PESQUISA

Pandemia: Trabalho e Sentimento no Setor Automotivo

2020

AB Diversidade®

PANDEMIA NO SETOR AUTOMOTIVO: TRABALHO E SENTIMENTO

AUTOMOTIVE BUSINESS®

MHD

Realização

AUTOMOTIVE BUSINESS®

Coordenação Técnica

MHD MERCADO E DESENVOLVIMENTO

Patrocínio Master Exclusive

Itaú

Patrocínio

BOSCH Tecnologia para a vida
Ford
GERDAU O futuro se molda
LEAR CORPORATION
MAGMA
RIO RIOSULENSE
T · · Systems ·
WH
Caminhões Ônibus

Entidades apoiadoras

United Nations Global Compact

Apoio institucional

ANFAVEA
IQA
Great Place To Work.
SINDIPEÇAS
VDI

A influência da pandemia na diversidade

A pandemia revirou a ordem de muita coisa, incluindo a da Rede AB Diversidade. Qual seria a relevância de seguir com o desenvolvimento de um trabalho de longo prazo, que é o fomento à diversidade, em um momento de emergência como o provocado pela Covid-19?

Surgiu então a decisão de investigar de que forma o contexto atual afetou o bem mais precioso de qualquer empresa: as pessoas. Com esta pesquisa, feita tanto com companhias quanto com funcionários do setor automotivo, mapeamos o estado emocional de quem trabalha no segmento, quais são as novas demandas e, claro, de que forma as empresas estão se empenhando em atendê-las.

A diversidade, claro, permeia toda esta investigação, afinal a pandemia afeta de forma diferente homens, mulheres, pessoas com deficiência, idosos e outros tantos grupos que precisam, cada vez mais, fazer parte do setor automotivo.

Com os meses entre os altos e baixos na crise provocada pelo novo coronavírus, felizmente diversidade e inclusão voltaram a ganhar força na pauta das organizações, que não poderiam passar um período tão longo com foco apenas no curto prazo. É preciso construir a relevância e a sobrevivência do setor automotivo para o futuro, ainda que o momento imediato não seja dos mais favoráveis.

Com este estudo, esperamos contribuir com esta evolução. A nossa busca é por oferecer substância para que você ajude a sua empresa a tomar decisões, tenha parâmetros do momento do setor automotivo e, claro, contribua para que a nossa indústria saia da crise mais forte do que entrou – e também mais diversa, inclusiva e inovadora.

Vamos em frente. Nem tão devagar, mas sempre.

Paula Braga
Diretora-executiva de Automotive Business e cofundadora da Rede AB Diversidade

Giovanna Riato
Editora de Automotive Business e cofundadora da Rede AB Diversidade

Tania Macriani
CEO, MHD Consultoria e cofundadora da Rede AB Diversidade

Sueli Reis
Repórter de Automotive Business e colaboradora da Rede AB Diversidade

AB Diversidade®

Expediente

A REDE AB DIVERSIDADE

A Rede AB Diversidade tem o propósito de agregar, apoiar e catalisar atores e ações que promovam a diversidade estrutural e a inovação inclusiva no setor automotivo.

Trata-se de uma iniciativa de Automotive Business e da MHD Consultoria voltada a lideranças da indústria automotiva que reúne empresas para pensar o tema, estimular ideias e debater com especialistas.

Esta pesquisa é uma iniciativa da Rede AB Diversidade.
Realização: Automotive Business
Coordenação técnica: MHD Consultoria

RELATÓRIO
Coordenação técnica: Tania Macriani
Conteúdo: Giovanna Riato, Natália Scarabotto
Arte e diagramação: Sandra Braga

AUTOMOTIVE BUSINESS
Sócia-diretora executiva: Paula Braga
Sócio-diretor e editor: Paulo Ricardo Braga
Editor do portal: Pedro Kutney
Editora de projetos especiais: Giovanna Riato
Repórter: Sueli Reis
Head comercial e marketing: Carina Costa
Executiva de contas: Greice Ribeiro
Brand manager: Sandra de Borthole
Coordenador Audiovisual: Marcos Ambroselli
Diretor de Fotografia: Luis Prado

AUTOMOTIVE BUSINESS® MHD

AB Diversidade®

Índice

A influência da pandemia na diversidade **3**

- Quem respondeu ao estudo? 7
- A diversidade dos respondentes 9
- Área de atuação e nível hierárquico 10

Pandemia e trabalho **11**

- A adesão ao home office 14
- Expectativas para o futuro 15

Impactos da pandemia na qualidade de vida **17**

- A sobrecarga da mulher 18

Cuidado e acolhimento **21**

- Ações desenvolvidas pelas empresas e a percepção dos trabalhadores 24
- Acolhimento às situações de violência 25
- Recursos oferecidos para o home office 26
- Satisfação dos trabalhadores com os recursos oferecidos pelas empresas 27
- Mudanças de hábitos durante a pandemia 29

Sentimentos em relação ao presente e ao futuro **32**

Contratação e promoção de profissionais **34**

Os temas com relevância para o futuro **35**

- Ações recomendadas pelos trabalhadores 37
- Avaliação sobre as empresas 38

Diversidade e inclusão **40**

AB Diversidade®

Quem respondeu ao estudo?

A pesquisa **A Pandemia no Setor Automotivo: Trabalho e Sentimento** foi realizada a partir de dois questionários diferentes. O primeiro, voltado para as empresas, buscava entender quais iniciativas de suporte e acolhimento elas ofereceram aos colaboradores durante a pandemia. Este levantamento foi respondido por 76 empresas do setor.

O segundo questionário foi destinado às pessoas que trabalham no setor automotivo, buscando entender como o atual contexto afetou a vida destes colaboradores e seus sentimentos em relação ao período. A pesquisa contou com as respostas de 754 funcionários, sendo 74% homens e 26%, mulheres.

Dentre os respondentes, 82% se autodeclaram brancos, enquanto negros (pretos e pardos) somam apenas 14%, com proporção equilibrada entre homens e mulheres negros. Apenas 3% se dizem da etnia amarela.

Realização

AUTOMOTIVE BUSINESS®

Coordenação Técnica

MHD
MERCADO E DESENVOLVIMENTO

AB Diversidade®

Quem respondeu ao estudo?

754
pessoas entrevistadas

76
empresas do setor automotivo responderam ao estudo por meio da área de Recursos Humanos

44 anos
é a idade média dos entrevistados

61%
dos respondentes são da média e alta liderança

11%
têm mais de 60 anos e, portanto, estão no grupo de risco para a Covid-19; 7% têm doenças crônicas.

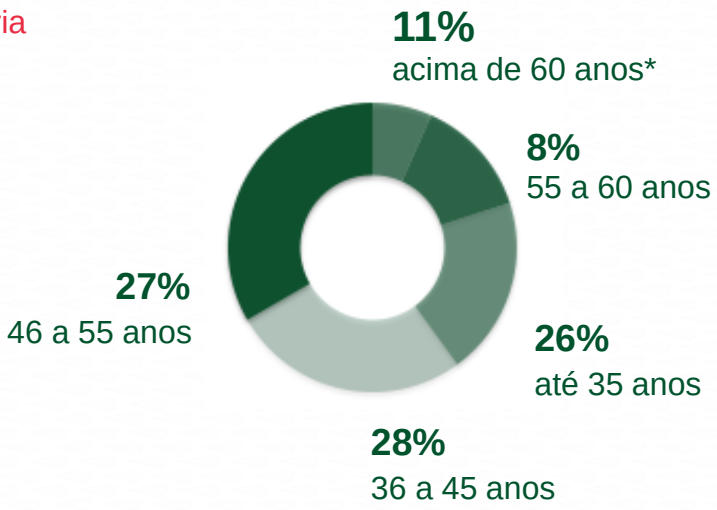
AB Diversidade®

A diversidade dos respondentes

Gênero

Etnia

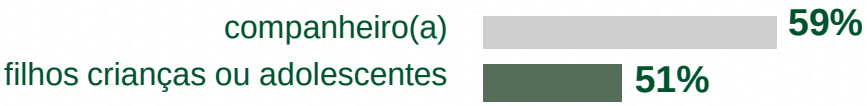
Faixa Etária



Moram com

15% *vivem com alguém que faz parte do grupo de risco da Covid-19*

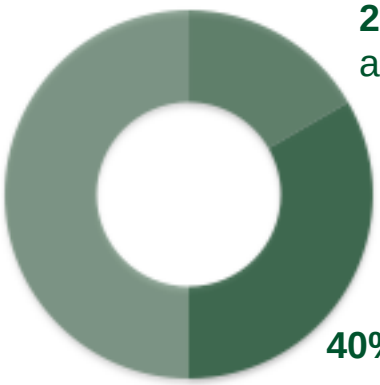
7% têm doenças crônicas*
3% têm alguma deficiência*
11% têm mais de 60 anos*



