

FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI

PATRÍCIA ROSSATO

**INOVANDO O UNIFORME PARA DAR FORMA Á IDENTIDADE DA EMPRESA:
ESTUDO SOBRE A PADRONIZAÇÃO E QUALIDADE DE UNIFORME NAS
EMPRESAS**

**RECANTO MAESTRO-RESTINGA SÊCA
2011**

FACULDADE ANTONIO MENEGHETTI

PATRÍCIA ROSSATO

**INOVANDO O UNIFORME PARA DAR FORMA À IDENTIDADE DA EMPRESA:
ESTUDO SOBRE A PADRONIZAÇÃO E QUALIDADE DE UNIFORME NAS
EMPRESAS**

Trabalho de Conclusão de Curso-Monografia, apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, Curso de Graduação em Administração, Faculdade Antonio Meneghetti-AMF.

Orientador: Prof. Ms. Magda Werner Philippi

**RECANTO MAESTRO-RESTINGA SÊCA
2011**

PATRÍCIA ROSSATO

Trabalho de Conclusão de Curso-Monografia, apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, Curso de Graduação em Administração, Faculdade Antonio Meneghetti-AMF.

Orientador: Prof. Ms. Magda Werner Philippi
Co – Orientador: Prof. Ms. Tatiana Ferreira Nicoloso

Prof. Dr.

Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso

Prof. Dr.

Membro da Banca Examinadora
Instituição

Prof. Dr.

Membro da Banca Examinadora
Instituição

AGRADECIMENTO

Meu agradecimento especial a Faculdade Antonio Meneghetti por proporcionar o curso de Bacharel em Administração diferenciado pela Mantenedora FOIL.

A Prof. Ms. Magda Werner Philippi, minha professora orientadora a quem admiro muito pela sua compreensão, paciência, ensinamentos e ajuda neste trabalho.

A Prof. Ms. Tatiana Ferreira Nicoloso, minha co – orientadora por estar sempre disposta a ajudar nos momentos difíceis, dessa trajetória.

A Prof. Ms. Ana Bulegon, pela ajuda na interpretação dos dados e resultados deste trabalho.

Aos empresários da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul por me receber em suas empresas e gentilmente responder a pesquisa que muito agregou no meu trabalho.

A Coordenadora do curso de Administração, Prof. Ms. Joseli Nara de Oliveira pela sua grandiosa dedicação a primeira turma da Antonio Meneghetti faculdade.

A minha família, que sempre me respeitou em minhas escolhas, e o incentivo por essa formação.

DEDICATÓRIA

À todos aqueles que contribuíram
para a realização deste
grande sonho!

“A limpeza da mente é importante para a beleza do pensamento em si mesmo, porque a primeira beleza é interior, é a beleza do espírito que completa a si mesmo e depois se manifesta exteriormente”.

Autor: Antonio Meneghetti

RESUMO

O objetivo deste trabalho é demonstrar se as empresas da região da quarta colônia percebem que o uso de traje padronizado influencia na imagem e identidade da empresa. No contexto atual do mercado é imprescindível produzir continuamente ao cliente que está cada vez mais exigente, sendo que as necessidades tornam-se cada vez mais complexas e sofisticadas. Portanto exige-se que as empresas e empresários sejam capazes de criar, projetar e produzir uma infinidade de produtos e serviços que atendam a todos os clientes. Constatou - se a possibilidade de realizar um estudo sobre a necessidade da padronização e qualidade de uniformes nas empresas da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do sul. Por meio deste estudo os resultados mostram que os empresários da Região da Quarta Colônia estão conscientes da importância do uso de traje padronizado em seus colaboradores, resultando em melhora da imagem e atendimento ao cliente. O principal aspecto observado foi à imagem da empresa, sendo um dos principais requisitos apontados pelos empresários, na questão de traje padronizado utilizado como vestimenta em seus colaboradores dando resultados positivos e visíveis para a empresa. Este trabalho confirmará a visão dos empresários da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana sobre a importância de uma boa imagem visual e a identidade de sua empresa.

Palavras- chave: Trajes padronizados; Identidade; Qualidade no atendimento; Imagem.

