

8,5

CLÓVIS FERNANDO BETTEGA

PROJETO DE DIAGNÓSTICO DAS PRÁTICAS DE RECRUTAMENTO DE  
PESSOAL ADOTADAS NAS LOJAS PRÓPRIAS D'O BOTICÁRIO

Curso de Especialização em Planejamento e Organização da Administração de Recursos Humanos, Departamento de Administração Geral Aplicada, Setor de Ciências Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.  
Professor Orientador: Leszek Celinski

CURITIBA

1995

## SUMÁRIO

<b>1 HISTÓRICO DA ENTIDADE</b> .....	01
1.1 DESCRIÇÃO DA FUNÇÃO DE RECURSOS HUMANOS .....	04
<b>2 LEVANTAMENTO E IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA</b> .....	07
<b>3 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DO PROJETO DE DIAGNÓSTICO</b> .....	08
<b>4 EMBASAMENTO TEÓRICO</b> .....	09
4.1 CADASTRO DE SOLICITAÇÃO DE EMPREGO.....	11
4.2 PRINCIPAIS FONTES DE RECRUTAMENTO .....	12
<b>5 METODOLOGIA A SER ADOTADA NO DIAGNÓSTICO</b> .....	17
5.1 PLANO DA POPULAÇÃO .....	17
5.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS QUE SERÁ USADO .....	20
5.2.1 Descrição das características do instrumento de coleta de dados.....	20
5.2.2 Descrição das informações que o instrumento pretende colher .....	21
5.2.3 Descrição do uso do instrumento escolhido.....	22
<b>6 FORMA DE TABULAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS</b> .....	23
<b>7 CRONOGRAMA DE EVENTOS</b> .....	24
<b>8 ANEXOS</b> .....	25
8.1 ANEXO I .....	25
8.2 ANEXO II: GRÁFICOS.....	27
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	29

## **1 HISTÓRICO DA ENTIDADE**

O Boticário nasceu durante a primavera de 1977, num pequeno laboratório de manipulação, localizado na parte histórica de Curitiba, capital do estado do Paraná, no sul do Brasil. Entre um trabalho e outro, iniciou-se o desenvolvimento de fórmulas para uma linha própria de cosméticos naturais, a serem oferecidos aos seus clientes. Os primeiros produtos foram, um Creme Hidratante e um Shampoo, ambos a base de algas marinhas, que tiveram excelente aceitação.

A linha foi ampliada e em 1979, surgiu uma grande oportunidade; a abertura de uma loja no Aeroporto Afonso Pena, que atende Curitiba e região. Os produtos passaram a ser comprados pelos passageiros e também pelo pessoal de bordo das companhias aéreas, que acabaram se tornando vendedores informais em vários pontos do país. Em pouco tempo começaram a surgir pessoas interessadas em abrir lojas para revender os produtos em suas cidades de origem, iniciando-se assim o processo de Franchising, antes mesmo de ele ser conhecido no Brasil.

O aumento na demanda levou a construção da fábrica, no município de São José dos Pinhais, região metropolitana de Curitiba, inaugurado em 1982. Desde então as obras não pararam, com ampliações a cada ano. Hoje são 21.005 m<sup>2</sup> de áreas construída, contando com 623 colaboradores que exercem suas atividades entre áreas de marketing, comercial, financeiro, fabril e administrativa. Não se computa neste número o quadro de funcionários das distribuidoras e revendas de produtos o Boticário franqueados no Brasil e no exterior.

O alto índice de identificação da marca por consumidores de todas as faixas sociais, levou o Boticário a ser reconhecido pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial, como marca notória, uma conquista reservada a menos de 50 empresas no Brasil, sendo a maioria delas multinacionais.

Vale a pena destacar que o nome O Boticário significa: "O Farmacêutico", isto é, aquele que prepara e dispensa fórmulas medicamentosas.

Atualmente cerca de 320 produtos compõem a linha de produtos d'O Boticário, divididos em deo colonias, desodorantes, shampoos, sabonetes, cremes, loções, bronzeadores, protetores solar, condicionadores, brilhos labiais, batons e outros ligados à indústria de cosméticos e perfumaria, e pela própria diversificação em sua linha de produtos, O Boticário atende a todas as classes sócio-econômicas, respeitando o potencial de consumo inerentes a cada uma delas.

Hoje no Brasil, O'Boticário possui 1.229 lojas, sendo que, as 12 lojas de Curitiba são próprias, 44 em Portugal, 04 na Espanha e 01 no Paraguai.

Destaca-se a Fundação O'Boticário de Proteção à Natureza, criada em outubro de 1990, através dela está sendo possível transformar as ações preservacionistas em efetiva preocupação com a sobrevivência da vida natural do planeta Terra. Através do auxílio de uma equipe de técnicos e consultores, com vasta experiência na defesa das causas ambientais, inúmeros projetos já estão em andamento.

Através de catálogos explicativos, ilustrados sobre o que é a Fundação, como funciona, quais os objetivos que deseja atingir. Nestes quatro anos de existência, a Fundação já aprovou cerca de 200 projetos nas áreas de conservação e pesquisa da fauna e da flora no Brasil.