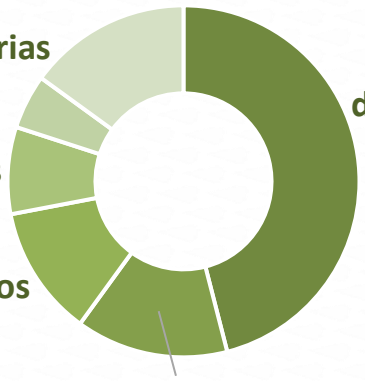
**pode ser grupo de risco para a Covid-19*

Área de atuação e nível hierárquico

Nível hierárquico dos profissionais respondentes



Área de atuação das empresas respondentes

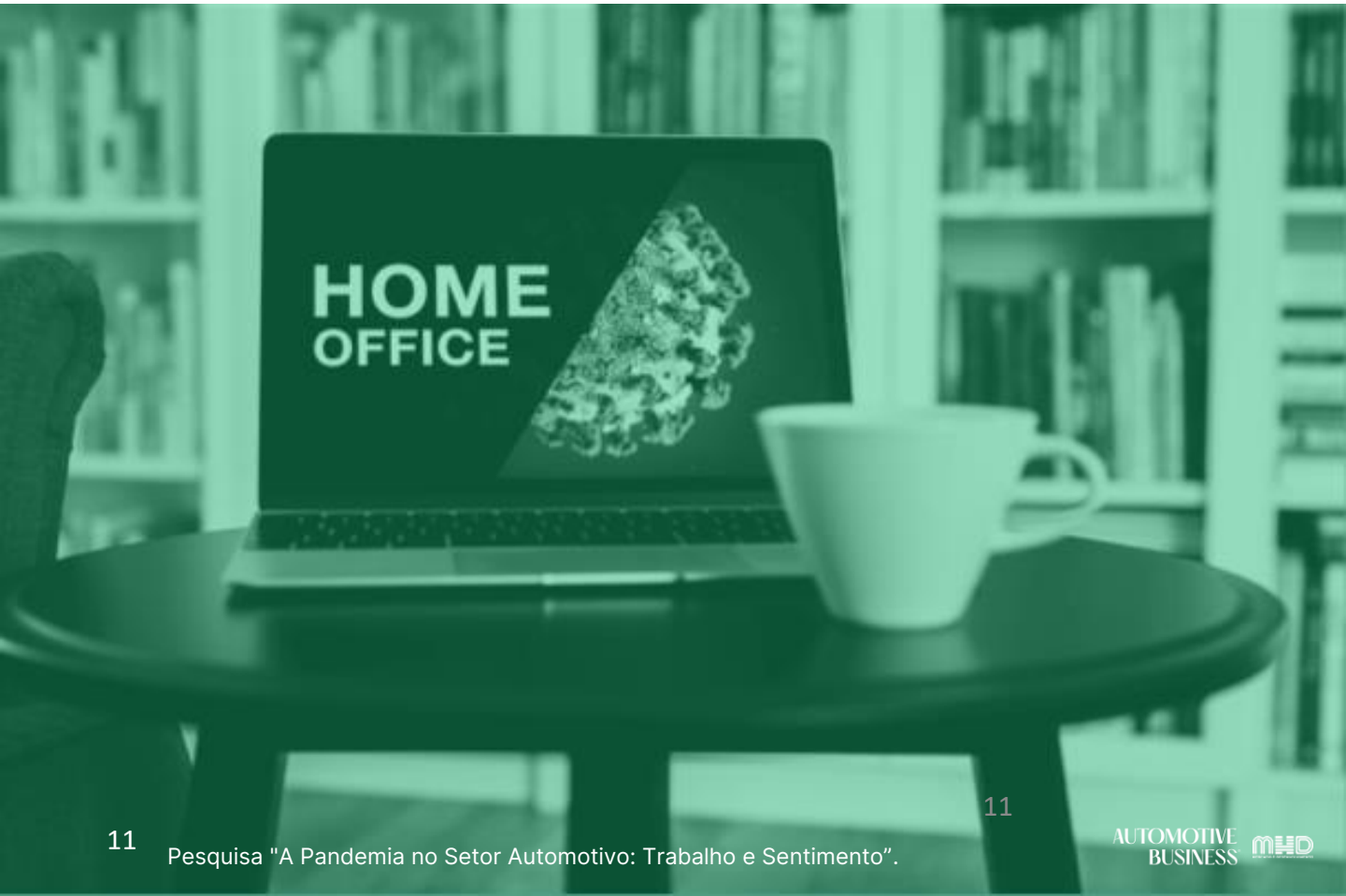


Pandemia e trabalho

O impacto da pandemia nos negócios criou grande receio em diversos setores em relação ao emprego. Apesar da recuperação do setor automotivo nos últimos meses, a produção do segmento pode ser 35% menor neste ano, de acordo com previsão da Anfavea.

92% dos respondentes continuavam empregados

Desses, 46% tiveram em algum momento da pandemia redução na jornada de trabalho e na remuneração, enquanto 38% estavam em jornada plena e com remuneração integral. Além disso, 5% ficaram com redução de jornada de trabalho e remuneração integral; e 2% tiveram contrato de trabalho suspenso.



Pandemia e trabalho

Entre as empresas, 75% adotaram a antecipação de férias coletivas.

As férias foram recurso amplamente utilizado pelas organizações do setor automotivo. Houve clara preocupação em evitar demissões imediatas.

30% das companhias afirmam ter reduzido o quadro de funcionários durante a pandemia

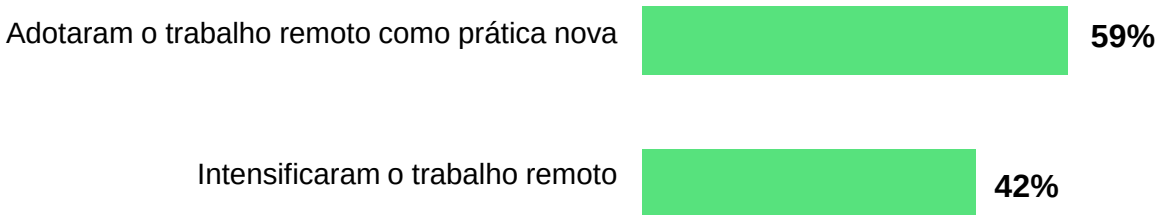
Entre os trabalhadores, só 3% dos respondentes relatam ter perdido o emprego no período.

