

DECISÃO NA CARREIRA: UM ESTUDO COM COSTUREIRAS PARTICIPANTES DE CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM COSTURA NA CIDADE DE CURITIBA

Letícia D’Orazio Turqueti¹

Cibele Bastos da Costa²

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é identificar quais motivos influenciam na tomada de decisão de profissionais de costura, participantes do curso de especialização, a prestarem serviços a lojas de alta costura para casamentos em Curitiba, Paraná. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, exploratória, descritiva, de natureza qualitativa, realizada com 25 participantes de cursos de alta-costura em uma escola específica na cidade Curitiba. Os dados foram coletados por meio de um questionário com perguntas fechadas aplicado aos participantes do curso e, também, por uma entrevista realizada com a proprietária da empresa que é, inclusive, a docente do curso pesquisado. O presente estudo aponta que a maioria dos pesquisados decidem não prestar serviços para lojas de alta costura devido à complexidade do trabalho. No entanto, os motivos pelos quais os mesmos decidiriam atuar, profissionalmente na área, estariam relacionados ao fato do salário ser maior e ao reconhecimento.

Palavras-chave: Carreira. Alta Costura. Costureiras. Tomada de Decisão.

¹ Graduada em Administração de Empresas pela FAE Centro Universitário. *E-mail*: leturqueti@hotmail.com

² Orientadora da pesquisa. Mestra em Comunicação e Linguagens. Docente da FAE Centro Universitário em disciplinas de Gestão de Pessoas. *E-mail*: cibelee.bastos@fae.edu

INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho tem sofrido muitas transformações, tendo como consequência novas formas de relação de trabalho, como a terceirização e o home office. O emprego conservador com características tradicionais, de vínculo estável duradouro entre empregador e empregado tem se reconfigurado para formas mais flexíveis e inovadoras, que oportunizam ganhos para as duas partes envolvidas. Formase, então, novos profissionais com diferentes necessidades e as empresas buscam viabilizar inovações em relação a maneiras de estabelecer vínculos com os profissionais contratados, como horário flexível, qualidade de vida no trabalho, trabalho remoto, equipes multidisciplinares.

O mercado da moda também sofre alterações em relação a globalização e pelas novas formas de trabalho. Principalmente o viés da moda que está relacionado a alta costura, pois empresas de confecção estão buscando novos meios de produção, dentre elas encontra-se a terceirização de mão de obra de costureiras, no entanto, a falta de oferta de fornecedores qualificados e com experiência gera preocupação, pois a demanda por este serviço é alta.

E, é neste contexto que o presente estudo tem por objetivo geral: analisar os fatores que influenciam na tomada de decisão das costureiras que estão fazendo cursos de especialização a prestarem serviço a lojas de alta costura/vestido de noiva em Curitiba-PR. Para alcançá-lo foram definidos como objetivos específicos: ampliar o conhecimento sobre o mercado e a história da moda; conhecer características, históricas e atuais, do profissional da área da moda e alta costura; identificar os motivos da decisão das profissionais pesquisadas da não opção pela carreira de alta costura; mapear os fatores que atraem as costureiras para a carreira de alta costura.

Diante das intensas transformações no mundo do trabalho, acredita-se que o presente trabalho se torna relevante por abordar questões atuais de escolha de carreira, quanto a área e forma de vínculo de trabalho feita por profissionais da área de costura. Questão essa que, também, encontra-se na agenda atual de empregadores do segmento pesquisado.

A definição do tema foi instigada pela vivência da autora como empresária do segmento, no qual percebe-se uma redução na escolha da carreira de alta costura, pelas profissionais da área. Considera-se importante, a presente pesquisa, por trazer informações sobre a tomada de decisão de profissionais posicionados neste recorte do segmento, a alta costura, onde é visto que as transformações do mercado começaram a impactar nas formas de vínculo de trabalho. Muitas empresas do mesmo ramo estão

reconfigurando seu negócio, pela falta de mão de obra especializada, e começam a importar vestidos prontos, ao invés de confeccioná-los sob medida.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente trabalho tem como embasamento teórico, conceitos relacionados ao mercado de trabalho da moda e costura, formas de vínculos como terceirização e processos de motivação, para contribuir com o entendimento dos motivos pelos quais os profissionais se mobilizam para uma ação ou decisão no âmbito do trabalho, neste caso, da alta costura.

