

FACULDADE DOCTUM DE GUARAPARI

LEILA MARCONCINI

**UMA AVALIAÇÃO DA MOTIVAÇÃO DO CAPITAL HUMANO NO
COMÉRCIO DE VESTUÁRIO FEMININO NO CENTRO
DE GUARAPARI / ES**

GUARAPARI-ES

2016

LEILA MARCONCINI

**UMA AVALIAÇÃO DA MOTIVAÇÃO DO CAPITAL HUMANO NO
COMÉRCIO DE VESTUÁRIO FEMININO NO CENTRO
DE GUARAPARI / ES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade Doctum de Guarapari, como requisito básico para a conclusão do Curso de Administração, sob a orientação da Professora Giseli Carminati Burini.

Guarapari-ES

2016

LEILA MARCONCINI

**UMA AVALIAÇÃO DA MOTIVAÇÃO DO CAPITAL HUMANO NO
COMÉRCIO DE VESTUÁRIO FEMININO NO CENTRO
DE GUARAPARI / ES**

Artigo Científico apresentado à Faculdade Doctum de Guarapari como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em ____ de _____ de 20____.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof^a: GISELI CARMINATI BURINI

(Faculdade Doctum de Guarapari)

(Faculdade a Doctum de Guarapari)

(Faculdade Doctum de Guarapari)

UMA AVALIAÇÃO DA MOTIVAÇÃO DO CAPITAL HUMANO NO COMÉRCIO DE VESTUÁRIO FEMININO NO CENTRO DE GUARAPARI / ES

RESUMO

Este artigo teve como objetivo geral a avaliação da satisfação do capital humano no comércio vestuário feminino do centro de Guarapari/ES, considerando que o capital humano destaca-se como imprescindível dentro das organizações, pois seus conhecimentos e habilidades múltiplas têm grande relevância nas empresas. Tendo como destaques no decorrer do trabalho, como as pessoas se sentem motivadas para a realização do seu desempenho no mercado pesquisado e se seus esforços são reconhecidos e valorizados. Quanto à metodologia o questionário foi aplicado aos funcionários do comércio varejista de vestuário feminino adulto, localizado no centro de Guarapari/ES. Utilizou-se o método de pesquisa bibliográfica, de campo, exploratória e quantitativa que teve como proposta: descobrir os fatores que os motivam e quais os benefícios são evidenciados para permanecerem na empresa e se consideram que seu desempenho contribui para o sucesso da organização.

Palavras-chave: Capital humano; Habilidades; Motivação; Valorização.

1 INTRODUÇÃO

Com as constantes mudanças em um mundo de rápidas transformações movidas pelo avanço tecnológico, pela globalização e por mudanças drásticas no meio ambiente, que nos obrigam a repensar atitudes, posturas e conceitos, conforme citação abaixo extraída de obra organizada por Mendes (2002, p. 10):

[...] O ambiente em que vivemos não é estático, o que implica estarmos permanentemente tendo que alterar nossa postura diante do mundo. Sem estas alterações contínuas não há garantia de que uma pessoa ou organização possa continuar tendo sucesso [...].

A era do conhecimento, momento em que se vive atualmente, onde o acesso a todo tipo de informações é facilitado e democratizado provocou uma evolução no comportamento humano, possibilitando-o maior poder de escolhas e decisão. As organizações buscando sua sobrevivência num mercado cada vez

mais competitivo seguem a mesma tendência, impulsionadas pela necessidade de inovações. Mediante a esta realidade Chiavenato (2008) relata que na Era da Informação o conhecimento está se transformando no recurso organizacional mais importante das empresas. Uma riqueza muito mais importante e crucial que o dinheiro.

Nesse contexto, o capital humano destaca-se como imprescindível dentro das organizações, pois seu conhecimento técnico e habilidades múltiplas tem grande importância como meio de produção. Tal relevância é destacada por Chiavenato, já no prefácio da sua obra “Gestão de Pessoas” (2010):

[...] O grande diferencial, a principal vantagem competitiva das empresas decorre das pessoas que nelas trabalham. São as pessoas que mantêm e conservam o *status quo* já existente e são elas – e apenas elas – que geram e fortalecem a inovação e o que deveria vir a ser. São as pessoas que produzem, vendem, servem ao cliente, tomam decisões, lideram, motivam, comunicam, supervisionam, gerenciam e dirigem os negócios das empresas [...].

É importante que os funcionários se sintam constantemente motivados para que estejam mais focados nos objetivos da empresa, contribuindo para o sucesso da qual trabalham.

Considerando que as motivações dos funcionários ultrapassam as necessidades puramente salariais, conforme já defendido por Elton Mayo e outros autores humanistas da Administração (CHIAVENATO, 2007), o tema desse artigo é voltado para o comércio local de vestuário feminino adulto localizado no centro do município de Guarapari-ES onde se concentra o maior número de lojas.

Conforme apresentado, surge o seguinte problema de pesquisa: Como se encontra a motivação do capital humano no comércio de vestuário feminino adulto no centro de Guarapari-ES?

Afim de buscar informações que esclareça tal questão, os objetivos específicos irão descrever o mercado atual e sua competitividade; Conceituar Comportamento Organizacional; Explicitar Gestão de Pessoas: capital humano e a valorização do capital humano.

Será conceituado o capital humano dentro das organizações e dentro da visão de satisfazer as necessidades humanas dos funcionários procurar-se-á abordar também, as estratégias de gestão aplicadas para a sua valorização.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

À medida que se ganha mais conhecimentos, as pessoas tornam-se mais consciência dos seus direitos e passam a requerê-los com mais propriedade. O capital humano passa então a integrar os demais recursos de uma empresa como bem intangível (MENDES, 2002), sendo visto como prioridade por seus gestores e exigindo destes, tratamento diferenciado e especializado.

Pois, na mesma proporção que o profissional precisa estar qualificado para reunir todas as competências necessárias no desempenho da sua função, a empresa se destaca frente à concorrência, quando possui no seu quadro de funcionários, pessoas competentes e que demonstrem versatilidade para ocupar diferentes postos de trabalho (CHIAVENATO, 2010).

2.1 CONCEITO DO CAPITAL HUMANO

À medida que o panorama sócioeconômico se modifica, novas abordagens surgem sobre o tratamento que as organizações dispensam aos seus funcionários. A Administração Científica os chamou de “mão-de-obra” e os classificava como menos importante que as máquinas (CHIAVENATO, 2007).