Pandemia e trabalho

100% das empresas usaram recurso de homeoffice para não paralisar suas atividades

Antecipação de férias e adoção de jornada flexível foram adotadas por **75%**

A postura das empresas em relação ao Home Office



Home office

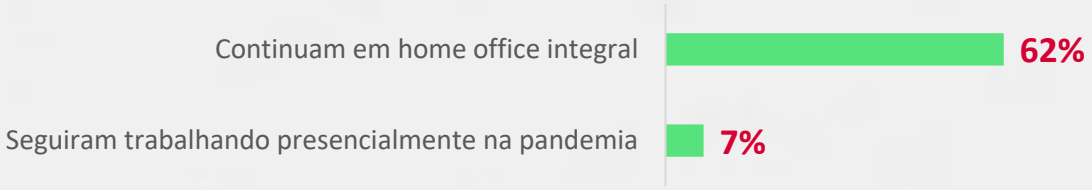
A pandemia impactou fortemente a rotina de trabalho do setor automotivo.

85% dos colaboradores respondentes entraram em regime de home office

53% deles trabalharam de casa em jornada integral, enquanto 21% dividiram a rotina entre o home office e o escritório.

Parcela de 11% trabalhou em casa por um período, mas já retornou às atividades presenciais, enquanto 15% não deixaram de trabalhar presencialmente em nenhum momento durante a pandemia.

Adesão ao home office foi mais intensa entre as mulheres:



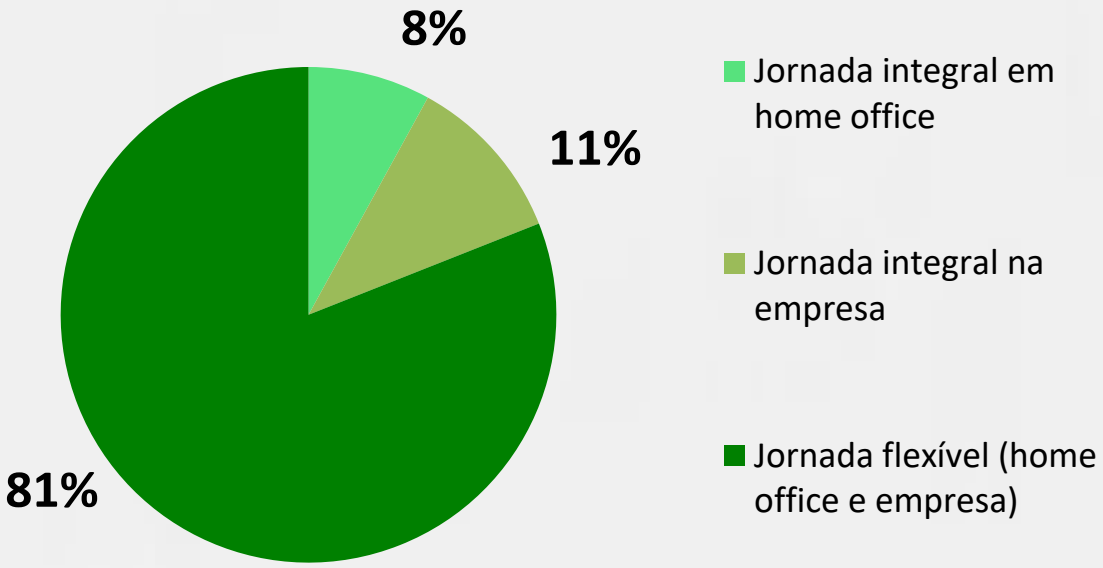
A maior porcentagem de mulheres em regime home office integral impactou a saúde mental e física delas. A pesquisa levantou que o sexo feminino apresentou sintomas mais intensos de ansiedade, esgotamento mental e esgotamento físico no setor automotivo.

Os efeitos emocionais podem ser causados tanto pelo isolamento físico quanto pela sobrecarga causada pelo acúmulo de trabalho remunerado e tarefas domésticas.

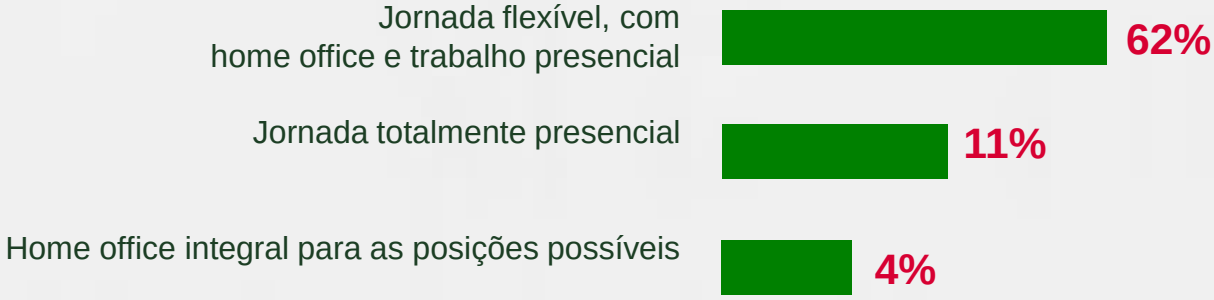
AB Diversidade®

Futuro pós-pandemia

Qual é o modelo de trabalho mais desejado pelos colaboradores?



Os planos das empresas para o pós-pandemia



Futuro pós-pandemia

O home office deve ganhar ainda mais espaço na rotina do setor automotivo no período pós-pandemia.

O home office é apontado por profissionais e empresas como positivo e ambos demonstram interesse em continuar adotando ou expandir essa jornada de trabalho.

Para as empresas, 62% devem continuar com jornada de trabalho flexível, com home office e trabalho presencial. Essa flexibilidade é o desejo de 81% dos profissionais do setor.

Dentre eles, **39% dos profissionais querem trabalhar mais em home office do que presencialmente**, contra 23% que preferem passar a maior parte da jornada de trabalho no escritório. Adotar a mesma proporção de horas entre o trabalho presencial e em casa é a vontade de 19% dos respondentes.

As empresas estão alinhadas com esses desejos dos colaboradores:

- **26%** das companhias têm planos de atuar com mais horas de home office do que presencial;
- **21%** podem adotar jornada flexível com maior jornada no escritório;
- **14%** das empresas devem adotar a mesma proporção de horas entre o home office e a jornada presencial.

Para 8% dos colaboradores, no futuro pós-pandemia o home office deveria ser totalmente incorporado para a jornada de trabalho, enquanto 11% preferem trabalhar apenas de forma presencial.

Na visão das empresas, 11% preferem atuar integralmente de forma presencial e apenas 4% adotariam integralmente o home office (nas funções possíveis).

Pandemia e qualidade de vida

Divisão de tarefas domésticas

Além do trabalho, a pandemia impactou a qualidade de vida dos colaboradores do setor automotivo. O período trouxe sensação de insegurança em relação ao trabalho, ansiedade e depressão, além da mudança de rotina com a adoção do home office.

37% das mulheres cuidam da maior parte ou de todas as tarefas de casa

Para **55%** dos homens, as tarefas são divididas de forma equilibrada com as demais pessoas da família. No entanto, essa visão é correspondida por apenas 46% das mulheres - uma diferença de 9 pontos percentuais.

O alto índice de mulheres em regime home office somado ao fato de que elas são as principais responsáveis pelas tarefas domésticas resulta em sobrecarga de trabalho para o sexo feminino.

Por isso, elas foram as que mais relataram sentir exaustão emocional e física, ansiedade e depressão.

Apenas **16%** dos respondentes contam com apoio de uma pessoa remunerada e **2%** relatam não fazer nenhum tipo de tarefa doméstica.

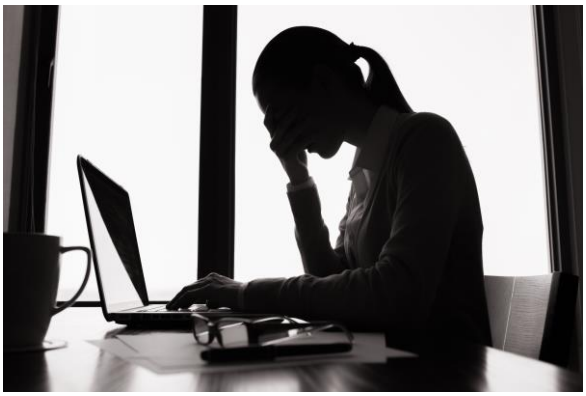
A sobrecarga da mulher

35% das mulheres vivem com filhos crianças adolescentes

25% residem com pessoas do grupo de risco da Covid-19, comparado a 11% dos homens.