1.1 MODA E ALTA-COSTURA: HISTÓRIA, MERCADO E PERFIL PROFISSIONAL

Os profissionais da costura, foco central deste trabalho, encontram-se inseridos no segmento do mercado da moda, construído em um processo histórico com valor cultural e econômico importante.

Nesse mercado de trabalho, destaca-se a alta costura voltada a confecção de roupas para casamentos, em especial, vestido de noivas que se caracteriza, não só como um vestuário, mas um elemento carregado de simbologia cultural.

1.1.1 História da Moda no Mundo e no Brasil

A moda traz em si um processo histórico passível a ser revisitado em informações contidas em vários estudos. Tem registro desde a era paleolítica, tendo sido encontradas agulhas primitivas desta época, feitas com ossos e marfim, de acordo com Giordani (1983).

Moda é uma tendência que está em constante mudança, com abrangência grande, podendo ser subdividida em vários aspectos, onde um deles é a alta costura.

A moda é, segundo o dicionário, uma tendência, uma forma de se vestir, modo, costume, vontade. Ela é momentânea. Mas é fato: a moda tem o poder de mudar o ânimo das pessoas. Quando você se veste bem, sua autoestima se eleva. Não se acanha ao chegar nos lugares, pelo contrário, sua presença aumenta e, subitamente, a confiança, é claro. (KERDNA, 2017)

Por acompanhar o ritmo do mundo globalizado, a moda deve estar se atualizando, constantemente para, então, seguir a demanda do que a população necessita. Segundo Schneid e Michelin (2014, p.2) “a moda é um processo em constante modificação das exigências dos grupos de uma sociedade”, que vem acompanhando as inovações e tecnologias para estar sempre atualizada, conseguindo atender a expectativa da sociedade. Assim como afirma Lipovetsky (1989), pode-se considerar a moda um elemento fundamental para a compreensão das sociedades modernas, pois ela está intimamente ligada aos fatos políticos, econômicos e sociais da história mundial, repercutindo nos modos de vestir.

Durante grande parte da história da humanidade, as mulheres eram impedidas de se comunicar, escrever ou criar, tinham que se manter caladas. Com isso, tiveram que encontrar uma forma de se expressar, e foi através das roupas e da forma de se vestir que conseguiram. Segundo Souza (2003, p.29), “Para a mulher a vestimenta era a expressão mais profunda e mais explícita da sua alma”. De forma complementar a essa ideia, destaca-se Perrot (1989, p.15), afirmando que “a memória das mulheres é uma memória trajada. A vestimenta é a sua segunda pele, a única na qual se ousa falar, ou ao menos sonhar”.

A moda surgiu a partir do renascimento europeu, por volta do século XV. Os burgueses que possuíam um alto poder aquisitivo, copiavam o estilo de roupa dos mais nobres, e assim os nobres se obrigavam a criar outros estilos de roupas para serem diferenciados dos burgueses.

A partir da revolução industrial que ocorreu no século XVIII o valor dos tecidos diminuiu e a partir da invenção das máquinas de costura, por volta do ano de 1850, o custo e, conseqüentemente, o preço baixou, ainda mais (MONTELEONE, 2013), possibilitando que as pessoas de classe mais baixa adquirissem roupas melhores.

No Brasil, a moda passa a ser vivida como tal, a partir da colonização dos europeus no século XVI. Os índios não usavam vestes, apenas adereços em torno do corpo e os europeus, então, apresentaram as roupas que traziam de seus países. No entanto, não estavam acostumados com o clima do Brasil, pois na Europa o frio predominava durante grande parte do ano (KERDINA, 2016).

