



FATORES MOTIVACIONAIS EM INDÚSTRIAS DE CONFECÇÃO E VESTUÁRIO

MOTIVATIONAL FACTORS IN CLOTHING AND CLOTHING INDUSTRIES

Carine Vogt¹
Priscila Garcia²

RESUMO

Atualmente motivar funcionários tornou-se uma necessidade para as empresas. Propor benefícios e ambientes de trabalho agradáveis podem trazer resultados positivos às organizações. Assim, o presente estudo tem como objetivo geral identificar os fatores que motivam os funcionários da Indústria de Confecção e Vestuário de Santa Cruz do Sul. Esta pesquisa se caracteriza como aplicada e descritiva, na qual foram aplicados 165 questionários e analisou-se quantitativamente os resultados. Os dados apresentados demonstram que os trabalhadores se preocupam em alcançar a necessidade de estima, devido almejam o reconhecimento profissional em sua organização como um dos fatores motivacionais. Suas necessidades sociais, de segurança e fisiológicas estão sendo satisfeitas, devido já terem alcançado estes objetivos a partir do seu trabalho. Desta forma, sentem orgulho das atividades que exercem, respeito pelos colegas e empregadores. Fazendo com que permaneçam no emprego para conseguir atender suas carências básicas, possibilitando percorrer um caminho para poder alcançar objetivos e expectativas futuras.

Palavras-chave: Reconhecimento de pessoas; Motivação no setor de confecção; Satisfação no trabalho.

ABSTRACT

Nowadays motivating employees has become a necessity for businesses. Proposing benefits and enjoyable work environments can bring positive results for organizations. Thus, this study aims to identify the factors that motivate employees of the Santa Cruz do Sul apparel and clothing industry. This research is characterized as applied and descriptive, in which questionnaires were applied to a specific sample and analyzed. quantitatively the results. The data presented showed that these workers are concerned with achieving the need for esteem, as they seek professional recognition in their organization as one of the motivating factors. Your social, safety and physiological needs are being met because you have already achieved these goals in your work. In this way, they take pride in their activities, respect their colleagues and employers. By getting them to stay at work to meet their basic needs, they can make their way to achieving future goals and expectations.

Keywords: Recognition of people; Motivation in the clothing sector; Job satisfaction.

INTRODUÇÃO

¹ Graduanda do Curso de Administração da Faculdade Dom Alberto. Contato: carinevogt03@gmail.com

² Administradora de empresas. Especialista em Gestão Empresarial, certificada na CPA-10. Docente e orientadora da Faculdade Dom Alberto. Contato: priscila.oliveira@domalberto.edu.br



A Indústria da Confeção e Vestuário no Brasil é uma das grandes responsáveis pela geração de empregos. Segundo o *site* do SEBRAE (2018), a partir do ano de 2017, este setor começou a apresentar melhorias, com aumento de produção de 5%, gerando mais empregos. Com isso, surgiram mais de 16 mil novos postos de trabalho, conforme a Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confeção (ABIT).

No Brasil, de acordo com o *site* da ABIT (2013), o setor da indústria e confecção possuía 32 mil empresas, sendo que 80% são empresas de pequeno e médio porte. Assim, emprega em torno de 1,7 milhões de pessoas de forma direta e um total de 4 milhões de pessoas, se juntarem os empregados diretos e os indiretos. Dentre esses trabalhadores, a maioria são mulheres, que representam em torno de 75% deste total. Além disso, na visão do SEBRAE (2018), o nível de rotatividade neste setor é muito grande. As principais razões da rotatividade são o baixo valor do piso salarial e o desinteresse dos jovens nesta profissão.

Contudo, as empresas estão cada vez mais preocupadas em propor a seus empregados ambientes de trabalho agradáveis, motivação à equipe, sugestões de melhoria e reconhecimento profissional, que tragam resultados tanto para a empresa como a seus subordinados. De acordo com Maximiano (2011) e Costa (2017), a palavra motivação origina-se do latim *movere*, que significa mover e indicar um processo de como o comportamento do ser humano é provocado, estimulado, para causar efeitos sobre algum motivo. Segundo Fiorelli (2014), o que gera motivação no ser humano, geralmente são objetivos que pretende alcançar para obter prazer.

Chiavenato (2016) ressalta que estudiosos como Herzberg e Maslow concluem que, a partir da gestão de pessoas, pode-se identificar as necessidades de cada indivíduo, do que precisam e o que querem. O autor anteriormente destaca que Herzberg, em sua teoria, divide em dois grupos as causas da motivação: em fatores higiênicos e motivacionais. Já Maslow, na teoria das necessidades, divide a motivação como uma pirâmide, na parte mais baixa estariam as necessidades fisiológicas, em segundo as necessidades de segurança, terceiro as necessidades sociais, quarto as necessidades de estima e no topo as necessidades de auto realização.



Para Limongi-França; Arellano (2002 apud Romero; Silva; Kops 2013), buscar a satisfação e propor ambientes de trabalho agradáveis aumenta a produtividade e a qualidade do trabalho. A Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) pode ser vista de várias formas, desde a ausência de doenças ocupacionais, até os procedimentos adotados pelo nível estratégico. Portanto, pode-se dizer que a QVT é composta por ações e estratégias, para melhorar as condições de trabalho e proporcionar à organização resultados positivos.

Em Santa Cruz do Sul/RS, atualmente estão cadastradas setenta e cinco empresas do ramo de Confecção e Vestuário, de acordo com o Sindicato da Indústria de Confecção e Vestuário de Santa Cruz do Sul (2018). Dentre estas, algumas produzem os seus próprios produtos para serem comercializados no município, estado e país. Outras organizações trabalham como terceirizadas de grandes grupos, como Renner S.A., C&A, PITT, ou até mesmo para atender estabelecimentos do município na confecção de uniformes, jalecos e coletes.

Deste modo, nesta pesquisa foi abordado o seguinte problema: Quais os fatores que motivam os funcionários da Indústria de Confecção e Vestuário? Sendo o objetivo geral, verificar os fatores que motivam os funcionários na Indústria de Confecção e Vestuário, no município de Santa Cruz do Sul. Para a obtenção deste resultado, o estudo apresenta os seguintes objetivos específicos: identificar o perfil do funcionário; verificar as causas de motivação e insatisfação dos funcionários; identificar suas necessidades motivacionais; e sugerir programas de motivação.

Desta forma, a pesquisa justifica-se, por abordar uma atividade monótona e repetitiva, baseada em linhas de produção. Conseqüentemente, torna-se uma função de baixa remuneração, cansativa, sem perspectivas de crescimento, fazendo com que as pessoas se desmotivem em seu ambiente de trabalho. Na visão de Herzberg; Vrom; LéviLeboyer, (1964; 1964; 1994 apud Campos e Mali, 2008), são vários os fatores que explicam, porque os profissionais continuam ou desistem das empresas. Um dos fatores mais citados na literatura é a insatisfação com a função que desempenham, o descontentamento e os elementos que compõem o trabalho.

Conforme Barbieri (2016), estudos e pesquisas foram realizados ao longo do tempo e verificou-se que as empresas buscaram ter uma excelência em seu ambiente de trabalho,



obtendo resultados elevados, a partir de boas práticas de recursos humanos. Estas boas práticas, sendo bem aplicadas, podem fazer com que o funcionário sinta que está tendo crescimento pessoal, profissional, salários e benefícios que acompanham o mercado, além de ajudar no crescimento da empresa e na tomada de decisões.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Motivação

A motivação pode ser entendida de diferentes maneiras, cada pessoa tem um sonho, e, para conseguir conquistar esse sonho, ela se certifica de cada etapa que precisa alcançar para poder realizar aquilo que tanto almeja. Robbins (2014, p.132) salienta que motivação seria um método que o indivíduo utiliza para alcançar, de modo persistente, determinado objetivo. Ele ainda salienta que o alicerce para definição de motivação seria a intensidade no sentido de a pessoa querer tanto aquilo com tanta vontade, que assim se planeja para tomar a direção certa e persistir naquilo que deseja. Contudo, deve-se verificar a qualidade do esforço, o nível da intensidade e a vontade de sua realização.

Para Silva (2001, p. 220), “a motivação pode ser descrita como o direcionamento e a persistência da ação”. O estímulo está diretamente ligado à motivação, fazendo com que as pessoas tenham vontade de agir, conseguir através de ações, buscar alcançar o que desejam, o que muitas vezes precisa de um longo período de tempo e enfrentamento de diversas dificuldades.

Já para Maximiano (2008), o conceito de motivação pode indicar várias causas que determinam o comportamento. Pode ser apontada como energia ou força, que faz com que o comportamento do indivíduo tenha como prioridades a direção, a intensidade e a permanência. A direção seria o planejamento para conseguir chegar a algum lugar; a intensidade seria o esforço necessário para alcançar; e a permanência a vontade de seguir no mesmo rumo, apesar das dificuldades.