Reconhecida Nacional e internacionalmente, ela foi escolhida pelas entidades UIN - União Internacional Para a Conservação da Natureza e dos Recursos Naturais, WRI - World Resources Institute e UNEP - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, para editar em Língua Portuguesa um dos mais importantes tratados na área de preservação da vida em nosso planeta: "Estratégia Global da Biodiversidade". O número de solicitações e projetos encaminhados a cada ano à Fundação cresce, o que comprova sua importância e atuação.

Além disso, a Fundação mantém convênio com entidades como a Mac Arthur Foundation e Nature Conservancy - esta, parceria no Programa de Áreas Protegidas, o que vem possibilitando a aprovação de mais de 30 projetos por semestre.

Uma das tarefas dignificantes que a Fundação vem desenvolvendo, é a reciclagem de todos os materiais que sejam reaproveitáveis, tanto da área administrativa, como também da fábrica (copos de cafezinhos, copos de água, papéis já utilizados, vidros, plásticos duros, papelão, tampas de perfumes inaproveitáveis,...) que após passarem pela Central de Reciclagem do Boticário, transformam-se em cadernos, penais, lápis, borrachas e brinquedos.

Em 1993, a Fundação entregou à Prefeitura de São José dos Pinhais, às creches públicas próximas a fábricas, e à Prefeitura de Guarapuá, 11.000 brinquedos e 12.00 kits contendo: 9 cadernos: de linhas, de matemática e de desenho, mais 4 lápis e borracha.

Atualmente o Grupo O'Boticário é composto por oito empresas coligadas:

- Botica Comercial Farmacêutica Ltda.
- Bek Propaganda Comérc. de Artigos para Presentes Ltda.

- La Paz - Distribuidora de Cosméticos Ltda.
- Aerofarma - Perfumaria Ltda.
- Expobel - Comercial Exportadora de Produtos Cosméticos Ltda.
- Associação dos Funcionários.
- Fundação O'Boticário de Proteção a Natureza.
- Scorpius Assessoramento de Marketing S/C Ltda.

Para ilustrar, destaca-se o quadro de produção anual:

1991: 17 milhões de unidades/ano

1992: 14 milhões de unidades/ano

1993: 20 milhões de unidades/ano

1994: 21 milhões de unidades/ano, e a meta para 1995 é de 27 milhões de unidades/ano.

## 1.1 DESCRIÇÃO DE FUNÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

Conforme mencionado anteriormente, O'Boticário é um grupo de 8 empresas, no qual está a Scorpius Assessoramento de Marketing S/C Ltda, que administra todas as empresas, tendo características de uma holding, porém juridicamente não é reconhecida desta forma, por não ser a empresa mãe.

E, é dentro da Scorpius que está lotado o Departamento de Recursos Humanos. Nos dez primeiros anos de existência, O'Boticário possuía um setor Administrativo (Departamento de Pessoal), ao qual eram atribuídas as funções de admissão/demissão e controles.

Com o constante crescimento da empresa, tornou-se necessária a formalização de um Departamento de Recursos Humanos e, em 1987 iniciou-se esse processo.

Hoje, o Departamento de Recursos Humanos atua como consultor, assessorando todos os departamentos e os 23 gerentes, ficando a decisão final sempre a cargo do gerente. Com esta estratégia o D.R.H deixa de ser o órgão de fiscalização ou de punição e passa a ser o de suporte, o de apoio aos departamentos e lojas.

Se de um lado, a filosofia da empresa é a constante preocupação com a qualidade, o respeito a natureza e a total satisfação de seus clientes, do outro lado, ou seja, internamente, também esta filosofia tem que ser seguida.

A principal política de R.H. é a de valorizar o funcionário, possibilitando que ele trabalhe feliz e, conseqüentemente, produza melhor.

Ao lidar com o íntimo das pessoas, com suas emoções e suas necessidades de bem estar, o D.R.H sabe da responsabilidade que tem, e isto, sem dúvida se consegue com uma política salarial e de benefícios atual e competitivo.

A equipe do D.R.H. está diretamente subordinada à Diretoria Administrativa, sendo composta da seguinte maneira:

- Gerência de R.H.
- Setor de Recrutamento e Seleção
- Setor de Cargos e Salários
- Setor de Serviço Social
- Setor Administrativo (Rotinas Trabalhistas)
- Ambulatório Médico
- Ambulatório Odontológico.

Cada vez mais esta equipe se preocupa com a qualidade de seus serviços, e dá o melhor de si, tentando ser um departamento dinâmico e moderno, pois sabe que a mais nobre das responsabilidades profissionais que um homem pode ter, é a de dirigir pessoas e conseguir que estas cheguem a sua plena maturidade ou realização total como indivíduo.

## **2 LEVANTAMENTO E IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA**

Este trabalho se propõe a identificar as causas das dificuldades existentes na área de Recrutamento para os cargos de Caixa e Vendedora das lojas d'O Boticário de Curitiba, onde as mais prováveis podem estar relacionadas à:

- Transferência do Setor de Recrutamento e Seleção para a cidade de São José dos Pinhais.
- Meios de atração de mão de obra ineficazes.
- Processo de divulgação para as vagas de Caixa e Vendedoras impróprios.
- Tempo excessivo da manutenção do Currícula Vitae em cadastro.
- Tempo de atendimento muito longo ao setor de Seleção de Pessoal (provimento de vagas).