Pandemia e qualidade de vida

A situação de isolamento social imposta pela pandemia de Covid-19 impactou a saúde mental e física dos colaboradores do setor automotivo.



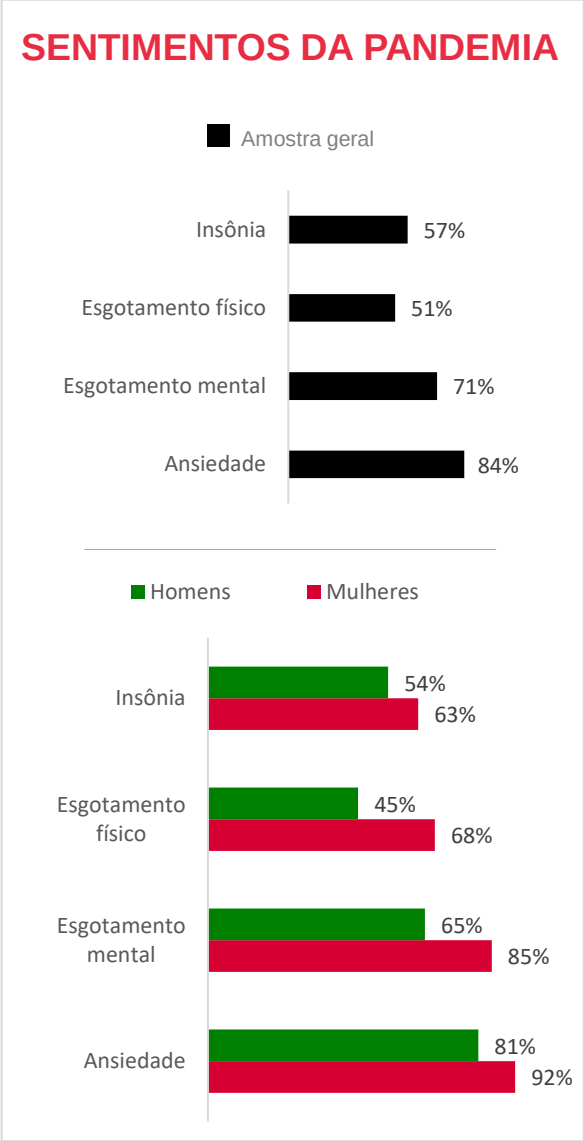
84% sentiram ansiedade,

sendo a presença mais forte nas mulheres, (92% delas relataram ansiedade).

O esgotamento mental foi outro sintoma presente para a maioria das pessoas, atingindo mais o gênero feminino (**85%**) contra menor prevalência nos homens (**65%**). O esgotamento físico foi relatado por **51%** dos colaboradores do setor automotivo, sendo a prevalência novamente maior no sexo feminino.

A insônia foi parte da rotina pandêmica de **57%** dos respondente. Mais uma vez, a dificuldade é maior entre as mulheres.

Outros sintomas prejudiciais apontados foram: solidão ou tédio (**45%**), desamparo ou desesperança (**40%**), medo ou pânico (**36%**), depressão (**25%**). Em todos os sintomas as mulheres foram as mais afetadas.



Pandemia e qualidade de vida

61% das organizações afirmam oferecer ações para fomentar o equilíbrio entre vida pessoal e profissional.

Curiosamente, há certo impasse sobre o impacto do momento atual na qualidade de vida. Para **35%** dos profissionais, houve piora. Proporção quase igual dos respondentes, de **39%,** considera que este aspecto melhorou.

No geral, a pandemia teve diferentes efeitos em determinados aspectos da vida pessoal e profissional. Para **50%** dos participantes, por exemplo, a pandemia fez piorar o estresse e a depressão.

O tempo com a família melhorou para **76%** dos respondentes. Entre os demais aspectos que melhoraram, estão a criatividade (**47%**), relação com o(a) companheiro(a) (**40%**) e a visão estratégica.

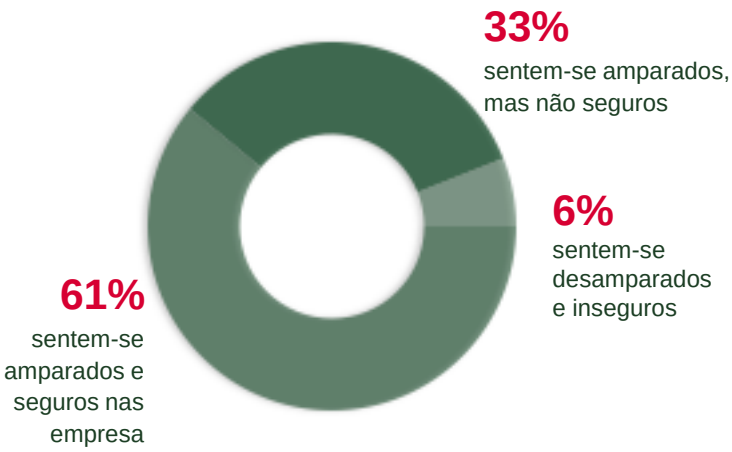
Cuidado e acolhimento

O sentimento dos profissionais

61% dos colaboradores do setor automotivo sentem-se amparados pelas empresas em que trabalham

Ainda que a maioria tenha visão positiva das medidas adotadas nas organizações em que trabalham, um terço dos respondentes (**33%**) não se sentem desamparados, mas também não têm sensação de segurança. A insegurança e o desamparo são sentidos por **6%** dos respondentes.

Sentimento dos colaboradores



Cuidado e acolhimento

Insegurança é maior entre os colaboradores técnicos e especialistas, sem cargo de chefia: 47% relatam ter este sentimento

A média gestão também sente-se insegura em relação ao futuro de seu emprego depois da pandemia (38%). Já na alta liderança o sentimento atinge apenas 15% dos profissionais.

Cuidado e acolhimento

As sensações de insegurança e desamparo estão correlacionadas com a percepção de qualidade de serviços de acolhimento e cuidado oferecido pelas empresas aos funcionários. De 11 quesitos avaliados na pesquisa, em apenas três as empresas tiveram avaliações satisfatórias.

Dos itens avaliados como “não ofertou ou ofertou insatisfatoriamente”, o serviço com pior avaliação é, justamente, aquele com maior relevância durante a pandemia: os testes para a Covid-19. No levantamento com as empresas, 57% afirmaram oferecer o serviço. No entanto, 65% dos profissionais disseram não ter recebido testes – ou ter recebido de modo insatisfatório.

Dentre os serviços bem avaliados, estão:

- **Para 79%,** foi a oferta de guias, manuais, ebooks e lives sobre cuidados com a saúde.
- **74% indicam** o monitoramento de grupos de risco para a Covid-19.
- **57% apontam** as alternativas de transporte seguro.

Esses serviços, no entanto, são básicos para garantir a segurança dos profissionais. Alguns, inclusive, fazem parte de orientações e determinações da Anfavea para garantir a segurança no ambiente de trabalho durante a pandemia.