Com os avanços obtidos a partir dos estudos pelos teóricos humanistas, novo enfoque é dado a essas pessoas. Para Chiavenato (2010), as denominações utilizadas para representar os trabalhadores dizem muito sobre o tipo de consideração que as empresas têm para com aqueles. Conforme podemos comprovar na citação abaixo do referido autor:

[...] Elas são chamadas de funcionários, empregados, pessoal, trabalhadores, quando as organizações as tratam como tal. Ou podem ser chamadas de recursos humanos, colaboradores [...]. Ou ainda talento humano, capital humano, capital intelectual, se as pessoas tem um valor maior para a organização. A denominação

dada às pessoas reflete o grau de importância que elas têm para as organizações (CHIAVENATO, 2010, p. 5).

2.2 MERCADO ATUAL E COMPETITIVIDADE

O mercado atual exige empresas mais flexíveis às constantes e inevitáveis mudanças ocorridas a sua volta. Elas precisam estar sempre inovando seus produtos e serviços e investir em colaboradores capazes de atuar em diversos ambientes dentro das empresas, uma vez que tudo se tornou dinâmico, inclusive os setores de trabalho e suas tarefas (CHIAVENATO, 2010).

Se o sucesso de uma empresa está diretamente relacionado, com a qualidade dos serviços e produtos que ela produz ou comercializa, não se pode deixar de lado o pensamento de que os serviços e os produtos só existem porque existem pessoas detentoras de algum tipo de conhecimento ou especialidade, que os tornam possíveis (RIBEIRO, 2007).

Em nenhuma outra época, o foco nas pessoas foi tão evidente. Pessoas enquanto consumidores (clientes) ditam o que e onde comprar; pessoas como empregadores (gestores) são responsáveis por dar um direcionamento sobre o que querem conquistar para sua empresa; e finalmente, pessoas no papel de funcionários (colaboradores) decidem se irão ou não cooperar para que a empresa atinja seus objetivos. Para essas pessoas, tudo dependerá do quanto estão sendo valorizadas (CHIAVENATO, 2010).

Segundo Dias (acesso em 05 set. 2016):

Para acompanhar este novo processo de desenvolvimento, conforme aponta Lucci (s.d), as empresas passam a investir no capital humano, fator motivador do progresso. Este processo fez com que o mercado de trabalho se visse obrigado a uma mudança de postura, o que o leva a uma quebra de paradigmas até então bem instaurados: o modelo de hierarquia deixa de existir aos poucos, dando lugar a uma nova forma de trabalhar, pautada pela colaboração, inovação e o empreendedorismo.

Essa nova geração de colaboradores não quer participar apenas da missão da empresa, mas também do resultado final.

2.3 COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Uma importante ferramenta aplicada dentro das organizações é a que se refere ao estudo do Comportamento Organizacional que trata de investigar sobre como as pessoas se comportam dentro de uma empresa, desde a diretoria (proprietário) aos funcionários (CHIAVENATO, 2007).

Robbins (2003, p. 6) conceitua assim, o Comportamento Organizacional:

É um campo de estudos que investiga o impacto que indivíduos, grupos e a estrutura têm sobre o comportamento dentro das organizações, com o propósito de utilizar esse conhecimento para promover a melhoria da eficácia organizacional.

Esses comportamentos se referem aos aspectos de relacionamento entre as equipes de trabalho e gestores, seus valores pessoais e de que maneira esses fatores afetam a produtividade, a rotatividade dos funcionários e o absenteísmo. Os sentimentos sentidos nos colaboradores, pelos administradores podem prever conflitos na Cultura Organizacional da instituição e evita-los (ROBBINS, 2005, apud JÚNIOR; BISPO, 2013).

2.4 MOTIVAÇÃO

Constata-se a multiplicidade de percepções a respeito da motivação, as diferentes necessidades que existem no interior de cada pessoa e aquelas que a correspondem. As necessidades variam de pessoa para pessoa, logo, a motivação tem sua particularidade individual, tendo em vista diferentes padrões de comportamento (CHIAVENATO, 2009).

O autor supracitado diz que a motivação não é apenas estimulada pelo fator econômico, ou seja, dinheiro não seria o principal motivador das pessoas; mas sim, elas sentem-se realizadas dentro da organização na qual estão inseridas, em um ambiente positivo e favorável.

O homem relaciona-se de uma maneira produtiva com as organizações na base de muitos tipos de motivações: sua satisfação última na organização depende só em parte da natureza de sua motivação. A natureza da tarefa a ser realizadas, suas habilidades e

experiência no cargo e a natureza das outras pessoas na organização inter-relacionam-se de tal maneira que produzem um perfil quanto ao trabalho e sentimentos resultantes [...] (CHIAVENATO, 2009, p. 69)

Para trabalhar o capital humano de modo a maximizar o seu desempenho, é necessário que os indivíduos se sintam motivados e satisfeitos com aquilo que fazem, pois só assim desenvolverão com melhor qualidade as suas atividades alcançando os seus objetivos com maior eficácia. Devem ser atribuídas tarefas com as quais o colaborador se identifique, uma vez que o significado da tarefa contribui para a motivação no trabalho (GRANT apud LEITÃO, 2014).

Chiavenato (2009, p. 55), também cita sobre a importância do significado na motivação, conforme segue abaixo:

[...] motivação envolve sentimentos de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional, manifestados por meio do exercício das tarefas e atividades que oferecem desafio e significado para o trabalho [...].

2.5 SATISFAÇÃO

A satisfação é um dos aspectos inter-relacionados com o ambiente de trabalho; entretanto, sabe-se que o colaborador que desempenha funções mais atrativas e menos rotineiras atinge um grau maior de satisfação que aquele que não se identifica com as tarefas delegadas a ele (CHIAVENATO, 2009).

Para Locke apud Martinez (2003), a satisfação está diretamente relacionada entre o bem estar sentido pelo funcionário e sua disposição em executar as tarefas. Sendo assim, a sua satisfação é essencialmente de âmbito pessoal. Que por sua vez Chiavenato (2010), aponta depende de alguns fatores, tais como: trabalho agradável, condições físicas adequadas e clareza nos objetivos esperados pela execução do trabalho.

Além dos componentes acima citados, Chiavenato (2009, p. 61) defende ainda que o clima organizacional também influencia na satisfação dos funcionários:

“[...] o clima organizacional é favorável quando proporciona satisfação das necessidades pessoais dos participantes e elevação do moral. E desfavorável quando proporciona a frustração daquelas necessidades [...]”.

Assim sendo, as organizações devem se ocupar com esses aspectos, de forma a proporcionar aos seus colaboradores, condições favoráveis, uma vez que se tornam relevante para elas, os resultados advindos desses desempenhos.

2.6 VALORIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO

A Ciência da Administração, a partir da década de 80, aproximadamente passou a elencar as pessoas como prioridade dentre os meios de produção. Os teóricos em Gestão do Capital Humano (Chiavenato, 2010) trataram de criar ferramentas de medição e acompanhamento dos processos de liderança, a fim de não perder de vista, as necessidades dos funcionários e quais valorização a serem adotadas para melhor reconhecimento dos seus talentos.