### **3 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DO PROJETO DE DIAGNÓSTICO**

A elaboração deste Projeto de Diagnóstico Organizacional, se justifica pelas seguintes razões:

- Exigência discente do Curso de Pós-Graduação da Universidade Federal do Paraná.
- Auto-aperfeiçoamento do autor na área de Recrutamento.
- Oferecer à empresa O'Boticário meios de atração/divulgação, mais eficazes na área de Recrutamento Pessoal.
- Desenvolver instrumento capaz de detectar analiticamente a situação - problema existente na área de Recrutamento de Pessoal.
- Identificar a possibilidade de novas fontes de Recrutamento de Pessoal para as vagas de Caixa e Vendedora.

#### **4 EMBASAMENTO TEÓRICO**

Segundo Idalberto Chiavenato Recrutamento é um conjunto de procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização. É basicamente um sistema de informação, através do qual a organização divulgou e oferece ao mercado de recursos humanos oportunidades de emprego que pretende preencher. Para ser eficaz, o recrutamento deve para abastecer adequadamente o processo de seleção. Aliás, a função do recrutamento é a de suprir a seleção de matéria-prima básica (candidatos) para seu funcionamento.

O recrutamento consiste-a partir dos dados referentes às necessidades presentes e futuras de recursos humanos da organização - nas atividades relacionadas com a pesquisa e intervenção sobre as fontes capazes de oferecer à organização um número suficiente de pessoas, entre as quais, possivelmente, aquelas necessárias à organização para a consecução dos seus objetivos. É uma atividade que tem por objetivo imediato atrair candidatos, dentre os quais serão selecionados os futuros participantes da organização.

Uma das fases mais importantes do recrutamento é a identificação, seleção e manutenção das fontes que podem ser utilizadas adequadamente como mananciais de candidatos que apresentam probabilidades de atender aos requisitos preestabelecidos pela organização. A identificação, a seleção e a manutenção das fontes de recrutamento constituem uma das maneiras pelas quais a área de R.H. pode:

- . elevar o rendimento do processo de recrutamento, aumentando tanto a proporção de candidatos/candidatos triados para a seleção, como ou de candidatos/ empregados admitidos;
- . diminuir o tempo do processamento do recrutamento;
- . reduzir os custos operacionais de recrutamento, através da economia na aplicação de suas técnicas.

Toda organização vive em contínua e dinâmica transformação, e seu quadro de pessoal sofre constantes mudanças. O suprimento de novos empregados necessários à manutenção da organização faz-se através do recrutamento de pessoal - Sua função é descobrir as fontes de recursos humanos dentro dos requisitos exigidos pela organização e utilizar os meios efetivos para atrair candidatos em número suficiente para permitir uma adequada seleção de uma força de trabalho eficiente. Portanto, recrutamento é uma função contínua. Embora em alguns períodos nenhuma procura seja feita, a simples apresentação de candidatos e o arquivamento de suas propostas de emprego pelos vários departamentos refletem uma atividade típica de recrutamento.

Lauro Barreto Fontes conceitua Recrutamento como o meio pelo qual a empresa visa a atrair a mão-de-obra necessária para a devida seleção.

O recrutamento pode ser de caráter eventual ou permanente. É eventual quando feito exclusivamente para atender a uma necessidade isolada, isto é, para preenchimento momentâneo de vagas criadas pela demissão ou afastamento de empregados.

O recrutamento eventual é feito geralmente pelos "avisos de porta de fábrica", pela imprensa, por meio dos empregados antigos, pela consulta a outras empresas.

É permanente quando, em decorrência do crescimento da empresa, ampliação das atividades, criação de novos serviços ou evasão contínua de empregados, admissão é regular e contínua.

#### 4.1 CADASTRO DE SOLICITAÇÃO DE EMPREGO

Quando o recrutamento é de caráter permanente, é recomendável que a empresa mantenha um cadastro de solicitação de emprego. De modo geral as empresas recebem pessoas que espontaneamente procuram emprego. Nesse caso, as pessoas não devem ser despedidas com um simples "não temos vagas" ou "não estamos precisando no momento", mas devem ser inscritas no cadastro de solicitação de emprego. Dessa forma poder-se-á constituir uma boa fonte de suplência de mão-de-obra disponível, ampla e facilmente acessível. Dependendo da quantidade de solicitações, o cadastro pode, em certos casos, substituir com vantagens outras fontes de suplência, uma vez que o recrutamento é feito sobre uma oferta espontânea e não sobre uma procura.

Para Benedito Rodrigues Pontes, um bom cadastro de candidatos traduz-se no sucesso do recrutamento externo e, no entanto, não significa um grande número de fichas de inscrição ou currículos arquivados, mas sim, currículos ou fichas de candidatos que possuam a qualificação devida para o preenchimento de possíveis cargos que poderão vir a ser arquivado um currículo ou ficha, sem antes ter sido analisada; isso só faz aumentar o arquivo e gerar maior trabalho na seleção, como também não se deve manter um arquivo desatualizado.