Para Chiavenato (2016), a motivação é difícil de ser conceituada, pois cada indivíduo possui uma forma de motivação, cada qual com seu padrão de comportamento, seus

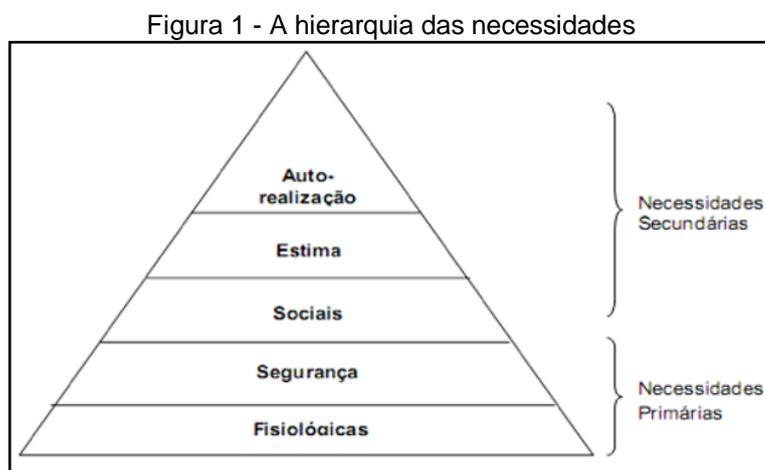


valores sociais, suas capacidades de atingir objetivos e variam conforme o tempo. Para explicar o comportamento das pessoas, será necessário entender o que as motiva, quais os seus objetivos, compreender suas necessidades e utilizar, como uma ferramenta aliada, a qualidade de vida dentro das empresas. Ao identificar essas necessidades, será possível observar o que a empresa pode fazer para conseguir motivar os seus funcionários, de maneira que também consiga alcançar os seus resultados (CHIAVENATO, 2016).

Sendo assim o comportamento organizacional está diretamente ligado ao comportamento dos indivíduos, segundo Contente (2017). Podendo este comportamento ser justificado por algum objetivo que a pessoa pretenda alcançar para poder atingir a sua motivação. Portanto os fatores motivacionais podem estar relacionados a diversas teorias de diferentes autores como a Teoria da Motivação de Maslow e Teoria da Motivação de Herzberg.

1.1.1 Teoria da Hierarquia das Necessidades de Maslow

A Teoria de Motivação de Maslow foi criada em 1950, por um psicólogo norte americano, chamado Abrahm Maslow, de acordo com Pequeno (2012). São cinco necessidades classificadas em níveis de hierarquia, parecida a uma pirâmide. Na parte mais baixa, ficariam as necessidades fisiológicas e na parte mais alta as necessidades de auto realização, conforme mostra a figura 1.



Fonte: Chiavenato (2016, p. 70)



No primeiro degrau, estão as necessidades fisiológicas que são fatores essenciais para sobrevivência e continuação das pessoas. Para Chiavenato (2016), as necessidades fisiológicas estão no nível mais baixo da pirâmide, são fatores essenciais para sobrevivência e continuação das pessoas. Estão ligados diretamente à alimentação, fome, sede, um lugar onde morar para poder se abrigar do frio e do calor, além de conseguir descansar para obter uma noite de sono, repondo suas energias e satisfazer o seu desejo sexual. São necessidades necessárias, pois, ao ter deficiências nesta hierarquia, ela domina o comportamento do indivíduo.

Segundo Chiavenato (2016), as necessidades de segurança são consideradas a estabilidade, proteção contra ameaças, fuga ao estar exposto ao perigo, doenças, incertezas e se sentir seguro aos desafios que possam surgir. Localiza-se no segundo nível da pirâmide e, quando há falta desta necessidade, o indivíduo começa a se preocupar, indo em busca deste elemento para novamente se sentir seguro.

No terceiro degrau está a necessidade social. Para Pequeno (2012), geralmente essa será buscada, quando as necessidades fisiológicas e de segurança estão supridas, quando se precisa integrar com a sociedade, fazer amizades, ter aceitação de um grupo, ser compreendido, ter um relacionamento, dar e receber carinho e obter consideração dos outros. A falta desta necessidade provoca frustração, isolamento e a solidão da pessoa.

A necessidade de estima, conforme Chiavenato (2016), está no quarto nível da pirâmide e está relacionada com o que a pessoa pensa de si, acha de si, de como ela se avalia e a aprovação da sociedade. Envolve satisfação do ego, status, prestígio, orgulho, auto respeito, confiança, consideração, reconhecimento de seus resultados, admiração dos colegas, ser independente e ter autonomia. Em caso de não satisfeita essa necessidade, o indivíduo se sente inferior aos demais, desanimado, descontente consigo mesmo.

Na visão de Chiavenato (2016), no último nível da pirâmide das necessidades, fica a auto realização, que, por sua vez, indica quando a pessoa se encontra auto realizada, autodesenvolvida, obtendo excelência pessoal, competência suficiente para resolver problemas ou atividades que possam surgir. Cada vez mais, ela se impulsiona para tornar-se melhor, no seu dia a dia, ou seja, se aprimorar constantemente.



O comportamento do ser humano pode ser motivado por uma energia que o leva a ter a satisfação de uma ou mais necessidades quando estas são alcançadas, seria como um ciclo motivacional. Na qual, quando uma vez satisfeito o organismo novamente provoca um novo estímulo para poder alcançar um novo objetivo a ser conquistado de acordo com Chiavenato (2016).

1.1.2 Teoria dos dois fatores

A Teoria dos Dois Fatores, de acordo com Robbins (2005), foi criada e desenvolvida pelo filósofo Frederick Herzberg, para identificar as consequências dos acontecimentos dos indivíduos na vida profissional. A partir de então, poderia determinar o que tornavam os funcionários satisfeitos ou insatisfeitos em seu ambiente de trabalho, criando assim a teoria dos dois fatores: a satisfação e a motivação profissional.

Na Teoria de Herzberg, conforme Herzberg (1968 apud Pilatti 2012), Pilatti (2012 apud Herzberg 1968), explica-se que existem os fatores higiênicos e os fatores motivacionais. Os fatores higiênicos, ou também chamados de fatores extrínsecos, que abrangem as condições externas do ambiente de trabalho e as condições que o rodeiam, contemplam os seguintes objetivos: salários, condições físicas dos ambientes de trabalho, benefícios, estilo de liderança, política e organização da empresa, clima organizacional, etc. Quando bem aplicados, dentro das empresas, provocam ótimos resultados, pois elevam a satisfação dos funcionários; porém, quando satisfeitos não conseguem sustentar por muito tempo a satisfação. E, se insatisfatórios, provocavam a desmotivação.

Já os fatores motivacionais, ou fatores intrínsecos, de acordo com Chiavenato (2016), estão relacionados com o que a pessoa executa em sua atividade. Quando aquilo que ela faz, promove crescimento profissional, reconhecimento, auto realização e responsabilidade, a mesma se motiva, provocando a satisfação. Mas quando a pessoa não possui motivação para algo, causa a insatisfação e o descontentamento. Para manter a motivação no trabalho, Herzberg (1968 apud Chiavenato 2016), aconselha disponibilizar mais tarefas ou mais cargos. No caso das tarefas, propor atividades mais simples no início e, ao decorrer da execução, dificultá-las para que o trabalhador não se torne monótono, propondo desafios e satisfação profissional.



Em relação ao aumento do número de cargos, isso provoca desejo dos funcionários em crescimento profissional, mas depende da maneira de como o mesmo será desenvolvido, pois poderá causar efeitos desejáveis como aumento da produtividade, redução da rotatividade, aumento da motivação e redução do absenteísmo. Porém, pode causar efeitos indesejáveis, como aumento da ansiedade, sentimento de que vai explodir, aumento de conflitos e redução de interações, conforme Chiavenato (2016).

Tabela 1 - Teoria dos dois fatores

Fatores Motivacionais	Fatores Higiênicos
Trabalho em si.	Condições de trabalho.
Realização.	Administração da empresa.
Reconhecimento.	Salário.
Progresso.	Relações com o supervisor.
Responsabilidade.	Benefícios e incentivos sociais.

- A *satisfação* no cargo depende dos fatores motivacionais.
- A *insatisfação* no cargo depende dos fatores higiênicos.

Fonte: Chrisley, Chrysthian (2013)

De acordo com Robbins (2014), para Herzberg, as pessoas geralmente quando conquistam um objetivo, já possuem outra motivação para ser alcançada. Por isso, em sua teoria, os fatores higiênicos podem causar motivações a partir das condições de trabalho, administração da empresa, salário, relação com supervisor, benefícios e incentivos. Como também podem provocar insatisfação, se são supridos ou por não fomentar por longo tempo está conquista. Os fatores denominados motivacionais estimulam o trabalho, nas realizações tanto profissionais como pessoais, reconhecimento, progresso e responsabilidade. De acordo com Herzberg, os fatores responsáveis pela satisfação profissional não é a insatisfação, mas sim a não satisfação de algum ponto na empresa ou mesmo em sua vida, assim o oposto de insatisfação é nenhuma satisfação, conforme Robbins (2014).

1.2 Confeção e vestuário: a história da atividade



A história da atividade de costura revelou diferentes formas de organização, conforme o contexto histórico. Desde o início da Idade Média, o principal meio de produção era o cultivo da terra, ou seja, a agricultura. Ao longo do tempo, cidades surgiram, sendo que, nos séculos XII e XIII, formaram também um pequeno mercado, composto por habitantes urbanos, proporcionando o desenvolvimento de diversas atividades, dentre elas o artesanato, segundo Saviani (1998 apud Novaes 2016).

No período medieval, prevalecia a produção artesanal, estabelecida por sociedades de ofício. A produção artesanal na época era familiar, o local equiparava-se a um ambiente doméstico e as pessoas poderiam ser tanto da família como também de fora, pois a tratavam como um círculo habitual, com respeito, confiança e socialização, segundo afirma Prost e Vicent (2012).