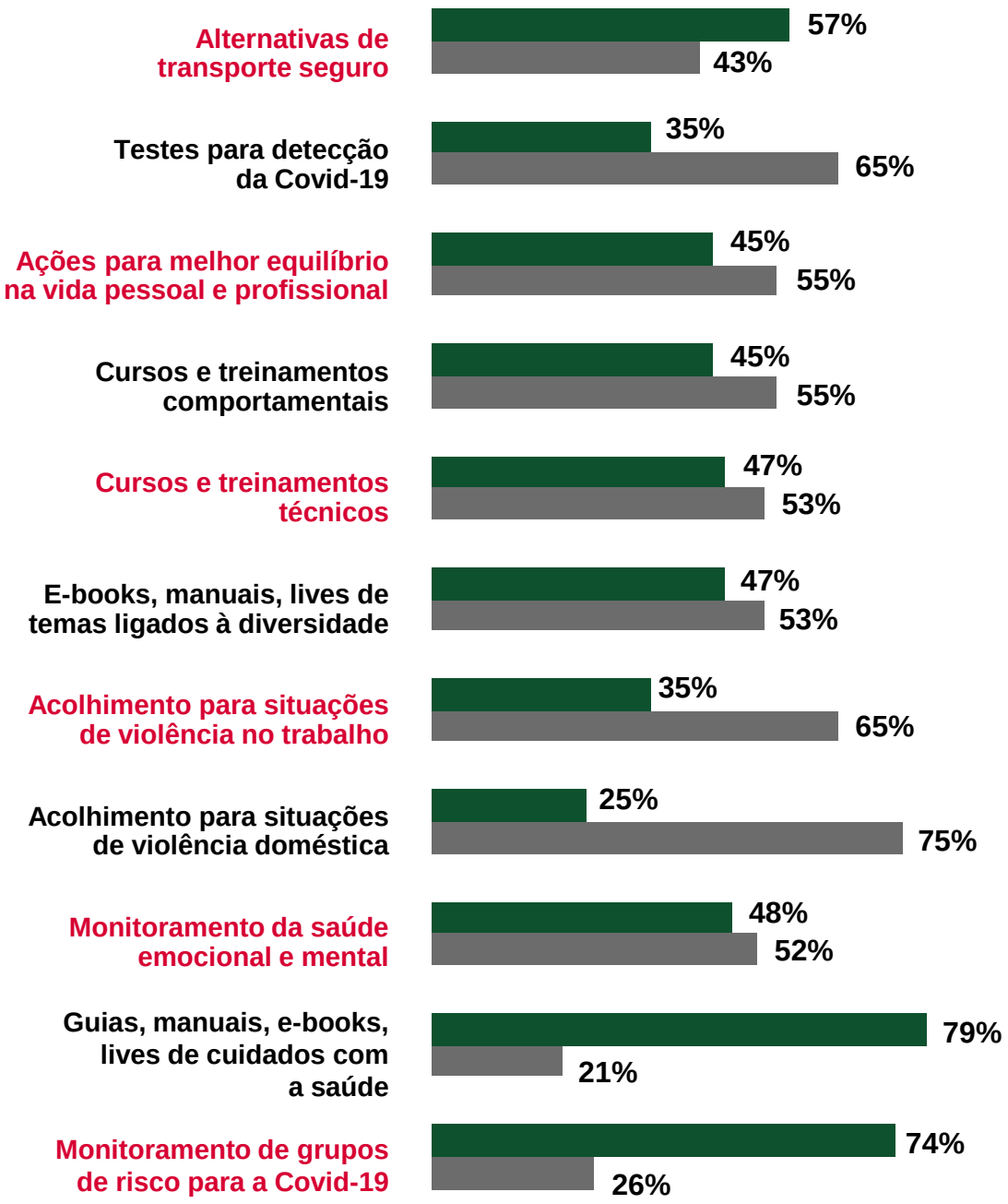
Considerando a margem de erro da pesquisa, 8 itens podem ter empate técnico: acolhimento para situações de violência doméstica; ações para melhor equilíbrio da vida pessoal e profissional; cursos e treinamentos comportamentais; cursos e treinamentos técnicos; monitoramento da saúde emocional e mental; e acolhimento para situações de violência no trabalho.

No levantamento realizado com as empresas, as ações mais oferecidas foram:

- **93% ofertaram** monitoramento de grupos de riscos: doenças crônicas, idosos, familiares com Covid-19;
- **83% disponibilizaram** guias, manuais, ebooks, lives sobre cuidados com a saúde;
- **65%** alternativas de transporte seguro;
- **51%** cursos e treinamentos comportamentais;
- **48%** cursos e treinamentos técnicos.

AB Diversidade®

Avaliação dos profissionais sobre as ações de acolhimento das empresas:



Não ofertou ou ofertou insatisfatoriamente

Ofertou satisfatoriamente

AUTOMOTIVE BUSINESS MHD

Cuidado e acolhimento

No olhar das empresas

64% afirmam ter monitorado a saúde emocional e física dos colaboradores.

Considerando que na pesquisa com os profissionais verificou-se uma elevada queixa de sintomas negativos, como ansiedade e esgotamento mental, é preocupante que o percentual de empresas sensíveis ao tema de monitoramento da saúde mental não seja maior.

20% ofereceram acolhimento para situações de violência doméstica e 27% de violência no trabalho.

A violência no trabalho foi relatada por apenas 3% dos participantes da pesquisa.

Os relatos apontam assédios relacionados ao aumento de trabalho durante o regime home office, relações mais hostis com superiores e assédio moral, negociações forçadas de redução de jornada, ameaça de demissão e pressão para não cumprir o isolamento social recomendado por instituições de saúde como a OMS (Organização Mundial da Saúde).

Outras medidas que as empresas afirmam ter oferecido incluem máscaras de proteção, álcool gel, controle de temperatura corporal, distanciamento de posições de trabalho e no refeitório e tapetes sanitizantes.

Recursos oferecidos para home office

Os recursos mais ofertados pelas empresas durante o home office no período de pandemia foram básicos.

93% das empresas ofertaram acesso remoto aos arquivos e recursos necessários ao trabalho.

75% garantiram tecnologia e dispositivos eletrônicos para o home office.

No levantamento com os colaboradores, no entanto, estes índices são menores: **68%** afirmaram ter acesso remoto aos arquivos necessários ao trabalho e **56%** receberam tecnologia e dispositivos eletrônicos para home office.

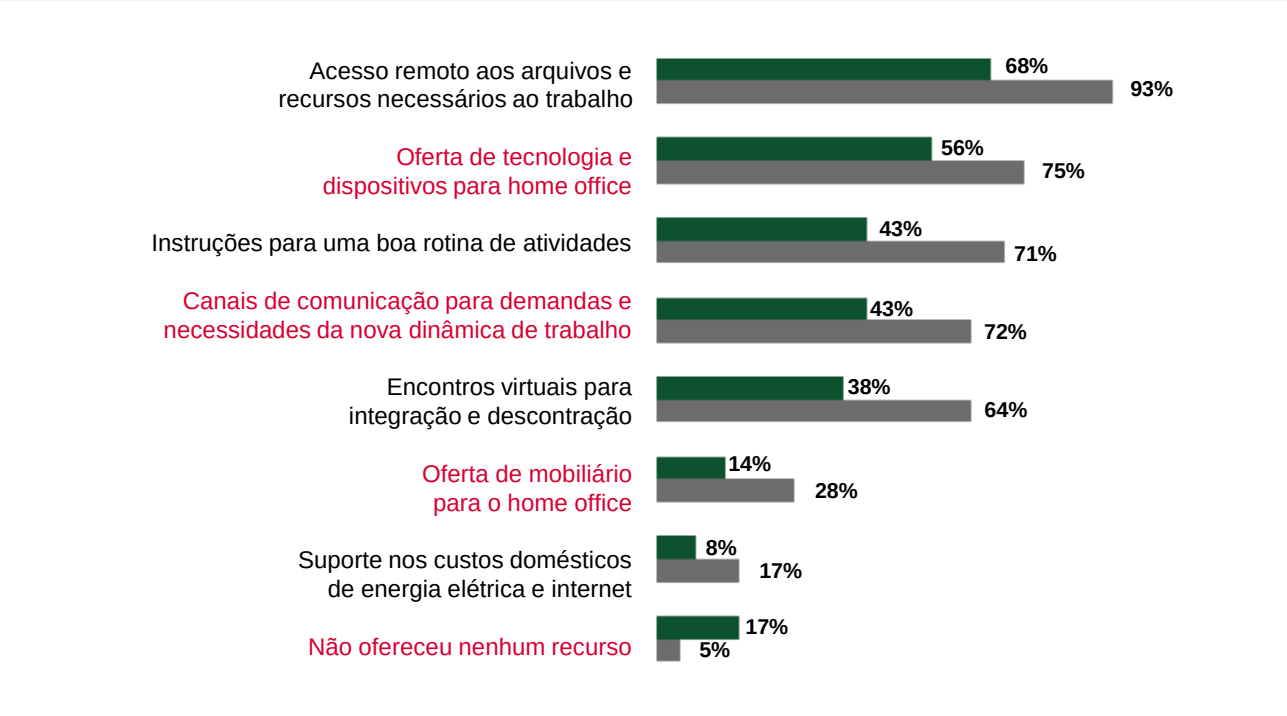
Segundo as empresas, instruções para uma boa rotina de atividades e canais de comunicação para novas demandas foram ofertados por dois terços das empresas (**71%** e **72%**).