Pontes conceitua recrutamento como "atração de mão-de-obra", uma empresa terá maior facilidade no recrutamento externo quanto melhor for sua imagem perante a sociedade. Essa imagem, aliada a remuneração oferecida, carreira, segurança, etc., conforme já visto, levará a empresa a ter maior facilidade na disputa pelos melhores profissionais do mercado de trabalho.

As empresas possuem pontos positivos, e cabe ao recrutador ressaltar esses pontos, de modo que a empresa passe a ser conhecida por essa imagem positiva. É como uma campanha de marketing, no lançamento de um novo produto, devemos através do Recrutamento externo, despertar o interesse nos profissionais de candidatarem-se às nossas vagas. Pontes lembra que somente podemos realizar uma boa seleção, caso tenhamos candidatos. O sucesso da seleção é traduzido pelo sucesso no recrutamento.

## 4.2 PRINCIPAIS FONTES DE RECRUTAMENTO

- . Recrutamento Interno: na própria empresa
  
- . Recrutamento Externo:
  - Apresentação espontânea
  - Através de funcionários
  - Intercâmbio com outras Companhias
  - Classificados em jornais
  - Classificados em revistas
  - Anúncios em Rádios e TV's

- Escolas
- Entidades Governamentais
- Placa na Portaria da Empresa
- Associações Científicas e de Ex-Alunos
- Agências de Emprego
- Panfletos
- Casa Aberta

Em sua obra, Pontes menciona que Casa Aberta é uma técnica de recrutamento apresentada por Werther e Davis. Segundo esses autores, “as pessoas na comunidade adjacente são convidadas a ver as instalações da empresa... e talvez assistir a um filme a respeito da empresa”. Por exemplo, a empresa deseja contratar recém-formados de uma certa universidade. Convida estudantes do último ano a visitarem as suas instalações, oferece a eles um almoço e ao final pergunta se alguém gostaria de preencher uma ficha de solicitação de emprego.

Casa Aberta é uma técnica interessante, moderna e que condiz com a nossa definição de recrutamento: a de incentivar pessoas a se candidatarem a vagas da organização.

Acreditamos que esta fonte de Recrutamento “Casa Aberta”, se utilizada adequadamente poderia trazer bons resultados para o cadastro de candidatos d’O Boticário.

Patrícia P.N. Spina, lembra que em alguns casos, por força das circunstâncias, os profissionais da área de Recrutamento e Seleção de Pessoal, são obrigados a esquecer as fontes de recrutamento ortodoxas e lançar mão de toda a sua criatividade para levar a missão a bom termo.

Nos últimos anos, vários fatores tem influenciado no curso de um processo seletivo, principalmente aqueles conjunturais, de natureza sócio-econômico. Existem épocas com grande número de candidatos à procura das poucas vagas em aberto, enquanto que, em outros momentos, o número de candidatos à procura de um emprego é bastante reduzido.

Nesta segunda situação, o recrutador/selecionador é obrigado, por vez, a buscar formas bastante distintas das corriqueiras para conseguir cumprir com os seus objetivos. Quanto maior for o grau de dificuldade, tanto maior será a exigência de criatividade imposta ao recrutador/selecionador.

A autora destaca ainda, a importância da Área de Recrutamento e Seleção de Pessoal, menciona que para demonstrá-la, basta darmos uma rápida olhada em qualquer publicação empresarial do momento ou ouvirmos o discurso de alguma autoridade econômica do país e verificarmos que só se fala em produtividade e mais produtividade e para todos os ramos de atividades e de organizações.

Acreditamos, porém na impossibilidade de se falar em melhoria de produtividade dentro da nossa própria empresa, sem que tenhamos para implementá-la, as pessoas mais adequadas, considerando-se as alternativas disponíveis para as vagas em aberto.

Qualquer projeto nesse sentido, por mais pretensioso que seja, com certeza sucumbirá, sem as pessoas certas para tocá-lo.

A partir daí, é imperioso lembrar que todo e qualquer elemento, para ingressar numa entidade, passa por um processo de recrutamento e seleção, por mais rápido e simples que ele possa ser.

A importância da área de Recrutamento e Seleção de Pessoal dentro de uma organização, portanto, é decorrente da obrigatoriedade desse pro-

cesso, pois ele fornecerá os subsídios necessários à conquista da pessoa mais adequada para a vaga em aberto.

Para Paulo Pinto Ferreira, é através do órgão responsável pelo Recrutamento e Seleção de Pessoal que se consegue, para a empresa, o material humano necessário ao funcionamento de seus diversos setores de trabalho, quer administrativos, quer técnicos. Este órgão ocupa um ponto-chave na administração, uma vez que, em grande parte, da qualidade de seu trabalho depende a qualidade do elemento humano da empresa. Por força da natureza e finalidade dos trabalhos que executa, o setor de Recrutamento e seleção, obriga-se a um entrosamento muito grande com os demais órgãos da empresa, especialmente com os setores de treinamento e Cargos e Salários. Com aquele, porque cuida do aprimoramento dos melhores selecionados; com este, porque nele se encontram as especificações dos cargos a serem ocupados, as faixas salariais a que se referem, as indicações sobre possibilidades de carreira ou acesso etc... Com os demais porque os encarregados de Recrutamento e Seleção devem conhecer os setores de trabalho para os quais selecionam indivíduos, devendo, pelo menos, ter uma idéia das atribuições básicas que o selecionado vai ter, a fim de poderem escolher "o homem certo para o lugar certo".