As mulheres dificilmente eram aceitas a participar de corporações e de associações, apesar de participarem de atividades referentes à limpeza, alimentação, arrumação, produção de tecidos e vestes. Nos setores de fiação da seda e de bordados, os grupos eram formados unicamente ou, em sua maioria, por mulheres. Contudo, a grande parte do pessoal não era integrado às associações, conseqüentemente, o processo de conhecimento foi adquirido através das avós, irmãs, mães, tias, primas mais velhas, passando de geração para geração, como destaca Sennett (2012). Silva (2009) expõe que “a posição de destaque das mulheres no mundo do trabalho dependia da sua possibilidade de trabalharem em casa: prosperavam quando o local de trabalho e a casa eram um só”.

A história conta que, desde o princípio, o papel da mulher esteve associado aos cuidados do lar, incumbida pela reprodução e pelos cuidados com os filhos, além ser vista pelo homem como frágil e incapaz. Perante esta estrutura de submissão, elas ficaram limitadas às atividades da casa e também as vontades de seus cônjuges, conforme declara Féres-Carneiro (2005).

A Igreja reforçava as diferenças de homens e mulheres, pregava que a mulher deveria ter obediência ao pai, ao marido e à sua religião, entregando-se somente às atividades domésticas e à Igreja Católica. Deste modo, as escolas vinculadas pela Igreja ministravam técnicas chamadas associações de ofício constituídas por artesãos. Além disso, pregava que a felicidade feminina estaria vinculada a uma vida dedicada ao lar. Essa



interpretação religiosa antigamente fez com que as mulheres, ao longo dos séculos, quisessem muito mais, lutando por seus direitos, necessidades físicas, morais e intelectuais, transformando assim suas vidas e de suas famílias, conforme Canclini (2006).

Em meados do século XVI, as mulheres eram reconhecidas por suas costuras finas, porém, não eram conhecidas como criativas e apresentavam uma tecnologia precária. Contudo, possuíam habilidades nas mãos e eram caprichosas, porém não possuíam a oportunidade de se transformarem mestres-alfaiates, alfaiates diaristas ou aprendizes, criadoras de estilo, de corte e de acabamento. Em suas casas, produziam costura básica, recebiam encomendas e se frisavam pelos bordados, feitos, laços e acessórios. As modistas ocupavam-se com o feitiço de roupas femininas e o uso de estilos na roupa era a notoriedade na época; já os alfaiates se responsabilizavam pela moda masculina, estilo austero, segundo Hollander (1996 apud Novaes 2016).

Um pouco antes do século XVI, anterior à entrada das costureiras nas associações, o trabalho quem realizava era o alfaiate; este ofício mais importante do que qualquer outra instituição de artesanato ou profissional. Os alfaiates contratavam as costureiras para que realizassem os serviços de acabamento, de ornamentação e de costuras. As costureiras que trabalhavam em casa confeccionavam roupas domésticas, infantis e peças íntimas, classificado como simples e de menor valor, comparado a de um alfaiate masculino, conforme destacam Hollander (1996 apud Novaes 2016) e Marino (2011).

Nessa sequência, em 1865, foi criado o ofício de alfaiates feminino, na França no reinado de Luís XIV, para confeccionar roupas femininas. Este episódio refletiu por toda a Europa. Desde então, as mulheres vestiram mulheres e os homens vestiram homens, sendo os alfaiates homens o ofício mais respeitável e o das mulheres, a “moda”, superficial, segundo Hollander (1996 apud Novaes 2016).

Com a Revolução Industrial no século XVIII, fortaleceu-se a mudança do sistema de produção artesanal para o sistema de produção capitalista. O primeiro foi definido como uma produção familiar; o segundo destacado pela transição do ambiente de produção para o ambiente fabril/industrial e devida produção em grande proporção, possibilitando a entrada de novas tecnologias, sendo isso o marco deste período e a permanência da mulher em casa, conforme Prost e Vicent (2012). Todavia, a mecanização auxiliou a



entrada das mulheres na fábrica; primeiramente pela fragilidade corporal e especialmente pelo desprestígio da mão de obra feminina, vista como força de trabalho secundária, conforme Abramo (2007), citado por Alves (2011).

A moda se destacava no século XVIII, principalmente, com o uso de corpete por mulheres da classe alta; nesta sequência os alfaiates possuíam destaque devido estarem adiantados com a tecnologia na época para esta produção. As costureiras eram responsáveis pelos detalhes superficiais e o acabamento devido ser um tecido simples e não possuir dificuldades de corte e confecção criativa. Entretanto, no século XIX, a confecção dos corpetes ficou subordinada as mulheres que trabalhavam em fábricas. Desde então, as mulheres ficaram responsáveis inteiramente pela produção do vestuário feminino, como afirma Hollander (1996 apud Novaes 2016).

Em um congresso operário na década de 1867, um participante enfatizou a seguinte frase: “para os homens, a madeira e o metal. Para a mulher, a família e os tecidos” (PERROT, 2013, p.119). Com a primeira Revolução Industrial, deu-se início a aceitação das mulheres nas fábricas de tecidos e em ateliês, sendo elas as que mais ocuparam o número no quadro de funcionários das empresas desse ramo, segundo Perrot (2013). Entretanto, as mulheres entendiam este trabalho como algo temporário, pois muitas começavam nessa profissão muito novas e largavam o trabalho após se casarem ou após terem os primeiros filhos, somente voltando ao trabalho depois que os filhos crescessem. O trabalho de costura também era considerado monótono, os locais de trabalho eram quentes sem condicionamento, e as máquinas não eram reguladas ou desprovidas de proteções, ocasionando lesões nas mãos, conforme destaca Hidrata (2007), citado por Perrot (2013).

No final do século XIX e início do século XX (1890-1912), as mulheres costureiras admitiram um novo posto na participação da economia. A preocupação nas marchas sociais, a produção de peças, a busca de crescimento no mercado de trabalho fez com que as mulheres fossem destaque, devido à perda exigida pelas suas clientes e a sua desvalorização no trabalho, sendo trocadas pelos alfaiates. Destacaram-se assim, como mulheres confeccionistas ou consumidoras de moda, como afirma Hollander (1996 apud Novaes 2016).



2 METODOLOGIA

O estudo foi realizado a partir de levantamento de dados a fim de verificar os fatores que motivam os funcionários da Indústria da Confecção e Vestuário de Santa Cruz do Sul. Desse modo, esta pesquisa caracteriza-se como um levantamento de dados, que, de acordo com Gil (2018 p.55), configura-se “pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer”. Portanto, solicitam-se informações de um grupo de pessoas acerca de um problema estudado, para que se realize uma análise quantitativa e obtenham-se as conclusões conforme os dados da pesquisa.

Para produzir o conhecimento, desenvolvimento, identificação dos problemas e a solução dos mesmos, foi realizada uma análise descritiva. De acordo com Gil (2008, p. 28), a análise descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das características de uma determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”. O estudo também se caracteriza como uma pesquisa aplicada, que, segundo Gil (2018, p. 27), “é voltada à aquisição de conhecimentos com vistas à aplicação numa situação específica”. Desta forma, o levantamento de dados foi realizado por meio de pesquisa aplicada descritiva, ou seja, os dados descritos foram aplicados a uma determinada população.

A partir dos dados informados pelo Sindicato da Indústria de Confecção e Vestuário de Santa Cruz do Sul (2018), o número de empresas cadastradas era de 75 organizações. Assim, foi escolhida uma empresa para aplicação dos questionários pré-testes, no qual continha 18 questões, sendo 4 questões abertas e 14 fechadas. De acordo com Gil (2018 p. 98), “o pré-teste não visa captar qualquer dos aspectos que constituem os objetivos do levantamento. Ele está centrado na avaliação dos instrumentos, visando garantir medir exatamente o que pretende medir”.

Já a abordagem quantitativa dos dados obtidos, foi realizada através da aplicação de um questionário à população do objeto em estudo. Conforme Collis e Hussey (2005, p. 58), “a pesquisa de caráter quantitativa possui o raciocínio de modo que a precisão, objetividade e rigor substituam palpites, experiência e intuição como maneira de investigar problema”. Yin (2010) diz que os dados quantitativos são importantes, pois permitem coletar



as informações, sendo os dados interligados a um estudo mais amplo que permitirá uma análise mais adequada.

Após a autorização dos proprietários da empresa para aplicação do pré-teste, no dia 10 de outubro de 2018, no turno da tarde, foi entregue o questionário presencialmente aos colaboradores, sendo recolhidos no início da tarde do dia seguinte. E com base nos resultados obtidos através do pré-teste, foram retiradas algumas questões como: se o funcionário era aposentado, como demonstrava a sua motivação, como consideram o seu desempenho profissional e quais às necessidades atuais. Na qual continha 15 questões fechadas de múltipla escolha, destas, 6 questões relacionadas à identificação do perfil do respondente e 9 questões relacionadas aos fatores motivacionais.

Na visão de Pereira (2018, p. 91), o questionário “é uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante. O questionário deve ser objetivo, limitado em extensão e estar acompanhado de instruções”. Ainda segundo Pereira (2018 p. 91), as questões “fechadas, em que a resposta está restrita a duas escolhas, como sim ou não; de múltipla escolha, em que há uma série de respostas possíveis”. Possibilitando atingir um número maior de pessoas, sendo as respostas anônimas, os respondentes levaram os questionários para casa e responderam quando acharam conveniente, além disso, os gastos são menores, devido a não exigência de treinamento e não permitindo a outras pessoas influenciarem nas respostas.

