

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

LUAN SIEPMANN DA SILVA

**ESTUDO DO CLIMA ORGANIZACIONAL DE UMA EMPRESA DE CONFECÇÃO
LOCALIZADA EM MORRO DA FUMAÇA/SC**

CRICIÚMA

2016

LUAN SIEPMANN DA SILVA

**ESTUDO DO CLIMA ORGANIZACIONAL DE UMA EMPRESA DE CONFECÇÃO
LOCALIZADA EM MORRO DA FUMAÇA/SC**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração Linha de Formação Específica em Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador: Prof^o MSc. Nelson Savi.

CRICIÚMA

2016

LUAN SIEPMANN DA SILVA

**ESTUDO DO CLIMA ORGANIZACIONAL DE UMA EMPRESA DE CONFECÇÃO
LOCALIZADA EM MORRO DA FUMAÇA/SC**

Monografia apresentada para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração com Linha de Formação Específica em Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 21 de 06 de 2016.

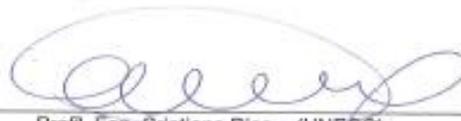
BANCA EXAMINADORA



Prof^o MSc. Nelson Savi – Orientador - (UNESC)



Prof^o Esp. André Pais Topanotti - (UNESC)



Prof^o Esp. Cristiane Dias – (UNESC)

CRICIÚMA

2016

RESUMO

SILVA, Luan Siepmann da. **Estudo do clima organizacional de uma empresa de confecção localizada em Morro da fumaça/SC**. 2016. 77 paginas. Monografia do Curso de Administração de Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

O Clima Organizacional refere-se à qualidade do ambiente de trabalho onde estão inseridos os membros das organizações e através dele é possível medir o grau de satisfação dos profissionais em relação ao ambiente de trabalho. Diante do exposto, o presente trabalho teve como objetivo estudar a qualidade do clima organizacional, tendo como base de estudos o setor de produção de uma confecção de Morro da Fumaça/SC. A metodologia utilizada no trabalho caracterizou-se como uma pesquisa descritiva, quanto aos meios será utilizada a pesquisa bibliográfica, a pesquisa de campo e o estudo de caso. Quanto à população alvo da pesquisa foram considerados os profissionais do setor de produção de uma confecção da cidade de Morro da Fumaça, com um total de retorno na ordem de 62 profissionais dos 90 questionados. O estudo realizou-se por dados primários e a técnica de coleta de dados quantitativa. Foi elaborado questionário para analisar qual o perfil do profissional e com afirmações sobre temas ligados ao clima organizacional para mensurar o grau de satisfação dos profissionais. A análise dos dados se deu da forma quantitativa. Identificou-se o perfil dos pesquisados e que os profissionais estão satisfeitos quanto à administração da empresa, suas lideranças e quanto à estrutura do ambiente, foram constatados alguns pontos que precisam de melhorias, sendo a motivação e a remuneração. Com a conclusão do estudo, identificou-se que apesar dos problemas identificados o clima organizacional é favorável, pois a maioria dos temas abordados está satisfatória segundo os pesquisados.

Palavras Chave: Administração, Pessoas, Satisfação, Clima Organizacional.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Clima Organizacional	6
Figura 2: A hierarquia das necessidades de Maslow.	13
Figura 3: Processo de comunicação nas organizações	15
Figura 4: Máquina de tear	19
Figura 5: Processo produtivo têxtil.	21

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Segmentos do vestuário	18
Quadro 2: Divisão do Vestuário.....	19
Quadro 3: Plano de coleta de dados	27

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Gênero.....	28
Gráfico 2: Faixa etária.....	29
Gráfico 3: Estado Civil.....	30
Gráfico 4: Escolaridade.....	30
Gráfico 5: Tempo de empresa.....	31
Gráfico 6: Salário.....	32
Gráfico 7: Satisfação quanto a higiene e limpeza.....	33
Gráfico 8: Refeitório.....	34
Gráfico 9: Qualidade do maquinário e equipamentos.....	35
Gráfico 10: Bebedouros e banheiros.....	36
Gráfico 11: Volume de trabalho.....	36
Gráfico 12: Espaço para atividades.....	37
Gráfico 13: Pagamentos em dia.....	38
Gráfico 14: Salário atual.....	39
Gráfico 15: Necessidades básicas.....	40
Gráfico 16: Salário X Cargo.....	41
Gráfico 17: Encarregados receptivo a sugestões.....	42
Gráfico 18: Sente-se respeitado.....	43
Gráfico 19: Encarregado profissional.....	43
Gráfico 20: Encarregado líder.....	44
Gráfico 21: Orientações claras e objetivas.....	45
Gráfico 22: Sentimento de valorização.....	46
Gráfico 23: Motivação para trabalhar.....	46
Gráfico 24: A empresa é um bom lugar para trabalhar.....	47
Gráfico 25: Motivação ao trabalhar.....	48
Gráfico 26: Reconhecimento.....	49
Gráfico 27: Profissionais desmotivadores.....	49
Gráfico 28: Gostaria de trabalhar em outra organização.....	50
Gráfico 29: Empresa ética.....	51
Gráfico 30: Dialogo empresa-funcionário.....	52
Gráfico 31: Realizar outra função na empresa.....	52
Gráfico 32: Transporte trabalho-casa.....	53
Gráfico 33: Estabilidade do emprego.....	54
Gráfico 34: Cooperação de departamentos.....	54

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	1
-------------------	---

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA	2
1.2 OBJETIVOS	3
1.2.1 Objetivo geral	3
1.2.2 Objetivos específicos.....	3
1.3 JUSTIFICATIVA	3
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	5
2.1 CLIMA ORGANIZACIONAL	5
2.2 AS PESSOAS	7
2.3 AS ORGANIZAÇÕES.....	8
2.4 AS PESSOAS NAS ORGANIZAÇÕES	9
2.5 RECURSOS HUMANOS.....	10
2.4.1 Administração de recursos humanos	11
2.5 NECESSIDADES SEUNDO MASLOW	12
2.6 COMUNICAÇÃO	14
2.8 MOTIVAÇÃO.....	17
2.9 VESTUARIO.....	18
2.9.1 Historia do vestuário.....	19
2.10 SEGMENTOS DA INTUSTRIA DO VESTUARIO.....	20
2.11 TERCEIRIZAÇÃO	21
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	23
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	23
3.2 DEFINIÇÕES DE AREA OU POPULAÇÃO-ALVO	25
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	26
3.4 PLANO DE ANALISE DE DADOS	27
4 RESULTADOS	28
4.1 PERFIL DOS PROFISSIONAIS	28
4.2 AMBIENTE DE TRABALHO.....	33
4.3 REMUNERAÇÃO	38
4.4 LIDERANÇAS	42
4.5 MOTIVAÇÃO.....	46
4.6 PROFISSIONAL X GERENCIA.....	51
4.7 ANALISE DOS RESULTADOS	55
4.8 SUGESTOES DE MELHORIAS	57
5 CONCLUSAO.....	59

REFERÊNCIAS.....	61
APENDICÊS.....	67

1 INTRODUÇÃO

Em um mundo veloz e dinâmico, onde, para que uma pessoa possa ser notada, deve-se, unicamente dedicar-se para que isso ocorra, é forçoso entender que faz-se necessário um dos principais fatores para o bom rendimento em uma empresa, ou seja, seu ambiente de trabalho, onde é encontrada uma pluralidade de pessoas, com suas demais culturas, valores, necessidades, objetivos e expectativas.

Com este trabalho, tem-se como finalidade demonstrar um estudo sobre o clima organizacional em um ambiente de trabalho e suas características em relação à organização, no setor da produção, tendo como base uma pesquisa realizada em uma empresa no município de Morro da Fumaça, no extremo-sul de Santa Catarina (SC), objetivando assim mensurar a satisfação dos profissionais e a sua motivação, buscando compreender os princípios que tornam o ambiente de trabalho um lugar de qualidade, tendo o profissional como principal recurso e trazendo resultados positivos para a empresa.

O clima organizacional influencia a motivação, o desempenho humano e a satisfação no trabalho. Cria expectativas, que quando positivas tendem a aumentar a motivação das pessoas. É dever do gestor, selecionar, desenhar cargos, treinar, liderar, motivar, avaliar e remunerar a sua equipe, como meio para alcançar a eficiência e eficácia e desta maneira também obter a satisfação dos objetivos pessoais. (CHIAVENATO 2005, p. 53 E 91)

Para Maximiano (2000) o resultado dos sentimentos do indivíduo ou do grupo chama-se clima organizacional, que tem conceitos e sentimentos compartilhados em relação às organizações nas quais estão inseridos, o que pode afetar tanto positivamente quanto negativamente os resultados dos seus trabalhos.

A empresa em estudo, AGDA Confecções LTDA. Me. localizada no município de Morro da Fumaça – SC, é uma das empresas que mais emprega na indústria do vestuário no município de Morro da Fumaça, com cerca de 90 funcionários diretos. Atualmente trabalha como terceira para grupos de marcas, fazendo a parte da

costura e acabamento do vestuário jeans, não trabalhando com o processo de desenvolvimento e vendas do produto.

Segundo informações do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em 2010 o município de Morro da Fumaça - SC já contava com 91 empresas de Confecção de artigos do vestuário e acessórios, empregava 1.324 (mil trezentas e vinte e quatro) pessoas e detinha 16.126 (dezesesseis mil cento e vinte e seis) habitantes, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) havia 6.747 (seis mil setecentos e quarenta e sete) pessoas ocupadas assalariadas neste período, podemos então identificar que de todas as pessoas empregadas no município, aproximadamente 20% trabalhavam no setor do vestuário.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

A empresa AGDA Confecções LTDA. ME. Localizada em Morro da Fumaça – SC foi fundada no ano de 1992 pelos sócios, Altair de Biasi e Daniel Manoel da Silva, conta com 90 funcionários, dentre eles: Secretaria, encarregados (das), supervisores (as), revisores (as), costureiros (as), faxineiros (as), pessoas para serviços gerais e autônomos que prestam serviços para empresa.

O ramo da empresa é o do vestuário, fazendo as etapas da costura e do acabamento, trabalhando principalmente com o tecido jeans, produzindo calças, bermudas, jaquetas e etc. Trabalha na forma de terceira para empresas detentoras de marcas nacionalmente famosas. Recebendo as partes das peças de vestuários já cortadas, realiza a montagem na costura, encaminha para lavanderia ou bordados e depois realiza o acabamento, devolvendo o produto já embalado e pronto para a distribuição.

Estudar o clima organizacional em uma empresa é benéfico pois com ele pode-se melhorar o ambiente de trabalho, caracterizando e avaliando o relacionamento dos profissionais. Um clima organizacional negativo gera uma alta rotatividade de pessoal, desmotivando, frustrando e deixando os membros do ambiente de trabalho insatisfeitos. Uma pessoa ou um grupo desmotivado acaba desmotivando os demais e assim trazendo consequências negativas para os resultados da empresa.

A Motivação é o combustível que determina a razão de levar o profissional a agir de certa maneira, assim, a motivação leva a realizar seus afazeres, então a motivação se torna a energia que dá força para o profissional responder a seus impulsos, (CHIAVENATO, 2003).

Diante dos fatores expostos, a proposta de pesquisa deste projeto é responder a seguinte questão: O Clima Organizacional da empresa em estudo é favorável para a satisfação e motivação dos profissionais?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar a percepção dos funcionários sobre os fatores que influenciam na qualidade do Clima Organizacional em uma confecção em Morro da Fumaça – SC.

1.2.2 Objetivos específicos

- a. Identificar o perfil dos funcionários que trabalham no setor;
- b. Analisar a percepção dos profissionais a respeito do clima organizacional da empresa;
- c. Identificar e analisar os fatores favoráveis e não-favoráveis à qualidade do clima organizacional da empresa.
- d. Propor melhorias a partir das informações obtidas com os diagnósticos.

1.3 JUSTIFICATIVA

A necessidade de se ter empregados comprometidos com os objetivos da organização, faz com que seja relevante pesquisar o grau de satisfação destes profissionais em seu ambiente de trabalho.

Para Souza (1980) é importante para um administrador que ele entenda o que é clima organizacional, por que através dele pode-se trabalhar a motivação de seus profissionais, isso trás aumento na eficiência da organização.

Após o estudo a empresa poderá tomar medidas para evitar ou corrigir os pontos que apresentam problemas, isso acarretara na melhora da produção, aumento do faturamento e melhora no abastecimento pelo cliente, pois com as ordens de produção saindo mais rápido, outras mais serão enviadas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão apresentados os conhecimentos teóricos necessários para a elaboração deste trabalho, os assuntos tratados nos temas são referentes a trabalhos e pesquisas de autores com amplo conhecimento em suas áreas de pesquisa, que com suas citações ajudaram a fundamentar este trabalho.

Para Gil (1996), é fundamental para uma pesquisa que seja feita uma boa fundamentação teórica, isto é a base para que se possa ter informações e definições dos temas levantados.

2.1 CLIMA ORGANIZACIONAL

Para Tachizawa, Ferreira e Fortuna (2004) podemos compreender clima organizacional como a qualidade ou propriedade do ambiente institucional, que:

- É percebida ou experimentada pelos que estão na organização;
- Influenciam o comportamento dos mesmos.

Tachizawa, Ferreira e Fortuna (2004) ainda concluem “é o ambiente interno em que convivem os membros da organização, estando portanto relacionada com seu grau de motivação”. Com pessoas que tem desacordos com outras e também relações profissionais e que necessitam de confiança, ou seja, ter ideia do clima organizacional trás uma gama de conhecimento onde se pode tomar decisões (MAROCCI; POZZI, 2004).

O Clima organizacional da conta do ambiente interno de uma organização e o que acontece dentro dela, e esta ligada a motivação e afins dos seus profissionais. Chiavenato (1999)

Para Luz (2003), O clima organizacional também é ajudado por fatores externos como saúde, morada, lazer e familiares de seus profissionais, sociais e a cultura organizacional como causa mais relevante, sendo assim uma ligação entre clima organizacional e cultura organizacional, então disse que cultura é a causa e o clima é a consequência, tanto cultura quanto clima são intangíveis, mesmo acontecendo de forma real.

O clima organizacional é para o ambiente interno da empresa e refere-se a motivação, ele é positivo quando traz soluções pessoais e aumento da auto estima e moral da pessoa e negativo quando trás frustrações. Chiavenato (2005)

Para Luz (2006) o clima organizacional pode trazer informações sobre o estado de espírito, animo e moral dos profissionais ou pessoas ligadas a organização.

Figura 1: Clima Organizacional

← Desfavorável	Clima organizacional Mais ou menos	Favorável →
➤ frustração	➤ indiferença	➤ satisfação
➤ desmotivação	➤ apatia	➤ motivação
➤ falta de integração empresa/funcionário	➤ baixa integração empresa/funcionários	➤ alta integração empresa/funcionários
➤ falta de credibilidade mutua empresa/funcionário	➤ baixa credibilidade mutua empresa/funcionário	➤ alta credibilidade mutua empresa/funcionário
➤ falta de retenção de talentos	➤ baixa retenção de talentos	➤ alta retenção de talentos
➤ improdutividade	➤ baixa produtividade	➤ alta produtividade
➤ pouca adaptação as mudanças	➤ média adaptação as mudanças	➤ maior adaptação as mudanças
➤ alta rotatividade	➤ média rotatividade	➤ baixa rotatividade
➤ alta abstenção	➤ média abstenção	➤ baixa abstenção
➤ pouca dedicação	➤ média dedicação	➤ alta dedicação
➤ baixo comprimento com a qualidade	➤ médio comprimento com a qualidade	➤ alto comprimento com a qualidade
➤ cliente insatisfeito	➤ clientes indiferentes	➤ clientes satisfeitos
➤ Pouco aproveitamento nos treinamentos	➤ médio aproveitamento nos treinamentos	➤ maior aproveitamento nos treinamentos
➤ falta de e envolvimento com os negócios	➤ baixo envolvimento com os negócios	➤ alto envolvimento com os negócios
➤ crescimentos das doença psicossomáticos	➤ algumas doenças psicossomático	➤ raras doenças psicossomático
➤ Insucesso nos negócios	➤ estagnação nos negócios	➤ sucesso nos negócios

Fonte: Bispo (2006)

Luz (2003) diz que mesmo existindo diferentes concepções de clima organizacional podemos observar três palavras que sempre figuram entre os autores, que são:

- Satisfação
- Percepção
- Cultura

Lauschner; Meurer e Hinterholz (2009) escrevem que uma pesquisa de clima é de fundamental importância, uma vez que procura demonstrar qual o atual estado motivacional dos profissionais e pessoas ligadas à empresa, elencando os pontos positivos e pontos negativos que de alguma certa forma possa estar afetando o profissional na sua função, assim também elaborar estratégias para a melhoria do mesmo. Nada como manter a motivação de um profissional para que ele possa continuar na empresa e se sentir orgulhoso de fazer parte dela.

2.2 AS PESSOAS

Os profissionais são essenciais para todas as atividades de todas as organizações, sendo elas responsáveis pelas suas existências e crescimentos.

Para Chiavenato (2004) todas as organizações são completamente dependentes de pessoas, para dirigir, controlar, operar e fazer funcionar. Após a descoberta da individualidade, algumas organizações estão investindo na valorização de cada funcionário para aproveitar o que cada um dos profissionais tem de melhor para contribuir na organização.