O Brasil por ser grande produtor de insumos, destacou-se pela produção de determinados materiais utilizados para a produção de tecidos, de acordo com Vargas (apud PEREIRA, 2004). Desde o século XVIII, final da Idade Moderna, o algodão brasileiro, assim como outras fibras, eram exportadas para a Europa, sobretudo, para a Inglaterra, palco mais significativo da Revolução Industrial e mantenedora do monopólio têxtil.

Em 1960, os estilistas como Dener e Zuzu Angel criam peças com a cara dos brasileiros, e no Brasil a FENIT³ organiza desfiles com a presença de estilistas franceses

³ Feira Nacional da Indústria Têxtil.

para mostrar as novas criações. A Rhodia⁴ lança, então, a moda brasileira para a exportação, *Brazilian Look*, *Brazilian Fashion*, *Brazilian Nature*. No entanto, somente em 1990 a moda brasileira se destaca no exterior através de coleções (BONADIO, 2005).

1.1.2 Mercado e Perfil Profissional

Tendo em vista que o mercado de alta costura acompanha o de festas, em especial, o de casamentos, cabe entender como este se apresenta. No Brasil, o mercado de casamentos é crescente, mesmo em situações de crise, talvez, por estar relacionado a aspectos culturais de idealização e sonho para os noivos e familiares.

O Brasil registrou em 2015, 1 137 321 casamentos civis, representando um aumento de 2,8% em relação à 2014. As uniões legais entre cônjuges de sexo diferentes aumentaram 2,7%, enquanto que os de cônjuge do mesmo sexo 15,7%, representando 0,5% do total de casamentos registrados. Ainda, de acordo com o mesmo registro, há 34 milhões de solteiros no Brasil entre 20 e 40 anos. Eles nasceram nas décadas de 70 e 80 e formam a maior geração de todos os tempos. Cerca de 40% deles - 14 milhões de pessoas - querem casar nos próximos dois anos. Se apenas a metade concretizar o desejo, o resultado será algo em torno de 70 milhões de reais movimentados, em média, por dia.

Os dados relativos ao mercado de alta costura são específicos de cada região. Curitiba está entre as capitais com mais casamentos no civil, segundo relatório de Estatísticas do Registro Civil (IBGE 2013), foi a 9ª capital com mais casamentos, sendo, nela, realizados 10.868 matrimônios.

O mercado de festas movimenta perto de R\$ 17 bilhões, segundo a Associação Brasileira de Eventos Sociais (ABRAFESTA). No setor, as festas de casamentos e de debutantes ganharam força nos últimos três anos. Conforme dados da ABRAFESTA, embora a crise econômica afete o mercado, o número de casamentos cresceu, assim como o interesse das adolescentes em festas de 15 anos.

Diante desse contexto, é possível deduzir que o mercado de festas ainda mostra muitas oportunidades de negócios. Este fato, também acaba se transformando em oportunidades para os profissionais do segmento de festas de casamento, incluindo, aqueles que atuam na área da alta-costura.

Este grupo de profissionais são, em sua maioria, mulheres, que já eram, o maior número, na classe operária têxtil, desde o século XIX.

⁴ Multinacional sediada na França, atua em vários segmentos, incluindo-se o setor têxtil. Instalou-se no Brasil em 1919, como grupo Rhodia.

O processo produtivo atual, da alta costura, envolve profissionais das funções de estilista, que idealiza a peça e transmite no papel o que imagina, seguido por modelista, que faz os moldes projetados pelo estilista; costureira, que produz o que a pessoa responsável pela modelagem fez; a bordadeira, que borda à mão ou à máquina desenhos e figuras ornamentais em tecido e a profissional responsável pelo acabamento, que é a finalização da confecção da roupa.