Antes da aplicação dos questionários junto a cada organização, verificou-se através de consulta de CNPJ no *site* da Receita Federal, que 33 empresas não se encontravam mais ativas. Assim, entre os dias 1 e 12 de abril de 2019, visitaram-se 42 empresas do ramo de confecção e vestuário em Santa Cruz do Sul, das quais 18 não permitiram a aplicação do questionário. No entanto, o questionário foi entregue nas 24 empresas restantes, no início da manhã e recolhido no fim da tarde do próximo dia.

Após a aplicação do questionário, os dados foram tabulados em uma planilha Excel, utilizando gráficos para demonstrar os resultados alcançados. Segundo Barros e Lehfeld (2007), tabulação seria processo em que os dados são inseridos em tabelas, sendo que os gráficos auxiliam na análise, facilitando no alcance do processo de estudo, podendo ser realizado manualmente ou em máquinas.

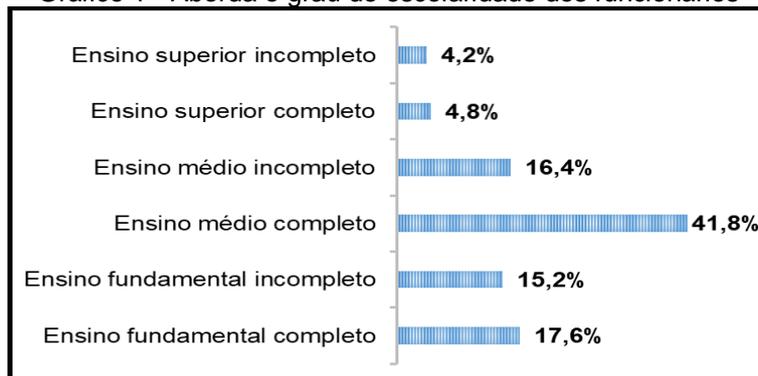


Para complemento dos dados encontrados, foi realizado um embasamento teórico. Na concepção de Malheiros (2011, p. 25), a revisão literária tem como “objetivo apresentar e confrontar não só as teorias identificadas, mas também seus argumentos de sustentação e suas principais críticas”. Com isso, a partir dos resultados obtidos, foi possível realizar uma análise para cada pergunta respondida, a fim de confrontar com teorias já existentes.

3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A descrição, a análise e a discussão dos dados foram realizadas em 24 empresas no município de Santa Cruz do Sul. As mesmas permitiram a aplicação dos questionários, totalizando 165 respondentes. Deste modo, as respostas foram representadas por 15 gráficos em blocos, para identificar os objetivos desta pesquisa.

Gráfico 1 - Aborda o grau de escolaridade dos funcionários



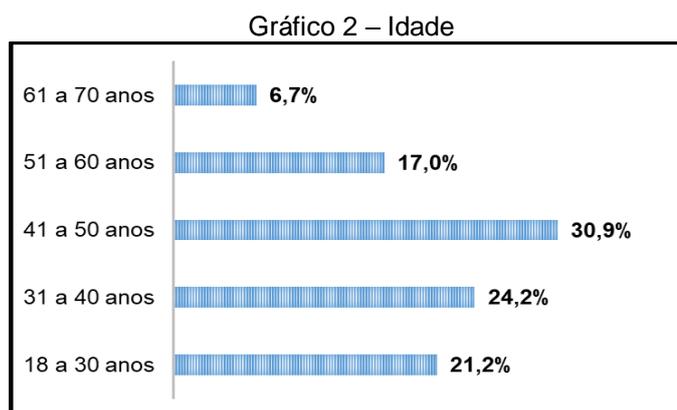
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

O Gráfico 1 demonstra que 41,8% dos funcionários desta amostra possuem o ensino médio completo; 17,6%, ensino fundamental completo; 16,4%, ensino médio incompleto; 15,2%, ensino fundamental incompleto; 4,8%, ensino superior completo e 4,2%, ensino superior incompleto.

A escolaridade está diretamente ligada à remuneração, de acordo com Bohlander (2005). Quanto maior a escolaridade, maior o nível de remuneração. Segunda a autora, no caso das costureiras pesquisadas, a maioria vem de classe média ou baixa, não tendo condições financeiras para poder ingressar em um ensino superior. Neste caso, como o setor e ou profissão de costura não exige uma qualificação ou escolaridade superior, faz com que grande parte destes trabalhadores tenham apenas o ensino médio completo.



Sendo assim, é uma das profissões que permite a estas pessoas contribuírem com os gastos e despesas da família. Quando estes profissionais ingressam em uma escolaridade superior, buscam novas oportunidades para colocação no mercado.



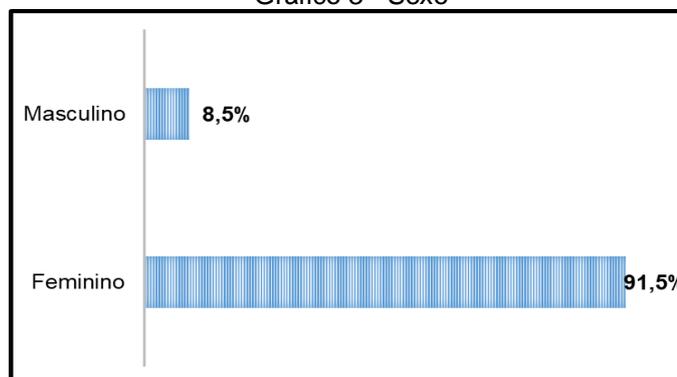
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 2, demonstra que a amostra pesquisada possui entre 18 e 70 anos de idade. Assim, a maior parte dos respondentes, com 30,9%, possui idade entre 41 e 50 anos; posteriormente, com 24,2% entre 31 e 40 anos; com 21,2%, a idade entre 18 e 30 anos; 17,0% de 51 a 60 anos e apenas 6,7% possui de 61 a 70 anos.

De acordo com o IBGE (2010), a maior parte da população do município de Santa Cruz do Sul/RS se concentra entre 25 e 49 anos. A partir dos 50 anos, a faixa etária da população começa a ter uma diminuição gradativa, sendo essa a idade da maioria dos trabalhadores legalizados na região. Assim, percebe-se que a maior porcentagem da amostra pesquisada, ou seja, trabalhadores de 41 a 50 anos representam a faixa etária destacada pelo Senso de 2010, realizado pelo IBGE.



Gráfico 3 - Sexo



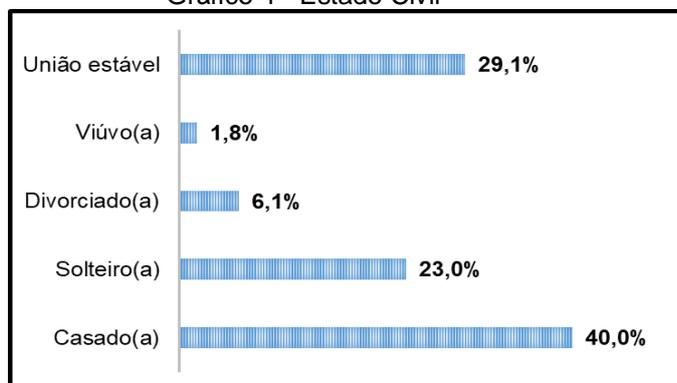
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A maioria dos participantes do estudo, conforme o Gráfico 3, são do sexo feminino, ou seja, 91,5%, e 8,5% dos respondentes são do sexo masculino. A predominância do sexo feminino pode ser resultante de ações que vêm de muitas décadas. Em um congresso operário na década de 1867, um participante enfatizou a seguinte frase: “para os homens, a madeira e o metal e para a mulher, a família e os tecidos” (PERROT, 2013, p.119). Entretanto, as mulheres entendiam este trabalho, como algo temporário, devido a iniciarem nesta profissão muito novas; ou casarem e largarem o trabalho, após terem os primeiros filhos, somente voltando depois que os filhos crescessem.

Dessa forma, conclui-se que a predominância do sexo feminino no setor de confecção e vestuário vem ocorrendo ao longo do tempo. Foi a partir da confecção de tecidos/vestuário, atividade pela qual era responsável em seu ambiente familiar, que a mulher começou a ingressar no mercado de trabalho. Assim, repassando o seu conhecimento de geração em geração para as mulheres da família, que hoje se observa essa prevalência feminina no mercado.



Gráfico 4 - Estado Civil



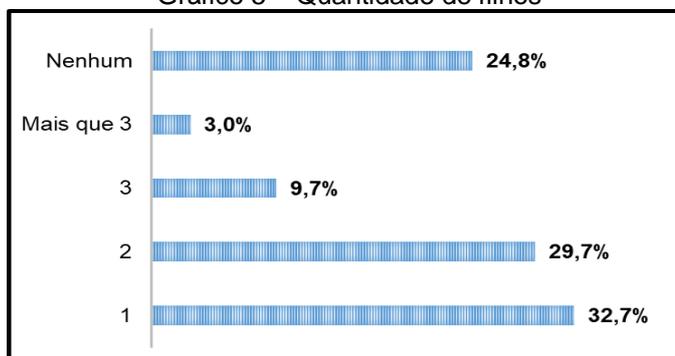
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Os empregados pesquisados, em sua maioria, são casados, representando 40,0%; 29,1% estão em uma união estável, ou seja, a maioria possui uma família constituída. Isso demonstra que esse grupo busca atender três necessidades básicas descritas por Maslow: a necessidade fisiológica de sexo atendida no casamento, a necessidade de segurança, proporcionada pela formação da família e a necessidade social que a formação de uma família proporciona, segundo Maximiano (2018).

