

QUALIFICAÇÃO DOS COLABORADORES DO COMÉRCIO DE VESTUÁRIO: UM ESTUDO DE CASO EM VIDEIRA/SC

Eduarda Fernanda Moreira¹
Elaine Somariva²
Jaqueline Lorenci³
Tainá Trindade de Oliveira⁴
Leandro Hupalo⁵

Recebido em: 8 abr. 2024
Aceito em: 30 abr. 2024

RESUMO: O estudo aborda a importância da mão de obra qualificada, destacando que colaboradores instruídos são essenciais para a produtividade e competitividade das empresas. O objetivo da pesquisa foi analisar o impacto das ações de qualificação em empresas de comércio de vestuário em Videira/SC. Utilizando uma abordagem quali-quantitativa, de natureza aplicada, exploratória quanto aos objetivos e de levantamento em relação aos procedimentos, os dados foram coletados por meio de um questionário respondido por 84 empresários de microempresas e empresas de pequeno porte do setor de Videira/SC. Os resultados revelam que as empresas priorizam ações como reuniões e feedbacks regulares, com frequência mensal, como forma de qualificação dos colaboradores. A maioria dos empresários percebe impactos positivos na rotina de trabalho, como melhoria no atendimento e aumento das vendas, porém, há relutância em ofertar treinamentos técnicos e benefícios auxiliares, sobretudo, por não estarem dispostos a investir dinheiro e tempo e na formação dos colaboradores. As principais características consideradas para um colaborador qualificado são vontade de aprender e engajamento com a empresa. Conclui-se que, embora haja esforços para qualificar os colaboradores, há oportunidades de melhorar a estruturação das equipes e promover treinamentos mais focados nas habilidades técnicas necessárias.

Palavras-chave: Comércio. Qualificação. Produtividade. Mercado de trabalho.

EMPLOYEE QUALIFICATION IN THE APPAREL TRADE: A CASE STUDY IN VIDEIRA/SC

ABSTRACT: The study addresses the importance of qualified labor, emphasizing that employees with specific skills are essential for productivity and competitiveness in companies, aiming to analyze the impact of qualification

¹ Tecnóloga em Processos Gerenciais na Faculdade Senac Videira. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4291-8886>. E-mail: dudafernamoreira@gmail.com.

² Tecnóloga em Processos Gerenciais na Faculdade Senac Videira. ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-4321-1200>. E-mail: somarivaelaine@gmail.com.

³ Tecnóloga em Processos Gerenciais na Faculdade Senac Videira. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5614-3330>. E-mail: jlorenci45@gmail.com.

⁴ Tecnóloga em Processos Gerenciais na Faculdade Senac Videira. ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6051-2442>. E-mail: thaynadal29@gmail.com.

⁵ Mestre em Educação pela Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS. Faculdade Senac Videira e Universidade do Alto Vale do Rio do Peixe – UNIARP. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8914-577X>. E-mail: leandrohupalo.lh@gmail.com.

actions in apparel trade companies in Videira/SC. Using a qualitative-quantitative approach, data were collected through a questionnaire answered by 84 micro-enterprise and small business owners in the sector. The results reveal that companies prioritize actions such as regular meetings and feedback, on a monthly basis, as a means of qualifying employees. Most business owners perceive positive impacts on work routines, such as improved customer service and increased sales, but there is reluctance to invest in technical training and auxiliary benefits. The main characteristics considered for a qualified employee are willingness to learn and engagement with the company. It is concluded that, although efforts are made to qualify employees, there are opportunities to improve team structuring and promote training more focused on necessary technical skills.

Keywords: Trade. Qualification. Productivity. Labor market.

INTRODUÇÃO

A mão de obra qualificada refere-se a trabalhadores que possuem habilidades, conhecimentos e competências específicas necessárias para desempenhar determinadas funções ou tarefas. Essas habilidades e conhecimentos são adquiridas por meio de educação formal, treinamento profissional, experiência prática ou uma junção deles. No caso dos colaboradores do setor de comércio de vestuário, são imprescindíveis habilidades como conhecimento técnico dos produtos, atendimento ao cliente, visual *merchandising*, negociação, entre outros.

A gestão de pessoas é uma área muito sensível à mentalidade que predomina nas organizações. Ela se é extremamente contingencial e situacional, pois depende de vários aspectos, como a cultura que existe em cada organização, da estrutura organizacional adotada, das características do contexto ambiental, do negócio da organização, da tecnologia utilizada, dos processos internos, do estilo de gestão utilizado e de uma infinidade de outras variáveis importantes (Chiavenato, 2014).

