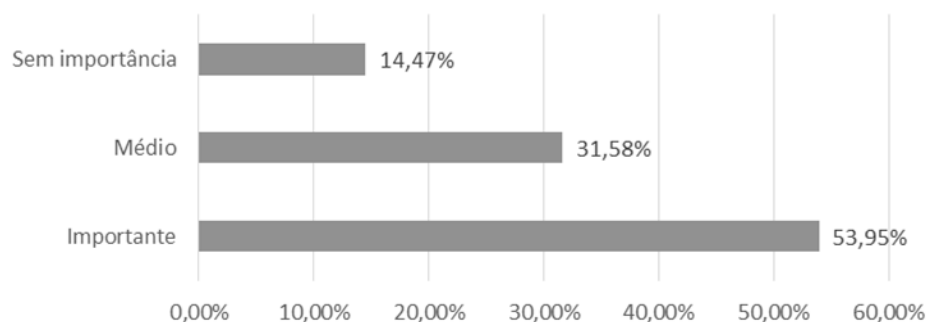
Gráfico 1 – Influência dos benefícios na permanência dos entrevistados na empresa



Fonte: dados da pesquisa (2018)

O fato de 52,63% dos entrevistados terem indicado que o benefício atual não se apresenta como uma ferramenta de incentivo para a permanência na empresa ou é algo indiferente se deve ao fato da maioria dos entrevistados não receberem algum benefício ou não estarem satisfeitos com os benefícios que recebem como visto nas primeiras análises. Assim, optou-se por analisar também se estes respondentes consideram importante os benefícios oferecidos por um empregador na hora de analisar uma proposta de trabalho. Como pode-se verificar no gráfico 2 a baixo, ao analisar alguma vaga de emprego, a maioria respondentes 53,95% informa dar importância aos benefícios oferecidos; 31,58% consideram média a importância dos benefícios e 14,47% não tem importância aos benefícios oferecidos.

Gráfico 2 – Grau de importância dos benefícios na hora da contratação



Fonte: dados da pesquisa (2018)

Conforme abordado na introdução deste trabalho, Dutra (2002) define os benefícios como um complemento fundamental para a composição da remuneração. Se o salário não atende as necessidades, não cumpre sua função social. O que vem ao encontro dos dados obtidos na pesquisa de que 53.95% acreditam ser importante os benefícios no momento da contratação, mesmo que no momento a maioria dos respondentes não esteja recebendo benefícios ou não esteja satisfeito com os benefícios que recebe.

Analisando os gráficos 1 e 2, revela-se um contrassenso, visto que como fator de influência na permanência os benefícios têm um índice baixo de 36,84%, porém quando a questão é dirigida diretamente aos benefícios para contratação, a avaliação dos respondentes muda sensivelmente, uma vez que 53.95% dos respondentes consideram os benefícios importantes ao analisar uma vaga de emprego. Destaca-se que esta percepção dos respondentes está relacionada também ao fato, como destacado anteriormente, de que a maioria dos respondentes não recebe nenhum benefício.

Por fim, identifica-se quais benefícios são mais relevantes para esses respondentes e observa-se na Figura 1 a seguir as respostas com maior destaque.

Figura 1 – Nuvem de palavras sobre os Benefícios Sociais relevantes aos respondentes



Fonte: dados da pesquisa (2018).

Analisando as respostas, observa-se que os maiores índices são: Plano de saúde (30,17%); vale alimentação para compras em supermercado (24,58%); ppr (14,53%); creche (12,29%); e incentivos escolares (10,06%). É possível verificar que a maioria das alternativas escolhidas e representadas na Figura 1 é de benefícios que atendem as necessidades de segurança e estabilidade, e que vem ao encontro do que explica Marra (2003), de que os benefícios flexíveis, quando disponibilizados por organizações, permitem ao empregado optar por aquele que considera mais relevante.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou responder qual a identificação e opinião dos vendedores referente aos benefícios oferecidos pelos estabelecimentos comerciais no ramo da construção civil, afim de auxiliar na retenção dos funcionários. A pesquisa originou a partir de referencial teórico para embasar o assunto e criar o questionário, que foi aplicado conforme os objetivos propostos.

Com base nos 76 questionários obtidos nesta pesquisa, observou-se que 90,79% dos respondentes são do sexo masculino e 9,21% do sexo feminino. A média da idade é de 29,59 anos. Os respondentes são vendedores localizados na cidade de Bento Gonçalves, e estão divididos em 27,63% no setor de materiais de construção, 28,95% no setor elétrico, 15,79% no setor hidráulico e 27,63% no setor da pintura.