Para Tachizawa, Ferreira e Fortuna (2004) quanto a pessoas há de se levar algumas novidades em conta, sendo elas: autocontrole, auto avaliação e constante capacitação interna, quando um ambiente de trabalho está em constante redefinição com pessoas generalistas. Pensando também na visão de uma melhoria na mão de obra, visando o capital humano:

- Competência
- Motivação
- Criatividade
- Trabalho em grupo
- Adaptabilidade a mudanças de alto grau de compromisso.

2.3 AS ORGANIZAÇÕES

Para Silvia (2004) organizações também são definidas como união de pessoas que junto a suas tecnologias trabalham para realizar objetivos comuns entre elas. Elas deram início para que objetivos individuais pudessem ser alcançados, quando individualmente não se fosse capaz de realizar, dependendo de força extra, conhecimento e demais habilidades.

Segundo Chiavenato (2004, p. 22) as pessoas vivem em constantes e infinitas interações tanto com outras pessoas quanto com organizações. A pessoa em si é um ser social e apto a interação, vive em grupo e está o tempo todo se relacionando com os demais iguais. Cada um com sua capacidade e suas delimitações fazem com que os seres humanos dependam um do outro, para que em cooperação se ajudem e assim criando organizações para que possam chegar a objetivos comuns aos quais são seriam possíveis sozinhos. Como conceito, organização é um conjunto de atividades organizadas exercidas por duas ou mais pessoas, é essencial para as organizações que a cooperação exista, pois ao contrario perde-se o sentido.

Para Silvia (2004) organizações são compostas por recursos:

- Materiais
- Financeiros
- Tecnológicos
- Técnicos

E com isso aliado a pessoas com conhecimento, competências e habilidades para trabalhar e compreender o ambiente onde estão alocadas, utilizando seus recursos para produzir bens ou serviços que atendam o que as organizações determinam. Então a organização são tarefas, pessoas e administração (planejamento, organização, liderança, controle das ações e recursos humanos).

Conforme Chiavenato (2004, p. 27) diz:

As organizações constituem sistemas abertos. [...] Todo sistema opera sobre matéria, energia ou informação obtidas do ambiente que constituem os insumos ou entradas (inputs) de recursos necessários para que o sistema possa operar. Esses recursos são processados pelas diversas partes do sistema (subsistemas) e transformados em saídas ou resultados (outputs) para serem devolvidos ao ambiente. Mas, além de recursos, as organizações precisam de competências.

Existem diversos tipos de organizações, cada qual com suas características e áreas, conforme diz Chiavenato (2004, p. 22)

Há uma enorme variedade de organizações: empresas industriais, empresas comerciais, organizações de serviços [...], organizações militares, públicas (repartições) etc. Podem estar voltadas tanto para a produção de bens ou produtos [...] como para a produção ou prestação de serviços [...].

2.4 AS PESSOAS NAS ORGANIZAÇÕES

Para Chiavenato (2004) através do recrutamento dos recursos humanos elas selecionam seus meios para atingirem seus objetivos e metas organizacionais, assim sendo as pessoas uma vez escolhidas tem seus próprios objetivos pessoais para os quais ela procura atingir, muitas vezes usam-se da organização para consegui-los.

Para Chiavenato (2004, p. 93)

O relacionamento entre as pessoas e organização nem sempre é cooperativo e satisfatório. Muitas vezes, torna-se um relacionamento tenso e conflitivo em que o alcance do objetivo de um lado impede ou cerceia o alcance do objetivo do outro.

Procurar conciliar os objetivos pessoais com os objetivos organizacionais será uma maneira mais fácil de conseguir obter ganho, mesmo sendo um desafio como diz Chiavenato (2004, p. 106) “Para ultrapassar o possível conflito potencial entre esses objetivos, a interação entre pessoas e organização torna-se complexa e dinâmica”.

Segundo Lacombe (2005, p.14)

É preciso considerar que, embora as pessoas precisem ser administradas pelas organizações como seus recursos humanos, não se pode perder de vista que elas são seres humanos, que querem ser felizes e ter qualidade de vida, que tem outros vínculos além daqueles que mantêm com suas organizações e que seus objetivos nunca coincidem integralmente com os da organização, ainda que possam ter muitos pontos coincidentes.

2.5 RECURSOS HUMANOS

Recursos humanos, ou apenas o RH são o que fazem acontecer nas empresas, são o principal elemento, são parceiros ou então profissionais, e não recursos, uma vez que são dotados de:

- Habilidades
- Conhecimento
- Inteligência
- Atitudes

Isso se chama “capital intelectual” de uma empresa, sempre procurando estar atenta ao que seus parceiros precisam, para obter seus ganhos em lucros, competitividade e se fixar no mercado.

Como diz Lacombe (2005) os administradores sabem que de todos os recursos disponíveis, as pessoas são os que são utilizados da pior forma e apenas uma pequena parcela da capacidade de cada humano que está em uma organização é realmente empregada no trabalho. De um lado, enquanto os administradores dizem que as pessoas são suas maiores bens de outro os tratam como problemas e custos, e não como recursos.

2.4.1 Administração de recursos humanos

Para Chiavenato (1999) a administração de recursos humanos, deixou de ser apenas uma parte da empresa, agora, em evidência, com o capital intelectual em alta e a necessidade de ações para estabilização de pessoal, deixando de lado a burocratização de contratação, controles e cortes de tempos atrás e focando nas pessoas.

Para Chiavenato (2004, p. 130) não existem leis nem regimentos universais para a ARH (Administração de recursos humanos), ela é variável, dependente das situações organizacionais, do ambiente e da tecnologia que é utilizada pela organização, além das políticas, filosofias e diretrizes de cada uma, com a mudança de cada um desses elementos, se altera a ARH.

Quem detém a responsabilidade da ARG para Chiavenato (2004) é dos altos cargos de gerencia em cada setor ou na empresa, variando de organização para organização, cada dos responsáveis pelas suas áreas ou setores devem tomar as decisões a cerca dos seus profissionais, quanto a todos as responsabilidades dos mesmos e assim passar suas análises e decisões para os responsáveis pelo RH, sendo de primordial importância que tanto os responsáveis pelos setores e por profissionais quanto os profissionais do RH estejam sempre em sintonia, para que aja eficácia na ARH.

Lacombe (2005) argumenta que as empresas já entenderam que as pessoas são importantes para elas e de que forma elas devem ser administradas, ao contrario do que acontecia no passado, quando elas não eram levadas como algo de valor.

Chiavenato (2004, p.133) assim se manifesta:

Ela é uma responsabilidade de linha e uma função de staff. Isto significa que quem administra o pessoal é cada gerente ou chefe dentro de sua área de atuação. [...] Todavia, para que as chefias atuem de maneira relativamente uniforme e consistente em relação aos seus subordinados, torna-se necessário um órgão de staff, de assessoria e consultoria, para proporcionar às chefias a devida orientação, as normas e procedimentos, sobre como administrar seus subordinados. [...]O sucesso de um órgão de ARH depende, na razão direta, de

ser considerado pelos chefes de linha como uma fonte de ajuda. Assim, a assessoria de pessoal deve ser procurada, jamais imposta.

Chiavenato (2004) fala que as partes da ARH são formadas pelos processos de:

- Provisão
- Aplicação
- Desenvolvimento
- Monitoração
- Manutenção de pessoas

Que sofrem influência do ambiente, da tecnologia, das pessoas, da organização, por isso depende de cada organização.

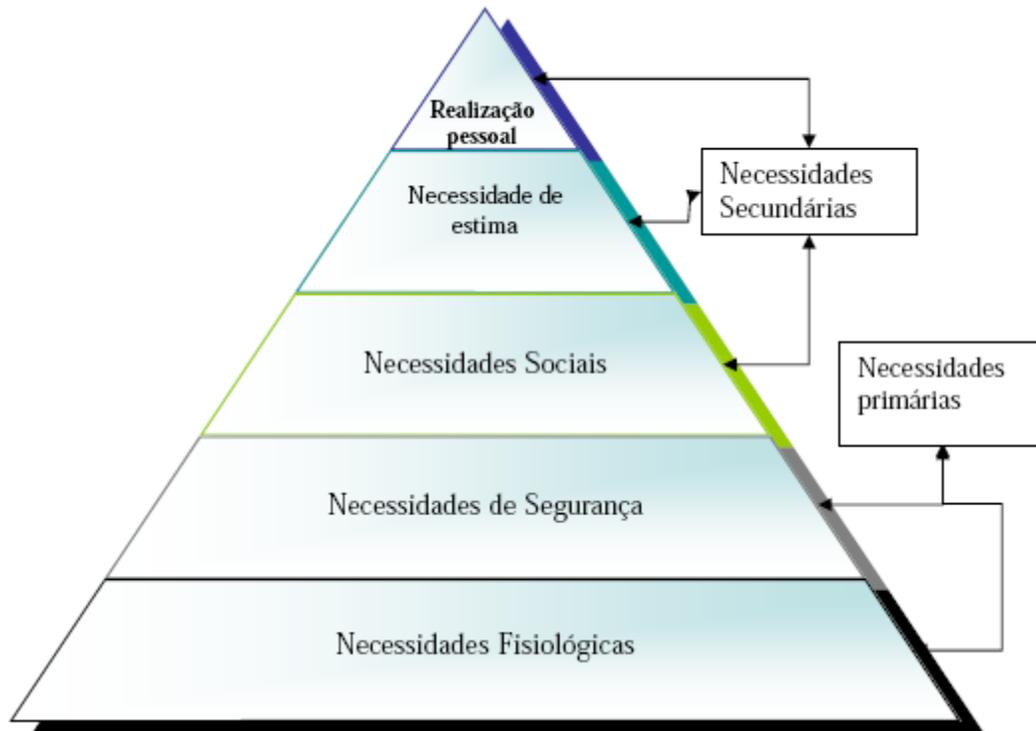
Conforme Gil (2001, p. 25)

Os sistemas apresentados são bastante amplos, de forma que qualquer deles envolve grande número de atividades. Assim, o sistema de suprimentos ou de agregação refere-se a todas as atividades realizadas com a finalidade de incluir novas pessoas na empresa, abrangendo, entre outras, as atividades de recrutamento e seleção. O sistema de aplicação envolve as atividades relacionadas ao desenho das atividades que as pessoas irão realizar na empresa, bem como para orientar e acompanhar seu desempenho. O sistema de capacitação ou de desenvolvimento trata das atividades destinadas a capacitar e desenvolver profissionalmente as pessoas que atuam na organização.

2.5 NECESSIDADES SEUNDO MASLOW

Para Chiavenato (2005) Abraham H. Maslow foi um psicólogo e consultor Norte-Americano conhecido devido aos seus estudos de teorias motivacionais. em 1954, baseado nas suas observações, criou a “Teoria das necessidades”, que lista cinco necessidades básicas do ser humano, sendo: necessidades fisiológicas, segurança, sociais, estima até chegar às necessidades de auto-realização, conforme apresentado na figura a seguir:

Figura 2: A hierarquia das necessidades de Maslow.



Fonte: Chiavenato (2005).

Segundo Chiavenato *apud* Bezerra (2011, p. 26 e 27) a teoria comportamental baseia-se no comportamento individual das pessoas, tornando-se necessário o estudo da motivação humana, sendo um poderoso meio para melhorar a qualidade de vida dentro da organização. O autor cita ainda a hierarquia das necessidades de Maslow, conforme figura 1, onde as necessidades humanas estão organizadas em níveis de importância e influência que são:

- a) **Necessidades fisiológicas:** relacionado às necessidades que nasce com o indivíduo, como a necessidade de alimentação (fome e sede);
- b) **Necessidade de segurança:** relacionado à estabilidade e proteção ou privação e fuga do perigo;
- c) **Necessidades sociais:** relacionado à aceitação, afeto, troca de amizade, associação;
- d) **Necessidades de estima:** relacionado a sentimentos de autoconfiança, aprovação social e de respeito, de status, etc.;

- e) **Necessidades de auto realização:** se encontra no topo da pirâmide, relacionado com o desenvolvimento contínuo e realização do próprio potencial.

Bergamini(2008) destaca que o modelo de Maslow propõe a noção de necessidade como fonte de energia das motivações existente no interior das pessoas.

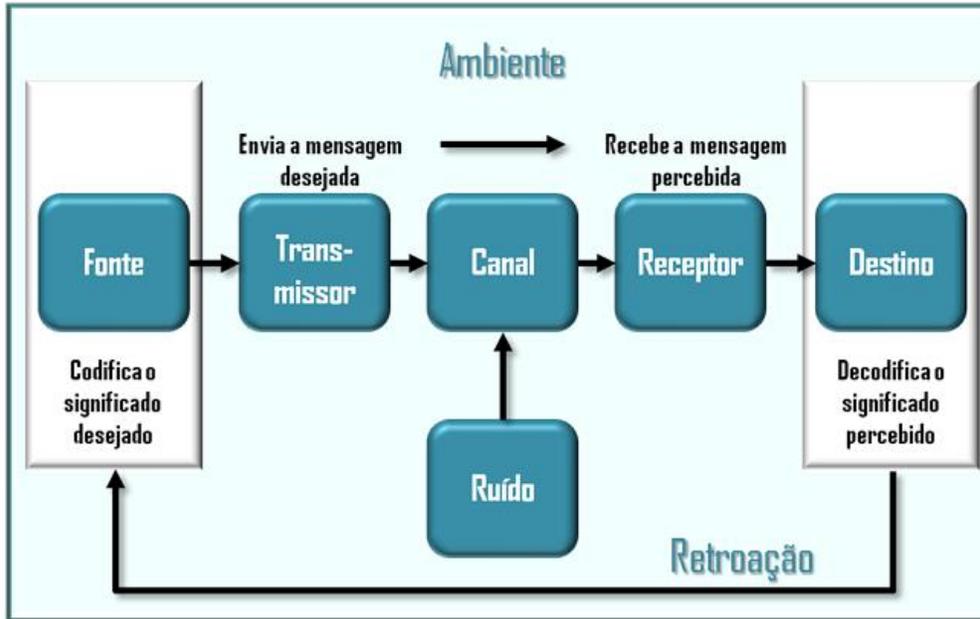
Baseado em suas observações como psicólogo clínico, Maslow lança duas premissas consideradas como básicas a respeito do comportamento motivacional. Em primeiro lugar, supõe que as pessoas estejam desempenhando um papel característico de seres que perseguem a satisfação de seus desejos, estando principalmente motivados por atendê-los. Numa segunda etapa, acredita que, quando essas necessidades não podem ser satisfeitas, geram estados interiores de tensão que levam o indivíduo a comporta-se de forma a procurar reduzir essa tensão, isso coloca o ser vivo a caminho de poder reaver, mais adiante, o equilíbrio perdido. (BERGAMINI, 2008, p. 88 e 89)

2.6 COMUNICAÇÃO

Conforme Robbins (2002) acontece por meio de elementos que alinhados ao seu objetivo tornam a comunicação possível e válida, como elementos de comunicação podemos citar:

- Emissor: É da onde parte a informação.
- Codificador: Compila a ideia da informação.
- Mensagem: A informação compilada e transmitida pelo emissor.
- Canal: É o canal ou a mídia utilizada para realizar a comunicação.
- Decodificador: É o que entende a informação.
- Receptor: Para quem a mensagem foi enviada.
- Retroação: É a resposta do receptor para o emissor.

Figura 3: Processo de comunicação nas organizações



Fonte: CHIAVENATO, 2004.

Podemos observar facilmente o processo de comunicação através dessa ilustração de Chiavenato.

Segue um exemplo de comunicação segundo Gil (2001, p.73),

Considere-se agora uma exemplificação do processo de comunicação envolvendo todos esses elementos. Uma pessoa (emissor) tem uma idéia (significado) que pretende comunicar. Para tanto, vale-se de seu mecanismo vocal (codificador), que expressa sua mensagem em palavras. Essa mensagem, veiculada pelo ar (canal), é interpretada pela pessoa a quem se comunica (receptor), após sua decifração por seu mecanismo auditivo (decodificador). O receptor, após constatar que entendeu a mensagem (compreensão), esclarece a fonte acerca de seu entendimento (realimentação).

2.7 LIDERANÇA

Vergara (2003) entende que a liderança vem dos estímulos e incentivos que são capazes de tornar uma pessoa motivada para que ela possa alcançar suas metas e objetivos da visão organizacional.

Para Tachizawa, Ferreira e Fortuna (2004, p. 26)

Prevêem-se mudanças no atual quadro de comando centralizado e controle vertical, onde o chefe é a autoridade suprema que decide aos jogos de poder, cultivando imagem distante desvinculada de seu pessoal,. Tal figura será substituída por colaboradores tidos como agregadores de valor e como elementos centrais para o contínuo processo de inovação na organização empresarial. O desenvolvimento das pessoas passará a ser questão central do novo líder, que deve estimular a participação e a criatividade dos empregados no processo decisório. O novo líder surge como visionário, integrador, agente de mudanças, motivador, facilitador, comunicador, capacitador e desenvolvedor de pessoal, além de guardião dos valores centrais da organização.

Já, Drummond (2007) em relação a liderança diz que todas as teorias modernas sobre liderança dizem que o líder quer influenciar o comportamento de sua equipe e identificar suas necessidades, procurando usar a maneira de incentivo correta. A motivação é determinada não apenas pela possível gratificação ou premiação, é também, de importância, se entender que as expectativas podem se referir a aspectos objetivos, instrumentais e subjetivos, quanto ao campo afetivo.