Para Chiavenato (2010, p. 4):

[...] Fala-se hoje em estratégia de recursos humanos para expressar a utilização deliberada das pessoas para ajudar a ganhar ou manter uma vantagem autossustentada da organização em relação aos concorrentes que disputam o mercado. A estratégia constitui o plano global ou a abordagem geral que a organização adota, para assegurar que as pessoas possam cumprir adequadamente a missão organizacional.

A Cultura Organizacional vai determinar o grau de envolvimento da empresa quanto à valorização dos seus funcionários (CHIAVENATO, 2010). Para o autor, as empresas que possuem maior flexibilidade e são mais participativas, na condução da sua gestão, tem seu olhar mais atento sobre seus colaboradores.

Assim são capazes de perceber as suas necessidades e aspirações estando mais perto de satisfazê-las.

Mas afinal, o que faz com que o profissional se sinta valorizado dentro da empresa onde atua? Para Moscovici (1997, p. 91 apud SÁ et al, acesso em 30 out 2016, p. 2): “O homem pleno, feliz, de sucesso que chega a ter expressão maior como ser humano é aquele que desenvolve as quatro dimensões: a física, a intelectual, a emocional e a espiritual”.

E, considerando que muitos desses aspectos são conquistados através do trabalho, o que os seres humanos almejam então é que as organizações nas quais estão inseridas se preocupem e sejam capazes de lhes proporcionar as condições básicas e relevantes para que eles atinjam tal conforto (CHIAVENATO, 2010) .

A valorização passa então por medidas adotadas pelos gestores que irão proporcionar crescimento pessoal, profissional e financeiro ao seu capital humano. Que podem vir como: treinamentos e capacitações para desenvolvimento humano (BOOG; MOGGI apud DIAS, 2013) ou em forma de benefícios sociais: remuneração justa, abonos salariais, participação na produtividade, dentre outros relacionados à saúde e à escola. (PASSOS apud SÁ et al 1997)

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

A fim de comprovar pela prática as premissas apontadas nesse projeto de pesquisa, a partir dos teóricos citados será adotada uma metodologia do tipo bibliográfica que consiste em acesso a material já publicado em livros e artigos para a construção do referencial teórico natureza exploratória considerada por Gil (1999).

Além disso, fez se o uso de natureza exploratória Gil (2002, p. 41):

“[...] bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado”, pois segundo Ruiz (1996, p. 96): “Conhecer perfeitamente é conhecer pelas causas; saber cientificamente é ser capaz de demonstrar [...]”.

Na realização da pesquisa foi aplicado um questionário com perguntas fechadas utilizando método quantitativo para o tratamento das mesmas, conforme Richardson (1999) caracteriza-se pelos instrumentos de métodos estatísticos para obtenção do resultado da amostra de dados. Foi coletado no comércio local de rua no âmbito de vestuário em uma das principais avenidas, Drº Roberto Calmon, localizado no centro de Guarapari-ES onde há 15 lojas com aproximadamente 98 funcionários, resultando numa amostra de 64 colaboradores que responderam o questionário.

A pesquisa de campo também tem o propósito de demonstrar se as pessoas, que trabalham nessas lojas, estão satisfeitas e se sentem valorizadas quanto ao seu desempenho executado na organização. As respostas apuradas serão demonstradas em gráficos.

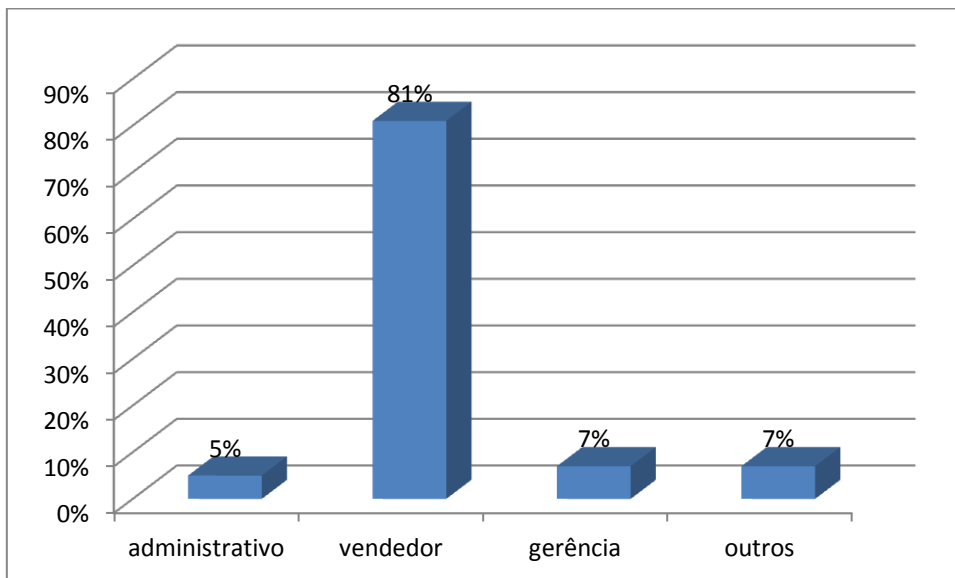
4. ANÁLISE DOS DADOS

Os dados analisados a seguir foram apurados a partir da aplicação de um questionário (ver apêndice) contendo 12 (doze) perguntas fechadas e objetivas; o questionário foi direcionado a funcionários que atuam no comércio varejista de vestuário, localizado no bairro Centro da cidade de Guarapari-ES, mais precisamente na Avenida Drº Roberto Calmom; local onde se concentra o maior número de empresas nesse segmento.

As respostas foram demonstradas por meio de gráficos e sua análise está baseada nas considerações de alguns dos teóricos da Administração.