Identificou-se que a maioria dos respondentes (55,26%) não recebe nenhum benefício e posicionaram com indiferença (52,63%) por não receberem. Além disso, quando recebem, o mais comum é a combinação de Plano de Saúde (30,17%) e Alimentação (24,58%). Entre os benefícios mais utilizados classificam-se alimentação, incentivos escolares, plano de saúde e programa de participação nos resultados, isso acontece pelo fato dos colaboradores necessitem destes benefícios para sobrevivência e formação acadêmica.

Este estudo contribuiu para a identificação dos benefícios dentro das empresas e como as pessoas percebem estes benefícios, observando-se que as organizações ainda não relevam muito as vantagens dos benefícios a seu favor. Além disso, contribuiu-se com a literatura ao trazer uma pesquisa aplicada na localidade específica da Serra Gaúcha. Essa pesquisa pode ser empregada por empresas que aplicam ou estão implementando a aplicação de benefícios, pois contém informações sobre opções de benefícios e tipos de benefícios oferecidos. Como limitações da pesquisa destaca-se o fato do pouco conhecimento sobre os benefícios e também a área abrangida por este estudo.

Dessa forma, novas pesquisas podem ser feitas em outras regiões do Rio Grande do Sul para explorar se a existência de benefícios sociais é característica de alguma localidade no setor estudado. Além disso, outras pesquisas podem explorar a visão dos empregadores sobre os benefícios e quais suas motivações para concederem ou não benefícios aos seus empregados. Outra possibilidade, é a exploração das preferências dos empregados tendo em vista seu gênero.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para curso de pós-graduação: Noções Práticas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ASSIS, Marcelino Tadeu de. **Gestão de Programas de Remuneração: conceitos, aplicações e reflexões: visão generalista dos programas de remuneração**. 1. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2011.

ARAÚJO, Luis César G. de. **Gestão de Pessoas: estratégias e integração organizacional**. São Paulo: Atlas, 2006.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1997.

BOHLANDER, George. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Pioneira, 2003.

BOOG, Gustavo; BOOG, Magdalena. **Manual de Treinamento e Desenvolvimento - Gestão e Estratégias**. 1. ed. Pearson, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto: **Introdução a Teoria Geral da Administração**. 6. ed. São Paulo: Campus, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**, 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

COOPERS & LYBRAND, Equipe. Rev. Thomaz Wood Júnior, Vicente Picarelli Filho. **Remuneração Estratégica: a nova vantagem competitiva**. São Paulo: Atlas, 1996.

DUTRA, Joel S. **Gestão de pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2002.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GHENO, R.; BERLITZ J., Remuneração estratégica e pacote de benefícios: um estudo de caso aplicado ao nível operacional de uma multinacional. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed, São Paulo: Atlas, 2010. XVI, 184 p. ISBN 9788522458233.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAIR JUNIOR, J. F.; BABIN, B; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P.: **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Tradução Lene Belon Ribeiro. Porto Alegre: Bookman, 2005.

LUZ, Ricardo: **Gestão do Clima Organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos**. 11. ed, Atlas, 2003.

MARRAS, Jean Pierre: **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

MEDEIROS, José Rafael de. **O amor renovando o trabalho**. 3. ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico: **Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO, Osni. Moura. **Contabilidade Comercial Fácil**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 1997.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