A percepção dos profissionais sobre estas iniciativas é menos generosa. Na pesquisa com profissionais apenas **43%** dizem ter sido beneficiados e avaliaram positivamente.

Os colaboradores sentem falta de apoio das empresas com ações para promover o equilíbrio entre vida pessoal e profissional.

Esta falta de instrução para uma boa rotina é um dos fatores que colaboram para o esgotamento físico e mental relatado pelos funcionários.

Recursos oferecidos pelas empresas para o trabalho em home office e a percepção pelos profissionais



Recursos oferecidos pelas empresas

Recursos percebidos pelos trabalhadores

Recursos oferecidos para o trabalho no home office

Um ponto crítico de convergência entre as pesquisas feita com os profissionais e realizada com as empresas é a baixa oferta de mobiliário para o trabalho home office:

28% das organizações ofereceram esse suporte, enquanto apenas 14% dos profissionais afirmaram ter recebido.

Além disso, **17%** das empresas afirmaram assumir parte dos custos dos trabalhadores com custos de energia elétrica e internet, mas o percentual cai para **8%** nas respostas dos profissionais que se disseram beneficiados por esse suporte.

Os encontros virtuais para integração e descontração foram ofertados por **64%** das empresas, mas apenas **38%** dos profissionais afirmaram ter recebido essa ação.

A pesquisa não traz relação direta entre as empresas e os trabalhadores respondentes. Ainda assim, vale a reflexão pelas organizações: será que todas as ações estão, de fato, chegando até os funcionários?

Mudanças de hábitos na pandemia

Hábitos saudáveis como atividade física e cultural sofreram redução significativa durante a pandemia.

56% deixaram de fazer exercícios,

e **58%** interromperam atividades culturais – movimento mais intenso entre as mulheres. o que pode ter influência da ansiedade e refletir em esgotamento físico, sintomas negativos relatados por elas durante a pesquisa.

A meditação foi um hábito positivo que **30%** das pessoas iniciaram ou aumentaram a frequência durante a pandemia, sendo **42%** dos praticantes do gênero feminino.

Ao mesmo tempo, **24%** iniciaram ou aumentaram o consumo de bebida alcoólica, enquanto apenas **13%** fizeram o movimento oposto, de diminuir ou interromper o consumo.

Passar mais tempo em casa influenciou as pessoas a intensificar o uso da internet: **57%** começaram ou aumentaram o período nas redes sociais, enquanto **77%** afirmaram ter começado ou aumentado a participação em lives profissionais (como participante ou espectador).

Violência em casa e no trabalho

Um dos muitos efeitos negativos da pandemia foi o aumento dos índices de violência doméstica. Este movimento não foi intenso no setor automotivo. Apenas **2%** das pessoas relataram sofrer algum tipo de violência doméstica, sendo a maior parte discussões com companheiros(as) e agressões verbais. Já **3%** dos respondentes afirmaram estar sofrendo com o agravamento do assédio moral ou algum tipo de violência no trabalho.

Importante destacar que, em um momento de maior pressão por resultados na empresa, combinado com home office, o assédio pode causar efeitos ainda mais devastadores para o trabalhador.

Sonhos adiados

Além dos hábitos pessoais e profissionais, a pandemia impactou também os sonhos de 68% dos participantes da pesquisa.

A pandemia interrompeu sonhos pessoais de 44% das mulheres. Já 26% tiveram de adiar sonhos profissionais.

Na amostra masculina, o impacto parece ser um pouco menor: 34% dos homens interromperam sonhos familiares, enquanto 30% deixaram de lado sonhos pessoais e profissionais.

Sentimentos em relação ao presente e ao futuro

A pesquisa perguntou aos colaboradores do setor automotivo como eles se sentem em relação ao presente e ao futuro.

As palavras mais utilizadas pelas mulheres para definir o momento atual foram: **Incerteza, medo e preocupação.**

Para os homens, o período de pandemia pode ser definido pela **incerteza, preocupação e como desafiador.**

Para o futuro, as mulheres utilizam as palavras incerteza, esperança e mudança. Enquanto os homens têm um olhar mais positivo e falam de incerteza, esperança, otimismo e oportunidade.

	Presente	Futuro
	Incerteza Medo Preocupação	Incerteza Esperança Mudança
	Incerteza Preocupação Desafiador	Incerteza/Incerto Esperança Otimismo Oportunidade

Receios futuros

Medo de perder o emprego e diminuir o salário

Para o futuro pós-pandemia, os colaboradores do setor automotivo apontam receios como perder o emprego (**43%**), redução de salário (**38%**), adiamento de promoções (**32%**) e aumento da cobrança/estresse (**32%**). Para **26%** também existe o receio de diminuir o networking.

Os medos em relação ao futuro atingem mais as mulheres do que os homens.

Sobre perder o emprego, **51%** delas estão receosas, enquanto **41%** dos homens sentem-se preocupados em sair do trabalho atual. No adiamento de promoções, o medo é relatado por **39%** das mulheres, contra **30%** dos homens.

Para **38%** das mulheres existe o receio do aumento de cobrança/estresse, preocupação de **30%** dos homens. Elas também são as mais receosas sobre a volta do trabalho presencial integral: **27%** das mulheres, contra **11%** dos homens.

Com a intensificação do uso de novas tecnologias, **11%** afirmam ter receio de não dominar estas ferramentas. A preocupação atinge, principalmente, os colaboradores acima dos 46 anos: **59%** têm esse receio.

Contratação e promoção de profissionais

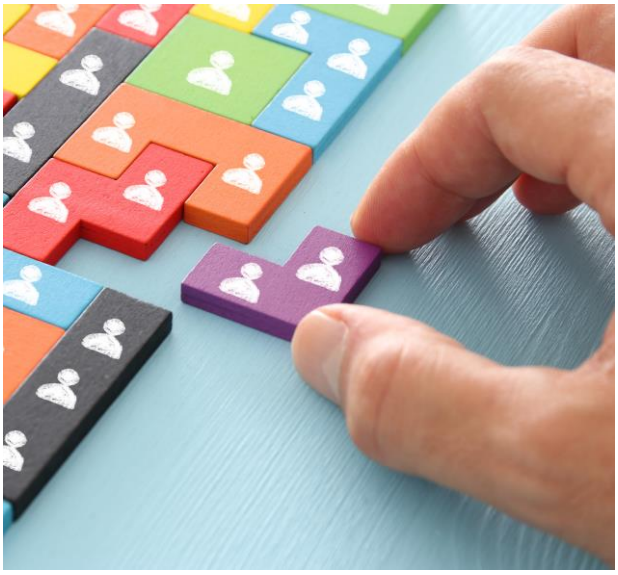
As empresas devem manter o quadro de funcionários

A contratação e promoção de colaboradores no período pós-pandemia ainda divide as empresas, mas não deve gerar impacto impactos significativos para a grande maioria dos profissionais. Isso porque **38%** das empresas devem manter o quadro de funcionários igual, enquanto **33%** projetam reduzir o quadro de funcionários e **29%** pretendem abrir mais vagas.