Diante da volatilidade do mercado e a constante evolução dos requisitos do consumidor, a organização cada vez mais precisa buscar subsídios para alavancar sua produtividade, otimizando recursos desde a matéria prima até mão de obra, visando atender as necessidades do cliente no momento certo com o produto ou serviço pertinente. De tal modo, as pessoas envolvidas no processo são de suma importância, para que se atinja o objetivo final, assim, quanto melhor qualificados tanto em aspectos tácitos quanto explícitos, haverá ganho de tempo, eficiência, agilidade à execução de tarefas e compartilhamento de conhecimentos, contribuindo com possíveis ideias de melhorias, inovações e resolução de problemas para o processo.

É importante preparar as pessoas para o mercado de trabalho atual e no futuro, sobretudo no setor de comércio de vestuário que atuam diretamente no atendimento aos clientes, pois colaboradores qualificados desempenham um papel fundamental no desenvolvimento econômico e na competitividade da empresa. Pois, uma alta performance do colaborador influencia na capacidade de inovar e resolver problemas. Há uma diferença entre treinamento e desenvolvimento de pessoas. Apesar dos métodos serem parecidos, a sua perspectiva de tempo é diferente.

Enquanto o treinamento está focado para o cargo atual, buscando melhorar as capacidades exigidas para o desempenho imediato do cargo, o desenvolvimento de pessoas objetiva os cargos a serem ocupados futuramente e as novas habilidades que serão requeridas (Gil, 2001; Chiavenato, 2014; Abbad *et al.*, 2022). Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo analisar o impacto das ações que as empresas promovem na qualificação dos seus colaboradores no setor de comércio de vestuário de Videira/SC.

Em tempos turbulentos em termos políticos e econômicos, a mão de obra qualificada se destaca na área de comércio por problemas de contratação de pessoas aptas a realizarem as atividades e funções existentes de uma equipe. Na sociedade, existem diferenças educacionais em relação aos níveis de formação dos indivíduos no contexto do mercado empresarial. Essas discrepâncias resultam em diferenças salariais, associadas às variações educacionais. É crucial examinar a percepção dos empregadores em relação aos seus colaboradores.

Espera-se com esse estudo promover uma reflexão sobre a importância das práticas de qualificação da mão-de-obra dos colaboradores do setor de comércio vestuário a partir do caso de Videira/SC. O presente estudo está dividido em cinco seções, sendo a primeira a introdução onde são apresentados os objetivos e motivações para o estudo. Na sequência são apresentados o referencial teórico, os caminhos metodológicos e os resultados e discussões. Por fim, o estudo apresenta as considerações finais e suas possibilidades de continuidade.

REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Parente (2014), o setor varejista é um dos mais relevantes para a economia brasileira, tendo uma participação de cerca de 20% na composição do Produto Interno Bruto (PIB) e empregando formalmente mais de 10,2 milhões de

peças. Conforme Santos e Costa (1997), o varejo integra funções clássicas de operação e seleção de produtos, aquisição, distribuição, comercialização e entrega, sendo um tradicional absorvedor de mão-de-obra historicamente menos qualificada que aquela empregada no setor industrial, caracterizando-se pela alta rotatividade de emprego.

Com a abertura de mercados e a rápida divulgação das tendências globais pela mídia, proporcionada, sobretudo, pela globalização, o mercado de vestuário vem encontrando alternativas de agregar valor ao produto com facilidade e ganha cada vez mais espaço e atenção atualmente, gerando oportunidades de negócio. Nesse sentido, alguns estudos que focaram a qualificação no setor de serviços apontaram aspectos semelhantes àqueles identificados no setor industrial. Borja *et al.* (1990), ressalta que os trabalhadores deste setor devem possuir capacidade de organização, serem capazes de desenvolver trabalho autônomo, possuir capacidade de lógica, de síntese e de relacionamento para desenvolver trabalho em equipe.

Segundo Leite (1995, p. 165), “generaliza-se, na indústria, a demanda por um profissional não só tecnicamente mais competente, mas dotado de maior flexibilidade operacional e de todo um desenvolvimento pessoal em matéria de cooperação, iniciativa, envolvimento e mesmo liderança”. Markert (1994) enfatiza as qualificações centrais que se caracterizariam pela capacidade de lidar estrategicamente com informações, o que exigiria uma grande flexibilidade intelectual, para o domínio de situações variáveis, além de uma significativa capacidade de comunicação oral.

Conforme Momm (2004), a busca de qualificação deve ser equilibrada com a oferta de oportunidades de cursos de qualificação adequados às necessidades dos trabalhadores e de políticas públicas que tenham impactos no aumento no número de vagas disponibilizadas pelo mercado, para absorver a mão de obra.

Segundo Klein, Toledo e Oliveira (2013), a qualificação do trabalhador pode servir como incentivo ao crescimento profissional, de modo que a empresa pode e deve oferecer cursos aos seus colaboradores ou até mesmo subsidiar parcialmente os cursos que achar relevantes para a tarefa ou ao negócio da empresa. Ainda segundo os autores, a empresa pode implantar plano de carreira profissional com descrição de cargos e salários, onde para cada curso ou especialização esteja ligada a nova oportunidade de promoções ou salários melhores.