Assim, percebe-se que a porcentagem de pessoas solteiras, divorciadas e viúvas chega apenas a 30,9%, muito menos do que casados e com união estável. De acordo com Costa e Bastos (2005), os maiores níveis de comprometimento estão relacionados a mulheres e pessoas casadas; com mais idade; tempo na organização; nível ocupacional e remuneração; menor escolaridade; características de trabalho inovador e não rotineiro; estilo participativo da gerência e liderança com habilidade de comunicação. Isso demonstra que a constituição gerada através do casamento é uma das principais necessidades atendidas neste setor da confecção e vestuário.



Gráfico 5 – Quantidade de filhos



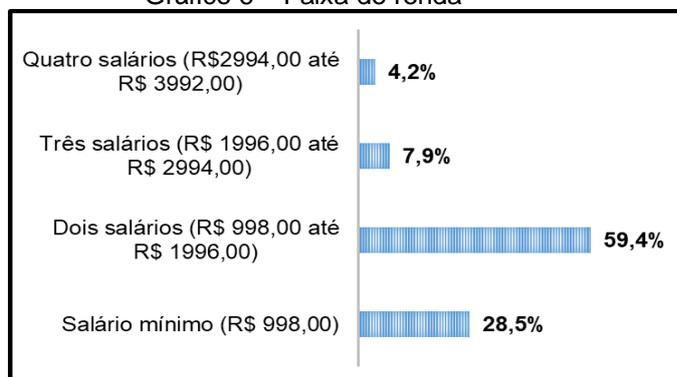
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 5 demonstra que 32,7% dos respondentes possuem somente um filho; 29,7%, dois filhos; 24,8%, nenhum filho; 9,7%, três filhos; e 3,0%, mais que três filhos. Segundo o *site* do IBGE (2010), o número de casais no Rio Grande do Sul sem filhos era de 787.403, e, em 2000, chegava a 517.481 famílias. Já os casais com filhos, nos anos 2000, de 1.649.648 passaram, em 2010, para 1.562.329.

Essa diminuição na quantidade de filhos, de acordo com Weo (2003), vem ocorrendo desde 1900. Até os anos 2000, cada grupo familiar tinha em torno de 6 filhos, diminuindo para 2,8 filhos. Segundo Alves e Cavenaghi (2016), isso pode ter ocorrido devido às transformações nos cenários econômico e social, processos de globalização, transformações de gênero, individualização das relações sociais e expectativa de vida. Mesmo com a diminuição de membros familiares, percebe-se que 75,1% do grupo pesquisado possuem filho (s), cuja maioria se trata de pessoas casadas, conforme o gráfico 4. Novamente, constata-se a necessidade de social e de segurança gerada pela família, onde os filhos são membros deste ambiente e, com isso, atendendo às necessidades, conforme a pirâmide de Maslow.



Gráfico 6 – Faixa de renda



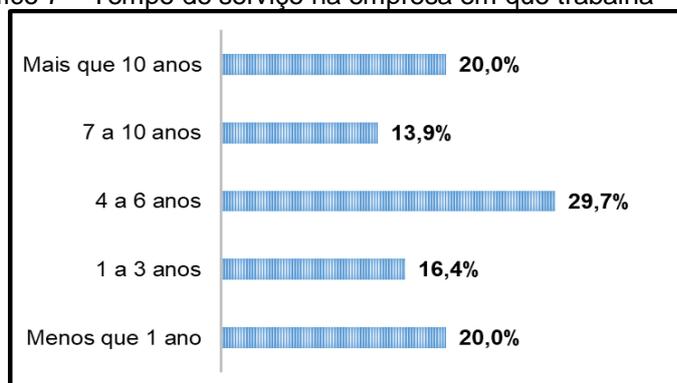
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 6 demonstra que 59,4% das pessoas do grupo pesquisado possuem uma faixa de renda familiar de dois salários mínimos; 28,5%, um salário mínimo; 7,9%, três salários mínimos; e 4,2%, quatro salários mínimos. Os funcionários deste grupo percebem que o valor mensal recebido provém do seu grau de experiência, tempo de serviço e reconhecimento. Quando estes são comparados aos outros indivíduos de classes semelhantes, tanto internamente quanto externamente, pode haver valores maiores para aqueles que possuem um maior grau de instrução, uma situação justa, segundo Bohlander (2005).

No ano de 2019, o dissídio deste setor de confecção e vestuário passou a ter reajuste de 4,10%, conforme o *site* Dissidio (2019). Contudo, nem sempre o aumento de salário está de acordo com as convenções coletivas. O salário base deste setor pode estar relacionado ao piso mínimo salarial regional que atualmente está entre R\$ 1.237,15 a R\$ 1.567,81. Desta forma, conclui-se que a maior parte do grupo da pesquisa possui uma renda dentro do mínimo regional estabelecido e, com isso, conseguindo atender as suas necessidades fisiológicas e de segurança.



Gráfico 7 – Tempo de serviço na empresa em que trabalha



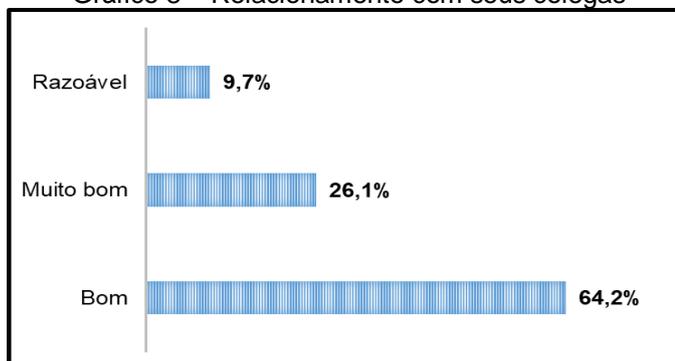
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O tempo de serviço dentro das organizações, foi abordado para verificar se as empresas possuem alto nível de rotatividade ou não. Assim, foram obtidos os seguintes resultados dentro do grupo pesquisado, conforme mostra o Gráfico 7: 29,7% dos funcionários possuem de 4 a 6 anos de serviço na empresa; 20,0% possuem menos de um ano e mais que 10 anos na organização; 16,4% possuem de 1 a 3 anos de empresa; e 13,9% possuem de 7 a 10 anos na empresa. Verificou-se que o nível de rotatividade no setor ocorre entre os três primeiros anos, e, entre 4 a 6 anos, tende a uma estabilidade que, a partir do sétimo ano, aumenta novamente nas empresas.

Para Gil (2018), o fator que contribui para o aumento da rotatividade nas empresas é a insatisfação dos empregados com as questões motivacionais não realizadas, juntamente com os interesses da companhia. Mas, para Chiavenato (2016), a rotatividade pode ser causada por fatores tanto internos como externos. Como variável externa, pode ser colocada a demanda da oferta e da procura, as oportunidades no mercado de trabalho, o ambiente econômico. Já, como fatores internos, o salário e benefícios, estilo de gerência, oportunidade de crescimento, relacionamento com colegas e ambiente organizacional, são responsáveis por grande parte dos problemas com rotatividade. Dessa forma, observa-se que a maior parte do grupo pesquisado está entre 4 a 6 anos na organização, pois nesse período as pessoas começam a atender as suas necessidades fisiológica, de segurança e social. Após atender estas necessidades básicas, como água, luz, estabilidade, emprego, amizade e família, as pessoas começam a buscar e atender as suas necessidades de estima e realização pessoal.



Gráfico 8 – Relacionamento com seus colegas



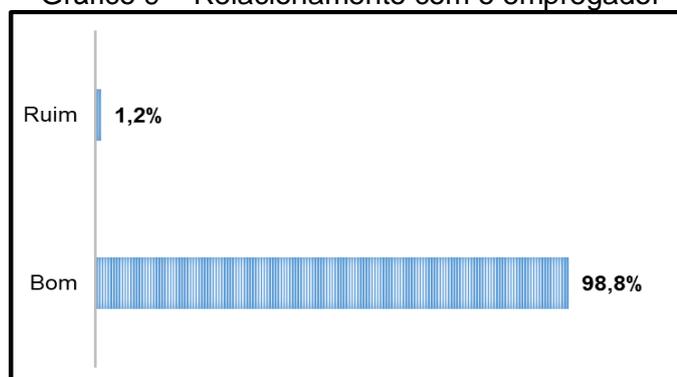
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 8 mostra, que 64,2% dos respondentes desta pesquisa possuem um bom relacionamento com os colegas; 26,1% declaram que é muito bom; e 9,7% declaram que o relacionamento com os colegas é razoável. De acordo com Chiavenato (2016), o clima organizacional depende de cada organização, sendo diretamente ligado à moral, à satisfação dos integrantes de cada equipe. Além do ambiente, envolve fatores estruturais que a empresa oferece ao empregado, como sua organização, tecnologia empregada, políticas internas, atitudes e comportamentos sociais. Para Gil (2018), os empregadores devem motivar todos da mesma forma, sem preferidos, fazendo com que todos tenham as mesmas chances dentro do padrão e que haja um ambiente agradável e sem brigas.

A partir do grupo pesquisado, verificou-se que o setor de vestuário e confecção visa proporcionar um ambiente de trabalho com um bom relacionamento interpessoal. Conforme destaca Chiavenato (2016), na Pirâmide das Necessidades descritas na Teoria de Maslow, a amizade é uma das necessidades sociais e o respeito dos outros e aos outros é uma necessidade de quem visa atender a estima.