O receio de perder o emprego, a diminuição na remuneração e o adiamento de promoções são os principais medos dos profissionais no período pós-pandemia.

O levantamento reflete preocupações que atingem mais o gênero feminino, como perder o emprego, redução da remuneração e adiamento de promoções.

A pesquisa perguntou às empresas qual impacto a pandemia poderia gerar nas contratações ligadas à diversidade. A maioria respondeu que as contratações ou promoções de mulheres, pessoas com deficiência, negros e grupos LGBTI+ devem permanecer inalteradas. O estudo constatou que apenas **47%** das empresas adotaram ações específicas de diversidade e inclusão, entre elas as contratações de pessoas parte de grupos diversos.



38% das empresas devem manter o quadro de funcionários igual. Já 29% planejam abrir vagas.

Os temas que terão relevância no futuro

A pesquisa perguntou aos colaboradores quais temas eles acreditam que vão ganhar ou perder relevância em suas empresas depois da pandemia.

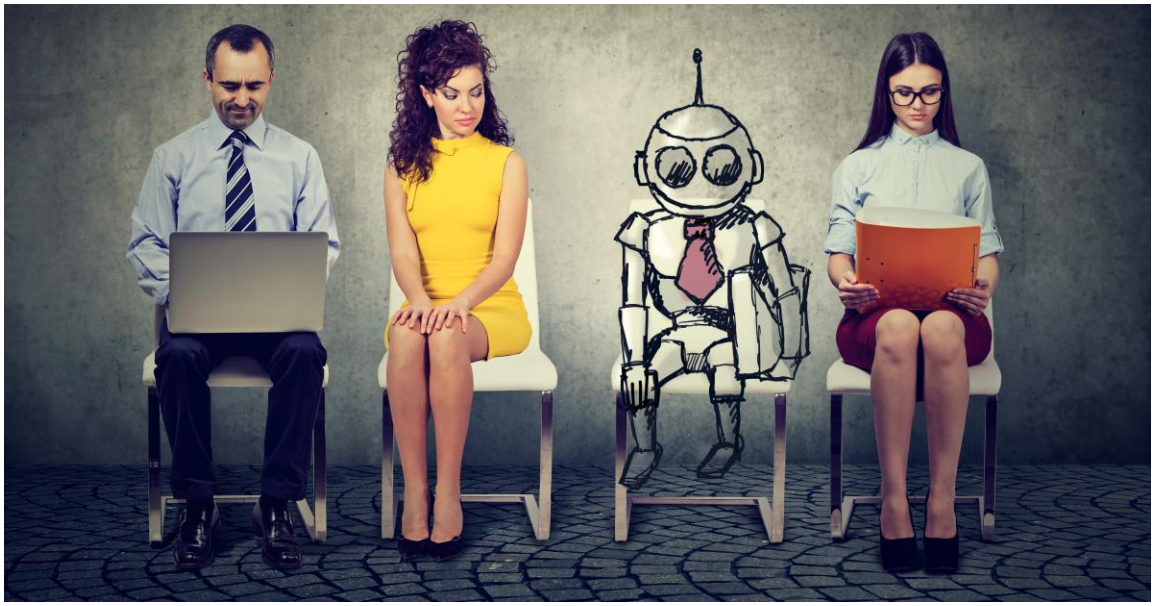
85% acreditam que a transformação digital é, disparadamente, o tema que ganha maior relevância no pós-pandemia,

enquanto **87%** das empresas também apontam na mesma direção.

A **transformação cultural** também deve se tornar mais importante, apontada como segundo aspecto mais relevante por **54%** dos funcionários e por **74%** das companhias, o que mostra que para as empresas o tema vai ganhar mais força.

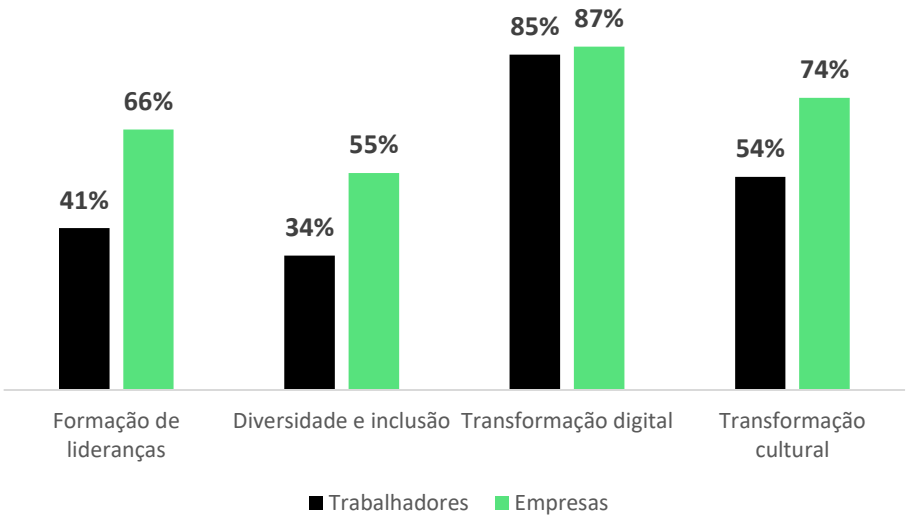
No entanto, temas ligados à **diversidade e inclusão** têm muitos desafios a enfrentar. Na pesquisa com os profissionais, apenas um terço da amostra (**34%**) acredita que vai ganhar relevância. O porcentual sobe para **55%** na opinião das empresas.

A **formação de lideranças** apresenta empate técnico entre ganhar relevância ou permanecer igual, na opinião dos profissionais. Enquanto para **66%** das empresas o tema vai ganhar mais relevância no futuro pós-pandemia.

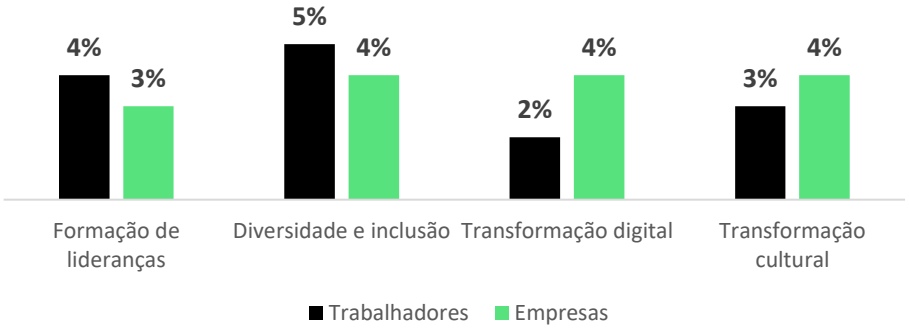


Os temas que terão relevância no futuro

Visão dos temas que ganham relevância no futuro



Visão dos temas que perdem relevância no futuro



Ações recomendadas

Home office foi o grande aprendizado da pandemia

Para os colaboradores do setor automotivo, o período de pandemia trouxe alguns aprendizados que podem ser adotados pelas empresas mesmo quando o momento atual for superado, com potencial de gerar ganhos de produtividade e bem-estar.

Entre as boas lições da pandemia, os respondentes da pesquisa apontaram: o home office, qualidade de vida, uso mais eficiente do tempo, redução de custos, produtividade e desenvolvimento pessoal.

As sugestões mais apontadas pelos trabalhadores às empresas foram:

- ✓ Manutenção, flexibilização e adequações no home office
- ✓ Recursos financeiros, tecnológicos e mobiliário para home office
- ✓ Treinamentos
- ✓ Cuidados com a saúde mental
- ✓ Comunicação e interação
- ✓ Flexibilização

Avaliação E-NPS

Apesar de alguns apontamentos negativos ao longo da pesquisa, **51%** dos colaboradores avaliaram suas empresas com notas altas entre 9 e 10 no sistema NPS. Enquanto **30%** avaliou com notas entre 7 e 8, e **19%** avaliou de zero a 6. O sistema NPS é um conceito criado em 2003 para medir a satisfação dos clientes. A partir dele, o E-NPS (Employer Net Promoter Score) é uma métrica adaptada para mensurar a satisfação do cliente interno, ou seja, do colaborador.