Podemos dizer que o órgão encarregado do recrutamento e seleção, dadas as peculiaridades de suas atribuições, constitui-se em verdadeiro instrumento de relações públicas para a empresa, cabendo-lhe, nesse sentido, a constante preocupação de criar e manter uma atitude de admiração e respeito para com a empresa, por parte do público.

Achamos oportuna repetir aqui, as palavras de Milton M. Mandell, citadas na obra de Paulo Pinto Ferreira: "O fato de que uma Companhia tenha um programa de recrutamento cuidadosamente planejado é um sinal

de administração eficiente... A razão desta ampla afirmativa está em que uma administração debilitada não pode elaborar um bom programa de recrutamento. Um recrutamento eficiente significa que houve determinação quanto às necessidades futuras; que foram identificadas as espécies de mão-de-obra requeridas; que o valor de diferentes tipos de seleção, para diferentes tipos de posições, foi considerado, e que o processo inteiro de pedido e preenchimento, como também a política da Companhia e as atitudes da administração, estão constantemente submetidos a estudo”.

## 5 METODOLOGIA A SER ADOTADA NO DIAGNÓSTICO

### 5.1 PLANO DA POPULAÇÃO

O Boticário possui em seu quadro de efetivos 09 Gerentes, as quais são responsáveis pelas 12 lojas próprias de Curitiba, sendo que, 02 delas gerenciam mais de um ponto de venda. É com estas 09 gerentes que se fará o trabalho proposto:

- Gerente das Lojas: Voluntários  
Metropolitan
- Gerente das Lojas: Mercês  
Batel  
Shopping Cahmpagnat
- Gerente da Loja Shopping Müller
- Gerente da Loja Flores
- Gerente da Loja Shopping Água Verde
- Gerente da Loja Stresser
- Gerente da Loja Saldanha Marinho
- Gerente da Loja Central de Vendas
- Gerente da Loja Aeroporto

As Gerentes de Lojas, d'O Boticário estão subordinadas a Diretoria Financeira/Comercial, e possuem o objetivo de gerir as atividades de uma unidade de venda dos produtos d'O Boticário controlando e supervisionando o cumprimento das rotinas necessárias, e a qualidade dispensada aos

clientes. Possuem 2º grau completo, treinamentos específicos d'O Boticário (Básico, Avançado, e Criatividade em Vendas). Para ser uma Gerente de loja, é necessário que a mesma já tenha sido anteriormente Vendedora d'O Boticário. A todas, se exige habilidade em cálculos, fluência verbal, sociabilidade, iniciativa, facilidade de relacionamento com o público, descrição, organização, capacidade de liderança para o gerenciamento da loja e de seus colaboradores, ou seja, Operadoras de Caixa, Vendedoras, Vigias e Estoquistas.

As Vendedoras d'O Boticário possuem como objetivo do cargo atender os clientes, demonstrando os produtos, expondo sua características e propriedades, objetivando a venda dos mesmos, e suas atribuições básicas são:

- Atender o cliente, verificando expectativa, demonstrando produtos e auxiliando na decisão sobre a compra;
  - Emitir Nota Fiscal, controle de venda em Carão de Crédito e Controle Interno (Boleto);
  - Entregar o produto ao cliente, orientando o uso correto;
  - Repor o produto vendido no "display";
- Arrumar e limpar as vitrines, balcões e prateleiras;
- Atender ao telefone, dando informações sobre os produtos e seus preços;
  - Manter limpo o organizado o estoque.

Os requisitos para uma Vendedora são:

- Formação acadêmica e complementar: 2º grau completo.
- Treinamento específico: Avançado em Vendas d'O Boticário.

- Habilidades específicas: em cálculos, fluência verbal, sociabilidade, iniciativa, facilidade de relacionamento com o público, descrição e organização.
- Não é exigido experiência anterior.

Para as Operadoras de Caixa d'O Boticário, os requisitos são quase os mesmos, existindo uma diferença em:

- Treinamento específico: Básico, Avançado e Criatividade em Vendas d'O Boticário, Informática e Matemática Básica.

O objetivo do cargo de Operadora de Caixa é operar o sistema informatizado para abertura e fechamento do caixa da loja.

E as atribuições básicas são:

- Verificar o caixa do dia anterior, checando o saldo;
- Conferir, juntamente com a Gerente da loja, o fechamento do movimento do dia anterior;
- Atender clientes, demonstrando produtos quando necessário;
- Auxiliar nos procedimentos de embalagens e acondicionamento dos produtos vendidos;
- Receber valores em moeda corrente ou em cheque e Cartão de Crédito, como pagamento dos produtos adquiridos na loja, conferindo, informando no sistema e fornecendo troco, quando devido;
- Efetuar o fechamento do caixa, diariamente, confrontando os valores recebidos e os informados.