Tanure; Evans e Pucik (2007) dizem que a Liderança é a característica mais importante para que se forme uma equipe, uma vez que o líder tem de estar devidamente preparado para que possa organizar e administrar sua equipe para poder lidar com os conflitos sem que pareça querer ser o “dono da verdade”.

Conforme Lacombe (2005) os líderes podem influenciar as pessoas pelo poder que eles dispõem, pode-se dizer que poder existe de duas formas, uma é de que o poder é a capacidade de controlar indivíduos, eventos ou recursos, fazendo que aconteça aquilo que a pessoa quer, ou então como o poder de influenciar decisões, pessoas ou o uso de recursos.

Ainda para para Lacombe (2005), podemos distinguir três tipos de poderes:

- **Poder legítimo:** Aquele deferido pela posição ocupada na organização, também dividido em dois poderes, o poder de recompensa e ou coercitivo ou de punição.

- **Poder referente:** É aquele que a liderança é uma virtude de afeição ou respeito que as pessoas têm pelo líder, pelas suas qualidades, como seu caráter, personalidade, coragem, capacidade e ousadia.
- **Poder do saber:** Pelos conhecimentos da pessoa, como: conhecimentos técnicos, a experiência e o poder da informação.

2.8 MOTIVAÇÃO

Cavalcanti (2007, p. 21) diz que “motivar equipes de trabalho é um grande desafio e uma ferramenta poderosa na atividade gerencial”.

Vergara (1999) diz que todas as pessoas têm a motivação dentro de si e podem motivados por coisas internas e externas a empresa.

Byhan e Cox (1992) mostram como é impróprio os sistemas e rotinas de trabalho que são utilizadas pela maioria das empresas, o que facilita a desmotivação e não trazem entusiasmo ao trabalho. Eles contam que experiências como não dirigir a palavra para um colega ou gestor pode ser um malefício para empresa, eles argumentam que para superar esses tipos de atitudes e conhecidas como SAPP(Sombra, abatimento, pessimismo e prostração). Ambientes como esse tiram responsabilidade, autoridade, identidade, energia e o poder da pessoa, e então é proposto o ZAPP(zênite, animo, persistência e poder)

Weiss (1991) aconselha um método para adquirir motivação conhecido como “contrato psicológico”, um acordo não explícito para que seja uma mediação entre supervisor e subordinado, esse mesmo com três cláusulas fundamentais, sendo elas: expectativas mutuas, responsabilidades mutuas e conseqüências mutuas tanto do sucesso quanto ao fracasso

Motta (1991) entende que para haver motivação necessita-se deixar de lado as pressões organizacionais que tornam os funcionários alienados, medrosos e submissos, quando ele participa, o ajuda, tanto na inteligência da empresa quanto na capacidade das pessoas, fazendo com que elas se sintam a vontade para demonstrar suas idéias, emoções e torná-los mais sociáveis para uma melhor relação.

2.9 VESTUÁRIO

A estrutura da indústria é composta por várias empresas, uma fragmentação dos processos, com uma diversidade de escalas e uma grande heterogeneidade nas suas fábricas, na maioria pequenas empresas (GOULARTI FILHO; JENOVEVA NETO, 1997).

Quadro 1: Segmentos do vestuário

SEGMENTO	DESCRIÇÃO
Vestuário padrão	Artigos padronizados, não muito sujeitos a oscilação da moda e se caracterizam pelo grande volume de vendas
Vestuário da moda	Pequenos lotes, seguindo desenhos, cores, formas, estruturas e detalhes, ditados pelas tendências da moda. Empresas com flexibilidade e agilidade para que possam atender e acompanhar as constantes alternâncias da moda.
Artigos para o lar	Produtos da linha cama, mesa e banho e da linha de produtos decorativos.
Artigos técnicos/industriais	linda extremamente diversificada de produtos, muitos dos quais são produzidos por sob padrões muito rígidos, que vão desde alta resistência a agentes agressivos até a total assepsia.

Fonte: Adaptado de Goularti Filho e Jenoveva Neto (1997)

Na visão de Marx (1889)

A produção de vestuário é realizada: por manufaturas que produzem em oficinas a divisão do trabalho cujos elementos dispersos já se encontravam prontos e acabados; por mestres artesões, que não trabalhavam, como antigamente, para consumidores individuais, mas para manufaturas e estabelecimentos comerciais.

Segundo o Sindivestuário (2008) “A indústria do vestuário é uma das mais antigas e tradicionais do Brasil, que remonta ao século XIX, e é um dos marcos do próprio início da industrialização do país”

Conforme Bittencourt (1997), o setor do vestuário, de modo geral no país, é composto em grande parte em pequenas empresas, quais os faturamento não pode

passar de R\$ 240.000,00 e micro empresas e micro empresas, aonde o faturamento deve girar entre, R\$ 240.000,00 e R\$ 2.400.000,00, valores estipulados pela receita federal para as empresas que optem pelo simples nacional.

Quadro 2: Divisão do Vestuário

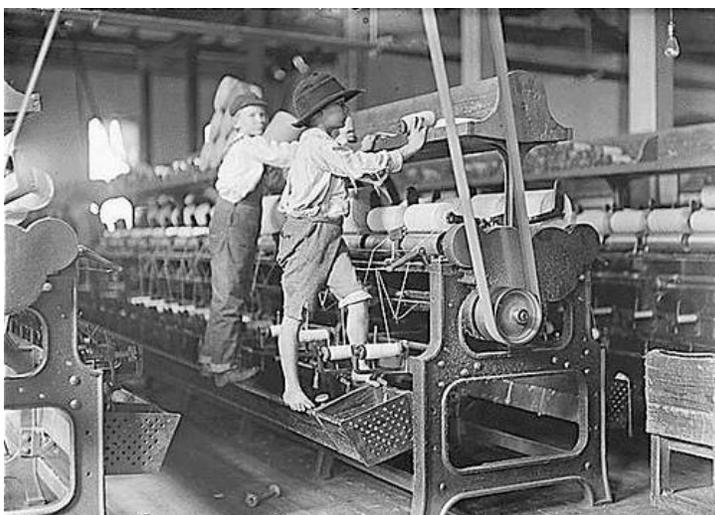
SETOR DO VESTUÁRIO	
Confeccionistas	Com marca própria, "definem" a moda, estão diretamente ligados com o mercado consumidor, buscam inovação tecnológica.
Faccionistas	Prestadores de serviços, montam as peças do vestuário, já cortadas pelos faccionistas.

Fonte: Adaptado de Goularti Filho e Jenoveva Neto (1997)

2.9.1 História do vestuário

Segundo Goularti Filho e Jenoveva Neto (1997) no final do século XVIII, no continente europeu já a indústria do vestuário já era de fato uma indústria, mesmo a máquina de costura sendo inventada apenas no século seguinte.

Figura 4: Máquina de tear



Fonte: http://historiaema.blogspot.com.br/2014/03/a-revolucao-industrial_2677.html

Para Canedô (2009) essa indústria é uma das mais acabadas e mais características das indústrias antigas e foi essa área que as primeiras maquinam se manifestaram, sendo marcante a máquina de fiar e o tear, para tricotar tecidos e fabricar fitas.

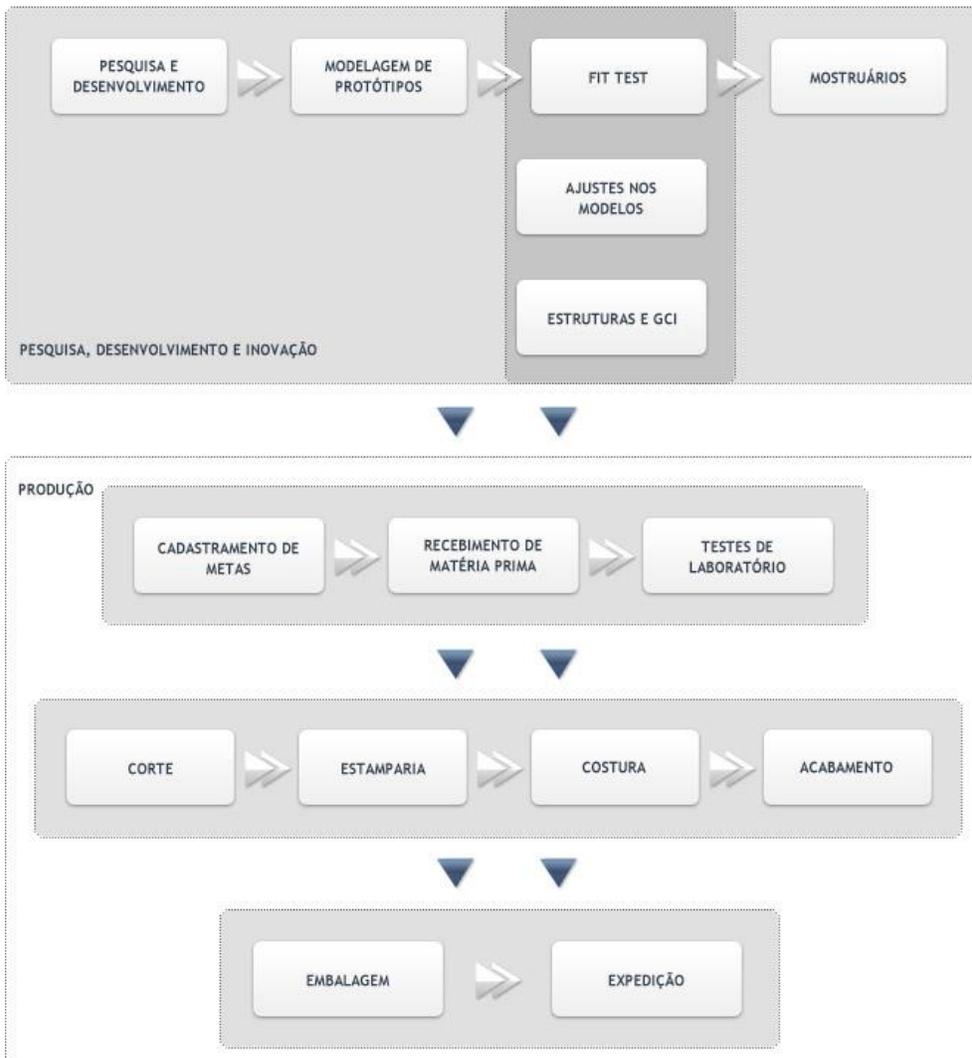
2.10 SEGMENTOS DA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO

Para Goularti Filho e Jenoveva (1997) os processos produtivos do vestuário seriam:

- **Criação:** aonde a estilista desenvolve o produto conforme as tendências ou necessidades;
- **Modelagem:** adequa o produto desenvolvido pela parte de criação para que se possa desenvolver moldes e o gradeamento (divisão por tamanhos dos produtos);
- **Corte:** após a modelagem desenvolver os moldes eles são encaixados sobre o tecido e são cortadas as partes do produto;
- **Montagem:** aonde as partes cortadas são costuradas pelos(as) costureiros(as) em máquinas como reta, galoneira, mosqueadeira, *overlock*, zig-zag, dentre outras.
- **Acabamento:** após o processo da montagem é feito a aplicação de botões e etiquetas, retirada de excesso fios e panos e a embalagem até a expedição.

O planejamento de objetivos e ações devem ser executados sempre o mais rápido possível. Os objetivos devem ser traçados sempre com base metodológica, de forma que não seja feito o planejamento através de suposições ou palpites (TUBINO, 2009)

Figura 5: Processo produtivo têxtil.



Fonte: Vulcabras Nordeste S/A – Produção e Desenvolvimento

2.11 TERCEIRIZAÇÃO

Com o surgimento dos prestadores de serviço e ao crescente aclave que esse mercado vem tendo, surgiram as terceirizações do vestuário, tais como: estamparia, bordado, lavanderia e principalmente as facções industriais, assim ajudando e facilitando a expansão do ramo da confecção empresas (GOULARTI FILHO; JENOVEVA NETO, 1997).

Para GOULARTI FILHO e JENOVEVA NETO (1997 p. 69). “O setor de confecção esta enquadrado nessa perspectiva, visto que existe uma acentuada interdependência entre as indústrias do complexo têxtil”

Terceirizar é uma técnica administrativa que ajuda na organização e na transferência para terceiros, para o alcance de Mão de obra mais eficaz e com qualidade sem a necessidade de gerenciar a mesma de perto, assim obtendo lucro e diminuindo o trabalho dentro da empresa, assim focando no final do produto(QUEIROZ, 1992)

Quando aplicada de forma correta pode trazer resultados positivos e flexíveis para a empresa, como o prazo de entrega, a qualidade e na diminuição das atividades dentro da empresa. (GIOSA, 1995)

Para Fontanella et al.(1994) a terceirização é uma faca, assim como pode cortar o alimento para o sustento ela também pode tirar vidas, assim havendo o bom e mau manejo da terceirização;

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta etapa do trabalho será apresentada a metodologia empregada para a realização do mesmo. Qual o tipo de pesquisa empregada, como foi empregado, seus meios de investigação, coleta e análise de dados.

Para OLIVEIRA (1999) métodos científicos são diferentes formas de se fazer um estudo em determinado assunto seguindo alguns critérios e regras metodológicas.

Segundo Martins (2008), a parte metodológica é a parte que iniciara a pesquisa, sendo que ela respondera as perguntas que se tornaram dados.

Segundo GUTIERREZ (1986) o método científico é uma forma de utilização de raciocínio, conforme os procedimentos lógicos, para produzir a ciência. E o trabalho científico, como tal deve corresponder à utilização correta desta metodologia, de forma a produzir trabalhos de valor reconhecido, segundo normas e procedimentos em partes já estabelecidos e em cujo desenvolvimento pode também contribuir, apresentado de uma forma mais ou menos tradicional.

Segundo Dmitruk (2004), esta etapa da pesquisa deve apresentar a natureza ou tipo de pesquisa, indicando suas fontes selecionadas, o universo de pesquisa, os recursos técnicos para a coleta e análise dos dados coletados.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

No desenvolvimento de uma pesquisa é necessário o uso métodos, técnicas e processos. Para a escolha do tipo de pesquisa a se utilizar, é de determinante estar atendo aos objetivos do trabalho, través deles será determinado o tipo de pesquisa mais adequado (GIL, 1999).

Em relação aos fins de investigação será utilizada a pesquisa descritiva.

a) Descritiva: Referente a fatos e fenômenos físicos e humanos sem a interação do pesquisador, tendo como técnicas a observação, registro, análise e correlação de fatos. É geralmente usada pelas ciências humanas e sociais (DMITRUK, 2004).

Para de Gil (2002), o principal objetivo da pesquisa descritiva é a descrição das características, como de estudo, população, fenômenos e também relações entre as mesmas

De acordo com Roesch (2007), a pesquisa descritiva, tem por finalidade obter informação sobre uma determinada população.

E para os meios de investigação, será utilizada a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo ou levantamento.

a) Bibliográfica: Para Lakatos e Marconi (2001), este tipo de pesquisa põe em contato o pesquisador a bibliografia já publicada com relação ao tema de sua pesquisa, através de artigos, livros, revistas, teses, sites e etc. Não será feito reprodução do que já existe, o pesquisador usara como perspectiva sobre o seu tema de trabalho, lhe trazendo diferentes opiniões.

Para Martins (2008), é a primeira etapa de toda pesquisa, levanta-se matérias do assunto da pesquisa de livros, revistas, jornais e as demais fontes escritas. Usa-se fontes primarias e secundarias, que se pode ser obtidas lendo o que autores escreveram sou obras de outros autores.

A pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas [...]a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis), sem manipulá-los; estuda fatos e fenômenos do mundo físico e, especialmente, do mundo humano, sem a interferência do pesquisador(RAMPAZZO 2005, p. 53).

b) Pesquisa de campo ou levantamentos: Lakatos e Marconi (2003) dizem que essa pesquisa tem como objetivo levantar informações e obter conhecimento de um problema para qual se procura uma resposta ou hipótese que se queira comprovar ou também descobrir fenômenos e/ou suas relações. Falam também que a pesquisa de campo necessita em primeiro lugar u0ma pesquisa bibliográfica sobre o tema proposto e em segundo lugar, dependendo do tipo de pesquisa, determinar sua técnica de coleta de dados e também de registro de dados;

3.2 DEFINIÇÕES DE AREA OU POPULAÇÃO-ALVO

A população alvo dessa pesquisa serão os profissionais do setor da produção de uma confecção na cidade de Morro da Fumaça – SC

A empresa onde se realizara o estudo foi fundada em 01/10/1992 pelos sócios Altair de Biasi e Daniel Manoel da Silva. Conta com 90 funcionários, sendo: secretaria, faxineira, costureiros(as), serviços gerais, auxiliar administrativo, mecânico, encarregados e supervisores e a pesquisa abordara todos eles.

Barbetta (2010, p. 41), define população como “o conjunto de elementos para os quais desejamos que as conclusões da pesquisa sejam válidas”.

Segundo Roesch (2007) população é um grupo de pessoas ou empresas que se tem o interesse de entrevistar para resolver a questão de uma pesquisa ou um estudo. Com o tamanho da população, tempo para a realização, tempo para processar os dados ou ainda o custo da pesquisa, pode-se extrair uma parcela desta população para realização do estudo ao invés de se utilizar todas as pessoas.

Observando o a população e o universo considerado, teve-se o tempo entre os dias 21 e 25 de março de 2016 para a realização da pesquisa. A o questionário foi distribuído para todos os profissionais do setor da produção e teve-se um retorno de 62 questionários.