Apêndice 1 - Trabalhos sobre benefícios

ANO	AUTOR	TÍTULO	LOCAL
2017	HILÁRIO SABADIM, Carolina	Percepção dos trabalhadores da cooperativa de crédito de livre admissão de associados Botucaraí sobre os benefícios sociais: um estudo de caso	Rio Grande do Sul
2011	SEABRA, Bruna Graziela; CAMARGO, Karla Jessica dos Reis; CAMARGO, Lucilene Bueno de; ALVES, Maria Tereza B. Carvalho; F. SILVA, Danilo de Oliveira	O impacto dos benefícios nas organizações	Santa Catarina
2015	BERNARDIM, Marcio Luiz; ARAÚJO, Joceliane Antunes	Os benefícios extras salariais no âmbito da remuneração: um diagnóstico da prática empresarial em um município do interior do estado do Paraná	Santa Catarina
2010	SOUZA, Dayanne Marlene	Os principais benefícios proporcionados ao trabalhador informal para formalização através do microempreendedor individual	Santa Catarina
2012	DE ALMEIDA, Maria Irani Bezerra Carvalho	Benefícios sociais como ferramenta de motivação de empregado	Ceará
2013	STEFANO, Silvio Roberto; CAMPOS, Elaine Aparecida Regiane; CHRIST, Eduardo	Práticas de benefícios sociais nas organizações: desafios na gestão de pessoas	São Paulo
2007	KIZZY, Damian	Análise da satisfação dos funcionários da Dr. Fly, com relação política de benefícios e incentivos proposta pela empresa: baseado na unidade de Florianópolis	Santa Catarina
2010	<u>MEIRELES, <i>Ciro Lovaglio</i></u>	Gestão de benefícios em empresa pública: análise do Vale-transporte	Minas Gerais
2016	SIQUEIRA, Jeancarlos; DE CONCEIÇÃO ARAÚJO, Adriana	A importância dos benefícios para a motivação dos colaboradores nas organizações	São Paulo
2011	GHENO, Renata; BERLITZ, Jaqueline	Remuneração estratégica e pacote de benefícios: um estudo de caso aplicado ao nível operacional de uma multifuncional	Rio Grande do Sul
2016	POLLA, Diana	Plano de benefícios sociais em uma instituição de ensino	Rio Grande do Sul

Fonte: Elaborado pelo próprio autor

Apêndice 2 - Questionário da Pesquisa

QUESTIONÁRIO

Você está convidado a participar deste questionário anônimo que faz parte da coleta de dados referente a uma pesquisa sobre a retenção de vendedores do setor da construção civil. Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos e as respostas representam apenas sua opinião individual. Caso tenha dúvidas solicite meu auxílio. Certamente, sua contribuição será de grande valia.

Desde já agradeço.
Cristiano Baseggio

1) IDADE: _____

2) GENERO:

Feminino

Masculino

3) HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ ESTÁ NO ATUAL EMPREGO?

4) QUAL A SUA RENDA:

Até R\$1.500,00

Entre R\$1.500,00 e R\$3.000,00

Entre R\$3.000,00 e R\$4.500,00

Entre R\$4.500,00 e R\$6.000,00

Acima de R\$6.000,00

5) EM QUAL SEGMENTO DA CONSTRUÇÃO CIVIL VOCÊ ATUA?

Materiais de construção

Materiais elétricos

Materiais hidráulicos

Materiais de pintura

6) DOS BENEFÍCIOS CITADOS ABAIXO, QUAIS DELES SÃO OFERECIDOS PELA SUA EMPRESA?

Empresa não oferece benefício

Plano de Saúde

Seguro de Vida

Auxílio alimentação

Vale transporte

Auxílio creche

Incentivo escolar (graduação, técnico, supletivo)

PPR (programa de participação dos resultados)

Outros. Quais? _____

7) VOCÊ ESTÁ SATISFEITO COM OS ATUAIS BENEFÍCIOS SOCIAIS OFERECIDOS PELA SUA EMPRESA?

- Sim
- Não
- Empresa não oferece benefício

8) O QUANTO OS BENEFÍCIOS SOCIAIS OFERECIDOS PELA SUA EMPRESA INFLUENCIAM NA SUA PERMANÊNCIA NELA?

- Pouco
- Médio
- Muito
- Indiferente

9) DOS BENEFÍCIOS CITADOS ABAIXO, ASSINALE AQUELES QUE VOCÊ CONSIDERA IMPORTANTES PARA SUA EMPRESA:

- Plano de Saúde
- Seguro de Vida
- Auxílio alimentação
- Vale transporte
- Auxílio creche
- Incentivo escolar (graduação, técnico, supletivo, idiomas)
- PPR (programa de participação dos resultados)
- Plano de previdência privada
- Descontos na compra de produtos fabricados pela própria empresa
- Outros. Quais? _____

10) AO AVALIAR UMA PROPOSTA DE TRABALHO, QUAL É O GRAU DE IMPORTÂNCIA QUE VOCÊ DÁ AOS BENEFÍCIOS SOCIAIS OFERECIDOS PELA EMPRESA?

- Importante
- Sem importância
- Médio

11) DOS BENEFÍCIOS CITADOS ABAIXO, ASSINALE AQUELES QUE VOCÊ OPTARIA NO MOMENTO DA CONTRATAÇÃO?

- Plano de Saúde
- Seguro de Vida
- Auxílio alimentação
- Vale transporte
- Auxílio creche
- Incentivo escolar (graduação, técnico, supletivo, idiomas)
- PPR (programa de participação dos resultados)
- Plano de previdência privada
- Descontos na compra de produtos fabricados pela própria empresa
- Outros. Quais? _____