Rocha-Vidigal e Vidigal (2012) aborda que a decisão de investimento em qualificação é vantajosa quando o valor dos benefícios gerados pela qualificação é

superior ao valor dos custos. Segundo Dutra (2009, p. 126), as organizações modernas estão cada vez mais preocupadas em direcionar os investimentos no desenvolvimento humano, de modo que eles agreguem valor para as pessoas e para a empresa.

Conforme Chiavenato (2014), o treinamento deve ser entendido como uma ferramenta de melhoria contínua de capacitação das pessoas capaz de elevar o grau de desempenho dos colaboradores. Desta forma, a qualificação profissional pode resultar em uma vantagem competitiva, pois “quanto maior a intensidade com que as pessoas e as organizações aprendem, mais condições existem para a criação de vantagens competitivas” (Malschitzky, 2002, p. 33).

Por fim, Klein, Toledo e Oliveira (2013) esclarecem que as empresas, no que diz respeito a gestão de pessoas, precisam contar com um programa de avaliação de desempenho e um plano de carreira com descrição de cargos e salários e que seja beneficiado com melhores salários os colaboradores que se qualificam, bem como aqueles que realizam seu trabalho com eficiência e qualidade.

O Quadro 1 apresenta as maneiras de se buscar a qualificação profissional, conforme Rocha-Vidigal e Vidigal (2012).

Quadro 1 – Maneiras de qualificação profissional

Educação formal	A educação formal é realizada por meio do aprendizado escolar e universitário, cuja atuação ocorre de forma intencional e com objetivos determinados.
Educação informal	A educação informal é obtida por meio da observação, fora do sistema formal de ensino e até mesmo pela educação autodidata.
Cursos profissionalizantes e técnicos	Essa forma de qualificação, bastante incentivada no Brasil, tem por características a curta duração e o rápido preparo técnico.
Treinamento dentro da empresa	O treinamento realizado pela própria empresa e no local de trabalho é benéfico para os empregadores na medida em que qualificam seus funcionários com conhecimentos específicos ao ofício designado, investimentos com recursos próprios.

Fonte: adaptado de Rocha-Vidigal e Vidigal (2012).

Segundo Alves e Vieira (1995), há uma grande necessidade de se enfrentar, com urgência, a questão educacional com o objetivo de melhorar o seu desempenho no trabalho diariamente para obter resultados a médio e longo prazos e, ao mesmo tempo, levantar uma política de formação profissional que aproxime a qualificação dos trabalhadores ao processo educativo formal, consideradas as exigências do setor produtivo atualmente. Isso se torna importante para atender ao estoque dos trabalhadores adultos quanto para preparar os jovens, futuros trabalhadores,

cujas exigências educacionais serão maiores e bem mais complexas.

Desta forma, de acordo com Rocha-Vidigal e Vidigal (2012), a importância da educação e da formação profissional para o mercado de trabalho atual e para o desenvolvimento da economia é inquestionável. Contudo, as estatísticas mostram uma situação um tanto quanto preocupante, pois o nível de escolaridade da população brasileira é precário. Em média, os homens pertencentes à população ocupada possuem 7,2 anos de estudo, o que equivale ao ensino fundamental incompleto. Já as mulheres possuem, em média um ano a mais que os homens, mas ainda o baixo nível de estudo é das necessidades do novo contexto do mercado de trabalho.

Deve-se destacar, conforme afirmam Alves e Vieira (1995), que a escolaridade tem efeitos diferenciados sobre os trabalhadores no mercado de trabalho. As necessidades de maiores níveis de escolaridade são importantes diferenciais e se ampliam constantemente para os empregados, uma vez que precisam de contínuo aperfeiçoamento das habilidades básicas para o desempenho de suas funções.

De acordo com Chiavenato (2002, p. 391), “a QVT (Qualidade de Vida no Trabalho) tem o objetivo de assimilar duas posições antagônicas: de um lado, a reivindicação dos empregados quanto ao bem-estar e satisfação no trabalho, do outro, o interesse das organizações quanto a seus efeitos sobre a produção e a produtividade”.

Para Conte (2003), a expectativa pessoal dos profissionais é que, se as empresas esperam qualidade nos produtos e serviços por elas oferecidos, ações de QVT devem ser incorporadas definitivamente no cotidiano das empresas. Outra expectativa dos profissionais é de que as empresas, ao conceberem um programa de qualidade, percebam que o mesmo não será implantado com sucesso se não houver um efetivo envolvimento e participação dos funcionários atuando com satisfação e motivação para a realização de suas atividades.