Através da formula de Barbetta (1999) calculamos o erro amostral:

$$N_0 = \frac{1}{E_0^2} \quad n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0}$$

Onde:

N = Tamanho (número de elementos) da população

n = Tamanho (número de elementos) da amostra

N₀ = Uma primeira aproximação para o tamanho da amostra

E₀ = Erro amostra tolerável

Com isso, calculando-se a fórmula, tem-se:

$$no = \frac{1}{Eo^2} > no = \frac{1}{0,05^2} > no = \frac{1}{0,0025} > no = 400$$

$$n = \frac{400 \times 74}{400 + 74} > n = \frac{29600}{474} > n = 62$$

Considerando-se a população de 72 pessoas que são os membros do setor pesquisado e um retorno de 62 pesquisas respondidas temos um erro amostral tolerável de 5%.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Os dados dessa pesquisa são de fontes primárias e como técnica de coleta de dados, a forma utilizada é questionário, uma das melhores maneiras de se obter respostas claras e objetivas dos entrevistados, nele, de forma anônima o profissional ira assinalar as opções de acordo com seus entendimentos sobre os assuntos.

Dados primários são aqueles coletados diretamente da fonte em primeira mão pelo pesquisador (GRESSLER, 2004)

Para Lopes (2006, p. 69) “É quando o pesquisador vai à busca de dados para dar continuidade à pesquisa e em geral esses dados são coletados de livros, revistas, etc. ou mesmo utilizando-se de instrumentos como, entrevistas e questionários, que podem também ter ligada à observação”.

Segundo Chizzotti (2001) questionários são conjuntos de perguntas pré-elaboradas, ordenadas de maneira sistemática e seqüencialmente distribuídas em tópicos que constituem o tema da pesquisa.

Questionário é um tipo de instrumento de coleta de dados que deve ser concebido com cuidado para que seja, efetivamente, um instrumento válido e capaz de checar a freqüência das ocorrências acerca de um fenômeno ou fato social investigado (SANTOS e CANDELORO, 2006, p. 77).

Quadro 3: Plano de coleta de dados

Objetivos específicos	Documentos	Localização
Identificar o perfil dos funcionários que trabalham no setor	Planilha de dados aplicado	Agda confecções LTDA. ME.
Analisar a percepção dos profissionais a respeito do clima organizacional da empresa	Planilha de dados aplicado	Agda confecções LTDA. ME.
Identificar os fatores favorável e não-favoráveis à qualidade do clima organizacional da empresa.	Dados obtidos na pesquisa aplicada	Agda confecções LTDA. ME.
Propor melhorias a partir das informações obtidas com os diagnósticos.	Dados obtidos na pesquisa aplicada	Agda confecções LTDA. ME.

Fonte: Elaborado pelo autor

3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

Neste estudo será utilizado como técnica de coleta de dado uma abordagem quantitativa.

Para Martins e Theóphilo (2009), o pesquisador deve tentar capturar a perspectiva dos participantes da pesquisa, assim, se fará capaz de ter uma plena compreensão das relações entre os elementos da pesquisa.

Segundo Oliveira (1999) a abordagem quantitativa é uma maneira de fazer o levantamento de dados através de opiniões e dados, em paralelo com técnicas estatísticas como por exemplo: a percentagem, a moda, a média, a mediana e o desvio padrão.

4 RESULTADOS

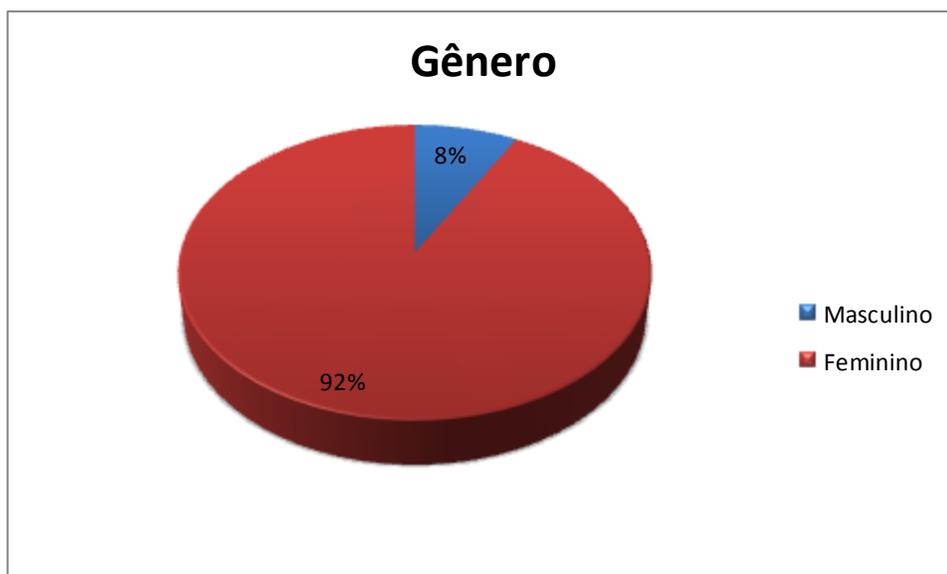
Será apresentado nesse capítulo os resultados obtidos na pesquisa que foi realizada na empresa através do questionário aplicado para os profissionais do setor da produção. O questionário foi aplicado manualmente para todos os 77 profissionais da produção, sendo que 62 deles responderam o mesmo.

Os dados foram divididos em temas para facilitar a análise, ficando então em perfil dos profissionais, ambiente de trabalho, remuneração, lideranças, motivação e profissional x gerencia.

4.1 PERFIL DOS PROFISSIONAIS

Nesta seção será apresentado o perfil e a análise do perfil dos profissionais da empresa através de gráficos elaborados com base nos dados obtidos na pesquisa.

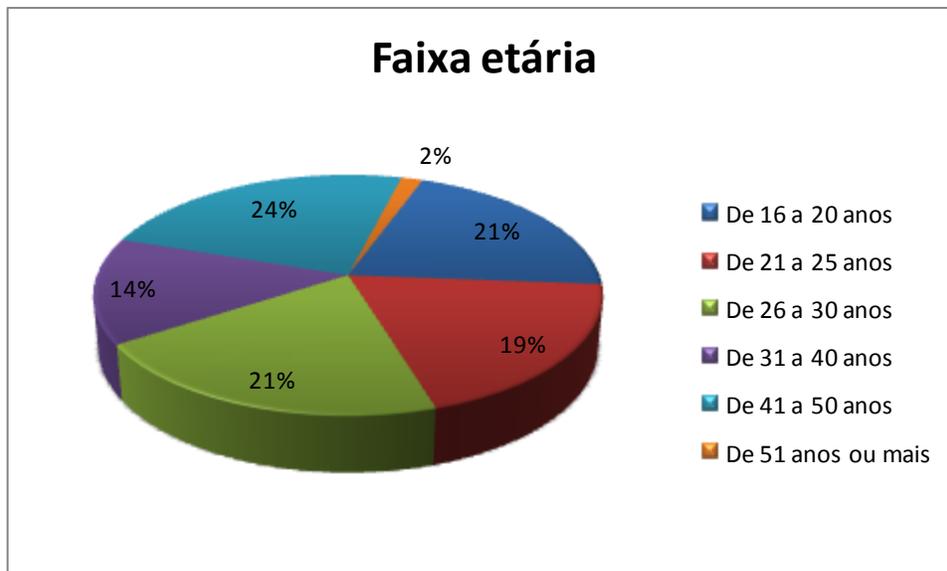
Gráfico 1: Gênero



Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2016)

Conforme observado no gráfico 1, destacou-se que a maioria dos profissionais, 92% dos entrevistados são do sexo feminino, tendo apenas 8% dos profissionais do sexo masculino.

Gráfico 2: Faixa etária



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Outra variável utilizada para definir o perfil dos profissionais foi à faixa etária, que ficou bem dividida entre as opções, exceto os 2% de profissionais que possuem mais de 50 anos. 24% dos que responderam o questionário foram os profissionais de 41 a 50 anos. Ambas com 21%, os profissionais que possuem de 16 a 20 anos e que possuem de 26 a 30 anos somam outra grande parcela da pesquisa, E 21% para a idade de 16 a 20 anos, Com 19% e 14% respectivamente seguem os de 21 a 25 anos e 31 a 40 anos.

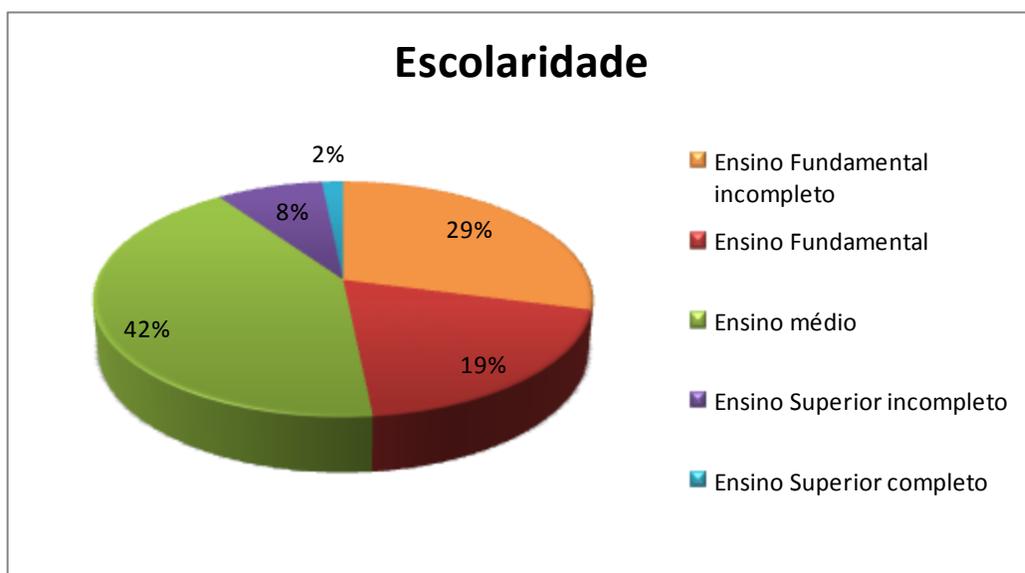
Gráfico 3: Estado Civil.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Ao analisar o gráfico 3, vê-se que 52% dos profissionais que atenderam a pesquisa são casados, 39% são solteiros, 10% são separados e não há viúvos(as).

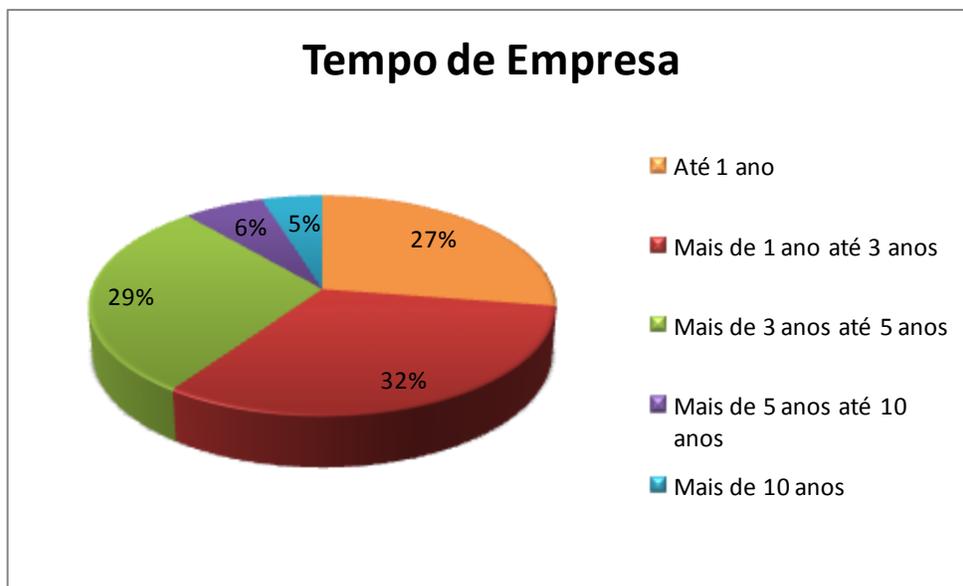
Gráfico 4: Escolaridade.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

Ao analisar-se o gráfico vê que 52% concluíram o ensino médio, sendo que desse total, 8% estão cursando o ensino superior e 2% já estão formados em algum curso de graduação. Tem-se no gráfico 19% de profissionais que concluíram apenas o ensino fundamental e 29% que não chegaram a completar o mesmo.

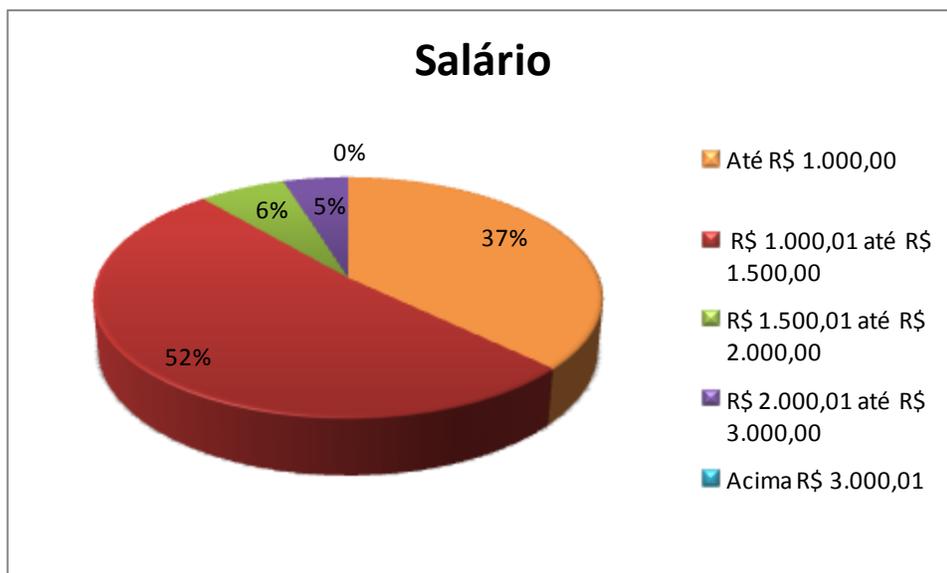
Gráfico 5: Tempo de empresa.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Vê-se nesse gráfico que 32% das partes pesquisadas está na empresa de um ano até três anos, 29% tem de três até cinco anos, 27% tem até um ano, 6% tem de cinco a dez anos de empresa e 5% tem mais de dez anos de empresa.

Gráfico 6: Salário.

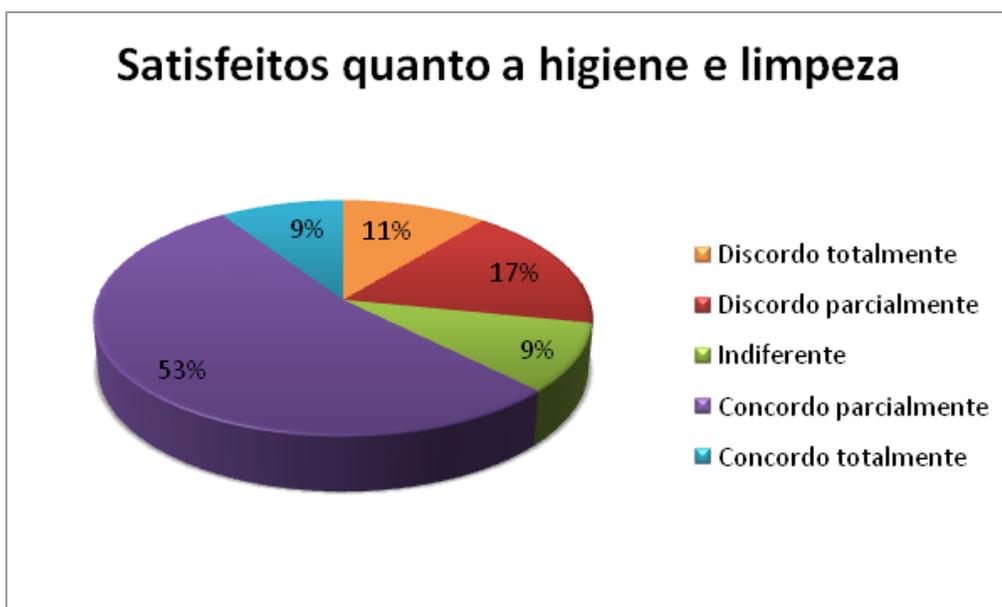


Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

37% com remuneração de até R\$ 1.000,00, podemos ver no gráfico 5 tem-se 27% de profissionais com um ano ou menos de empresa, 52% ganham entre R\$ 1.000,01 até R\$ 1.500,00.