4.1 APURAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

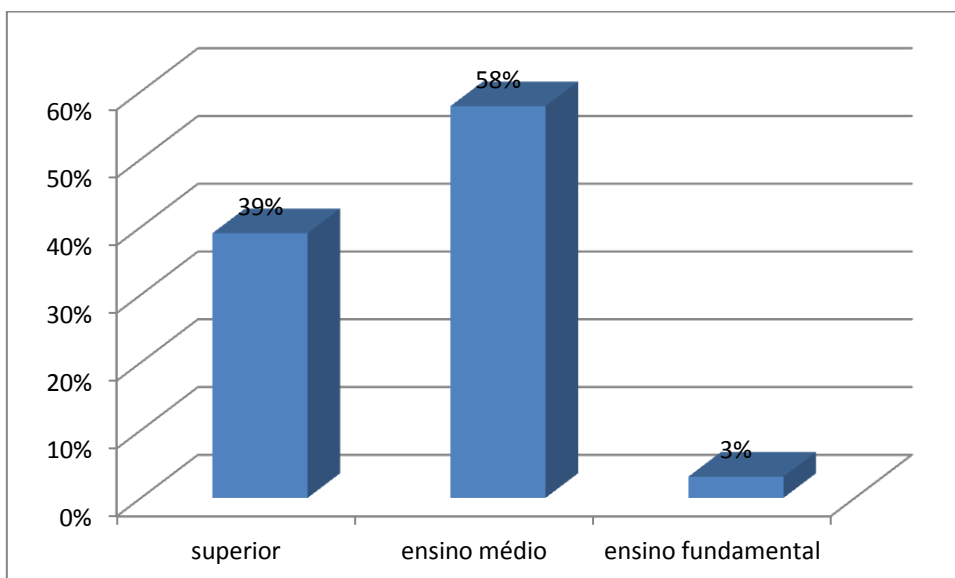
Gráfico 1 – Qual a sua atuação na empresa?



Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

Observa-se que 81% dos funcionários responderam na pesquisa que atuam no setor de vendas, considerando que o número de colaboradores da área é visivelmente percebido na localidade já que o comércio é tendencialmente voltado para vendas de produtos variados. E que 7% são da gerência, 7% outros e 5% administrativo.

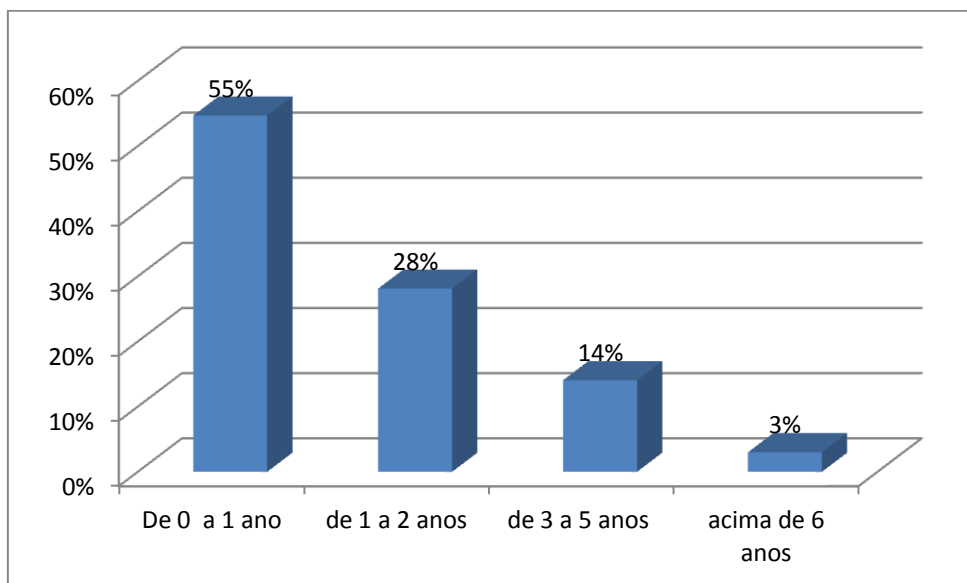
Gráfico 2 – Qual a sua escolaridade?



Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

No gráfico 2 se pode destacar que a grande maioria (58%) possui escolaridade até o Ensino Médio; embora haja também o percentual significativo de 39%, que possui Ensino Superior.

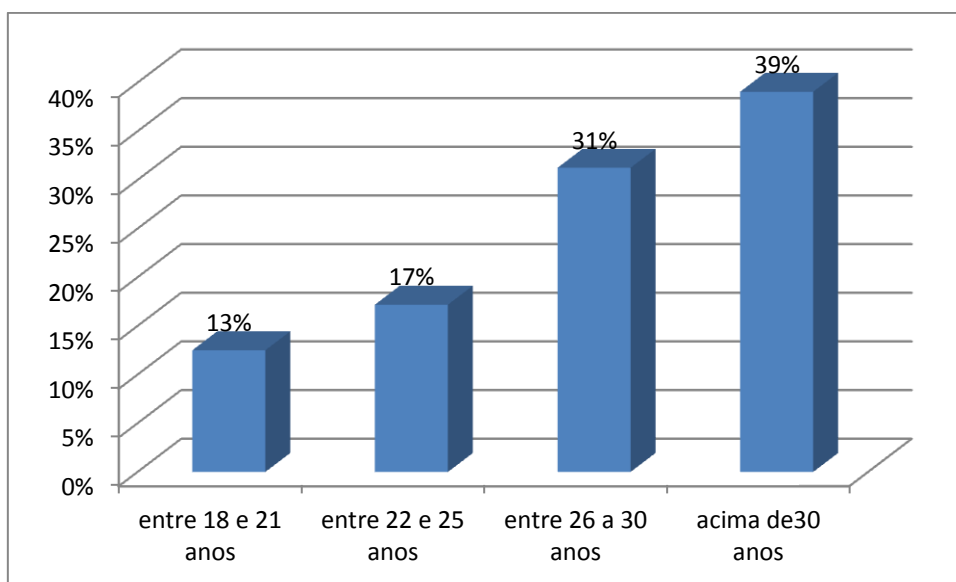
Gráfico 3 – Há quanto tempo você trabalha na empresa?



Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

Quanto ao tempo de permanência na empresa é possível observar que 55% estão até 01 (um) ano aproximadamente; enquanto que 28% trabalham de 01 a 02 anos e 14% trabalham de 03 a 05 anos.

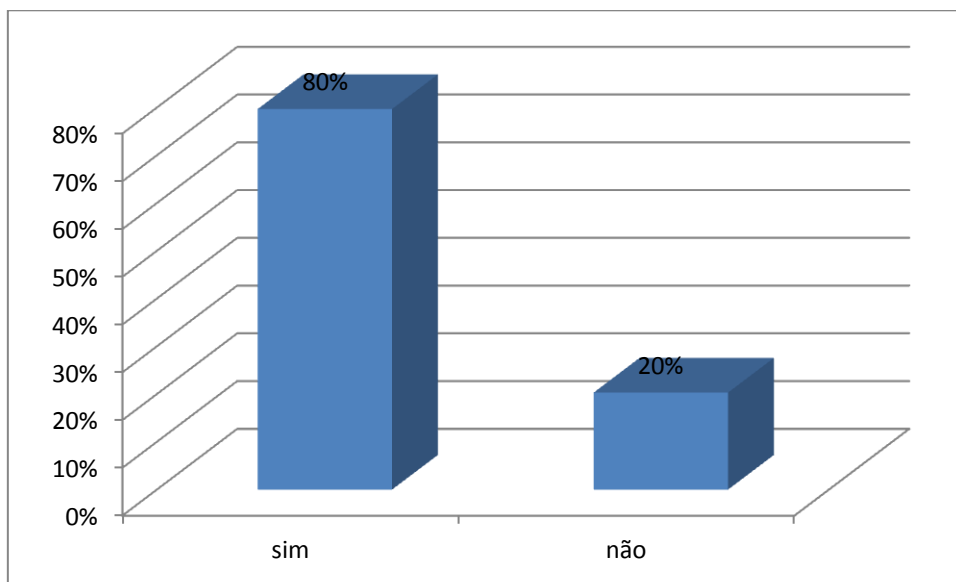
Gráfico 4 – Qual a sua idade?



Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

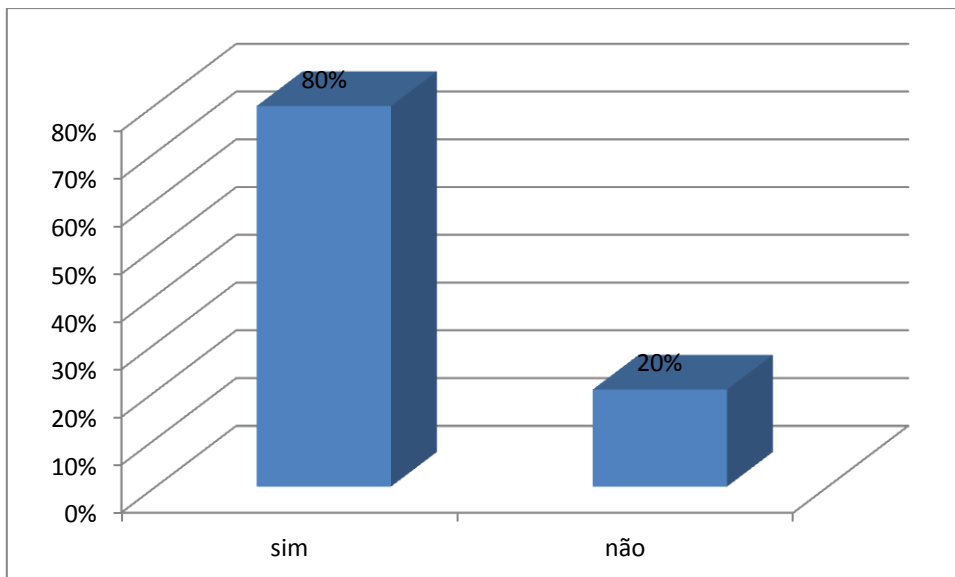
O gráfico 4 demonstra que 39% possuem idade acima de 30 anos e 31% possuem entre 26 e 30 anos. De onde é possível perceber uma inclinação das empresas desse segmento, em absorver funcionários com mais experiências e maior maturidade.

Gráfico 5 – Você se sente valorizado(a) pela empresa?



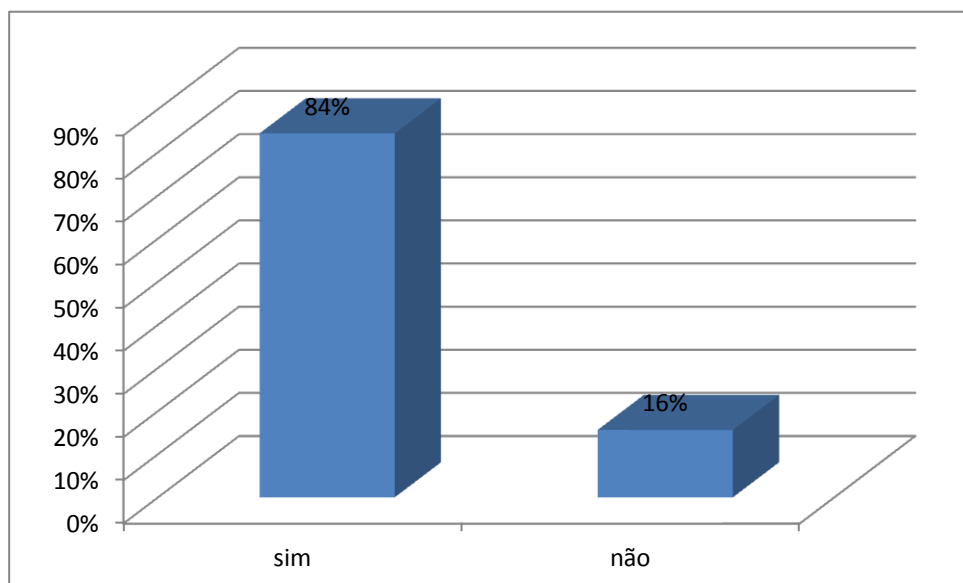
Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

80% se sentem valorizados pela empresa. Chiavenato (2010) determina que o grau de envolvimento dos seus funcionários está diretamente relacionado quanto à valorização dos seus colaboradores, mantendo sempre o olhar atento para o capital humano da empresa.

Gráfico 6 – Percebe que a equipe é reconhecida por seus esforços?

Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

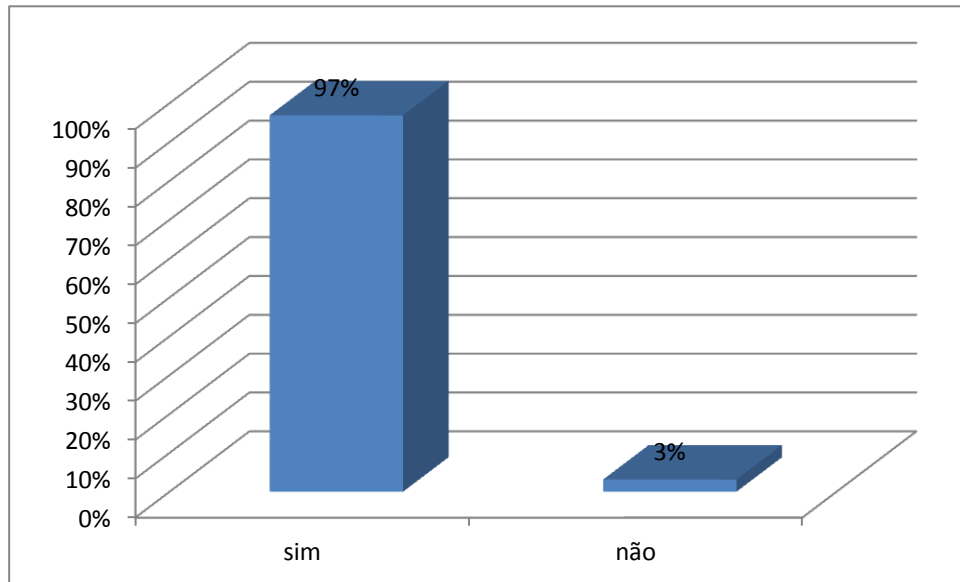
80% responderam à pergunta acima, que a equipe se sente reconhecida por seus esforços. Esse percentual é considerado relevante, porque certamente o colaborador executa a tarefa no qual se identifica, uma vez que a tarefa contribui para a motivação no trabalho (GRANT apud LEITÃO, 2014).