Conforme Chiavenato (2010), os processos de manter pessoas, o clima organizacional, cultura organizacional, segurança, higiene e qualidade de vida no trabalho são determinados aqueles que criam um ambiente de trabalho e condições psicológicas de bem-estar aos empregados em exercício, com o fim de mantê-los na empresa.

Clientes ou consumidores, segundo Churchill e Peter (2000), são pessoas que compram bens ou serviços para si mesmas ou para os outros. De acordo com Cobra (2010), os clientes esperam que o vendedor ajude na solução de seus problemas. O

processo de compra do consumidor, ainda conforme Churchill e Peter (2000), inclui cinco etapas: reconhecimento da necessidade, busca de informações, avaliação das alternativas, decisão de compra e avaliação pós-compra.

Cobra (2010), salienta sobre a importância de estudar quais são os mercados existentes e quais as suas possibilidades futuras de crescimento, decréscimo ou manutenção de vendas. Futrell (2003), afirma que os clientes querem negociar com vendedores que conhecem seu negócio e os produtos que vendem, quando um cliente tem confiança na capacidade do vendedor, a negociação das vendas torna-se mais aceitável e confiável para ele.

Segundo Chiavenato (2010), cultura organizacional é o conjunto de hábitos e crenças, estabelecidos por normas, valores, atitudes e expectativas, compartilhadas por todos os membros da organização. Ela se refere ao sistema de significados compartilhados por todos os membros e que distingue uma organização das demais. Robbins e Sobral (2012) conceitua cultura como um conjunto de valores compartilhado pelos membros de uma organização que a diferencia das demais.

O Quadro 2 destaca sete características importantes que demonstram a essência da cultura de uma empresa, conforme Robbins e Sobral (2012).

Quadro 2 – Características de cultura de uma empresa

Inovação	Até que ponto os funcionários são incentivados a inovar e assumir riscos.
Atenção aos detalhes	O grau em que se espera precisão, análise e atenção aos detalhes por parte dos funcionários.
Orientação para resultados	Nível exigido de foco em resultados, dando a eles maior importância do que a técnicas e processos para atingimento destes.
Foco na pessoa	Grau em que se considera o efeito dos resultados sobre as pessoas da organização.
Foco na equipe	Atividades de trabalho são mais organizadas em torno de equipes do que de indivíduos.
Agressividade	Grau em que as pessoas são competitivas e agressivas (ao invés de tranquilas).
Estabilidade	Atividades que priorizam a manutenção do status quo ao invés do crescimento.

Fonte: adaptado de Robbins e Sobral (2012).

A cultura organizacional é um complexo conjunto dos valores, hábitos, ideais, crenças, normas, entre outros, conforme Schein (2010), que forma a identidade da empresa, sendo ela compartilhada e validada pelos colaboradores. É esse conjunto que define a forma como a empresa conduz seu negócio e que a torna diferente de todas as outras. Ainda de acordo com o autor, “a cultura é importante porque as crenças, os valores e o comportamento dos indivíduos muitas vezes são vistos apenas

no contexto das identidades culturais dos povos” (Schein, 2007, p. 29)

Segundo Teodoro e Cruz (2016), atualmente tanto as empresas quanto os colaboradores tem percebido a necessidade e investido em desenvolvimento, de modo que para as empresas o processo de desenvolvimento de pessoas começa quando há uma preocupação em mudar o tratamento de funcionários para colaboradores, envolvendo-os no negócio da organização, já para os colaboradores a preocupação e o interesse em relação ao crescimento profissional vem se destacando, essa troca de interesses enriquece ainda mais a relação na busca por resultados.

Para Chér (2018), a valorização da cultura organizacional é essencial para engajamento dos funcionários, pois quando as pessoas entendem que fazem parte de uma empresa com propósitos que elas confiam e acreditam, pois elas dão o seu melhor no desempenho das suas atividades, de forma inovadora e criativa. Por esse motivo que se torna importante o trabalho e valorização do capital humano, promovendo interações entre os colaboradores e fazendo com que despertem o desejo de todos a trabalharem em favor dos objetivos da empresa.

METODOLOGIA

O estudo caracteriza-se por uma abordagem predominantemente quali-quantitativa. Segundo Figueiredo, Chiari e De Goulart (2013), a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares, pois trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. Quanto à natureza o estudo caracteriza-se como uma pesquisa aplicada com o objetivo de gerar conhecimentos para a aplicação prática voltados para a solução de problemas específicos, conforme Thiollent (2009).

Em relação aos objetivos o estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória que, conforme Gil (2007), é definida como uma investigação inicial que busca fornecer maior familiaridade com um problema, específico ou de área pouco conhecida, com o objetivo de torná-lo mais explícito. Quanto aos procedimentos, o estudo enquadra-se como uma pesquisa de levantamento. Segundo Medeiros (2019), a pesquisa de levantamento é um tipo de pesquisa que se realiza para a obtenção de dados ou informações sobre características ou opiniões de um grupo de pessoas, selecionado como representante de uma população.