4.2 AMBIENTE DE TRABALHO

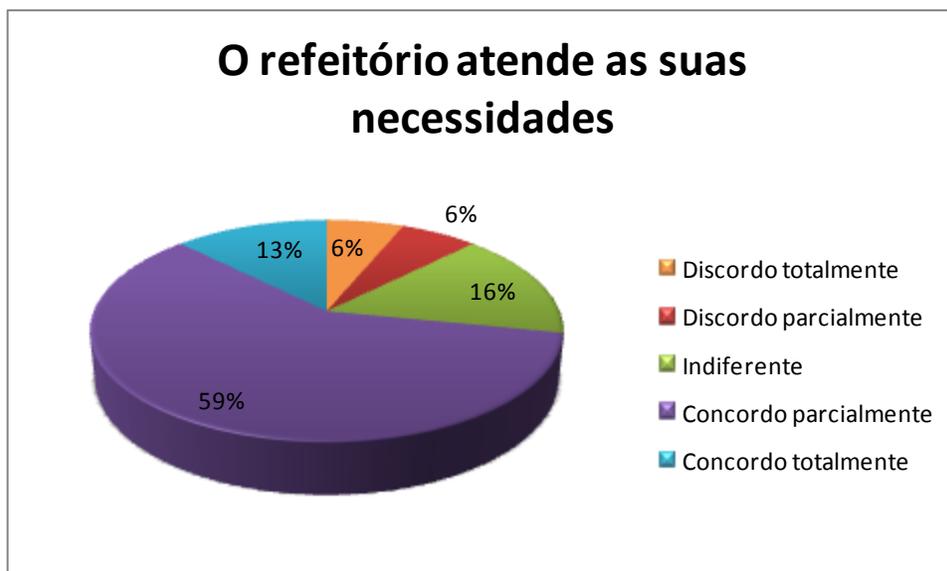
Gráfico 7: Satisfação quanto a higiene e limpeza.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016)

Quanto a higiene e limpeza, ao analisar-se o gráfico, percebemos a satisfação total de 9% dos pesquisados, 53% concordaram parcialmente, 9% não demonstraram opinião, 17% discordou parcialmente e 11% discordou totalmente.

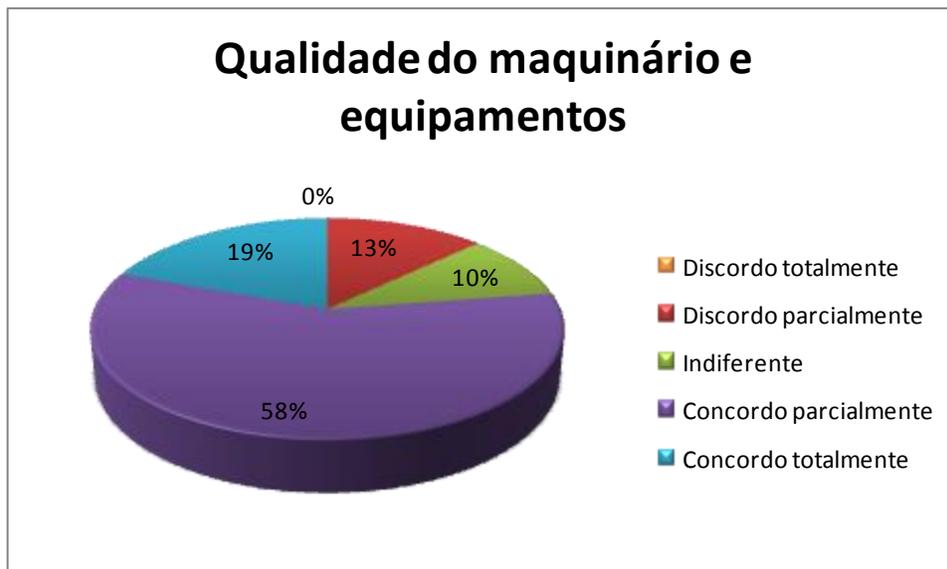
Gráfico 8: Refeitório.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

Tem-se em relação ao refeitório atender suas necessidades, um total de 59% profissionais que concordam parcialmente, ou seja, estão satisfeitos, mas há melhorias que poderiam ser feitas, 13% já acreditam que ele está bom e não precisa de mudanças, 16% marcaram como indiferente, parte dos profissionais não almoçam na empresa, o que pode explicar esse valor mais elevado, 6% discordam parcialmente e 6% discordam totalmente.

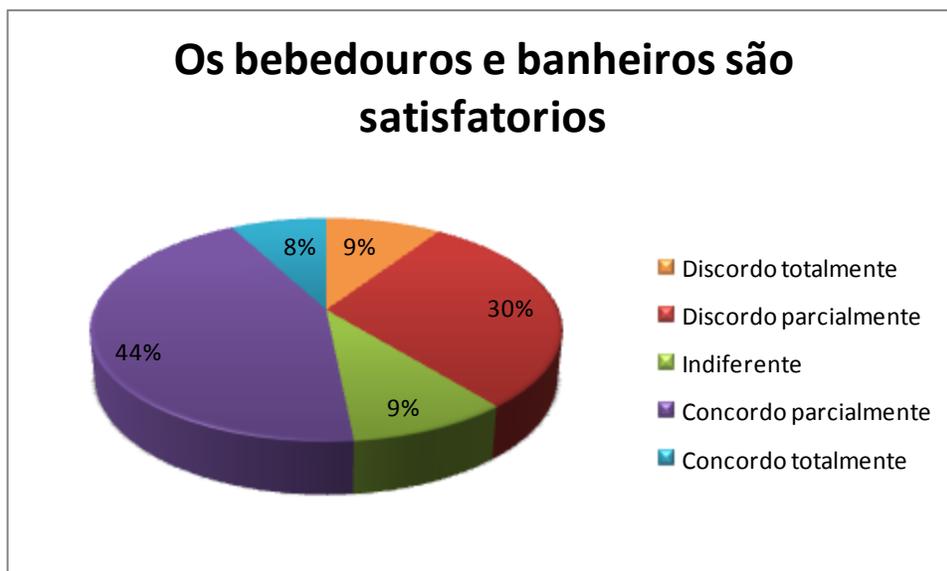
Gráfico 9: Qualidade do maquinário e equipamentos.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

Em um dos principais fatores para o bom resultado do trabalho, que é a qualidade do maquinário e dos equipamentos, obteve-se um total de 58% de profissionais que concordaram parcialmente, que são de qualidade, mas pode-se ter mudanças que melhorariam ainda mais, 19% concordaram totalmente com a qualidade, 13% discordaram parcialmente, entende-se, que ha certa qualidade, mas não esta satisfatório, 10% assinalaram indiferente e 0% de discordo totalmente.

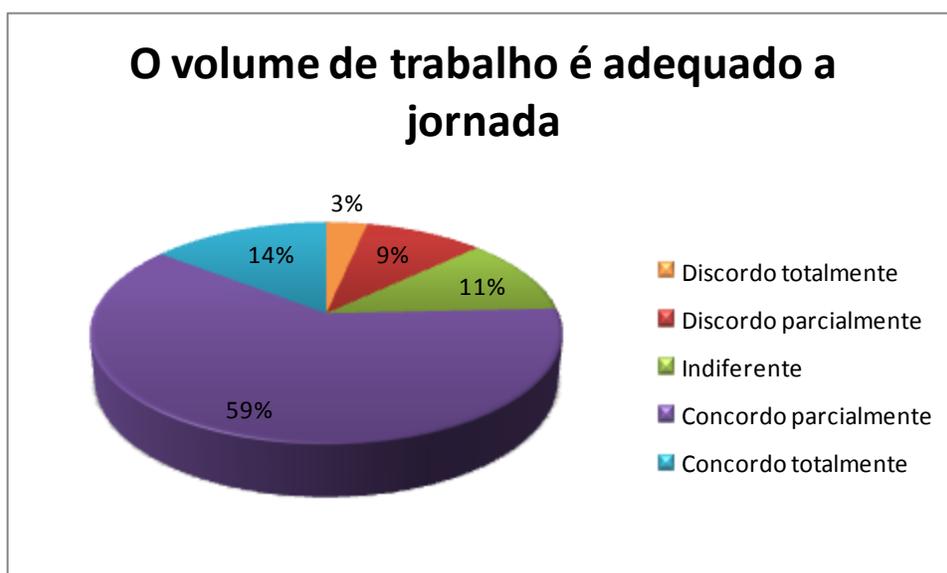
Gráfico 10: Bebedouros e banheiros.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Ao observar-se o Gráfico 10, pode-se identificar que 39% (discordam parcialmente e totalmente) não acham os banheiros e bebedouros satisfatórios, 44% acham satisfatórios, mas acham que mudanças ainda podem ser feitas, e 8% acharam totalmente satisfatório.

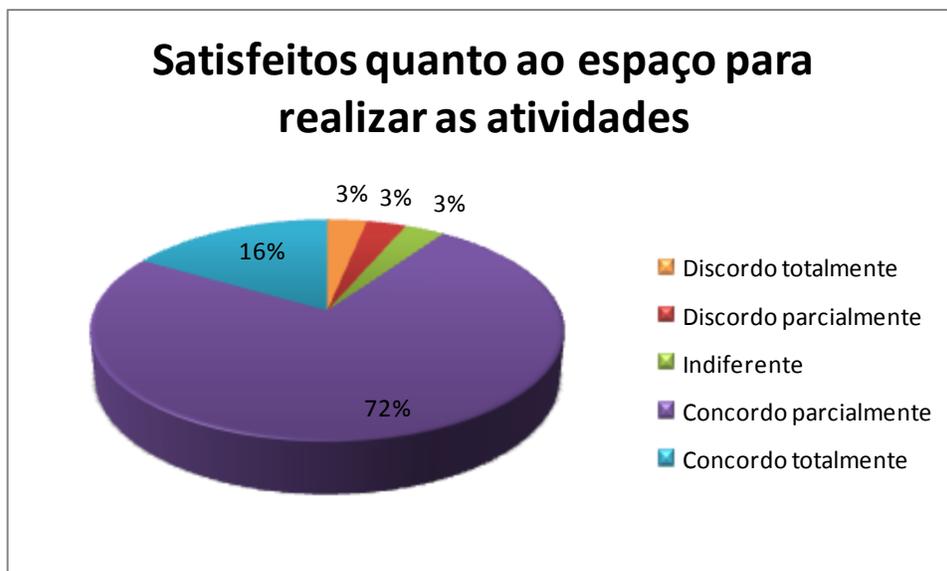
Gráfico 11: Volume de trabalho.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Vê-se aqui que 73% (concordam parcialmente e totalmente) acham que o volume de trabalho é adequado a sua jornada, 11% acham indiferente, 9% discordam parcialmente e 3% totalmente, os 12% negativos (discordam parcialmente e totalmente)

Gráfico 12: Espaço para atividades.

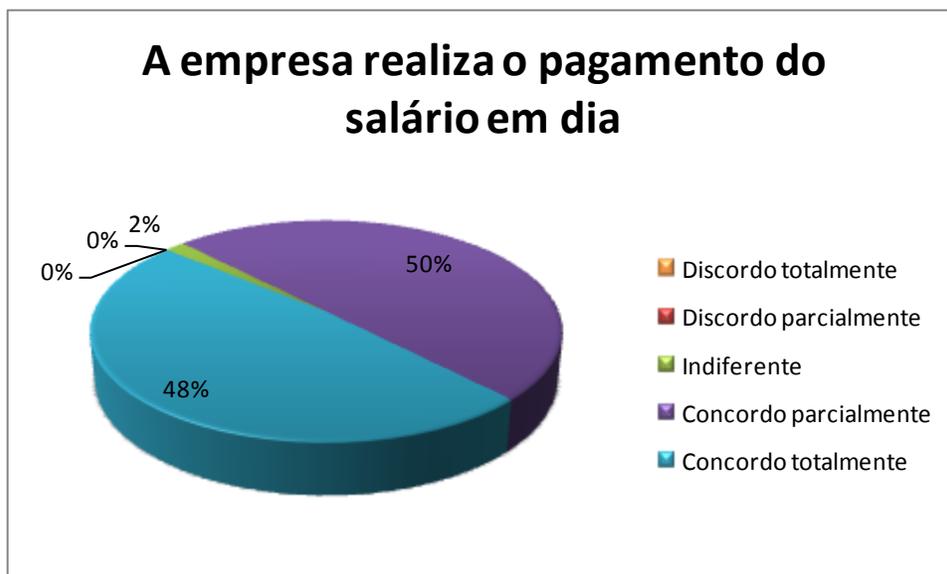


Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

No gráfico 12, que representa a opinião referente ao espaço para realizar as atividades, tivemos 72% que concordaram parcialmente e 16% totalmente, 3% acharam indiferente, 3% discordaram parcialmente e 3% discordaram totalmente.

4.3 REMUNERAÇÃO

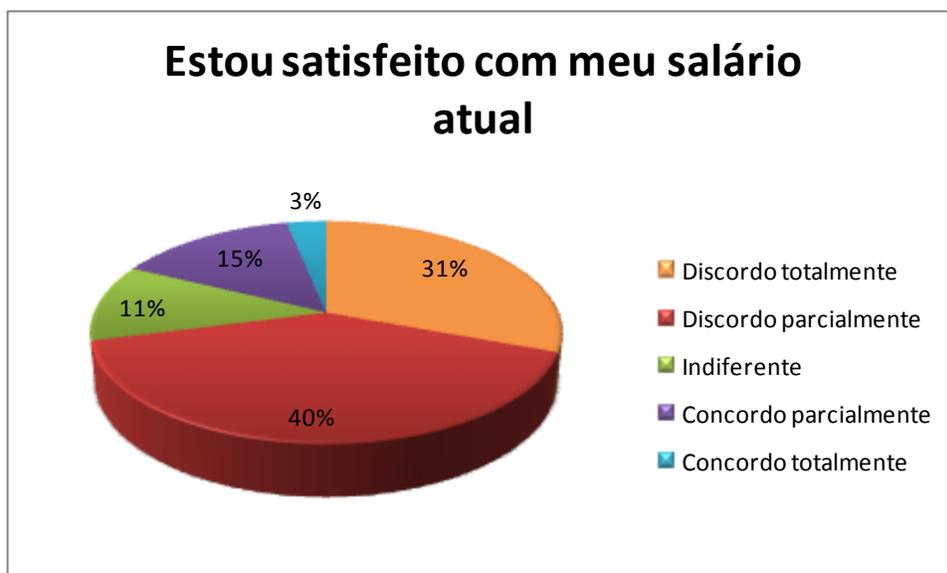
Gráfico 13: Pagamentos em dia.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

50% concordam parcialmente que a empresa realiza os pagamentos em dia e 48% concordam totalmente, 2% marcou como indiferente e 0% discordam parcialmente e completamente.

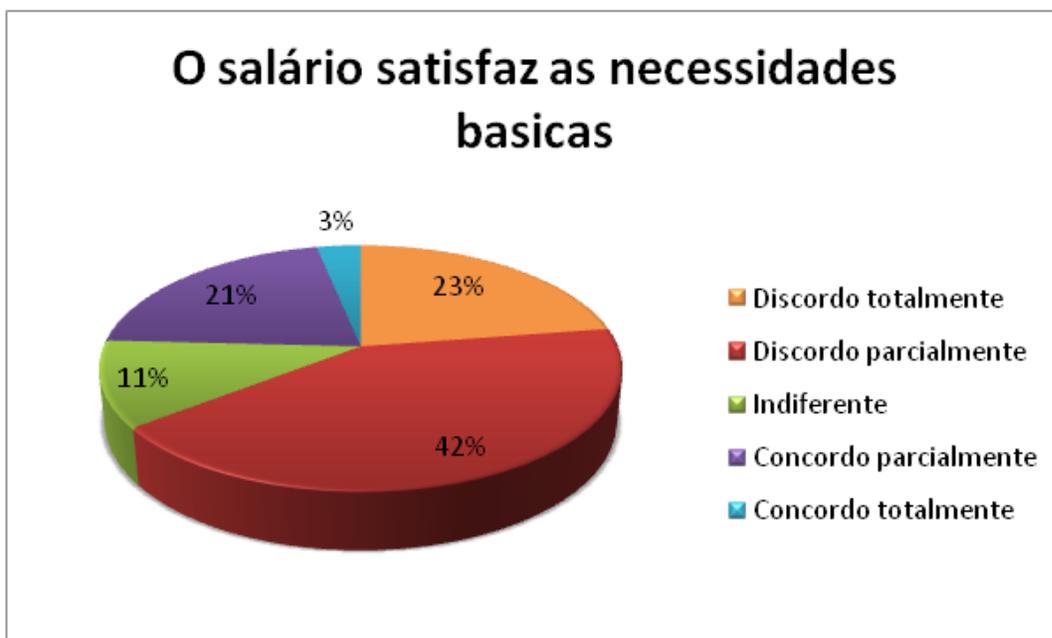
Gráfico 14: Salário atual.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

Pode-se ver no gráfico 21 que 40% discordamos parcialmente de que está satisfeito com seu salário e 31% discorda totalmente, sendo então 71% de insatisfeitos em relação ao salário, 11% é indiferente 15% concorda parcialmente e apenas 3% concorda totalmente.