Gráfico 9 – Relacionamento com o empregador



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

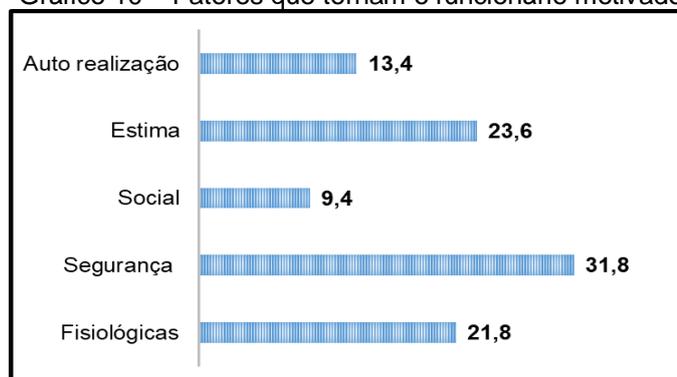
O Gráfico 9, mostra que 98,8% das pessoas que responderam à pesquisa possuem um bom relacionamento com o empregador. Na concepção de Silva (2013), “liderança é o processo de dirigir e influenciar as atividades de pessoas no sentido de alcançar os objetivos de uma organização”. Para Maximiliano (2018), os liderados seguem o líder, devido a alguma razão ou motivo.

Quando se trata de uma relação entre empregados e gestores em um ambiente de trabalho, o relacionamento entre ambos os respondentes desta pesquisa se encontra agradável, demonstrando que possuem respeito um pelo outro, proporcionando um ambiente agradável e motivador. De acordo com Chiavenato (2016), o clima organizacional depende de cada organização, sendo diretamente ligado à moral e à satisfação dos integrantes de cada equipe.

Assim, o relacionamento entre líderes e liderados tem o poder de influenciar nos desafios gerados no dia a dia, instigando resultados positivos dentro da organização. Consequentemente, alcançando mais uma das necessidades descritas por Maslow, a de estima, obtém-se o respeito dos outros e aos outros, tornando-se um ambiente motivador na busca de melhoria, capacidade de satisfazer sempre uma nova carência e um novo objetivo para ambas as partes.



Gráfico 10 – Fatores que tornam o funcionário motivado



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 10 apresenta os fatores motivacionais destacados pelo grupo pesquisado, tendo como base a teoria das necessidades de Maslow. Dentre as necessidades fisiológicas, os fatores motivacionais destacados pelo grupo pesquisado, com 10,6%, apontam para a satisfação de necessidades básicas, como água, comida e repouso. Ainda, com 10,6%, observa-se o fator motivacional como o horário de trabalho, e 0,6%, intervalo para descanso. Para Chiavenato (2016), as necessidades fisiológicas estão no nível mais baixo da pirâmide, estão ligadas diretamente à alimentação, fome, sede, moradia, além de necessidades relacionadas a obter uma noite de sono, repondo suas energias e satisfazer o seu desejo sexual.

No segundo degrau da pirâmide de Maslow, ressalta-se a necessidade de segurança. Os fatores motivacionais destacados pelos respondentes da pesquisa foram 22,7% relacionados a ter um emprego; 7,0%, salário, e 2,1%, plano de saúde. De acordo com Chiavenato (2016), são consideradas necessidades de segurança as que fazem as pessoas se sentirem seguras, ou seja, ter estabilidade no emprego, proteção contra ameaças, fuga ao estar exposto ao perigo, doenças e incertezas que possam surgir. Quando há falta desta necessidade de segurança, o indivíduo começa a se preocupar e vai em busca deste elemento para reestabelecer a sensação de segurança.

Os fatores motivacionais destacados pelo grupo pesquisado, no terceiro degrau da pirâmide de Maslow, referem-se à necessidade social. Com 5,8% foi destacado o fator relacionado ao fator amizade, a amizade com os colegas; e 3,6%, chefe amigável. Para Pequeno (2012), geralmente, quando buscada essa necessidade, as demais citadas já



estarão supridas, fazendo com que se precise integrar com a sociedade, fazer amizades, ter aceitação de um grupo, ser compreendido, ter um relacionamento, dar e receber carinho e obter consideração dos outros. A falta desta necessidade provoca frustração, isolamento e solidão da pessoa.

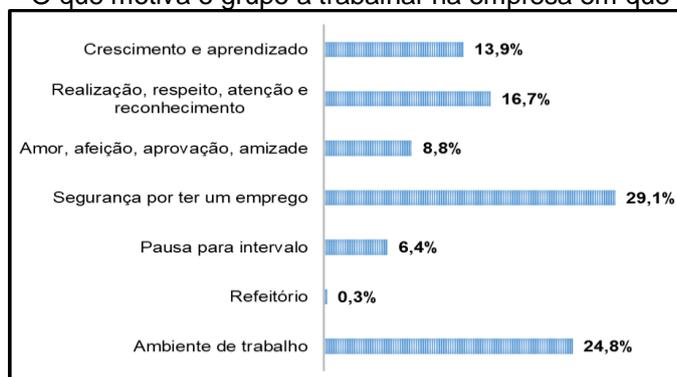
Os respondentes da pesquisa também apontaram como fatores motivacionais, com 11,8%, orgulho da atividade que exerce; 8,8% suas responsabilidades na atividade; e 3,0% recebimento de um elogio da chefia por suas atividades. Esses fatores fazem parte das necessidades de estima da pirâmide de Maslow em sua teoria das necessidades. Segundo Chiavenato (2016), esta carência situa-se no quarto degrau da pirâmide de Maslow e está relacionada com o que a pessoa pensa de si de como ela se avalia e a aprovação da sociedade. Envolve satisfação do ego, status, prestígio, orgulho, auto respeito, confiança, consideração, reconhecimento de seus resultados, admiração dos colegas, ser independente e ter autonomia.

E, por fim, no último degrau, no topo da pirâmide de Maslow, estão as necessidades de auto realização. O grupo pesquisado destacou, como fatores motivacionais, com 6,7%, o crescimento na sua atividade; e, com 6,7%, a participação nas melhorias das atividades da empresa. Conforme Chiavenato (2016), chegar a essa necessidade, indica que a pessoa se encontra auto realizada, autodesenvolvida, obtendo excelência pessoal, competência suficiente para resolver problemas ou atividades que possam surgir. Cada vez mais ela se impulsiona para tornar-se melhor, no seu dia a dia, ou seja, se aprimorar constantemente.

Por fim, ao analisar individualmente os fatores motivacionais descritos pelo grupo pesquisado, a necessidade de ter um emprego se torna o principal fator com 22,7%, sendo este um fator relacionado à necessidade de segurança. Em seguida, foi destacado, como fator motivacional, com 11,8%, o orgulho da atividade que exerce, o que está relacionado à necessidade de estima. Desta forma, verifica-se que a maior motivação está ligada a atender a necessidade de segurança, considerando que a maioria do grupo se refere a pessoas casadas que constituem uma família. Consequentemente, o fator motivacional estabilidade no emprego permite que os mesmos se sintam seguros para poder satisfazer suas carências primárias e incertezas futuras.



Gráfico 11 – O que motiva o grupo a trabalhar na empresa em que atua



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Percebe-se que na pesquisa, a maior parte dos respondentes, ou seja, 29,1%, motiva-se para trabalhar na empresa em que atua devido à segurança de ter um emprego. Desta forma, destaca-se novamente, em primeiro plano, a importância para as pessoas que trabalham na indústria de confecção e vestuário, em atender a sua necessidade de segurança. Em seguida, com uma porcentagem de 24,8%, o que influencia na motivação é o ambiente de trabalho, tornando-se um fator muito importante e observado pelos funcionários dentro da organização em que atuam. Posteriormente, com 16,7%, foram destacados a realização, o respeito, a atenção e o reconhecimento; com 13,9%, crescimento e aprendizado; com 8,8%, amor, afeição, aprovação e amizade e, por fim, 6,4%, pausa para intervalo.

A motivação dentro de uma organização é muito particular para cada indivíduo. Conforme destaca Chiavenato (2016), as pessoas podem ser motivadas de várias maneiras, algumas pensam em trabalhar menos, outras em ganhar mais dinheiro, manter o emprego, ter mais tempo para família, amigos, possuir alimentação saudável, fazer exercícios físicos e ter vida social. Outras pessoas já preferem um bom ambiente de trabalho, desenvolvimento profissional, relacionamentos interpessoais, reconhecimento da organização pelas suas atividades.

Portanto, dentre as empresas pesquisadas deste segmento, a forma de motivação pode variar de uma pessoa para outra, já que ambas possuem motivações diferentes. Porém, neste mercado, verificou-se que a maior parte das empresas visa oferecer a



segurança gerada por ter um trabalho, assim como proporcionar um ambiente de trabalho agradável e que seja uma forma de motivar o trabalhador dentro da mesma.

Gráfico 12 – Insatisfação e/ou desmotivação no ambiente de trabalho



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 12 demonstra, dentre o grupo pesquisado, o que causa a insatisfação ou desmotivação no ambiente de trabalho, nas indústrias de confecção e vestuário de Santa Cruz do Sul. Constatou-se que a falta de reconhecimento foi uma das causas citadas por 30,9% dos respondentes, o que ressalta a importância de reconhecimento dentro de uma empresa. Porém, com uma porcentagem muito similar, foi destacada, com 30,3%, a falta de trabalho em equipe entre os colegas, sendo que o ambiente de trabalho é um dos pontos que motivam as pessoas em trabalhar na empresa, conforme destacado no gráfico 11.