Os dados da pesquisa foram coletados a partir da técnica de *snowball* ou bola de neve. Conforme Vinuto (2014), a técnica bola de neve é uma forma de amostra não probabilística que usa redes de referência e indicações. Ademais, é bastante útil para pesquisar grupos difíceis de serem estudados ou acessados ou também quando não se conhece o universo da pesquisa.

Os dados que originaram as análises foram obtidos através de um questionário aplicado com intuito de entender a qualificação dos colaboradores no ramo do comércio de vestuário, tendo 84 respostas válidas. Para tal, considerou-se para o estudo apenas microempresas (ME) ou empresas de pequeno porte (EPP) que possuíam mais que dois funcionários.

A forma de análise de dados ocorreu através de estatística descritiva, pois conforme Guedes *et al.* (2005), a estatística pode ser entendida como a ciência que estuda a coleta, apresentação e coleta dos dados com o intuito de contribuir para a análise de um fenômeno e seu melhor entendimento por meio das informações obtidas. A subdivisão da estatística referente a descritiva trata de descrever os dados permitindo uma observação ampla da variação dos dados usando de tabelas, gráficos e formas descritivas.

RESULTADOS E ANÁLISE

Segundo Claro e Nickel (2002), o diagnóstico visa levantar as necessidades passadas, presentes ou futura de pesquisas internas, a fim de descrever o problema e prescrever uma intervenção e envolve a coleta e o cruzamento de dados e informações para análise da busca pela criação de ações a serem implementadas e finalizar com a solução, a definição dos pontos fortes e fracos e o detalhamento dos problemas por meio de uma análise aprofundada, visando identificar as suas causas e definir ações para os pontos passíveis de melhoria.

Nesse contexto, os dados da pesquisa indicam que as empresas analisadas possuem, em média, 12 anos de atividade. Esse período considerável de atuação proporciona uma valiosa experiência para compreender o perfil dos colaboradores que buscam contribuir para o crescimento dessas empresas. Atualmente, observa-se uma subvalorização da área comercial, conforme evidenciado pelos resultados desta pesquisa. Ao abrir espaço para os empresários analisarem as demandas do mercado atual, percebe-se que há pouco investimento nas pessoas. Os empresários muitas vezes concentram suas preocupações apenas nos resultados financeiros,

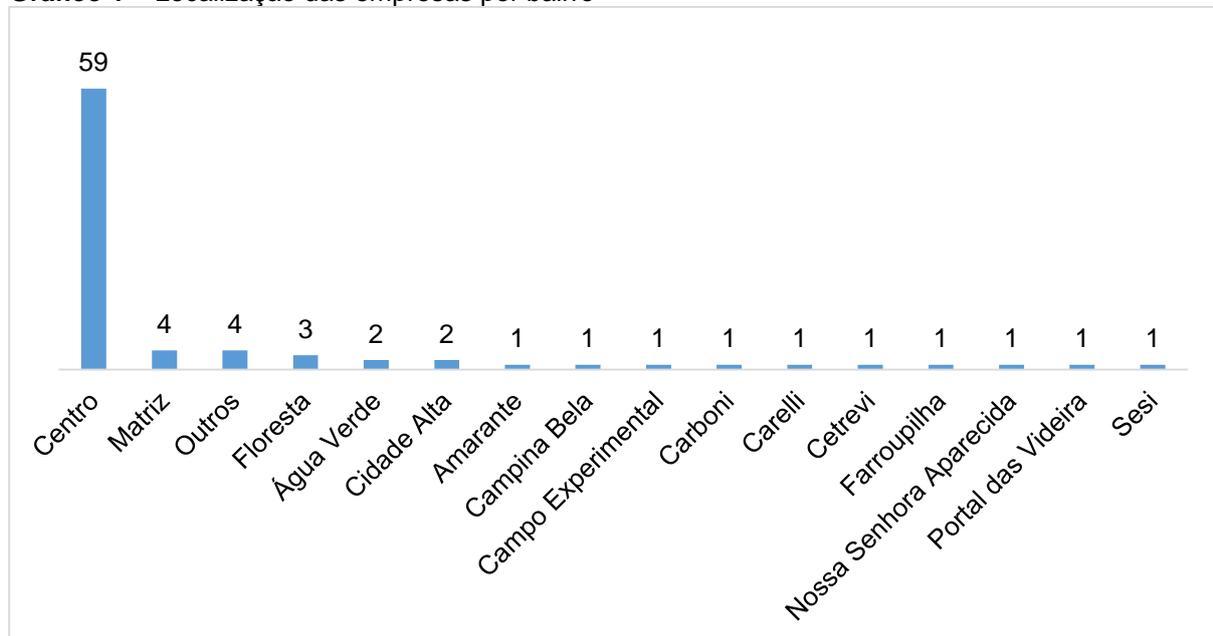
negligenciando o reconhecimento daqueles que realmente impulsionam o rendimento das empresas: os colaboradores.