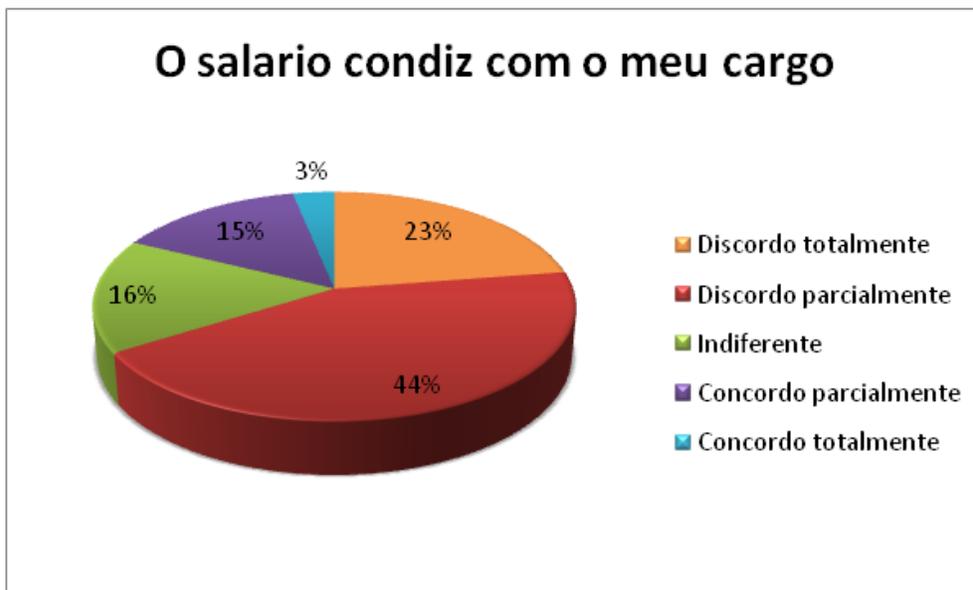
Gráfico 15: Necessidades básicas.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Um total de 23% discorda totalmente quanto ao salário satisfazer suas necessidades básicas, 42% discorda parcialmente, indiferentes somam 11%, 21% concorda parcialmente e 3% concorda totalmente.

Gráfico 16: Salário X Cargo.

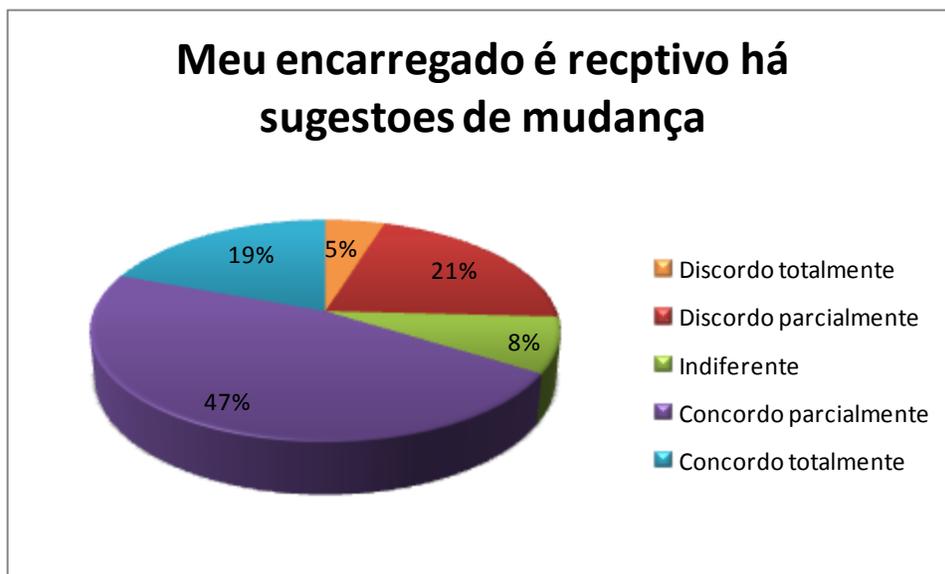


Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

44% dos pesquisados discorda parcialmente que o salário condiz com o seu cargo e 23% discorda totalmente, assim vê-se um total de 67% de insatisfeitos em relação a essa variável, 16% foi indiferente, 15% concorda parcialmente e 3% concorda totalmente.

4.4 LIDERANÇAS

Gráfico 17: Encarregados receptivo a sugestões.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Ao analisa-se o gráfico 28 é possível perceber que 68% dos pesquisados acredita que seu encarregado é receptivo há sugestões de mudanças contra 26% que discorda dessa afirmação, tem-se também um total de 8% que achou a questão indiferente.

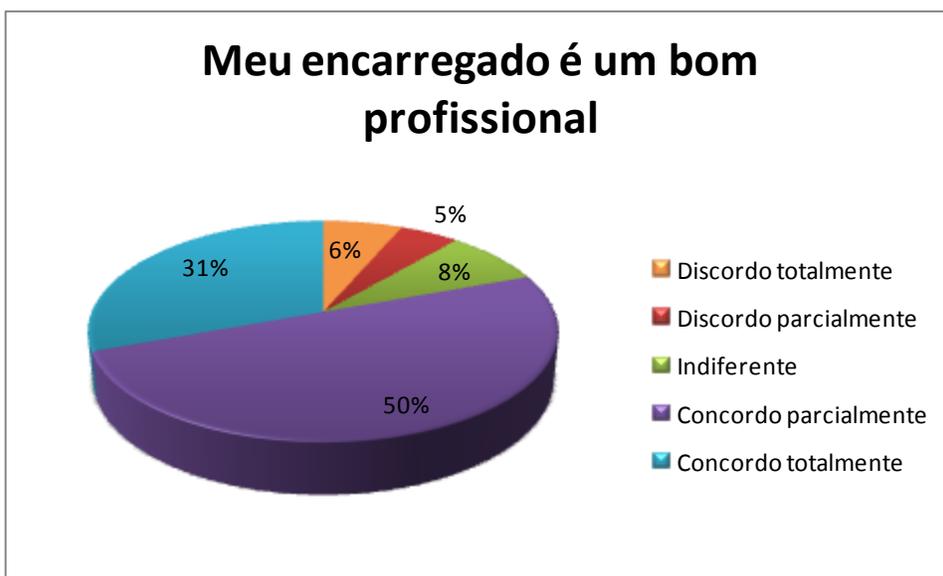
Gráfico 18: Sente-se respeitado.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

83% concordaram com esta afirmação de que sentem-se respeitados pelo seu encarregado, 8% assinalou como indiferente e 11% discordou quanto ser respeitado.

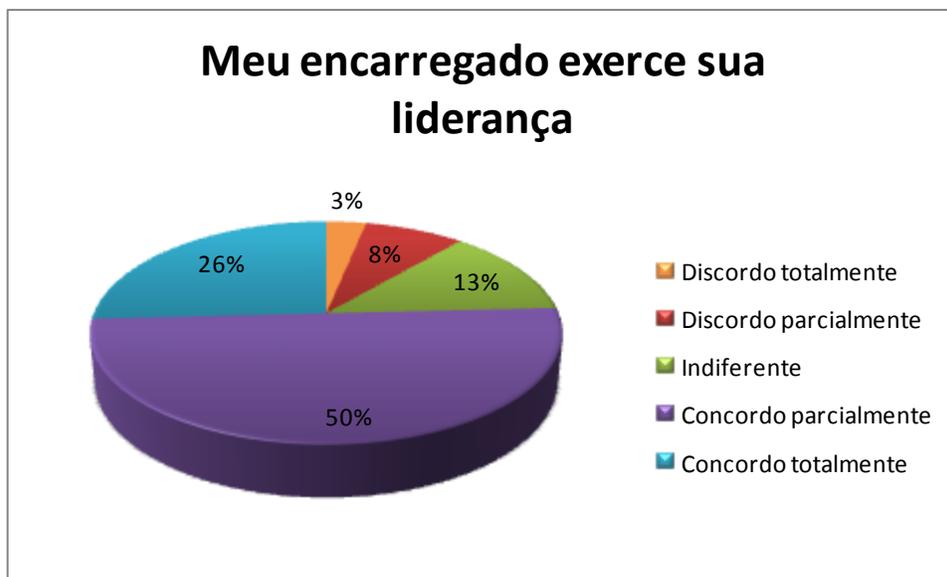
Gráfico 19: Encarregado profissional.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Fica claro no gráfico 32 que os pesquisados consideram seu encarregado um bom profissional, uma vez que 81% concordou, 8% achou indiferente, 5% discordou parcialmente e apenas 6% discordam totalmente.

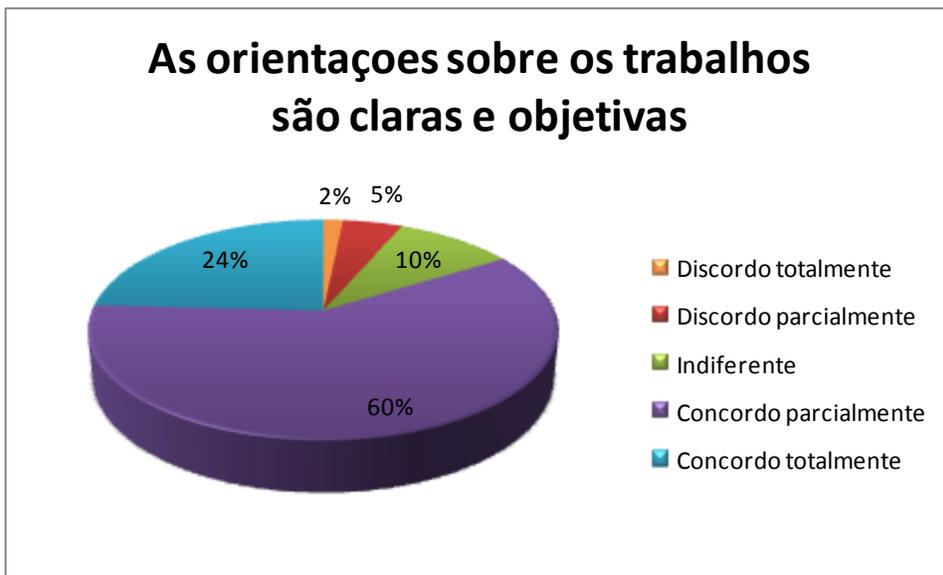
Gráfico 20: Encarregado líder.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

pode-se ver no gráfico 33 que na organização estudada este fator está a contento, uma vez que 76% afirmam que o seu encarregado exerce a sua liderança, 13% como indiferentes, 8% discordaram parcialmente e apenas 3% discordam totalmente.

Gráfico 21: Orientações claras e objetivas.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Tendo um encarregado profissional e que exerce sua liderança já traçaram uma linha de qualidade em relação a esses cargos na empresa, vê-se o mesmo no gráfico 34, aonde 84% dos profissionais que foram pesquisados concordam com a afirmação de que recebem orientações claras e objetivas para a realização das suas atividades, isso ocasiona a diminuição de erros, aumento na qualidade e aumento da produtividade em decorrência de pausas para dúvidas.

4.5 MOTIVAÇÃO

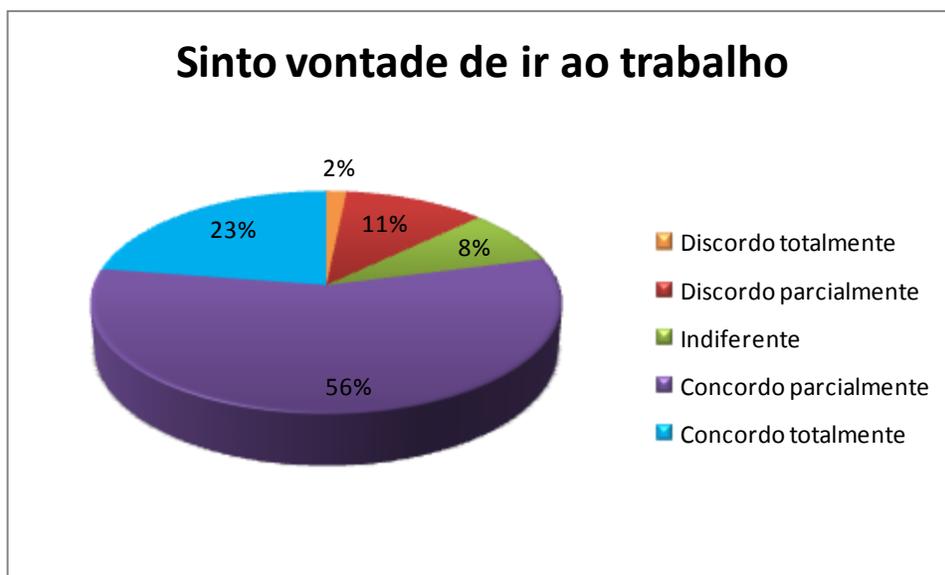
Gráfico 22: Sentimento de valorização.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

No gráfico 30 que aborda o sentimento de valorização do profissional perante a empresa, vê-se o que 16% se sentem totalmente valorizados e 24% parcialmente, 21% assinalou como indiferente 38% discordam que seja valorizado pela empresa.

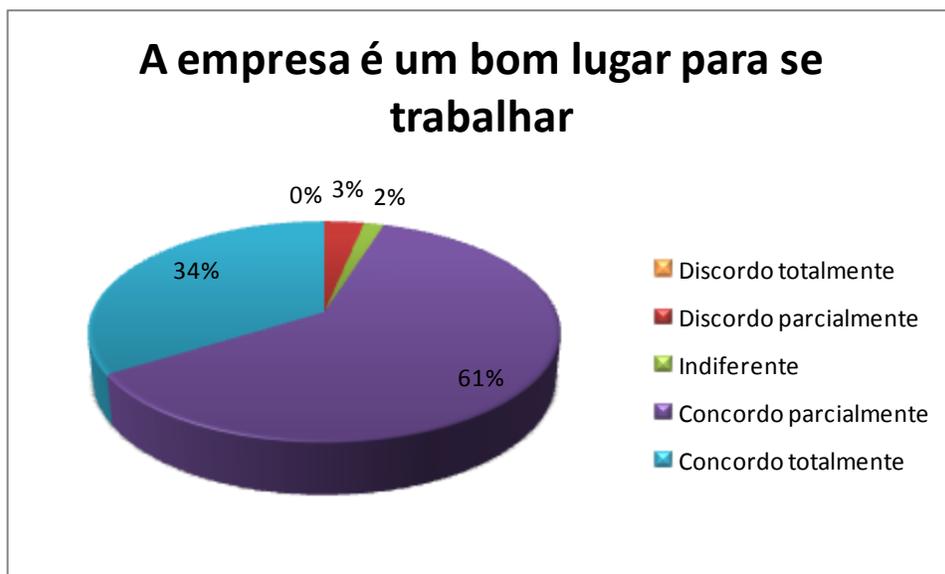
Gráfico 23: Motivação para trabalhar.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

Através deste gráfico vê-se que a grande maioria dos pesquisados, 79% (Concordam parcialmente e totalmente) dos profissionais sente vontade de ir ao trabalho, 8% marcaram como indiferente, 11% discordam parcialmente e 2% discordam totalmente.

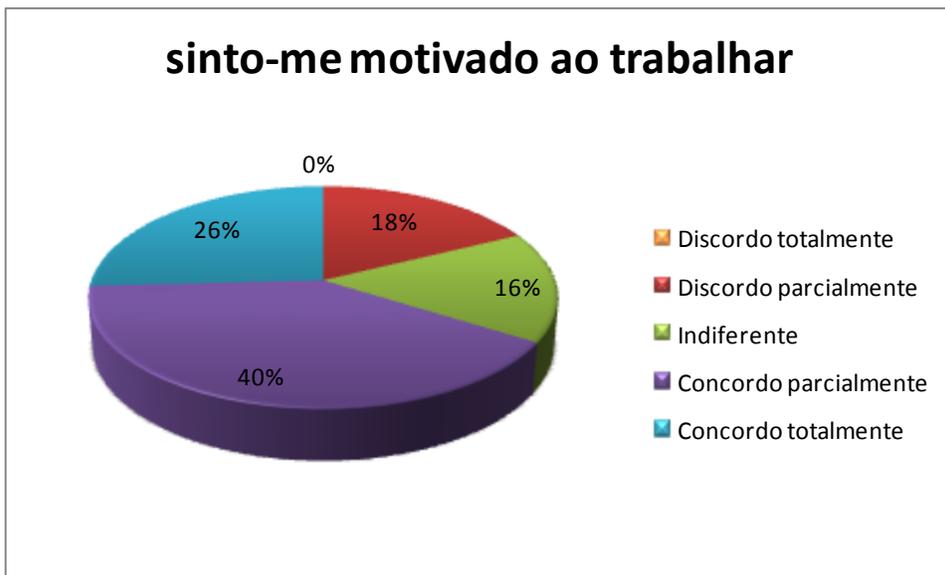
Gráfico 24: A empresa é um bom lugar para trabalhar.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

No gráfico 16, pode-se perceber que a empresa é um bom lugar para se trabalhar, tem-se 61% dos profissionais concordam parcialmente e 34% concorda totalmente, então são 95% de profissionais que avaliaram bem a empresa, 2% marcaram como indiferente, apenas 3% discordaram parcialmente e ninguém discordou totalmente. Esse gráfico expressa uma boa satisfação dos profissionais em relação a empresa.