De acordo com estudo realizado, define-se como perfil, no que tange as competências, para a(o) profissional de costura a necessidade de conhecimento técnico relativa á área ou papel/função a desempenhar, como por exemplo, saber modelar se a função for modelista, conhecer técnicas de bordados se a função é bordadeira; conhecimento e habilidade no trabalho com a máquina que lhe cabe operar; conhecimento sobre os materiais usados no processo de costura como tecidos, vários tipos de tesoura, entre outros; e competências como Qualidade, Produtividade, Pontualidade, Cordialidade, Iniciativa e Relacionamento Interpessoal. (REMUNERAÇÃO...,2017)

Formar um perfil preciso, quanto a demais dados pessoais, do profissional de costura não é um processo fácil. A pesquisa realizada com profissionais de costura da Confecção Muro D'água (MACIEL, 2010) aponta que todos os funcionários do universo pesquisado são do sexo feminino, sendo que a maioria possui ensino médio completo, e sua renda varia entre 1 a 3 salários mínimos. Não são dados passíveis de generalização, mas apenas de contribuição para a percepção de características comuns.

O mercado de moda e costura pode ser considerado em crescimento, inclusive com demandas em movimento ascendente, conforma dados já citados no presente estudo. O “gargalo”, ou seja, o fator restritivo a esse crescimento é, justamente, encontrar, atrair e manter o profissional de costura, que preencha as habilidades e conhecimentos necessários ao bom desempenho da função. As empresas procuram se diferenciar e atualizar, buscando incentivar, motivar e capacitar seus funcionários para que estes permaneçam na empresa e gerem maior produtividade. Mas, é importante, para isso entender o que os motivos que os move em direção a favor ou contrária a atender a essa demanda, de empresas, em especial de alta-costura, de mão-de-obra desse segmento de mercado.

1.2 PROCESSO DE MOTIVAÇÃO

Em um mercado cada vez mais competitivo e diverso, é o Capital Humano que vai garantir a sobrevivência e o sucesso das organizações contemporâneas. Por isso,

as empresas têm investido em novos processos de gestão de pessoas, como formas diferenciadas de contratação, formação e capacitação de profissionais, porque sabe que quanto mais motivado e comprometido, mais parceiro será seu funcionário na busca de bons resultados.

Por outro lado, os profissionais, também, procuram maneiras de se manter no mercado de trabalho, garantindo, não só a geração de renda, mas, também, decidindo por carreiras ou escolhendo formas de trabalho que lhes tragam satisfação, e equilíbrio entre vida pessoal e profissional.

Existem vários fatores que influenciam na tomada de decisão de um profissional, muitos deles associados a motivação, ou seja, relacionados a motivos para a ação de se engajar a uma determinada carreira ou atividade profissional.

“Motivação é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma ou, pelo menos, que dá origem a uma propensão a um comportamento específico, podendo este impulso à ação ser provocado por um estímulo externo (provindo do ambiente) ou também ser gerado internamente nos processos mentais do indivíduo” (CHIAVENATO, 1999)

Motivação é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para atingir uma determinada meta (DRUCKER, 1954).

De acordo com Simon (1965) o processo decisório é definido como o processo de pensamento e ação que culminará em uma escolha.

“É notório que pessoas, nas organizações, a todo momento têm de decidir diante de diversas situações e sobre problemas os mais diferentes. Utilizam para isso suas experiências passadas, seus valores e crenças, seus conhecimentos técnicos, suas habilidades e filosofias, os quais norteiam a forma pela qual tomam decisões” (SOLINO; EL-AOUAR, 2001, pg.1).

Muitas são as teorias que procuraram explicar ao fenômeno da motivação, buscando entender quais motivos levam as pessoas a tomar determinadas decisões, e manterem-se engajadas, comprometidas e entusiasmadas com suas escolhas. Entre estas teorias, estão:

A Teoria dos Dois Fatores de Herzberg aborda a motivação no ambiente externo e no trabalho específico do indivíduo. A teoria apresenta dois fatores distintos que podem ser influenciados na satisfação do funcionário: os Fatores Higiênicos e os Fatores Motivacionais (Chiavenato, 2003).

Fatores higiênicos, são aqueles externos ao indivíduo, enquanto o mesmo exerce seu trabalho. Entre eles estão as condições físicas e ambientais, salário, política da empresa, benefícios, relação com colegas. Esses fatores servem para evitar que

o funcionário fique insatisfeito, embora não garantam a satisfação. Mas quando são precários pode gerar grande insatisfação dos colaboradores.