Quanto ao número de colaboradores, em média, as empresas contam com 11 funcionários, uma quantidade significativa que demanda esforços na busca de qualificação. Essa busca constante de atualização e acompanhamento das tendências de mercado é essencial, permitindo a agregação de conhecimento e valor aos profissionais, contribuindo para o desenvolvimento de carreiras bem-sucedidas. Isso demonstra o comprometimento da empresa em qualificar seus colaboradores e ver o seu crescimento dentro dela.

Em geral, as empresas têm, em média, um único sócio, cuja contribuição é fundamental para impulsionar o crescimento, desenvolvimento e reconhecimento no mercado, proporcionando estabilidade financeira. A maioria das empresas está situada no núcleo urbano, em pontos estratégicos de circulação, aproveitando o intenso fluxo de pessoas.

O Gráfico 1 apresenta a localização das empresas analisadas por bairro.

Gráfico 1 – Localização das empresas por bairro



Fonte: os autores (2023).

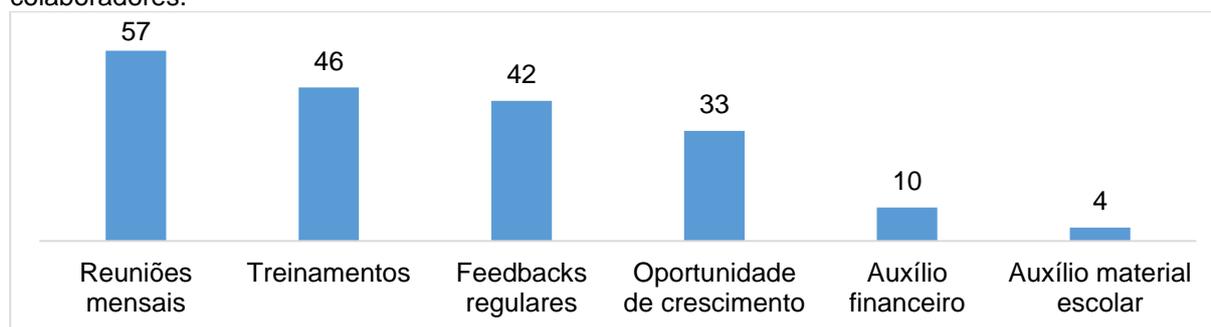
A partir do Gráfico 1 evidencia-se que a maioria das empresas (70,24%) estão localizadas no bairro Centro, seguido dos bairros Matriz (4,76%) e Floresta (3,57%), que também fazem parte da região central de Videira. No entanto, cabe ressaltar a existência de diversas empresas do setor de comércio de vestuário nos demais bairros

do município, demonstrando que os pequenos negócios locais também possuem força econômica.

As abordagens atualmente adotadas pelas empresas para aprimorar as habilidades de seus colaboradores têm como propósito fornecer-lhes um maior conhecimento para enfrentar os desafios do mercado de trabalho. Uma empresa que prioriza a qualidade de vida de seus colaboradores implementa uma série de ações inovadoras para o bem-estar, o ambiente de trabalho, a interação social e o desenvolvimento pessoal e profissional. Nesse sentido, o objetivo é criar uma atmosfera que transmita incentivo e demonstre a preocupação da empresa com o crescimento e o bem-estar de seus colaboradores.

O Gráfico 2 apresenta as ações promovidas pelas empresas nos últimos 12 meses para qualificar seus colaboradores.

Gráfico 2 – Ações desenvolvidas pelas empresas nos últimos 12 meses para qualificar seus colaboradores.



Fonte: os autores (2023).

Conforme o Gráfico 2 percebe-se que, entre as ações de destaque promovidas pelas empresas analisadas, destacam-se reuniões mensais, treinamentos e feedbacks regulares, de modo que os respondentes poderiam selecionar mais de uma forma de capacitação entre as apresentadas. No entanto, evidencia-se que, no entendimento dos empresários, reuniões mensais e feedbacks regulares, por exemplo, são formas de capacitar os colaboradores, de modo que auxílio financeiro e auxílio material escolar estão entre as ações menos priorizadas pelas empresas.

Outro ponto importante é em relação a periodicidade em que as empresas promovem essas ações visando a qualificação dos seus colaboradores. Os dados apontam que para 44,05% das empresas as ações de qualificação são realizadas mensalmente, para 25,00% ocorrem anualmente, para 17,86% ocorrem semanalmente e para 13,09% das empresas as ações se dão diariamente.