## 5.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS QUE SERÁ USADO

O instrumento de coleta de dados que será utilizado para realização do Projeto de Diagnóstico é do tipo "Questionário Fechado". Anexo I

### 5.2.1 Descrição das características do instrumentos de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados será "Questionário Fechado", contendo apenas duas alternativas possíveis, ou seja:

sim ou  não

O questionário possuirá 06 perguntas, e em cada uma delas, será aceitável apenas uma resposta. Anexo I.

Sabe-se que o Diretor Financeiro/Comercial juntamente como a Supervisora das Lojas, possuem reunião toda segunda quarta-feira de cada mês.

Após o Projeto de Diagnóstico ter sido apresentado e aprovado pela Diretoria Administrativa, Diretoria Financeira/ Comercial e Supervisora das Lojas, caberá ao Autor do Projeto solicitar a possibilidade de participar na Reunião Mensal.

Posterior ao encerramento dos assuntos relativos à área de vendas, o Autor apresentará o Projeto de Diagnóstico a Supervisora e demais Gerentes, explicará cada pergunta que compõe o questionário e a forma correta de marcar as respostas.

Cada Gerente receberá um questionário, e se responsabilizará pelo preenchimento e devolução do mesmo. A devolução será através de "Malote Lacrado" e endereço ao Autor do Projeto.

As Gerentes terão 15 dias úteis para o preenchimento e devolução do questionário, a contar a data da referida reunião, e neste período o Autor do Projeto estará a disposição para sanar possíveis dúvidas.

Após o recebimento de todos os questionários, o Autor fará o levantamento e tabulação de todos os dados obtidos. Anexo II.

E finalmente, passará à apresentação do relatório final para Diretoria Administrativa e posteriormente à Diretoria Financeira/ Comercial e Supervisora.

#### 5.2.2 Descrição das informações que o instrumento pretende colher

##### Pergunta n° 1

Esta pergunta tem o objetivo de detectar o possível aumento do tempo de atendimento do setor de Recrutamento.

##### Pergunta n° 2, n° 3, n° 4 e n° 6

Estas perguntas se propõem a identificar uma nova fonte de Recrutamento para cargos da Área de Vendas, nas próprias Lojas d'O Boticário e, ou através das próprias colaboradoras das Lojas.

##### Pergunta n° 5

Esta pergunta visa a possibilidade de ampliar fontes externas de Recrutamento através de intercâmbio com empresas afins.

### 5.2.3 Descrição do uso do instrumento escolhido

Conforme mencionado no ítem 5.2.1, cada Gerente receberá um questionário e orientação para preenchimento e devolução do mesmo, que deverá ocorrer no prazo de 15 dias úteis a contar da entrega do questionário. Anexo I.

Após leitura e reflexão de cada ítem que compõe o questionário, caberá a Gerente a opção por apenas uma alternativa, a qual julgará correta.

Todas as Gerentes deverão identificar-se, ou seja, preencher corretamente seus nomes, identificando também sua unidade de Venda, e somente então proceder a devolução do questionário via “Malote Confidencial” ao Autor do Projeto.

## 6 FORMA DE TABULAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS

Os dados obtidos serão registrados em 3 gráficos, uma vez que possuímos 3 grupos de perguntas, ou seja:

- pergunta nº1: no eixo vertical do gráfico será colocado o número de gerentes envolvidas no Projeto de Diagnóstico, e no eixo horizontal será colocado as alternativas "sim" e "não", de forma a traçar um gráfico de colunas. Vide Anexo II.
- pergunta nº2, 3, 4 e 6: no eixo vertical do gráfico será colocado o número de gerentes envolvidos no Projeto de Diagnóstico, e no eixo horizontal será registrado alternativas "sim" e "não" para as devidas perguntas: 2, 3, 4 e 6, de forma a obter um gráfico de colunas. Vide Anexo II.
- pergunta nº5: no eixo vertical do gráfico será colocado o número de gerentes envolvidos no Projeto de Diagnóstico, e no eixo horizontal será registrado as alternativas "sim" e "não", de forma a obter um gráfico de colunas. Vide Anexo II.

## 7 CRONOGRAMA DE EVENTOS

ATIVIDADES	MÊS / SEMANA																								
	JAN				FEV				MAR				ABR				MAI				JUN				...
	1 <sup>as</sup>	2 <sup>as</sup>	3 <sup>as</sup>	4 <sup>as</sup>	1 <sup>as</sup>	2 <sup>as</sup>	3 <sup>as</sup>	4 <sup>as</sup>	1 <sup>as</sup>	2 <sup>as</sup>	3 <sup>as</sup>	4 <sup>as</sup>	1 <sup>as</sup>	2 <sup>as</sup>	3 <sup>as</sup>	4 <sup>as</sup>	1 <sup>as</sup>	2 <sup>as</sup>	3 <sup>as</sup>	4 <sup>as</sup>	1 <sup>as</sup>	2 <sup>as</sup>	3 <sup>as</sup>	4 <sup>as</sup>	...
- Apresentação/aprovação do Projeto de Diagnóstico junto à Diretoria Administrativa	X																								
- Apresentação/aprovação do Projeto de Diagn. junto à Dir.Com. e Supervisora Lojas	X																								
- Reunião com supervisora e gerentes das lojas - apres./obj. do Proj. de Diagnóstico					X																				
- Orientação/treinamento das gerentes para preenchimento dos questionários					X																				
- Data prevista para devolução dos questionários									X																
- Coleta de dados obtidos										X															
- Tabulação de dados obtidos										X															
- Revisão dos dados obtidos											X														
- Apresentação final do relatório para Diretoria Administrativa															X										
- Apresentação final do relatório para Diretoria Financeiro-Comercial															X										