% Promotores **menos** % Detratores **= NPS SCORE**

Entre 75 e 100 pontos – zona de excelência
Entre 50 e 74 pontos – zona de qualidade
Entre 1 e 49 pontos – zona de melhoria
Entre 1 e -100 pontos – zona de perigo

DETRATORES
Nota 0 a 6

Podem influenciar negativamente a satisfação de outros colaboradores, a marca empregadora e a experiência do cliente.

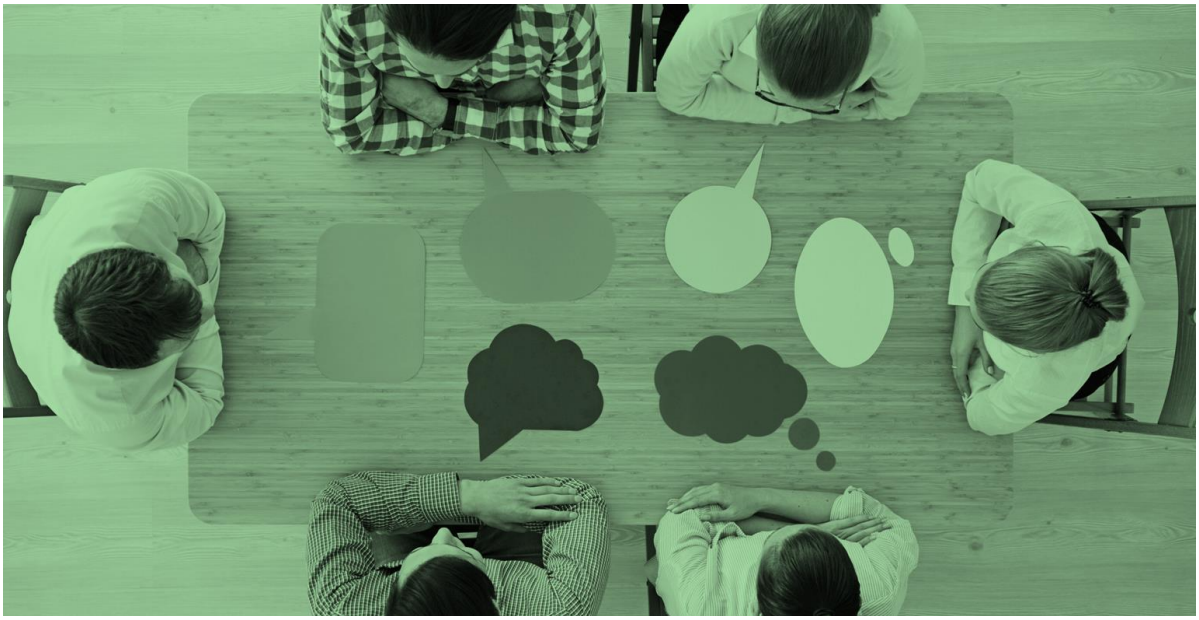
NEUTROS
Nota 7 a 8

Não estão investidos emocionalmente no trabalho, mas também não estão ativamente desengajados.

PROMOTORES
Nota 9 a 10

São leais à empresa, influenciando positivamente outros colaboradores, a marca empregadora e a experiência do cliente.

Avaliação sobre as empresas



A pesquisa perguntou aos trabalhadores quais aspectos das empresas em que trabalham melhoraram, permaneceram igual ou pioraram com a pandemia.

Melhorou

- Avaliação da responsabilidade social da empresa
- Agilidade das empresas para atender novas demandas dos colaboradores

Permaneceu igual

- Acesso às lideranças e imagem das lideranças
- Atenção para direitos e ações ligadas à diversidade e inclusão

Piorou

- Respeito ao horário pessoal e a gestão da rotina de trabalho
- Comunicação com os colegas de trabalho

Diversidade e inclusão

Ações para estimular a diversidade e a inclusão durante a pandemia foram promovidas por 47% das empresas.

As ações incluíram atenção especial à mulher, em momento em que elas relataram sentir mais os impactos da pandemia do que os homens.

As ações de diversidade e inclusão são importantes no setor automotivo que ainda é predominantemente masculino, branco e formado por pessoas sem deficiência. A preocupação com diversidade e inclusão podem elevar o eNPS (Employee Net Promoter Score) das organizações que, segundo a pesquisa feita com os profissionais, está na faixa de melhoria. As empresas que estão na vanguarda de diversidade e inclusão devem ter eNPS em faixas de excelência ou, no mínimo, na faixa de qualidade.

Avaliação de desempenho

A pandemia e o trabalho remoto pode impor a necessidade de que as empresas revejam suas metodologias para avaliar o desempenho dos colaboradores.

A avaliação de desempenho pode ter correlação direta com os principais receios dos colaboradores, como receio de perder o emprego (**43%**), adiamento de promoções (**32%**), aumento de cobrança e estresse (**32%**) e receio de a pandemia atrapalhar a avaliação de desempenho (**22%**).

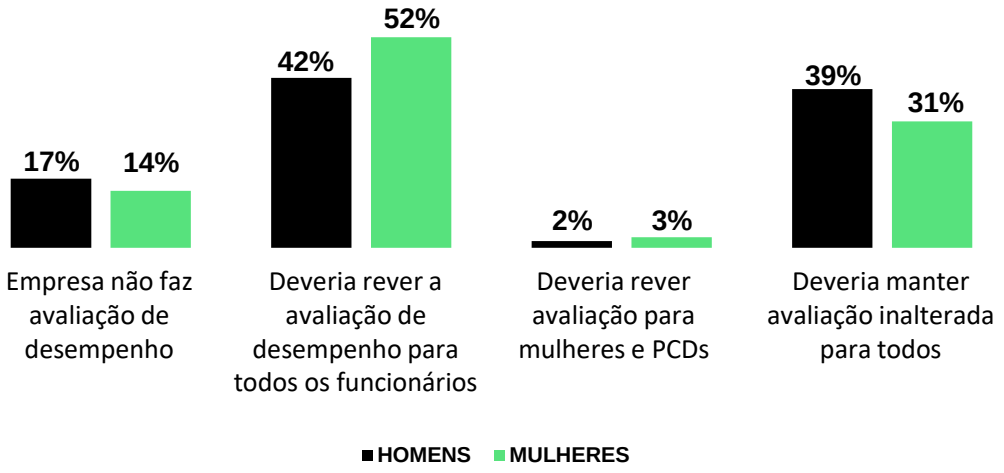
A maior parte das empresas, 60%, vai manter as regras de avaliação para todos os funcionários, enquanto 32% disseram que vão rever as regras para a avaliação geral. Apenas 1% vai reavaliar as regras exclusivamente para pessoas com deficiência e para mulheres.

Entre os profissionais, **45%** apontaram que a empresa que trabalham deveria rever os pontos de avaliação para todos os funcionários. As mulheres são mais favoráveis a revisão de desempenho para todos os colaboradores (**52%**).

Para **37%** dos colaboradores a empresa deve manter os pontos de avaliação para todos os funcionários. Apenas **2%** dos respondentes apontaram que deveriam ser revistos os pontos de avaliação de desempenho apenas para mulheres e pessoas com deficiência. E **16%** informaram que suas empresas não fazem avaliação de desempenho.

Avaliação de desempenho

Mulheres são mais favoráveis à revisão dos métodos para avaliar o desempenho



Visão sobre a avaliação de desempenho

AB Diversidade®

AUTOMOTIVE BUSINESS®