Os dados apontam, ainda, que para 78,57% dos empresários os impactos das ações de qualificação os colaboradores são positivos e percebidos na rotina laboral. Entre as melhorias percebidas, conforme relato dos empresários, destacam-se o aumento da qualidade do atendimento e, conseqüentemente, das vendas. Ou seja, o principal foco dos empresários ao buscarem formas de melhor qualificar seus colaboradores possui relação direta com o aumento do faturamento.

Como mencionado anteriormente, a maioria dos empresários concorda que os impactos nas empresas tendem a ser positivos ao liderar iniciativas voltadas para o aprimoramento dos colaboradores. Ao investir na qualificação e fortalecimento do conhecimento da equipe, impulsiona-se as vendas, garante-se a satisfação dos clientes e promove-se um ambiente de trabalho mais agradável. Essas ações também contribuem para reduzir a rotatividade de funcionários, pois a motivação no trabalho tornou-se um elemento crucial para reter talentos nas empresas contemporâneas.

Diante dessa realidade, torna-se relevante examinar, do ponto de vista dos empresários, o que caracteriza um colaborador qualificado atualmente. Diante do desafio da alta competitividade, os empresários buscam identificar os perfis ideais que possam agregar valor à sua empresa, levando em consideração as expectativas, qualificações e valores dos profissionais. A atração e retenção de talentos tornam-se cruciais nesse contexto e é essencial compreender claramente o que se busca para fortalecer a equipe, ao mesmo tempo em que se implementam e promovem programas que fortaleçam a conexão entre a empresa e o colaborador.

Nesse sentido, a partir das respostas dos empresários, evidencia-se que as principais características de um colaborador qualificado são vontade de aprender, vestir a camisa da empresa e realizar entregas de excelência. Evidencia-se, desta forma, que entre as três principais características apresentadas pelos empresários, aquela relacionada ao resultado direto das ações de qualificação encontra-se na terceira posição. De certo modo, ter vontade de aprender e vestir a camisa da empresa não são características que podem ser adquiridas mediante capacitação, sendo características pessoais de cada colaborador, relacionadas à valores e atitudes, e não capacidade técnica.

Percebe-se, a partir das análises dos dados, que muitas empresas negligenciam a formação de equipes bem estruturadas, deixando de oportunizar momentos para integrar os colaboradores, o que poderia proporcionar satisfação e motivação no ambiente empresarial.

As empresas demonstram certa relutância em investir em treinamentos e benefícios auxiliares, essenciais para impulsionar o conhecimento e destacar o apoio da empresa ao crescimento profissional dos colaboradores. Outro ponto de destaque é que a maioria das ações promovidas pelas empresas são reuniões e feedbacks regulares, não tendo relação direta com as habilidades técnicas nas atividades laborais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo analisar o impacto das ações que as empresas promovem na qualificação dos seus colaboradores no setor de comércio de vestuário de Videira/SC. Observou-se que as transformações no cenário mercadológico têm demandado que as empresas busquem profissionais cada vez mais qualificados, incentivados e atualizados. A competição entre as organizações tem gerado uma busca incessante por resultados aprimorados, o que implica na necessidade de colaboradores eficazes, capazes de agregar valor aos produtos e serviços oferecidos.

A capacitação e a busca pela evolução profissional tornaram-se requisitos essenciais para manter estabilidade no mercado. Com base nos dados apresentados na análise das ações, é evidente que nem todas as 84 empresas participantes oferecem programas de treinamento ou apoiam seus colaboradores em iniciativas educacionais. Ao avaliar as respostas sobre os impactos dessas ações, observa-se que a maioria das empresas destaca melhorias no cotidiano laboral, atendimento e vendas. No entanto, é reconhecido que a incessante busca por metas pode resultar em desgaste mental e redução da produtividade, levando os colaboradores ao cansaço e desmotivação.

Promover uma maior atenção ao bem-estar do colaborador pode criar um ambiente de trabalho agradável e motivador. Além disso, incentivar a participação em cursos para aprimoramento profissional não apenas contribui para a qualificação individual, mas também introduz inovações no ambiente de trabalho, evitando a estagnação.

Portanto, é fundamental destacar que a evolução no setor de vestuário transcende não apenas as tendências da moda, mas também abrange aspectos tecnológicos e de sustentabilidade. Por conseguinte, é crucial que os colaboradores se mantenham atualizados e preparados para enfrentar as constantes mutações e exigências do mercado. Adicionalmente, é notório que as transformações no mercado de vestuário refletem uma sociedade em contínua evolução, marcada por novas

demandas e valores. Nesse contexto, torna-se imperativo que as empresas estejam vigilantes e se adaptem a essas mudanças, investindo na capacitação de seus colaboradores.