## 8 ANEXOS

### 8.1 ANEXO I

- Nome da Gerente:
- Loja(s) em que atua:
- Data: / /

#### "Questionário de Informações"

- 1) Considera que a transferência do Setor de Recrutamento para a cidade de São José dos Pinhais, aumentou o tempo de atendimento para encaminhamento dos candidatos recrutados?  
 sim                       não
  
- 2) É comum candidatas à Área de Vendas (Operadoras de Caixa e Vendedoras), solicitarem informações sobre vagas nas lojas?  
 sim                       não
  
- 3) Se as candidatas que procuram emprego, fossem orientadas para entregarem seus Currícula Vitae nas Lojas d'O Boticário, isso iria atrapalhar a rotina de trabalho de suas colaboradoras?  
 sim                       não

4) De posse destes Curricula Vitae, você se comprometeria em encaminhá-los semanalmente (via malote) para o setor de Recrutamento em São José dos Pinhais?

sim                       não

5) Considera importante o Setor de Recrutamento, manter um intercâmbio (troca) de fichas com empresas do mesmo ramo de atividades (comércio)?

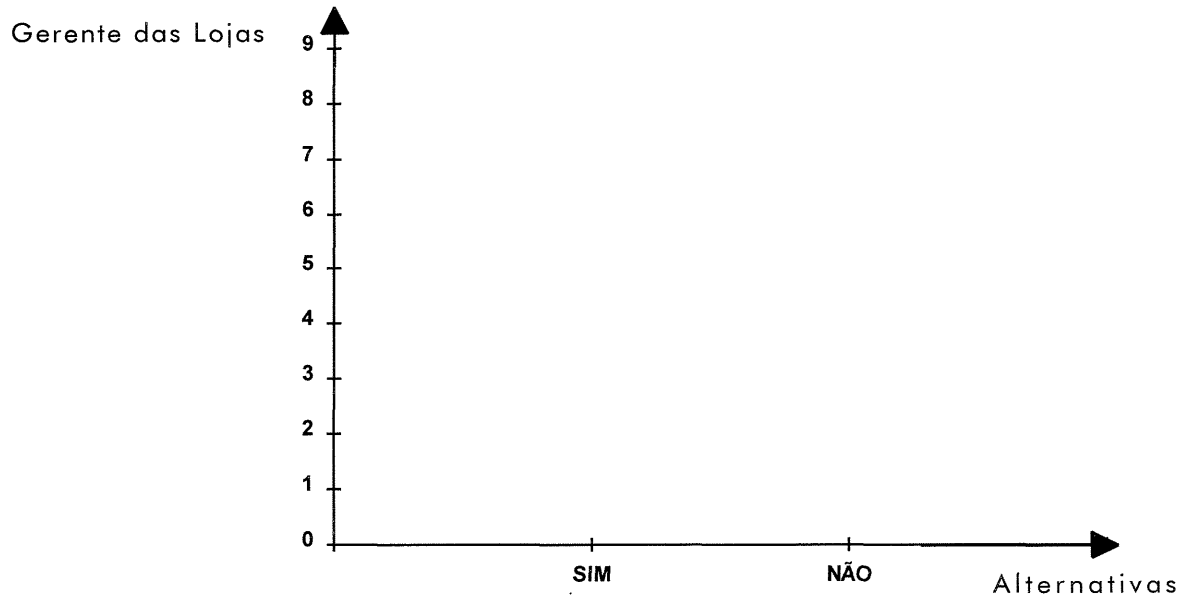
sim                       não

6) Julga que as próprias colaboradoras podem auxiliar no Recrutamento à Área de Vendas, indicando candidatas qualificadas com as quais possuam relacionamento pessoal/profissional?