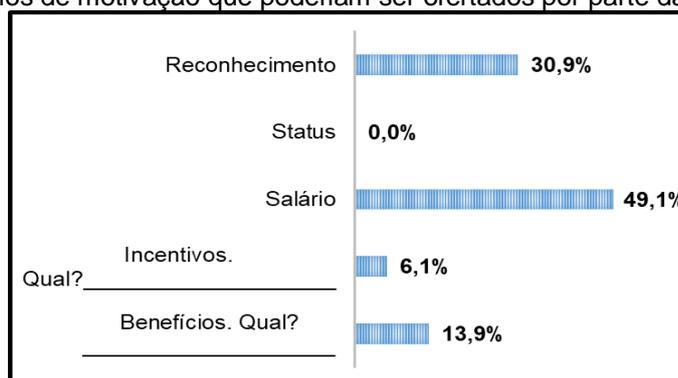
Além disso, também foi apontada, com 11,5%, a desmotivação causada devido as pessoas com menos experiência serem mais valorizadas; 9,1% se desmotivam ou se sentem desmotivados com problemas relacionados à produção. Também se destaca, com 7,3%, o trabalho monótono, cansativo e repetitivo; 6,1% não possuem nenhuma desmotivação e/ou insatisfação e, por fim, 4,8% destacaram outros pontos, como salário baixo e impossibilidade de realização de suas atividades corretamente.

De acordo com Chiavenato (2016), quando aquilo que a pessoa faz, promove crescimento profissional, reconhecimento, auto realização e responsabilidade, a mesma se motiva, provocando a satisfação. Mas quando os fatores motivacionais são precários, causam a insatisfação e o descontentamento. A busca por este reconhecimento e a motivação gerada por um ambiente de trabalho apontado por esse grupo visam atender a



necessidade de estima, conforme destaca Chiavenato. A necessidade de estima envolve satisfação do ego, status, prestígio, orgulho, auto respeito, confiança, consideração, reconhecimento de seus resultados, admiração dos colegas, ser independente e ter autonomia.

Gráfico 13 – Meios de motivação que poderiam ser ofertados por parte da empresa



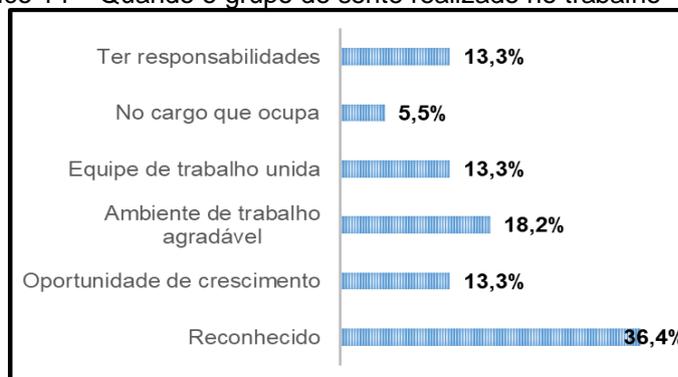
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Conforme demonstra o Gráfico 13, 49,1% dos respondentes consideram que o salário é um dos principais meios de motivação que poderia ser ofertados por parte da empresa. Em seguida, com 30,9%, o grupo respondeu que a empresa poderia ofertar reconhecimento; 13,9% ressalta benefícios como vale-alimentação, plano de saúde, cursos, entre outros. Por fim, com 6,1%, foram observadas questões relacionadas a incentivos, dentre eles, liderança, bônus, participação dos lucros e Programa de Participação nos Resultados (PPR).

Segundo o SEBRAE (2014), existe um grande número de rotatividade dos funcionários na indústria de confecção e há falta de profissionais para ocupar as vagas disponíveis no mercado. Dentre os motivos citados, estão os baixos salários, que levam muitas vezes os profissionais a trabalharem de uma forma autônoma, para um setor mais específico, como de festas a fantasia. Além disso, o salário é que irá atender a renda familiar suas necessidades de segurança, pois segundo Chiavenato (2016), o salário pode ser considerado uma forma de garantir a estabilidade, proteção contra ameaças, fuga ao estar exposto ao perigo, doenças, incertezas e se sentir seguro em relação aos desafios que possam surgir.



Gráfico 14 – Quando o grupo de sente realizado no trabalho



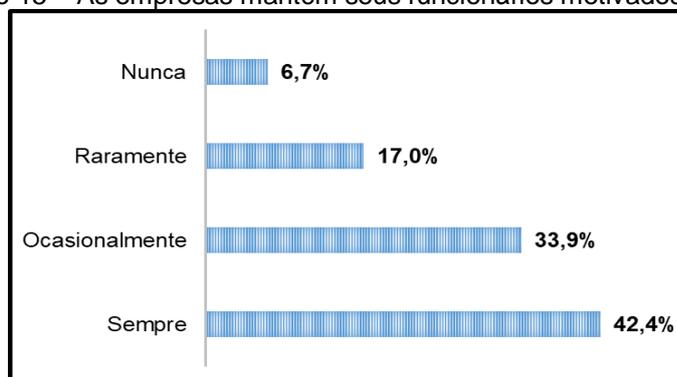
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O Gráfico 14 demonstra a forma como o grupo pesquisado sente-se realizado no ambiente de trabalho. O reconhecimento foi o ponto mais destacado com 36,36%, pois visa atender a necessidade de estima. Já com 18,18% um ambiente de trabalho agradável torna a pessoa realizada. Além disso, foram apontados, dentre as formas de realização, a oportunidade de crescimento com 13,33%; com 13,33% ter responsabilidades; também com 13,33% equipe de trabalho unida e, por fim, com 5,45% o cargo que ocupa.

Dessa forma, verifica-se que o funcionário precisa de reconhecimento em seu ambiente de trabalho para sentir-se realizado, de maneira que as pessoas ao seu redor percebam o seu esforço e dedicação nas suas obrigações junto à empresa. O reconhecimento já foi apontado em uma questão anterior como um dos principais meios de motivação que podem ser ofertados pela empresa. Essa questão ressalta a busca por suprir a necessidade de estima do grupo de pesquisados da indústria de confecção e vestuário. Conforme Chiavenato (2016), a estima se encontra no quarto nível da pirâmide das necessidades de Maslow, e a mesma está relacionada com a forma que a pessoa pensa de si, de como ela se avalia e a aprovação da sociedade.



Gráfico 15 – As empresas mantêm seus funcionários motivados



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A partir do Gráfico 15, pode-se observar que, para 42,4% do grupo pesquisado, a empresa sempre oferece o suporte necessário para manter o funcionário motivado; para 33,9%, essa ação ocorre ocasionalmente; para 17,0%, raramente; e, para 6,7%, nunca foi dado o suporte necessário. Assim, pode-se concluir que a maioria das empresas do segmento de confecção e vestuário de Santa Cruz do Sul se preocupa com o nível de motivação de seus funcionários.

Ao verificar esses resultados, foi possível comparar os mesmos com uma das questões citadas anteriormente, em que os funcionários respondentes destacam que são motivados a trabalhar nesta empresa, devido à segurança por ter um emprego e também por causa do ambiente de trabalho. Segundo Di Nizo (2015), com os avanços tecnológicos e a necessidade de inovação, as empresas montam equipes de pessoas de diferentes culturas para poderem trocar informações sobre diferentes pontos. Desenvolver, reter e atrair talentos não é uma tarefa fácil, pois conseguir-los na mesma proporção dos interesses e desejos das organizações requer treinamento e processo de desenvolvimento.

Portanto, acredita-se que a maioria destas indústrias sempre se preocupa em garantir a permanência dos funcionários por mais tempo na organização, além de oferecer condições de ambiente de trabalho adequadas. Boudreau e Milkovich (2015) descrevem que os funcionários auxiliam na melhoria de resultados, produtividade, competitividade, educação, atitudes, características, capacidades, motivações, além do crescimento profissional. Portanto, o reconhecimento dos funcionários pelo empregador torna-se algo



indispensável para que funcionários deste segmento se mantenham motivados dentro da organização.

CONCLUSÃO

A análise teve a finalidade quais os fatores que motivam os funcionários da Indústria Confecção e Vestuário de Santa Cruz do Sul, sendo que pesquisa foi realizada com 165 pessoas. Buscou-se verificar o perfil, as causas de motivação e insatisfação dos funcionários do objeto de estudo, suas necessidades motivacionais e, assim, sugerir programas de motivação de acordo com os dados obtidos.

A partir dos resultados, foi possível identificar que o fator motivacional que mais influenciam neste segmento é a necessidade de estima, devido os funcionários buscarem pelo reconhecimento de sua atividade, ser um dos principais objetivos a serem almejados para o seu desenvolvimento, tanto profissional como pessoal. Conseqüentemente, isso demonstra o orgulho pela atividade alcançando a necessidade de estima, social e a preocupação dos trabalhadores em terem um emprego, para obter uma estabilidade financeira e, com isso, poder atender as carências da sua família, além de suas necessidades básicas e auxiliar na busca e construção de sonhos e objetivos futuros.

Com base nas questões aplicadas, pôde-se descobrir o perfil dos funcionários do setor da indústria de confecção e vestuário; em sua maioria são do sexo feminino, que possuem ensino médio completo, de meia idade, casadas e com filhos, possuindo uma renda de aproximadamente um a dois salários mínimos. Isso reforça que estas mulheres, desde a primeira Revolução Industrial, lutam pela aceitação de seu trabalho que na época já vinha ocorrendo nas fábricas de tecidos e em ateliês, sendo elas as que mais ocuparam o número no quadro de funcionários das empresas desse ramo. Dessa forma, a atividade de confecção de tecidos/vestuário, pela qual eram responsáveis, já vinha desde o seu ambiente familiar, repassando o seu conhecimento de geração em geração para as mulheres da família, por isso que hoje se observa essa prevalência feminina no mercado.