REFERÊNCIAS

ABBAD, Gardênia da Silva et al. **Desenho e redesenho do trabalho: Modelos e ferramentas de apoio à gestão**. Vetor Editora, 2022.

ALVES, Edgard Luiz Gutierrez; VIEIRA, Carlos Alberto dos Santos. Qualificação profissional: uma proposta de política pública. **Planejamento e políticas públicas**, n. 12, 1995. Disponível em: https://portalantigo.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/TDs/td_0376.pdf. Acesso em: 12 dez. 2023.

BORJA, Antón et al. Educación y nuevas tecnologías: reflexiones sobre cambios en los perfiles profesionales y formación. **Revista de educación**, 1990. Disponível em: <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/70258>. Acesso em: 10 dez. 2023.

CHÉR, Rogério. **Engajamento: melhores práticas de liderança, cultura organizacional e felicidade no trabalho**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. Edição compactada. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, I. **Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010

CHURCHILL, Gilberto A., PETER, Paul J. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

CLARO, M. A. P. M.; NICKEL, Daniele Cristine. Gestão do capital humano. **Curitiba: Gazeta do Povo**, v. 4, p. 17-32, 2002.

CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva. **Gestão Estratégica: Criatividade e Interatividade. Revista ADMpg Gestão Estratégica**, v. 10, 2013. Disponível em: <http://anteriores.admpg.com.br/2013/down.php?id=110&q=1>. Acesso em: 10 dez. 2024.

COBRA, Marcos. **Administração de vendas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CONTE, Antonio Lázaro. Qualidade de vida no trabalho. **Revista FAE business**, v. 7, p. 32-34, 2003. Disponível em:

https://www.academia.edu/download/46008045/rev_fae_business_07_2003_gestao_10QVT.pdf. Acesso em: 09 dez. 2023.

DUTRA, Joel Souza. **Gestão de Pessoas**: modelo, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2009.

FIGUEIREDO, Marília ZA; CHIARI, Brasília M.; DE GOULART, Bárbara NG. Discurso do Sujeito Coletivo: uma breve introdução à ferramenta de pesquisa quali-quantitativa. **Distúrbios da Comunicação**, v. 25, n. 1, 2013. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/dic/article/view/14931>. Acesso em: 09 dez. 2023.

FUTRELL, Charles M. **Vendas**: fundamentos e novas práticas de gestão. São Paulo: Saraiva, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

GUEDES, Terezinha Aparecida et al. Estatística descritiva. **Projeto de ensino aprender fazendo estatística**, p. 1-49, 2005. Disponível em: https://www.ime.usp.br/~rvicente/Guedes_et_al_Estatistica_Descritiva.pdf. Acesso em: 14 dez. 2023.

LEITE, Elenice M. Renovação tecnológica e qualificação do trabalho: efeitos e expectativas. In: **A máquina e o equilibrista**: inovações na indústria automobilística brasileira. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1995.

MALSCHITZKY, Nancy. Empregabilidade x empresabilidade: o ambiente empresarial deve estimular o desenvolvimento profissional. **Revista FAE Business**, n. 2, 2002.

MARKERT, Werner. **Teorias de educação do iluminismo, conceitos de trabalho e do sujeito**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica**: prática de fichamentos, resumos, resenhas. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MOMM, Lúgia. **Mercado de Trabalho e Desemprego**: oferta e demanda de emprego via Internet, uma nova tendência. Estudo de caso no Banco Nacional de Empregos - BNE. 2004. 155f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. UFSC: Florianópolis, 2004.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil**. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

ROBBINS, Stephen P.; SOBRAL, Filipe. **Comportamento organizacional**. 14. ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2012.

ROCHA-VIDIGAL, Cláudia Bueno; VIDIGAL, Vinícius Gonçalves. Investimento na

qualificação profissional: uma abordagem econômica sobre sua importância. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**, v. 34, n. 1, p. 41-48, 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3073/307324776007.pdf>. Acesso em: 02 dez. 2023.

SANTOS, Angela Maria Medeiros Martins; COSTA, Cláudia Soares. **Características gerais do varejo no Brasil**, 1997. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/7125>. Acesso em: 10 dez. 2023.

SCHEIN, Edgar H. **Cultura Organizacional e Liderança**. 4^o ed. Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2010.

TEODORO, Francielle de Nazaré Fernandes; CRUZ, H. A. A importância do processo de coaching interno no desenvolvimento do colaborador e no alcance dos resultados. *In: XIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, 2016. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos16/32724380.pdf>. Acesso em: 09 dez. 2023.

THIOLLENT, M. **Metodologia de Pesquisa-ação**. São Paulo: Saraiva, 2009.

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto**. *Temáticas*, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/16320788/A_Amostragem_em_Bola_de_Neve_na_pesquisa_qualitativa_um_debate_em_aberto. Acesso em: 16 out. 2023.