Gráfico 7 – A empresa está aberta a ouvir suas ideias e da sua equipe?

Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

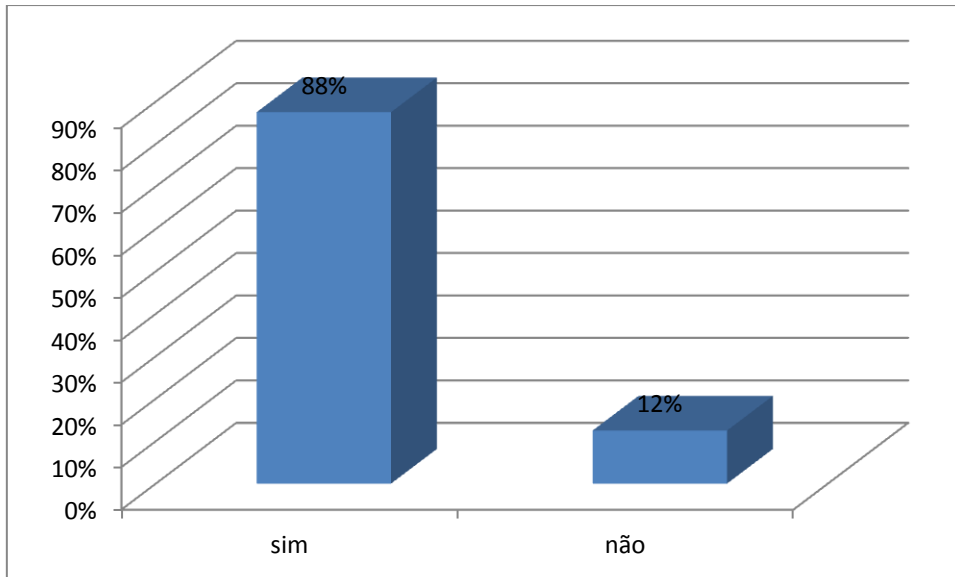
Sobre a pergunta acima, a grande maioria (84%) respondeu que tem liberdade para expressar suas opiniões dentro da empresa, para dialogar e dar sugestões; ou seja, a empresa está aberta a ouvir sua equipe para possíveis melhorias.

Gráfico 8 – Você considera que o seu desempenho contribui para o sucesso da empresa?



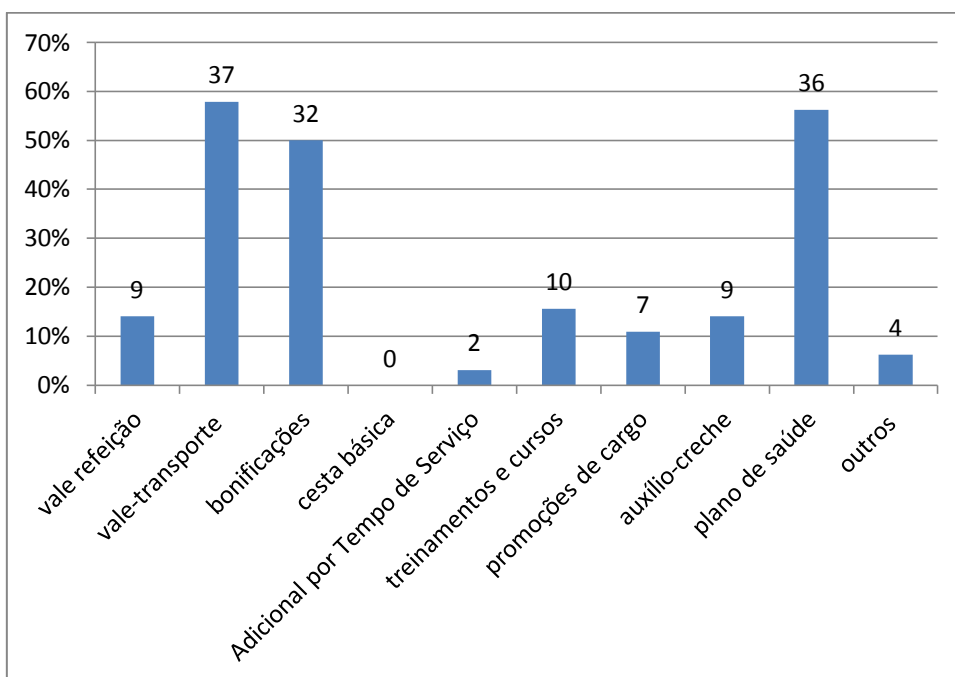
Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

No gráfico 8, uma quantidade considerável (97%) respondeu que se sente importante para o almejo das metas/objetivos necessários para o sucesso da empresa.

Gráfico 9 – Você se sente motivado(a) a trabalhar nessa empresa?

Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

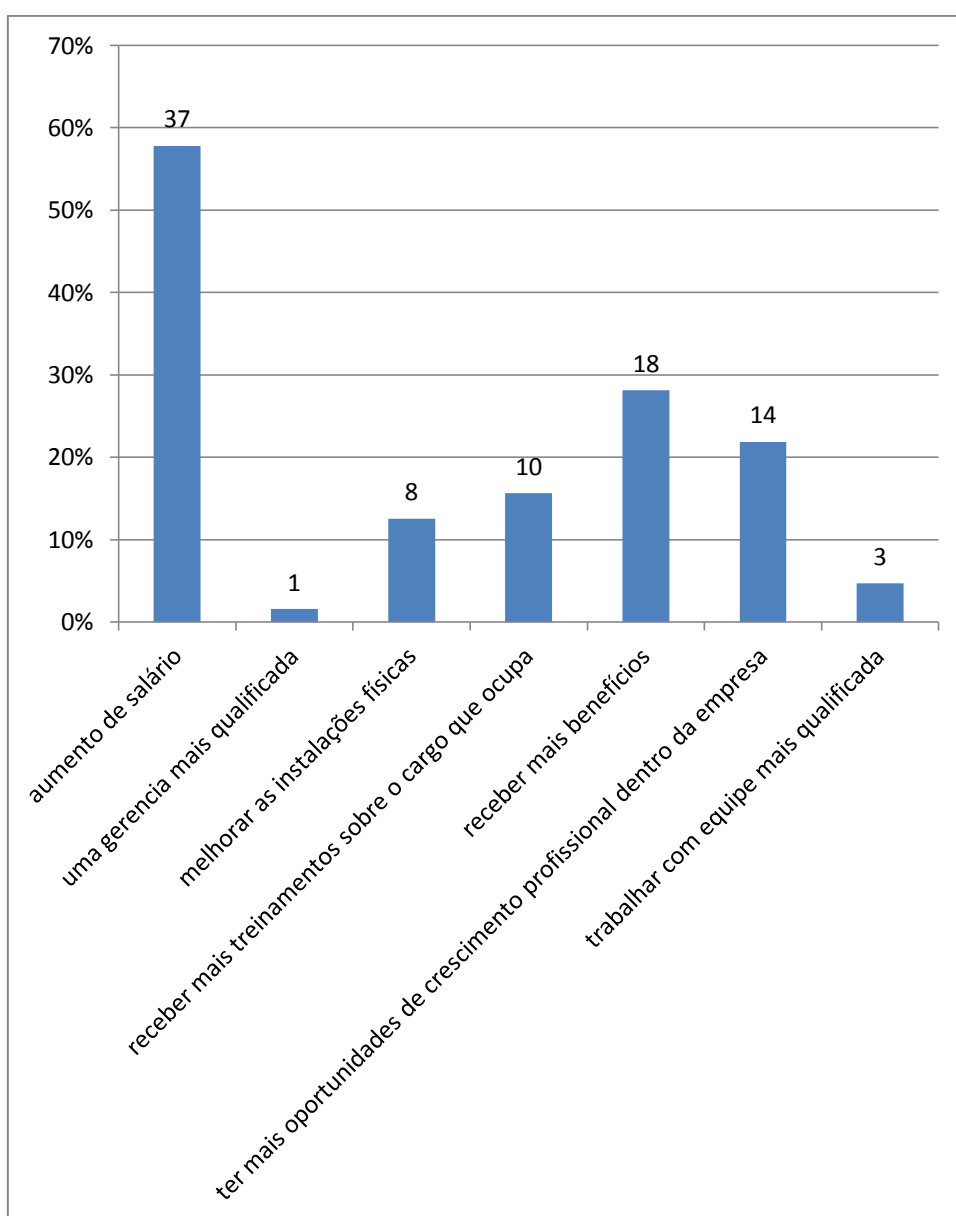
O gráfico 9 demonstra que 88% dos funcionários se sentem motivados. Chiavenato (2009), afirma que as necessidades variam de pessoa para pessoa, logo, a motivação tem sua particularidade individual, tendo em vista diferentes padrões de comportamento.

Gráfico 10 – Quais benefícios a empresa oferece?

Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

No gráfico 10 é possível observar que os funcionários que responderam ao questionário: 37 pessoas recebem o vale transporte, o que é obrigatório conforme a lei; 36 pessoas possuem plano de saúde; 32 pessoas recebem algum tipo de bonificação, que pode ser fator motivacional e somente 10 participam de algum tipo de treinamento e curso oferecidos na empresa para melhor qualificá-los.

Gráfico 11 – O que falta ainda na sua empresa para que você se sinta ainda mais motivado(a)?

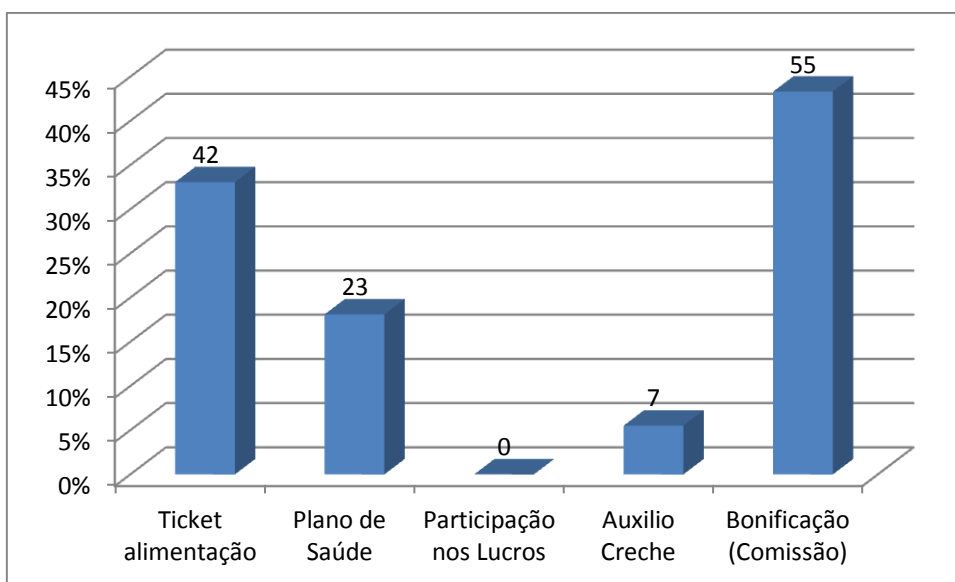


Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

O gráfico 11 demonstra que a maioria dos pesquisados - cerca 37 pessoas acredita que para se sentirem mais satisfeitos, precisaria de um aumento de salário; e que 18 pessoas apontam a necessidade de receber mais benefícios, 14 pessoas desejam ter mais oportunidades de crescimento profissional dentro da empresa e 10 optaram por receber mais treinamentos sobre o cargo que ocupa.

Desse modo Chiavenato (2010), defende sobre a eficácia da organização, de que é preciso motivar e capacitar as pessoas e recompensar o seu resultado alcançado, pode-se perceber que a pergunta questionada mostra que os funcionários, ainda se ressentem de serem ainda mais motivados sobre alguns aspectos, tais como: aumento de salário, aumento dos benefícios concedidos e maiores oportunidades de crescimento profissional dentro da empresa.

Gráfico 12 – Escolha até 02 (dois) benefícios que são oferecidos que mais te motivam a permanecer na empresa?



Fonte: resultado das informações relativas ao questionário.

O gráfico 12 ilustra que 55 dos funcionários escolheram por Bonificação (Comissão) e 42 por Plano de saúde dentre os benefícios citados. Eles são fatores para a retenção dos mesmos pela permanência na empresa, conforme questiona a pergunta.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa de campo trouxe uma amostragem sobre uma realidade local, no que diz respeito às formas com que o capital humano tem sido considerado no ramo de comércio varejista de vestuário feminino.

Analisando o gráfico 1, observa-se que a maioria (81%) exerce o cargo de vendedor e (7%) exerce a função de gerente, já no gráfico 2, onde 53% possuem apenas o Ensino Médio, destacando a afirmação do autor Edvinsson (apud SEIFFERT, 2002, p. 53), de que “o capital humano inclui a capacidade, conhecimento, habilidade e experiência individual dos empregados e gerentes. E, também, a sua criatividade e capacidade de inovar”; entende-se que a falta de estudos pode limitar o desenvolvimento de tais habilidades.