Fatores motivacionais, refere-se as tarefas e deveres do próprio cargo. As condições intrínsecas das atividades ou função. Se bem aplicado pode gerar um aumento na produtividade do funcionário e uma grande satisfação para o mesmo. Esses fatores envolvem sentimentos internos, como realização pessoal e profissional e reconhecimento. Quando bem aplicados esses fatores o nível de satisfação cresce consideravelmente, caso contrário, prova ausência de satisfação.

2 METODOLOGIA DE PESQUISA

O principal objetivo desta pesquisa é analisar os fatores que influenciam na tomada de decisão das costureiras participantes do curso de especialização a prestarem serviço a lojas de alta costura/vestido de noiva em Curitiba-PR.

Os procedimentos metodológicos utilizados que possibilitaram à busca do objetivo proposto e a resposta ao problema que a norteou são pesquisa bibliográfica, descritiva, exploratória, de natureza qualitativa, utilizando como instrumento de pesquisa a elaboração de questionário aplicado em pessoas que estão fazendo curso de especialização em corte, costura e modelagem, e entrevista realizada com proprietária de escola de especialização no ramo na região de Curitiba, Paraná.

A pesquisa bibliográfica foi realizada a partir de buscas de conteúdos através de materiais já prontos de outros autores. Conforme Gil (2002) a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído, principalmente, de livros e artigos científicos.

Segundo Gil (2010) a pesquisa descritiva é utilizada para descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

A pesquisa exploratória, no entanto, é definida como um aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Conforme Gil (2002) na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que “estimulem a compreensão”.

A pesquisa tem natureza qualitativa buscando a compreensão de um grupo pré-determinado e não uma representatividade numérica. O objetivo da pesquisa qualitativa é procurar explicações do motivo das coisas.

A pesquisa quantitativa é adequada para mensurar opiniões explícitas e conscientes dos entrevistados, pois ela é realizada através de questionários, com respostas específicas, nas quais os resultados são mais concretos e menos passíveis de erros de interpretação.

O levantamento de dados foi realizado por meio de questionário aplicado a 35 participantes de curso de especialização em modelagem, corte e costura em uma escola específica em Curitiba, Paraná. Foi realizada, também, uma entrevista com a proprietária da empresa, F.K.

Os alunos dos cursos são, em grande maioria, profissionais da área de costura. Com diferentes graus de experiência, buscam a escola por procurarem novas oportunidades de trabalho, para se especializarem em alguns cursos ou em alguma área específica como a alta-costura. Alguns alunos, não profissionais, buscam os cursos de costura como lazer.

O S.K.D. é um espaço de aprendizado e desenvolvimento prático de produtos de moda, localizado no bairro Bigorriho em Curitiba, Paraná, onde é encontrado o apoio adequado ao perfil do aluno, os cursos oferecidos são: aulas práticas de modelagem, corte, costura, desenho criativo, estamparia, desenvolvimento de marca, desenvolvimento de coleção ou produtos específicos de vestuário e acessórios.

A proprietária da escola F.K. é professora, na prática, desde os 17 anos, e de formação desde os 26, trabalhando no setor de moda há mais de 15 anos. Iniciou sua carreira desenhando produtos sob medida e em escala industrial. Aos 32 anos, F.K. afirma que ter conhecimento teórico é indispensável, e que cada indivíduo tem o direito de se aprofundar nos conteúdos que mais os inspira. Portanto, garante que as preferências dos alunos sempre serão respeitadas em suas aulas, a medida em que os vai direcionando aos conteúdos na prática.