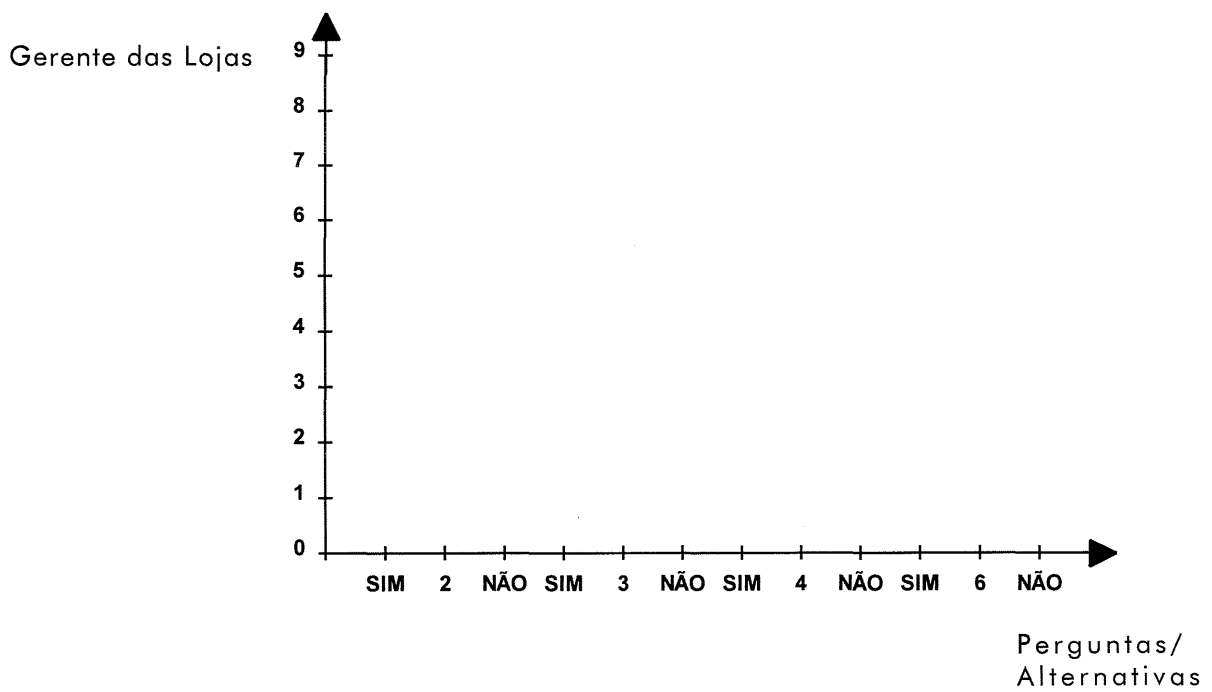
sim                       não

8.2 ANEXO II: GRÁFICOS

Pergunta n° 1

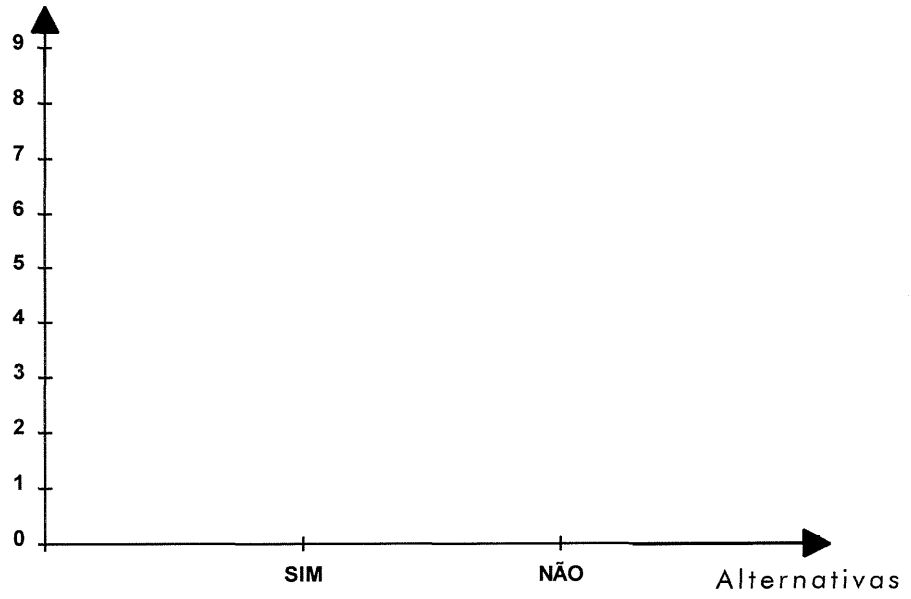


Pergunta n° 2, n° 3, n° 4, n° 6



Pergunta nº 5

Gerente das Lojas



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 CELINSKI, Leszek. **Guia para diagnóstico em administração de recursos humanos roteiros e instrumentos.** Petrópolis: Vozes, 1994.
- 2 CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos.** São Paulo: Atlas, 1979. vol. 2. cap. 1-2.
- 3 FERREIRA, Paulo Pinto. **Administração de pessoal; relações industriais.** 1 ed. São Paulo: Atlas, , 1976. cap. VII.
- 4 FONTES, Lauro Barreto. **Manual de seleção na empresa moderna.** Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 1975. cap. I-IV.
- 5 PONTES, Benedito Rodrigues. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal.** São Paulo: Editora LTR, 1988. cap. 4,5,6.
- 6 SPINA, Patrícia P. N. **Manual de recrutamento e seleção de pessoal.** 1 ed. São Paulo: DFC - Consultoria e Treinamento. cap. 1,2,7.
- 7 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Biblioteca Central. **Normas para apresentação de trabalhos.** 3. ed. Curitiba: Ed. da UFPR, 1994. 8V.