A partir dos resultados foi possível observar que os funcionários se sentem reconhecidos pelos seus esforços e que a empresa está aberta a ouvir suas ideias e sugestões para possíveis melhorias, já que o mercado exige empresas mais flexíveis como cita Chiavenato (2010).

Para tanto, além do reconhecimento é visível no gráfico 9 o grande número de colaboradores (88%) que se sentem motivados. Chiavenato (2009) diz que a motivação tem sua particularidade individual.

Entretanto é visível ainda, observando o gráfico 11, a necessidade de se melhorar o salário e voltar a atenção especial aos benefícios e mais oportunidade de crescimento dentro da organização. Nota-se que há uma quantidade ainda no mesmo gráfico que se preocupa em relação aos treinamentos que lhes oportunize melhor capacitação profissional ao cargo atribuído, para que assim estejam preparados para possíveis promoções pessoais.

Entre os benefícios considerados importantes para a motivação e permanência do capital humano, o gráfico 12 evidenciou as bonificações (comissão) e o plano de saúde, fato que confirma a tese de Passos apud Sá et al (1997) que a

valorização pode vir em forma de benefícios sociais, remuneração, saúde e escola.

Essa pesquisa não é conclusiva e limita-se aos varejista de vestuário da rua Drº Roberto Calmon, não podendo fazer generalizações de resultados para outras organizações. Recomenda-se para futuras pesquisas a aplicação do questionário em outros segmentos do mercado, também para colaboradores que permanecem na empresa a mais de 10 anos e quais são os fatores determinantes para sua permanência.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral da Administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **O Capital Humano das Organizações**. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

stão empresarial 5). Disponível em: <http://www.cairu.br/biblioteca/arquivos/Administracao/Gestao_do_Capital_Humano_FEA.pdf>. acesso em 31 de agosto de 2016.

RIBEIRO, Olívio Mendes. **Qualidade no Atendimento ao Cliente com Estratégia Competitiva**. Disponível em: <<http://www.portaldoconhecimento.gov.cv/bitstream/10961/142/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20do%20Mestrado%20de%20OI%C3%ADvio%20Mendes%20Ribeiro%20-%20Cabo%20Verde%20->

DIAS, Luiz Gustavo. **O Mercado de Trabalho Contemporâneo: a necessidade de formar e informar**. Fundação Aprender. 2016. Disponível em: <<http://www.fundacaoaprender.org.br/o-mercado-de-trabalho-contemporneo-a-necessidade-de-formar-e-informar>>.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LEITÃO, Silvia Vanessa Santos. **A motivação como fator determinante**. Universidade Évora, 2014.

MARTINEZ, Maria Carmen; PARAGUAY, Ana Isabel Bruzzi Bezerra. Satisfação e saúde no trabalho: aspectos conceituais e metodológicos. **Cad. psicol. soc. trab.**, São Paulo , v. 6, p. 59-78, dez. 2003 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-37172003000200005&lng=pt&nrm=iso>. acesso em 18 dez. 2016.

MENDES, Judas Tadeu Grassi (Org.). **Gestão do Capital Humano**. Fae Business School. Curitiba: Associação Franciscana de Ensino Senhor Bom Jesus, 2002. 72 p. (Coleção ge %20edi%C3%A7%C3%A3o%2020042005.pdf>. acesso em 22 de setembro de 2016.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBBINS, Stephen P. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2003.

SÁ, Maria Auxiliadora Diniz de et al. **Buscando a Valorização Humana: mito ou realidade?** Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/C5C714FD4907483E03256FC70061542A/\\$File/NT0003131A.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/C5C714FD4907483E03256FC70061542A/$File/NT0003131A.pdf)>. acesso em 30 de outubro de 2016.

SANTOS JÚNIOR, Ailton Bispo dos; BISPO, Fabiana Carvalho da Silva. **Tendências na Literatura Científica de Comportamento Organizacional: o construto “desempenho” em periódicos científicos de Administração**. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/56018699.pdf>>. Acesso em: 04 outubro 2016 > acesso em 4 de outubro de 2016

SEIFFERT, Peter Quadros. Modelo de gestão humana para empresas intensivas em capital intelectual: um ensaio na Embraer S.A. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção (Programa de Pós-graduação em Engenharia) >acesso em 24 de novembro de 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO-UFES. **Normalização e Apresentação de Trabalhos Científicos e Acadêmicos**. 2 ed. Vitória, Espírito Santo: EDUFES, 2015.

APÊNDICE – QUESTIONÁRIO: FUNCIONÁRIOS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE VESTUÁRIO

1. Qual a sua atuação na empresa?

- a) administrativo
- b) atendimento ao público
- c) gerencia
- d) outros

2. Qual a sua escolaridade?

- a) superior
- b) Ensino Médio
- c) Ensino Fundamental

3. Há quanto tempo você trabalha na empresa?

- a) há 1 ano aproximadamente
- b) há 2 anos aproximadamente
- c) de 3 a 5 anos aproximadamente
- d) acima de 6 anos

4. Qual sua idade?

- a) Entre 18 a 21 anos
- b) Entre 22 a 25 anos
- c) Entre 26 a 30 anos
- d) acima de 30 anos

5. Você se sente valorizada(o) pela empresa?

- a) sim
- b) não

6. Percebe que a equipe é reconhecida por seus esforços?

- a) sim
- b) não

7. A empresa está aberta a ouvir suas ideias e da sua equipe?

- a) sim
- b) não

8. Você considera que o seu desempenho contribui para o sucesso da empresa?

- a) sim
- b) não

9. Você se sente motivada(o) a trabalhar nessa empresa?

- a) sim
- b) não

10. Quais benefícios a empresa oferece?

- a) vale-refeição ou vale-alimentação.
- b) vale-transporte.
- c) bonificações.
- d) cesta básica.
- e) adicional por tempo de serviço.
- f) treinamentos e cursos.
- g) promoções de cargo.
- h) auxílio-creche.
- i) plano de saúde.
- j) outros (quais?).

11. O que falta na sua empresa para que você se sinta mais motivada(o)?

- a) aumento de salário.
- b) uma gerência mais qualificada.
- c) melhorar as instalações físicas.
- d) receber mais treinamentos sobre o cargo que ocupo.
- e) receber mais benefícios.
- f) ter mais oportunidades de crescimento profissional dentro da empresa.
- g) trabalhar com equipe mais qualificada.

12. Escolha até 2 benefícios que são oferecidos que mais te motivam a permanecer na empresa?

- a) ticket alimentação.
- b) plano de saúde.
- c) participação nos lucros.
- e) auxílio creche.
- f) bonificação (comissão).