3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E RESULTADOS

Os dados levantados por meio do questionário com os alunos e da entrevista com a professora, mostraram que:

Em relação a quais motivos fariam as pesquisadas buscarem uma nova oportunidade de emprego na área de costura, 52,4% seria por ter a oportunidade de ter um horário flexível, 47,6% devido ao salário ser maior, 42,9% pela oportunidade de crescimento, 38,1% pelos benefícios, 23,8% pelo ambiente de trabalho (relacionamento com colegas, com chefia), 19% pelas condições de trabalho (equipamentos, recursos, ergonomia, etc), 14,3% pela distância da sua residência, 9,5% pelo reconhecimento, 9,5% por ser seu sonho, 4,8% por fazer suas próprias roupas e 4,8% por querer sua própria empresa.

As duas últimas perguntas do questionário foram abertas, e referem-se a questão de quais motivos fariam ou não fariam as estudantes/costureiras trabalharem em empresas de alta costura em Curitiba, Paraná.

A maioria respondeu que os motivos de maior influência na decisão em trabalhar é o reconhecimento em fazer algo muito importante para o cliente e o salário, que é maior quando se trata de um serviço mais complexo. No entanto, muitas responderam que não trabalhariam nessa área devido à falta de experiência, por não ter um curso específico, por medo de falhar e errar e pela dificuldade, por ser um trabalho muito complexo.

Os dados coletados na entrevista por e-mail com a proprietária da escola de costura de uma escola específica em Curitiba, estão apresentados a seguir.

A entrevistada é F.K., 33 anos, formada no curso de Licenciatura em Artes, proprietária da escola S.K.D. em Curitiba, Paraná. A escola é um espaço de aprendizado e desenvolvimento prático de produtos de moda, os cursos oferecidos são: aulas práticas de modelagem, corte, costura, desenho criativo, estamparia, desenvolvimento de marca, desenvolvimento de coleção ou produtos específicos de vestuário e acessórios.

A entrevistada relata que existem quatro tipos de alunos na escola, onde a maioria são estudantes que estão cursando faculdade de moda ou pretendentes a ingressar na faculdade, aposentados que procuram lazer e costureiras que buscam aprimoramento.

Os cursos mais procurados são modelagem, corte e costura, a maioria pretende trabalhar e prestar serviços como terceirizada para empresas, devido a flexibilidade de horários e poucas pretendem abrir seu próprio negócio, trabalhando para si próprias não para terceiros.

A entrevistada não é precisa em números mas destaca que uma grande parte dos alunos faz o curso com o intuito de ter uma atividade extra, sendo que a maioria quer uma habilidade profissional e a minoria ainda não sabe o que fazer como profissão.

Em relação aos motivos que fazem as costureiras optarem por serviços de alta costura, a entrevistada considera que muitas procuram devido ao retorno financeiro e ao diferencial do trabalho e, também, querem atender melhor seus clientes devido a qualidade do serviço.

CONCLUSÃO

Inserida em um mundo de grandes e contínuas transformações, a moda deve, também, estar em constante atualização. Somente desta forma, atende e cria as demandas de um público mutante. Segundo Schneid e Michelon (2014, p.2) “a moda é um processo em constante modificação das exigências dos grupos de uma sociedade”, acompanhando as inovações e tecnologias para estar sempre atualizada, conseguindo atender a expectativa da sociedade.

Nesse movimento, vê-se que mercado de moda e vestuário, no mundo, está em constante crescimento por razões da grande demanda. A alta-costura, inclusive, representada pelos trajes de festa, em especial, o vestido de noiva. A despeito das possíveis separações posteriores, dados revelam que o número de casamento continua crescendo e com ele, as festas e seus vestuários de moda.

No entanto, o fator primordial desse mercado, que é o profissional da costura, ou seja, a mão de obra especializada na área de costura e alta-costura, decresce, está em falta. Com isso, as empresas do segmento procuram se diferenciar e atualizar, buscando novas práticas de gestão de pessoas, revendo formas de contratação, vínculos de trabalho, meios de valorização, incentivo, motivação e capacitação seus funcionários para que estes permaneçam nessa carreira e na empresa e gerem maior produtividade.