Contudo, ao verificar as causas da motivação e insatisfação dos funcionários do objeto de estudo, pode-se observar, com base nos gráficos, que o que mais os motiva é ter um emprego, podendo assim satisfazer suas necessidades básicas de poder contribuir com o



sustento da casa e possuir uma estabilidade financeira mensal. Porém, a insatisfação está sendo causada nestes trabalhadores pela falta de reconhecimento em seu ambiente de trabalho, fator que faz parte da necessidade de estima. Destacando – se assim, a falta de crescimento profissional, não estipulando um plano de carreira, cursos na área, plano de saúde e vale alimentação.

Deste modo, podem-se sugerir programas de motivação a implementação de planos de carreira, vale-alimentação, plano de saúde ou auxílio, avaliação de desempenho, feedback, treinamento em sua área de atuação. Também, podem incentivar e ajudar os funcionários para que possam continuar estudando, já que grande parte dos funcionários possui ensino médio completo, assim como ensino superior. Ou, até mesmo, incentivá-los a realizar cursos de especialização em sua atividade de costura, para auxiliá-los a desempenhar suas atividades de maneira que se torne mais simples e fácil de execução, como também para aprender do porquê de cada etapa do processo. Estas práticas, sendo aplicadas, podem beneficiar o funcionário, assim como a empresa. Um vez que fornece a qualidade de vida de maneira geral e causar influencia no processo produtivo e no ambiente de trabalho.

O presente estudo demonstra uma análise de fatores motivacionais na indústria do vestuário e confecção. Nesse sentido, sugerem-se futuras pesquisas neste segmento, que a pesquisa motivacional seja realizada a partir de outras teorias motivacionais, sendo aplicáveis, juntamente com outros elementos, como a rotatividade e a qualidade de vida do trabalho, tendo assim uma visão geral de todas as partes relacionadas aos fatores motivacionais dos funcionários da indústria de vestuário de Santa Cruz do Sul.

REFERÊNCIAS

ABIT. **Indústria Têxtil e de Confecção Brasileiras**. Brasília, junho de 2013. Disponível em: http://www.abit.org.br/conteudo/links/publicacoes/cartilha_rtcc.pdf. Acesso em: 06 maio 2018.

ABIT. **Setor têxtil atual e de confecção momento atual e agenda de trabalho**. São Paulo, 2015. Disponível em:



http://www.abit.org.br/conteudo/links/apresentacoes/2016/app-circuito-para_fernando.pdf. Acesso em: 06 maio 2018.

ALVES, Ana Elizabeth Santos. **Fundamentos históricos da separação entre trabalho de homem e trabalho de mulher: algumas notas.** *Revista HISTEDBR On-line*, Campinas, n. 41, p. 174-187, mar. 2011. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/histedbr/article/view/8639844>. Acesso em: 06 maio 2018.

BARBIERI, Franco. **Gestão de pessoas nas organizações: conceitos básicos e aplicações.** São Paulo: Atlas, 2016.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BOHLANDER, George. **Administração de recursos humanos.** São Paulo: Thomson, 2005.

CAMPOS, Cláudia Valentina de Arruda; MALIK, Ana Maria. Satisfação no trabalho e rotatividade dos médicos do Programa de Saúde da Família. *Revista Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 42, n.2, p. 347-368, Abr. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php>. Acesso em: 28 abr. 2018.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas.** Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: Edusp, 2008. 416 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos: fundamentos básicos.** 8. ed. rev. atual. Barueri, São Paulo: Manole 2016.

CHRISLEY, Chrysthian (2013). **Teoria dos dois fatores de Herzberg** Disponível em: <http://tabelasdeconcursos.blogspot.com/2013/05/teoria-dos-dois-fatores-de-herzberg.html>. Acesso em: 16 set. 2018.

COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação.** Tradução Lúcia Simonini. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CONTENTE, Bárbara Sofia Gonçalves. **O Marketing na Comunicação e Reputação de Marcas de Moda.** Universidade Europeia, Laurete International Universitis, 2017. Disponível em: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/21987/1/Projeto%20Final%20de%20Mestrado_B%C3%A1rbara%20Sofia%20Gon%C3%A7alves%20Contente_FINAL.pdf Acesso em: 7 set. 2018.



COSTA, Fabíola Marinho, e BASTOS, Antônio Virgílio Bittencourt (2005). **Múltiplos comprometimentos no trabalho: os vínculos dos trabalhadores de organizações Agrícolas.** In: Anais do XXI ENCONTRO ANUAL DA ANPAD. Brasília/DF. CD-ROM.

COSTA, Sebastião Nascimento da. (2017) **Motivação no Trabalho: Análise dos consultores de venda de veículos de uma empresa da cidade de João Pessoa.** Universidade Federal de Paraíba. João Pessoa/PB, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/4158/1/SNC11052018.pdf>. Acesso em: 7 set. 2018.

DI NIZO, Renata. **Equipes solidárias: Por que em grupo e não sozinho?** São Paulo: Summus, 2015.

DISSIDIO. **Salário de Encarregado de Costura na Confecção do Vestuário 2019 - Reajuste salarial atual.** Site do Dissidio 2019. Disponível em: <https://dissidio.com.br/salario/cbo-760310/encarregado-de-costura-na-confeccao-do-vestuario/>. Acesso em: 23 jul. 2019.

FÉRES-CARNEIRO, Terezinha. **Entrevista Familiar Estruturada - EFE: um método clínico de avaliação das relações familiares.** São Paulo: Casa do Psicólogo, 2005.

FIORELLI, José Osmir. **Psicologia para Administradores: Integrando Teoria e Prática.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

HOLLANDER, Anne. **Sexo e as roupas: a evolução do traje moderno.** Tradução de Alexandre Tort. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

MALHEIROS, Bruno Taranto. **Metodologia da pesquisa em educação.** Rio de Janeiro: LTC, 2011.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amauru. **Teoria Geral da Administração: da revolução urbana digital.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MILKOVICH, George T, BRONDREAU, John W. **Administração de Recursos Humanos.** Tradução Reynaldo C. Marcandes. 1. ed. 12 reimpr. São Paulo: Atlas 2015.

NOVAES, Clarissa Alves de. **Evolução histórica do ofício de costureira e sua configuração em ateliês de costura de Viçosa – MG.** Disponível em: <https://docgo.net/view-doc.html?utm_source=evolucao-historica-do-oficio-de-costureira-e-sua-configuracao-em-atelies-de-costura-de-vicosa-mg>. Acessado em: 12 maio 2019.



OLIVEIRA, Patrícia Morilha. de; LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. **Avaliação da gestão de programas de qualidade de vida no trabalho**. RAE-eletrônica, v.4, n.1, art.9, jan./jul. 2005.

PEQUENO, Álvaro. **Administração de recursos humanos**. 1. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. Tradução Ângela M. S. Côrrea. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

PILATTI, Luiz Alberto. Qualidade de vida no trabalho e teoria dos dois fatores de Herzberg: possibilidades-limite das organizações. **Revista Brasileira de Qualidade de Vida**. Ponta Grossa, v. 4, n. 1, p. 18-24. Disponível em: <file:///C:/Users/Cristiano/Downloads/1195-4194-1-PB.pdf>. Acesso em: 7 set. 2018.

PROST, Antoine; VICENT, Gérard. **História da Vida Privada 5: da primeira guerra a nossos dias**. Tradução Denise Bottmann e Dorothee de Bruchard. 6. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

ROBBINS, Stephen. **Comportamento Organizacional**. Tradução Reynaldo Marcondes. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ROBBINS, Stephen; JUDGE, Timothy A. **Fundamentos do comportamento organizacional**. 12. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

ROMERO, Sonia Mara Thater; SILVA, Selma França Costa e; KOPS, Lucia Maria. **Gestão de pessoas: conceito e estratégias**. Curitiba: InterSaberes, 2013.

SAVIANI, Dermeval. Educação e trabalho artesanal. *In*: RUGIU, Antonio Santoni. **Nostalgia do mestre artesão**. Campinas, SP: Autores Associados, 1998. p. 1-10.

SEBRAE. **Como montar uma indústria de confecção**. Santa Catarina. Ideias e Negócios. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-industria-de-confeccao,ca187a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 06 maio 2018.

SEBRAE. **Costureiros e a rotatividade na indústria do vestuário**. Santa Catarina. Ideias e negócios, novembro 2015. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-industria-de-confeccao,ca187a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 06 maio 2018.

SEBRAE. **O crescimento do setor têxtil demanda novas estratégias para o mercado**. Santa Catarina, Copyright 2019. Disponível em: <http://blog.sebrae-sc.com.br/crescimento-do-setor-textil-demanda-novas-estrategias-para-o-mercado/>. Acesso em: 06 maio 2018.



SENNETT, Richard. **O Artífice**. Tradução Clóvis Marques. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.

SILVA, Reinaldo. Oliveira. **Teorias da Administração**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2001.

SILVA, Andréia Cristina Lopes Frazão da (org.). **História e trabalho**: entre artes e ofícios. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

SILVA, Reinaldo Oliveira. **Teoria da administração**. 3 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

WEO - World Economic Outlook, **Fundo Monetário Internacional**, setembro de 2003. Disponível em: <http://www.imf.org/>. Acesso em: 21 maio 2019.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução Ana THorell. 4. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2010.