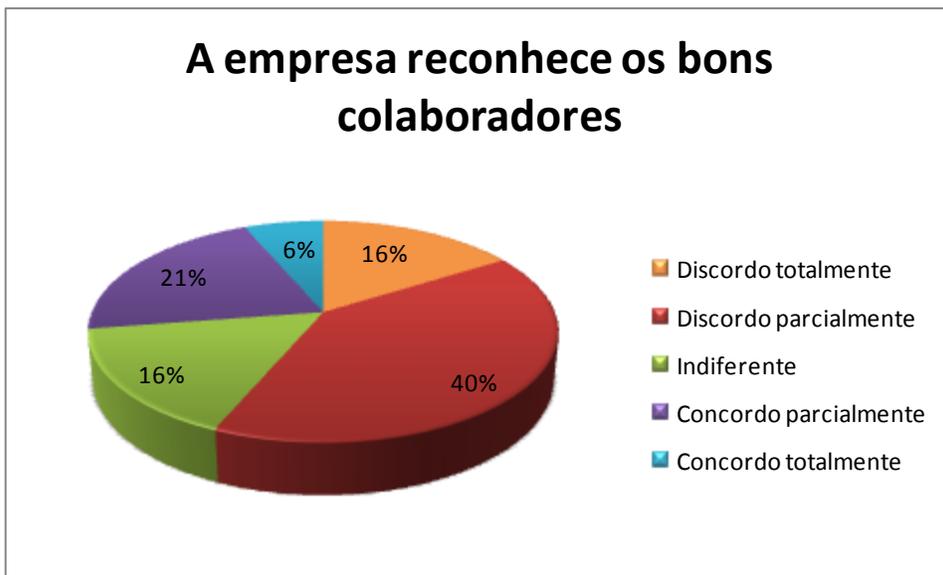
Gráfico 25: Motivação ao trabalhar.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

Ao analisar o gráfico 17 percebe-se que a maioria dos profissionais sente-se motivado a trabalhar, sendo que 26% concordam totalmente, 40% assinalou que concorda parcialmente, 16% como indiferente e 18% discordam parcialmente e 0% discorda totalmente.

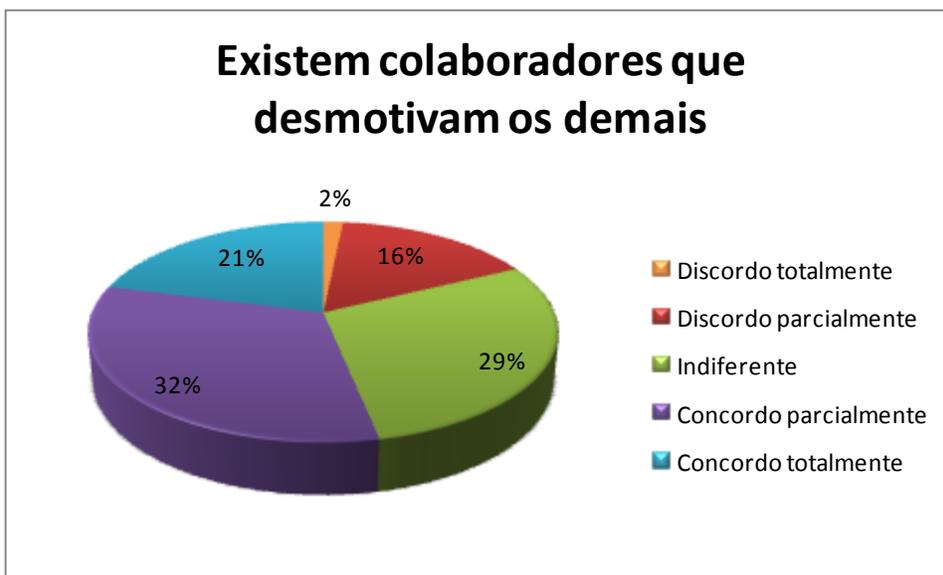
Gráfico 26: Reconhecimento.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

No gráfico 24 trás outro importante fator de motivação, 40% discordam parcialmente de que a empresa reconheça os bons profissionais, 16% discordam totalmente, novamente, vê-se aqui mais da metade dos profissionais indicando um fator negativo e que gera desmotivação para os mesmos.

Gráfico 27: Profissionais desmotivadores



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

Vê-se no gráfico 26 um índice que merece atenção, 32% concordam parcialmente que existem colegas de trabalho que desmotivam os demais e 21% que concordam totalmente, somando-se 53% que estão em contato com profissionais que podem estar desmotivando-os, 29% assinalaram como indiferente 16% discordaram parcialmente e 2% discordaram totalmente.

Gráfico 28: Gostaria de trabalhar em outra organização.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

O gráfico 14 trás a informação de que 21% (concordam parcialmente e totalmente) gostariam de trabalhar em outra organização, 26% assinalaram indiferente, 40% discordaram parcialmente e 13% discordaram totalmente.

4.6 PROFISSIONAL X GERENCIA

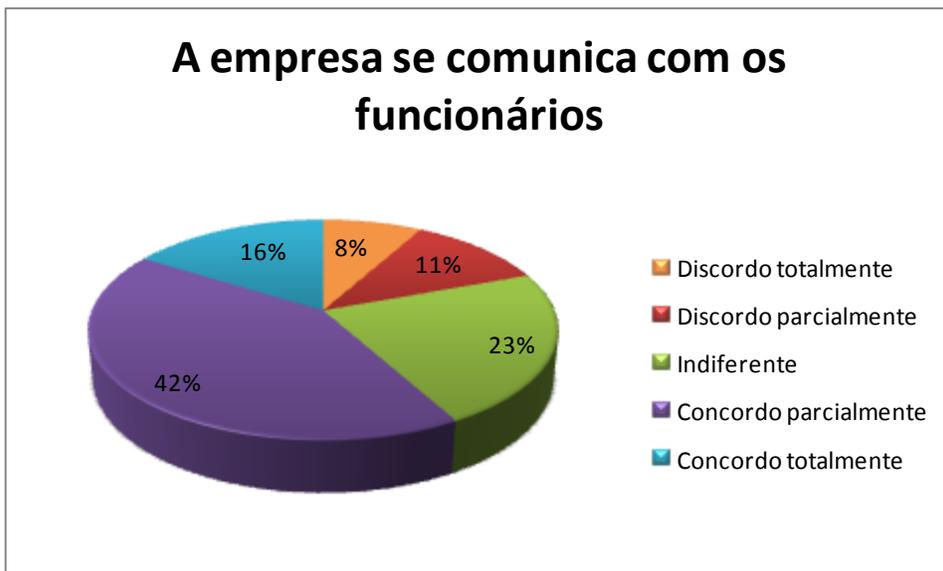
Gráfico 29: Empresa ética.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

47% dos pesquisados concordam parcialmente que a empresa é ética com seus funcionários, 10% concordam completamente, 6% discordam totalmente, 3 discordam totalmente e 34% marcou a opção indiferente.

Gráfico 30: Dialogo empresa-funcionário.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

O gráfico 31 mostra que a maioria dos profissionais pesquisados, 58%, acredita que a empresa se comunica com os funcionários, fator importante, pois o dialogo é importante em qualquer instituição, pois trás equilíbrio de idéias e esclarecimento, 23% acharam indiferente, 11% discordaram parcialmente e 8% discordaram totalmente.

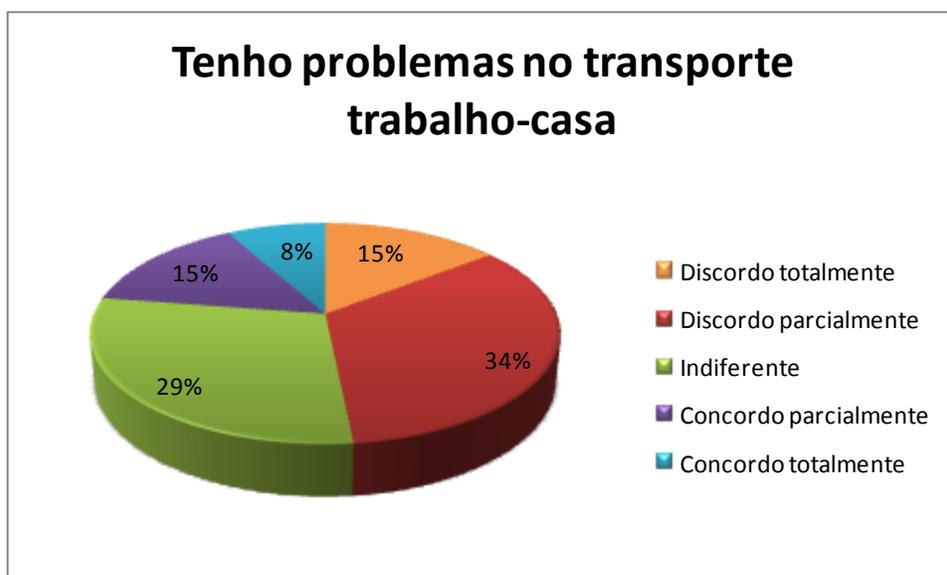
Gráfico 31: Realizar outra função na empresa.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016)

No gráfico 15, que trata da vontade de realizar outra função na empresa, tem-se uma situação dividida, 15% concorda totalmente, , 31% concorda parcialmente, 16% optaram pela opção indiferente, 27% marcaram que discordam parcialmente, entende 15% discordaram totalmente em relação à vontade de realizar outra função na empresa

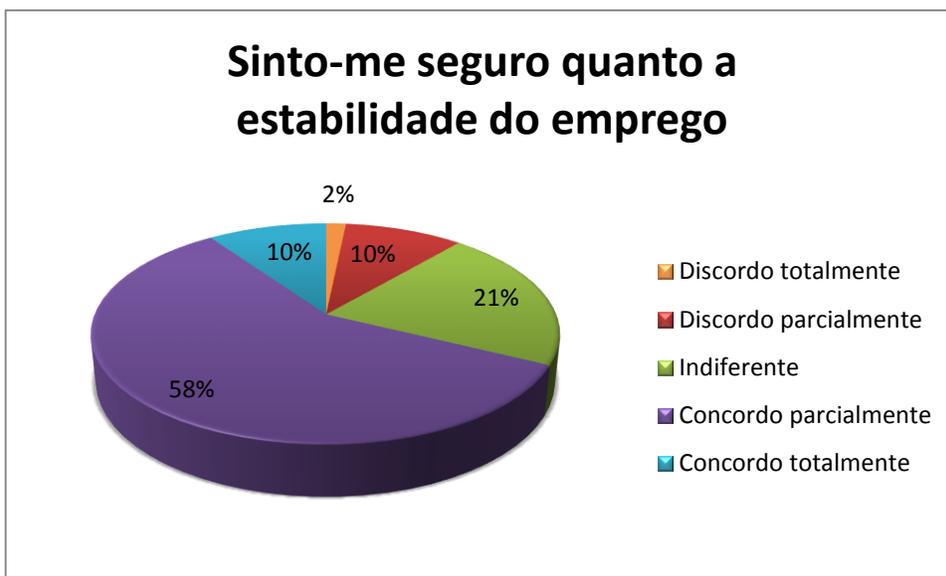
Gráfico 32: Transporte trabalho-casa.



Fonte: dados obtidos na pesquisa (2016).

No gráfico 18 vê-se que 34% discordam parcialmente quanto a ter problema no transporte trabalho-casa, 15% discorda totalmente 15% concorda parcialmente e 8% concordam totalmente, tendo 23%, quase um quarto dos empregados alegaram problemas com o transporte.

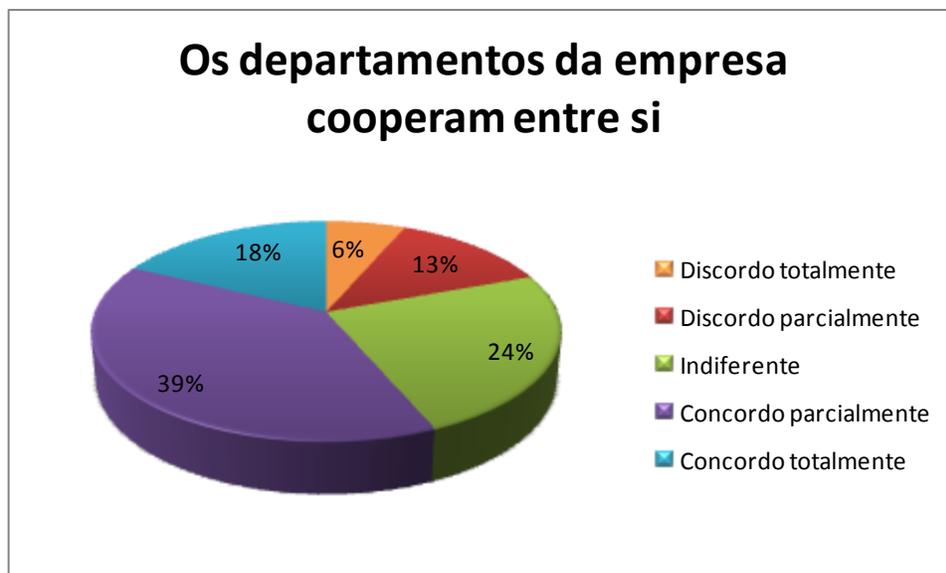
Gráfico 33: Estabilidade do emprego.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

68% (concordam parcialmente e totalmente) dos colaboradores estão seguros quanto à estabilidade no emprego, 21% assinalou como indiferente e 10% discordaram da estabilidade do emprego.

Gráfico 34: Cooperação de departamentos.



Fonte: Dados obtidos na pesquisa (2016).

Em relação à cooperação dos departamentos da empresa, vê-se que 39% acreditam parcialmente que isso aconteça 18% Crê totalmente nessa cooperação, já 24% foram indiferentes em relação a esta afirmação, 13% discorda parcialmente e 6% entendem que não há nenhuma cooperação entre os departamentos da empresa.

4.7 ANALISE DOS RESULTADOS

Ao analisa-se o perfil dos funcionários nota-se que grande parte dos profissionais é do sexo feminino, isto pelo fato das funções realizadas no ramo da confecção ser tradicionalmente exercidas por mulheres, como costura e passadoria. Tem-se uma faixa etária bem diversificada, com pessoas de todas as idades presentes na empresa. A alta porcentagem de pessoas solteiras na empresa, pode ser entendida ao comparar ao gráfico 2, aonde podemos observar que 40% tem de 16 a 25 anos, sendo jovens, o que causa o elevação dessa porcentagem.

Os altos índices de pessoas com baixo grau de estudo pode refletir-se no gráfico 2, onde 40% dos pesquisados tem mais de 30 anos e estudaram em um época onde era comum o abandono dos estudos por necessidade de trabalhar e ajudar a família, também pode-se identificar que 42% concluíram o ensino médio, mas não estão cursando um ensino superior.

Vê-se em relação ao tempo de empresa em relação porcentagens podemos identificar que a empresa, tendo mais de vinte anos de atuação no mercado e com 27% de empregados com até um ano, identifica-se uma alta rotatividade, Ferreira e freire (2001) dizem, “Os custos da rotatividade de pessoal podem ser significativos, abrangendo desde a queda da produtividade até a perda de historicidade da instituição” Sendo que a empresa não fez expansão nem aumentou o quadro de profissionais, apenas substitui os que saíram por novos, então no ultimo ano, 27% do quadro foi alterado em contrapartida vê-se 11% com mais de 5 anos e até mais de 10 anos de empresa.

Quanto ao salário, observa-se que 52% recebem entre R\$ 1.000,01 até R\$ 1.500,00, isso pelo fato da media salarial da função de costureira, que é aonde se encontram a maioria dos profissionais da empresa, orbitar por esses valores, os que

recebem menos que esse valor são em geral pessoas que realizam serviços simples e sem necessidade de experiência e aos que recebem mais são profissionais com mais experiência ou que realizam atividades mais complexas.

Em relação ao ambiente de trabalho, de uma maneira geral, a empresa foi bem avaliada, obtendo uma opinião positiva em cinco dos seis quesitos pesquisados, sendo os banheiros e bebedouros que receberam a avaliação menos positiva, com 39% de insatisfeitos no gráfico, Maslow (1970) na Teoria da hierarquia das necessidades diz que as necessidades fisiológicas são as necessidades básicas do indivíduo, necessidades das quais ele precisa para sobreviver, como por exemplo: água, alimentos, roupas, ir ao banheiro etc. Assim, entende-se que um banheiro e bebedouro que não estão a contento podem influenciar negativamente na motivação do profissional. O refeitório, os equipamentos, maquinários, o espaço para realizar as atividades tiveram avaliações positivas.

Fica claro nos itens relacionados à remuneração que a empresa realiza todos os pagamentos em dia, mas percebe-se um descontentamento em relação ao valor recebido, ficou caracterizado que a grande maioria está insatisfeita com o atual salário, acreditam também que o valor pago pela empresa não condiz com as funções exercidas e assim o salário também não é suficiente para suprir suas necessidades básicas, como contas do cotidiano e sustentar suas casas.

Identificou-se através da pesquisa que os encarregados estão cumprindo com suas funções, uma vez que os profissionais estão se sentindo respeitados, tem espaço para o dialogo, pois os encarregados são receptivos a sugestões de mudanças, dão instruções claras e objetivas, são bons profissionais e exercem a liderança que lhes cabe.

Para Maximiano (2007) os superiores têm varias funções nas organizações, e a liderança é uma delas. É o líder que devem influenciar no comportamento de seus liderados, e isso influencia diretamente a motivação. Os líderes são profissionais que tem a habilidade e o dever de exercer poder e ter autoridade sobre os demais

Quanto a valorização, nota-se no gráfico 22, aonde 38% não se sentem valorizados pela empresa, um fator negativo no clima organizacional, sendo que as pessoas são de suma importância para a organização e o sentimento de

desvalorização influencia na capacidade produtiva, qualidade e pode acarretar no desligamento do mesmo em busca de valorização em outras organizações. CITAÇÃO. 79% sentem vontade de ir trabalhar e 95% acham que a empresa é um bom lugar para se trabalhar, são índices extremamente bons e que dão indícios de um bom clima organizacional, outro fator negativo identificado quanto a valorização é que 56% dos profissionais que participaram da pesquisa acham que a empresa não reconhece os bons funcionários. Também se identificou que existem profissionais que desmotivam os seus colegas, fator de preocupação e que deve ser sanado.