E, nesse cenário, buscando caminhos para conciliar interesses e necessidades de empresas e profissionais do setor, a presente pesquisa traz respostas ao problema estabelecido: Quais os fatores que influenciam a tomada de decisão de participantes de curso de especialização em alta-costura a prestarem serviço a lojas de roupas de festa e casamento na cidade de Curitiba-PR?

Com base no estudo realizado, pode-se verificar que muitas das profissionais pesquisadas possuem o desejo de trabalhar na área de alta costura. Os motivos destacados, que as levariam a decidir por essa trabalharem em empresas de alta-costura são, principalmente, o reconhecimento, o salário ser maior, a flexibilidade de horário, pela opção de ser terceirizada, pela satisfação em fazer algo complexo e, também, pelo desejo de abrir algum dia seu próprio negócio. Em contrapartida, os motivos pelos quais as participantes da pesquisa relatam não seguirem essa carreira seria: o medo de falhar por ser um trabalho que necessita de um acabamento melhor, por ser mais delicado e rigoroso, o estresse e pressão dos clientes e, também, por não terem um curso especializado na área.

Em um mercado cada vez mais competitivo, é o Capital Humano que vai contribuir com o sucesso das organizações contemporâneas. Mas, os profissionais, também, irão continuar buscando sua realização e qualidade de vida ao exercer suas atividades e carreira profissional. Cabe as duas partes nessa relação, procurar ações e práticas que ajudem a estabelecer uma parceria que traga resultados positivos para ambos.

REFERÊNCIAS

- BONADIO, M. C. **O fio sintético é um show!:** moda, política e publicidade. 2005. 234 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.
- CHIAVENATO, I. **Comportamento organizacional:** a dinâmica do sucesso das organizações. 3. ed. Barueri: Manole, 1999.
- _____. **Introdução à teoria geral da administração:** uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DRUCKER, P. F. **The practice of management.** New York: Harper & Row, 1954.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- _____. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIORDANI, M. C. **História da antiguidade oriental.** 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1983.
- IBGE. **Estatísticas do registro civil 2015.** Disponível em: <[hbiblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/135/rc_2015_v42.pdf](http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/135/rc_2015_v42.pdf)>. Acesso em: 5 maio 2017.
- KERDINA PRODUÇÃO EDITORIAL LTDA. **História da moda.** Disponível em: <www.historia-da-moda.info>. Acesso em: 02 maio 2017.
- LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero.** São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MACIEL, V. **Avaliação do estado nutricional de costureiras de uma empresa de confecção de Sombrio.** 2012. 139 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Nutrição) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2012.
- MONTELEONE, J. **O circuito das roupas:** a corte, o consumo e a moda. São Paulo: USP, 2013.
- PASCHOAL, L. **Remuneração por habilidades para as costureiras de uma indústria de confecção do município de Colatina/ES.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2016.
- PERROT, M. Práticas da memória feminina. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 9, n. 18, p. 09-18, ago./set. 1989.
- SCHNEID, F.; MICHELON, F. Alinhavos da memória: o vestido de noiva do século XX. In: COLÓQUIO DE MODA: 7ª EDIÇÃO INTERNACIONAL 1º CONGRESSO BRASILEIRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA, 10., 2014, Pelotas. **Anais...** Pelotas: UFP, 2014.
- SIMON, H. A. **Comportamento administrativo:** estudo dos processos decisórios nas organizações administrativas. Rio de Janeiro: Aliança para o Progresso, 1965.
- SOLINO, A.; EL-AOUAR, W. **O processo de tomada de decisões estratégicas:** entre a intuição e a racionalidade. São Paulo: Atlas, 2001.
- SOUZA, M. J. A. de. Forma, textura e estilo da sociabilidade e intimidade femininas: Bahia – séc. XIX e XX. In: PEIXOTO, A. L. U. et al. **Museu do traje e do têxtil.** Salvador: Fundação Instituto Feminino da Bahia, 2003. p. 29-36.
- VARGAS, G. O papel das mulheres na indústria. **IHU:** Revista do Instituto Umanitas Unisinos, maio 2010. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3252&secao=331>. Acesso em: 4 jun. 2017.