

conversas de employer brand

sector RETALHO

O sector do retalho foi um dos mais afectados pela pandemia, mas também um dos que melhor conseguiram responder. Colocou em prática novos modelos de entrega a clientes e entrou ou reforçou a presença nas plataformas digitais de forma a manter a continuidade do negócio. Para dar a conhecer os desafios deste sector, a Randstad reuniu para uma mesa redonda de debate Susana Silva, directora de pessoas do El Corte Inglés, Joaquim de Almeida, director de Recursos Humanos da Fnac Portugal, Cláudio Valente, country people and culture manager do IKEA e Pedro Empis, director de outsourcing da Randstad Portugal.



Susana Silva, directora de pessoas do El Corte Inglés; Joaquim de Almeida, director de Recursos Humanos da Fnac Portugal; Cláudio Valente, country people and culture manager do IKEA; e Pedro Empis, director de outsourcing da Randstad Portugal

No estudo Randstad Employer Brand Research 2021, o sector do retalho ocupa o 15º lugar em matéria de atractividade para trabalhar. No top 3 de EVP (Employer Value Proposition) encontra-se em primeiro lugar o critério de saúde financeira, que é o 6º da preferência global dos portugueses; em segundo lugar, o critério de boa reputação, que é o 16º mais importante para os portugueses; e em terceiro lugar o critério de Covid-19 local de trabalho seguro, o 8º de maior relevância para a generalidade dos inquiridos no estudo da Randstad. Neste sector, a empresa mais atractiva para trabalhar é o IKEA.

Se tiver interesse em conhecer o estudo na íntegra ou marcar uma reunião, solicite [aqui](#).

EM DESTAQUE NESTA CONVERSA

- O sector do retalho tem continuamente ocupado os últimos lugares da lista de sectores mais atractivos para trabalhar, uma tendência que não se verifica na Europa, onde habitualmente este sector está no top 3.
- Isto acontece porque as próprias escolas não preparam os alunos para uma carreira no retalho. O sector tem várias áreas de negócio como o e-commerce e os serviços centrais, por exemplo, que são muito apetecíveis em candidaturas espontâneas. Mas no retalho propriamente dito isso não acontece.
- A ideia que as pessoas têm do retalho de há 20 anos é completamente diferente da realidade que existe hoje. As empresas têm um grande trabalho a fazer na comunicação daquilo que representa o retalho. Nos dias de hoje, do ponto de vista da digitalização, o retalho está ao mesmo nível que outros sectores, por exemplo. O retalho vai conseguir recuperar a atractividade.
- Em Portugal, o retalho ainda é olhado como trabalhar na caixa registadora, com salários mais baixos, sem grande qualificação. Esta ideia ainda encontra eco na percepção das pessoas, mas está em transformação. O sector pode apostar em Employer Brand e também em formação para combater esta percepção.
- O desenvolvimento do talento é fundamental, com atribuição de objectivos, mobilidade, promoções, etc.
- A comunicação é essencial, bem como os embaixadores da marca dentro da empresa. Os intervenientes concordam que comunica a marca empregadora dentro da empresa é importante para que essa percepção chegue lá fora.
- O conceito do colaborador embaixador é ainda mais importante em períodos adversos como o que atravessamos agora. Muitas pessoas tiveram de aprender novas competências durante o tempo que estiveram em casa, e isso é importante porque os negócios tiveram de se readaptar.
- O mundo do trabalho mudou com mais força no último ano, mas já estava em evolução. No futuro, o teletrabalho veio para ficar, mas também a transformação das empresas.
- O difícil será definir o novo conceito de trabalho porque nem todas as pessoas estão preparadas para o teletrabalho; os líderes não estão preparados para gerir equipas remotas; e as empresas não estão preparadas para ter muitas pessoas, em permanência, em teletrabalho. A não ser que haja um motivo muito forte como um estado de emergência.

Assista ao debate, na íntegra, [aqui](#).