Os profissionais também avaliaram positivamente a gerencia, afirmando que a empresa é ética e se comunica com os profissionais, para Dallo (2014) É importante que a empresa tenha uma comunicação e a entenda como uma aliada para os negócios, com um bom relacionamento com seus públicos, tanto interno quanto externo, certifica-se o reconhecimento perante a sociedade, valoriza seus recursos e o potencial de seus profissionais e auxilia no fortalecimento da própria reputação. E também acreditam que os departamentos cooperam entre si.

Também notasse que apesar da crise vivida no momento da pesquisa no ano de dois mil e dezesseis, aonde muitas empresas tendem a realizar demissões em função da redução econômica no país, na empresa pesquisada 68% dos profissionais se sentem seguros quanto à estabilidade dos seus empregos.

4.8 SUGESTOES DE MELHORIAS

Ao observar a análise dos resultados, chega-se a considerações do que pode ser melhorado no setor pesquisado, realizando melhorias e assim aumentando a satisfação dos profissionais e trazendo um clima organizacional favorável.

Foi identificado já no perfil dos profissionais que uma quantia considerável não completou os estudos básicos, sendo 48% deles e também 42% terminou o ensino médio mais não estão cursando ensino superior, a primeira sugestão é o incentivo ao estudo, buscar programas de conclusão do ensino médio que existem no município e apresentar para os profissionais que ainda não o completaram, informar os benefícios e buscar formas e incentivá-los a retornarem aos estudos. Aos que já completaram o

ensino médio, procurar meios de estabelecer parcerias com instituições de ensino superior e outras organizações que são focadas na formação de profissionais. A empresa pode perder esses profissionais no futuro, mas estará atuando socialmente na sua comunidade e também servirá de motivação para que novos profissionais sintam vontade de fazer parte da empresa, pois mesmo não sendo um local onde se possa ter uma grande ascensão profissional pode-se tornar uma porta para que isso aconteça.

A rotatividade que vem acontecendo na empresa é outro campo aonde necessitasse de melhoria, esse fator pode estar atrelado a outros problemas identificados na pesquisa, como descontentamento quanto à remuneração, e também sentimento da empresa não reconhecer os bons profissionais e assim não se sentirem valorizados. Deve-se estabelecer um plano de cargos e salários, aonde estimule o crescimento e desenvolvimento do profissional, onde fique claro seus objetivos e seus benefícios, também seria interessante realizar entrevistas demissionais, onde em conversa com os profissionais que estão se desligando possa se ter um *feedback* do tempo que ela esteve na empresa. Quanto aos profissionais acharem o salário desproporcional, ligamos a primeira sugestão, aonde com o incentivo ao estudo, com cursos profissionalizantes e graduações se obterá profissionais melhores qualificados e trarão melhores resultados para empresa, assim serão também remunerados de uma melhor forma.

O que chamou a atenção quanto ao ambiente de trabalho foi o descontentamento quanto aos banheiros e os bebedouros, para sanar este problema deve analisar as condições dos mesmos e caso não seja identificado, deve-se conversar com os profissionais para descobrir o que está deixando a desejar e assim realizar mudanças para a melhoria.

5 CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo identificar os fatores que influenciam no clima organizacional no setor da produção de uma confecção no município de Morro da Fumaça SC, os resultados foram obtidos através da aplicação de questionário as profissionais, as questões avaliaram fatores como: perfil dos profissionais, remuneração, lideranças, ambiente de trabalho, motivação e a relação entre profissionais e gerencia.

A pesquisa de clima organizacional é um instrumento que retrata o momento que o setor vive, ele se alterna, pois tem influencias internas e externas. Analisando o questionário que foi aplicado identificou-se que o clima organizacional é bom e favorável, existem poucos fatores negativos, mas no geral o clima organizacional é positivo.

A empresa deve sempre procurar o bem estar do seu profissional, conforme Maximiano (2012)

A qualidade de vida no trabalho pode ser avaliada pelas praticas que visam assegurar o bem-estar de seus empregados. Considerando-os como seres humanos integrais, não apenas como executantes de tarefas. Cada tipo de pratica da empresa corresponde a uma possibilidade de qualidade de vida no trabalho de seus funcionários. (MAXIMIANO, p. 277)

Foi identificado o perfil dos profissionais que trabalham no setor e realizar a analise da percepção dos mesmos em relação ao clima organizacional da empresa após propor sugestões de melhorias com os resultados do diagnóstico, conforme estabelecido nos objetivos específicos.

Empresas com boa comunicação, tanto interna quanto externa, ambiente de trabalho agradável, remuneração justa, plano de carreira e benefícios tem um enorme diferencial favorável em relação às demais, pois as pessoas buscam sentir-se seguras e confortáveis para desempenhar suas atividades profissionais, assim boas empresas terão a disposição bons profissionais.

Entendeu-se que o clima organizacional favorável, mais do que criar um ambiente saudável e amistoso, trás melhores condições de desenvolver as atividades da empresa, aonde o clima é negativo, as pessoas trabalham, pois necessitam e na primeira oportunidade deixaram a empresa.

Conclui-se que todos os objetivos propostos na pesquisa foram alcançados através de pesquisa aplicada aos profissionais. Fatores que influenciam o ambiente a ter clima organizacional favorável foram analisados em uma Confeção, como foi proposto no objetivo geral.

REFERÊNCIAS

BARBETTA, Pedro A. **Estatística aplicada as ciencias sociais**. 3 ed. Florianópolis . ed. Da UFSC, 1999

BARBETTA, Pedro Alberto; REIS, Marcelo Menezes; BORNIA, Antonio Cezar. **Estatística: para cursos de engenharia e informática**. 3. ed São Paulo: Atlas, 2010. 410 p.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. 5 ed. São Paulo: Atlas 2008.

BEZERRA, Aline de Sousa. **Clima organizacional**: Fatores que influenciam na empresa xyz. Picos, 2011. 61f. Monografia (Bacharelado em Administração) Universidade Federal do Piauí, Piauí, 2015. Disponível em: <http://www.academia.edu/4435295/UNIVERSIDADE_FEDERAL_DO_PIAU%C3%8D_-_UFPI_CAMPUS_SENADOR_HELV%C3%8DDIO_NUNES_DE_BARROS_-_CSHNBALINE_DE_SOUSA_BEZERRA_CLIMA_ORGANIZACIONAL_FATORES_QU E_INFLUENCIAM_NA_EMPRESA_XYZ>. Acesso em 012/04/2016

BITTENCOURT, Sidney. **Comentário ao Simples**: Sistema integrado de pagamento de impostos e contribuições das microempresas e empresas de pequeno porte: imposto único para as micro e pequenas empresas. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 1997.

BYHAN, Willian C. & COX, Jeff. **Zapp. O poder da energização** – como melhorar a produtividade e a satisfação dos funcionarios. 16 ed. Rio de Janeiro, Campus, 1992.

CAVALCANTI, Vera Lucia, CARPILOVSKY, Marcelo. **Liderança e Motivação – 2. Ed.** – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos**: fundamentos básicos. 5 ed. São Paulo: Atlas 2003.

_____. **Administração nos novos tempos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

_____. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Campus, 2005.

_____. **Gerenciando com as pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevier 2005.

_____. **Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. 2. ed São Paulo: Elsevier, 2005. 539 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999. 457 p.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 5ª ed. São Paulo: Cortez, 2001.

DALLO, Genilto, **A importância da melhoria na comunicação interna corporativa**. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/a-importancia-da-melhoria-na-comunicacao-interna-corporativa/82818/> >. Acesso em: 09 abril 2016.

Disponível em:

<<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=421120&search=%7Cmorro-da-fumaca>> acesso em: 20 de novembro de 2015

Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/projetos/portal_sebrae-sc/uploads/pdfs-municipios/relatorio-municipal-morro-da-fumaca.pdf> acesso em: 19 de novembro de 2015

DMITRUK, Hilda Beatriz. Org. **Cadernos Metodológicos: Diretrizes do trabalho científico**. 6. ed. Chapecó: Argos, 2004.

FERREIRA, Mário César and FREIRE, Odaléa Novais. **Carga de trabalho e rotatividade na função de frentista.** *Rev. adm. contemp.* [online]. 2001, vol.5, n.2, pp.175-200. ISSN 1982-7849. <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552001000200009>.

FONTANELLA, Denise; TAVARES, Eveline. **O lado (des) humano da tercerização o impacto da tecereização nas empresas, nas pessoas e como administra-lo.** Salvador: Casa da Qualidade, c1994. 114 p.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. Ed São Paulo: Atlas, 2002. 175p.

_____. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais.** São Paulo: Atlas, 2001. 307 p.

GIOSA, Lívio Antonio. **Terceirização: uma abordagem estratégica.** 4 ed. rev. atual São Paulo: Pioneira, 1995. 123 p.

GOULARTI FILHO, Alcides; JENOVEVA NETO, Roseli. **A indústria do vestuário: economia, estética e tecnologia.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997. 197 p.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução a pesquisa: projetos e relatórios.** 2. Ed. São Paulo: Loyola, 2004. 295 p

GUTIERREZ, Gustavo Luis. **A metodologia científica e o estudo das organizações.** *Rev. adm. empres.* [online]. 1986, vol.26, n.1, pp. 91-96..

LACOMBE, Francisco José Masset. **Recursos humanos: princípios e tendências.** São Paulo: Saraiva, 2005.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 4 ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001. 288 p.

LAUSCHNER, Rogério José; MEURER, Rogério Sadi; HINTERHOLZ, RosemilhaHeinen. **Clima organizacional**: questão pontual na gestão estratégica de pessoas. Disponível em:
http://tjsc25.tj.sc.gov.br/academia/arquivos/Rogério_Jose_Lauscner_-_Rogerio_Sadi_Meurer_-_Rosemilha_Heinen_Hinterholz.pdf. 30/09/2009.
 Acessado em: 25/08/2011.

LOPES, Jorge. **O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas**. Recife: UFPE, 2006.

LUZ, R.S. (2006). Importância do CO. Art. Disponível em: “<http://www.monografias.com>”, consultados no dia 20 de novembro de 2015.

LUZ, Ricardo. **Gestão do clima organizacional** – Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Rosilda Baron. **Metodologia Científica**: Como tornar mais agradável a elaboração de trabalhos acadêmicos. 5 ed. Curitiba: Juruá, 2008.

MARX, Karl. O Capital: **Crítica da economia política**. Rio de Janeiro, Bertrand, v. 1, 1989.

MASLOW, A. H. **Motivation and personality**. New York: Harper & Row, 1970.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Teoria geral da administração**. 2 ed. São Paulo: atlas 2000

_____ **Teoria geral da administração:** da revolução urbana a revolução digital. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MOTTA, Paulo Roberto. **Gestão contemporânea** – a ciência e a arte de ser dirigente. Rio de Janeiro, Record, 1991.

BISPO, C. A. F. **Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional**. V. 16, Maio/Ago, p. 258-273. EESC/USP/SP, 2006.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica:** projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1999. 320 p.

QUEIROZ, Carlos Alberto Ramos Soares de. **Manual de terceirização** : onde podemos errar no desenvolvimento e na implantação dos projetos e quais são os caminhos do sucesso. São Paulo: STS, 1992. 93 p.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica:** para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. 3. ed. São Paulo:Loyola, 2005.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração:** Guia para Estágios, Trabalhos de Conclusão, Dissertações e Estudos de Caso. 3. ed. – 3. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

ROBBINS , Stephen P. – **Comportamento organizacional**. 9.ed.. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SANTOS, Vanice dos. CANDELORO, Rosana J. **Trabalhos Acadêmicos:** uma orientação para a pesquisa e normas técnicas. Porto Alegre: Age, 2006.

SINDIVESTUARIO, O sindicato da moda. **Setor do Vestuário**. São Paulo, 2008.

SOUZA, Edela L.P. "**Percepção do Clima Conforme o Escalão Hierárquico**"
in: *Revista de Administração de Empresas*, Rio de Janeiro, vol. 20, nº 4, out/dez., 1980,
p. 27.

TACHIZAWA, Takeshy; FERREIRA, Victor Cláudio Paradela; FORTUNA, Antônio
Alfredo Mello. **Gestão com pessoas : uma abordagem aplicada às estratégias de
negócios**. 3. ed Rio de Janeiro: FGV, 2004. 260 p. ISBN 852250332X

TANURE, Betania; EVANS, Paul; PUCIK, Vladimir. **Gestão de pessoas no
Brasil: virtudes e pecados capitais : estudos de casos**. Rio de Janeiro: Elsevier,
Campus, 2007. 210 p.

TUBINO, D.F. **Planejamento e controle da produção**-Teoria e Prática. São Paulo: 2ª.
ed. Atlas, 2009

VERGARA, Sylvia Constant. . **Gestão de pessoas**. 3. ed. ampl São Paulo: Atlas, 2003.
213 p.

VERGARA, Sylvia Constant. . **Gestão de pessoas**. São Paulo: Atlas, 1999. 171 p..

WEISS, Donald. **Motivação e resultados**; como obter o melhor de sua equipe. São
Paulo, Nobel, 1991.

APENDICÊS

APENDICÊ A: Questionário



TCC LUAN SIEPMANN DA SILVA

ESTUDO DO CLIMA ORGANIZACIONAL DE UMA EMPRESA DE CONFECÇÃO LOCALIZADA EM MORRO DA FUMAÇA/SC

Pesquisa de Clima Organizacional

A pesquisa de clima organizacional tem como finalidade caracterizar o perfil dos profissionais, conhecer a opinião das pessoas em relação a empresa, analisando suas necessidades e insatisfações perante a mesma, assim, com os resultados da pesquisa é possível propor melhorias nos itens que não estão conformes.

Instruções para a realização da pesquisa:

- a) A sua participação na pesquisa é de extrema importância para que os dados obtidos sejam os mais próximos da realidade possíveis.
- b) Leia com atenção cada pergunta e marque com um **X** o que lhe parecer mais próximo da sua realidade.
- c) A escala utilizada para o questionário será: discordo muito, discordo, não tenho opinião, concordo e concordo muito. Caso a pergunta não tenha a ver com seu trabalho marque a opção 'não tenho opinião'.
- d) A pesquisa será de **forma anônima**, não coloque o seu nome nela e a resposta da forma mais sincera possível.
- e) **Quanto as afirmações:**
 - **Discordo totalmente:** A afirmação é falsa.
 - **Discordo parcialmente:** A afirmação é predominantemente falsa.
 - **Não tenho opinião:** Não tem conhecimento ou não tenho contato.
 - **Concordo parcialmente:** A afirmação é predominantemente verdadeira.
 - **Concordo totalmente:** A afirmação é verdadeira

Perfil do profissional:**a) Gênero:**

Masculino Feminino

b) Idade:

De 16 a 20 anos De 21 a 25 anos De 26 a 30 anos
 De 31 a 40 anos De 41 a 50 anos De 50 anos ou mais

c) Estado civil:

Solteiro(a) Casado(a) Separado(a) Viúvo(a)

d) Escolaridade:

Ensino fundamental incompleto Ensino fundamental completo
 Ensino Médio Cursando Ensino Superior Ensino superior completo

e) Tempo de empresa:

Até 1 ano Mais de 1 ano até 3 anos Mais de 3 ano até 5 anos
 Mais de 5 ano até 10 anos Mais de 10 anos

f) Salário:

Até R\$ 1.000,00 De R\$ 1.000,01 a R\$ 1.500,00
 De R\$ 1.500,01 a R\$ 2.000,00 De R\$ 2.000,01 a R\$ 3.000,00
 Acima R\$ 3.000,01

Indicadores internos:

Nº	AFIRMAÇÃO	Escala				
		Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não Tenho Opinião	Concordo parcialmente	Concordo Muito
1	As condições do meu local de trabalho são satisfatórias quanto a higiene e limpeza.					
2	As condições do meu local de trabalho são satisfatórias quanto ao espaço para realizar as tarefas.					
3	Os equipamentos e máquinas para execução dos trabalhos são de qualidade e atendem as necessidades do mesmo.					
4	O refeitório da empresa atende as necessidades do seu uso.					
5	O volume de serviço é adequado para a minha jornada de trabalho.					
6	As condições do meu local de trabalho são satisfatórias quanto aos banheiros e bebedouros					
7	Sinto vontade de ir para o trabalho.					
8	Gostaria de trabalhar em outra organização.					
9	Gostaria de realizar outra função na empresa.					
10	A empresa é um bom lugar para se trabalhar.					
11	Sinto-me motivado ao trabalhar.					
12	Tenho tido problemas com o transporte casa–empresa/empresa–casa.					

13	Sinto-me seguro quando a estabilidade do meu emprego.					
14	A empresa realiza o pagamento dos salarios em dia.					
15	Estou satisfeito com o meu salário atual.					
16	O meu salário satisfaz às minhas necessidades básicas de vida.					
17	O salário condiz com o meu cargo.					
18	A empresa reconhece os bons funcionários.					
19	Considero a empresa ética com seus funcionários/clientes/parceiros.					
20	Existem profissionais que desmotivam os demais.					
21	Existe um relacionamento de cooperação entre os departamentos da empresa.					
22	Meu encarregado é receptivo às sugestões de mudança.					
23	Sinto-me respeitado pelo meu encarregado.					
24	Sinto-me valorizado pela empresa.					
25	A empresa se comunica com os profissionais					
26	Considero meu encarregado um bom profissional					
27	Meu encarregado é um bom lider.					
28	As orientações que recebo sobre o seu trabalho são claras e objetivas.					