ABSTRACT

The objective of this work is to demonstrate what if companies of the region of the Fourth Colony of Italian Immigration of Rio Grande do Sul notice the use of uniforms by the employees of their enterprises. In the actual context of market, it has been a necessity to produce continuously to the client that has been getting more demanding, being so that the needs have become each time more sophisticated and complex. Therefore demand is for the companies and the entrepreneurs to be capable to create, project and produce an infinity of products and services that can serve to all clients. It has been noticed the possibility of performing a study about the needs of standardizing and quality of uniforms on the companies of the Fourth Colony of Italian Immigration of Rio Grande do Sul. Throughout this study, we have arrived to results that show that the businessmen of the region are conscious about the importance of the use of a standardized uniform by its employees in order to obtain a better image in the service offered for clients. The main aspect observed was that in what regards the image of the company, one of the main aspects addressed by the entrepreneurs, is the point of the standardized uniform used by its employees offering positive and visible results for the company. This work will confirm the vision of the entrepreneurs of the Fourth Colony of Italian Immigration of Rio Grande do Sul about the importance of good visual image and the identity of its company.

Key-words: standardized uniforms; identity; quality on customers' service; image.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Construção Civil.....	20
FIGURA 2 – Hotelaria e restaurante.....	20
FIGURA 3 – Vestuário de Garçom.....	20
FIGURA 4 – Recepção.....	20
FIGURA 5 – Administrativo.....	20

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Disponibilização de uniformes para colaboradores na empresa.....	36
Grafico 2 - A importância do uniforme nas empresas.....	37
Grafico 3- A confiabilidade das empresas está relacionada ao uso dos uniformes pelos colaboradores.....	38
Gráfico 4 - Identificação da empresa a partir do uso de uniformes pelos colaboradores.....	39
Grafico 5 - Vantagem da empresa em usar uniforme.....	40
Grafico 6 - Comprometimento das empresas que confeccionam uniformes padronizados.....	41
Grafico 7 - Informação sobre qual o artigo do vestuário que a legislação exige na sua atividade.....	42

LISTA DE ABREVIATURAS

ABDI - Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial

CLT - Consolidação das leis do Trabalho

ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

IDH - Índice Desenvolvimento Humano

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PIB - Produto Interno Bruto

EPP - Empresa de Pequeno Porte

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
2.1 História do Uniforme.....	15
2.6 Contextualização histórica das vestimentas da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul.....	17
2.2 Contextualização atual de trajes padronizados	18
2.3 Qualidade em Uniformes.....	21
2.4 Identidade Empresarial.....	24
3 METODOLOGIA.....	26
3.1 Tipo de pesquisa	26
3.2 Objetivos	27
3.3 Sujeitos de Pesquisa	27
3.4 Instrumentos de coleta de informação.....	29
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS.....	39
ANEXO.....	41
APÊNDICE	43

1 INTRODUÇÃO

O mundo contemporâneo requer uma contínua, intensa e incessante produção de bem e de serviços. O mercado exige que se produza continuamente, isto é imprescindível, pois as necessidades de produção tornam-se cada vez mais complexas e sofisticadas. Portanto as empresas devem ser capazes de criar, projetar e produzir uma infinidade de produtos e serviços que atendam a todos os clientes.

As empresas, no contexto social atual devem preparar-se para atuar em seu nicho de mercado para proporcionar maiores possibilidades de sucesso. Empresa segundo Chiavenato (2005), é uma organização social que explora um determinado negócio, visando alcançar um objetivo específico. Toda empresa para chegar ao sucesso deve estar aberta e preparada para movimentar-se com as mudanças que seu meio empresarial requer.

Os empresários estão cada vez mais conscientes das vantagens da uniformização, principalmente a respeito da praticidade, conforto, durabilidade e segurança. Tudo isso, aliado a imagem corporativa de cada empresa. Como o mercado de uniformização tem se destacado e, aos poucos, está sendo regulamentada em todo o mundo, a Santanense ampliou os seus serviços qualificados no desenvolvimento de novas e exclusivas cores, estamparia e acabamentos especiais, personalizando ainda mais as necessidades e desejos de seus clientes.

Sendo a imagem da empresa neste momento social de fundamental importância, percebe-se que a empresa que está preocupada com a sua identidade, chega ao sucesso com mais facilidade. Quando falamos de imagem entendemos que a imagem passa pela apresentação de seus funcionários, ou seja, a utilização de trajes padronizados, atendimento ao cliente e qualidade.

A apresentação pessoal dos colaboradores de uma empresa é muito importante, pois através dela, passa também a imagem da empresa, possibilitando ao cliente a facilidade de identificar visualmente o colaborador, percebendo assim um diferencial na empresa transmitindo segurança e confiabilidade. As empresas sediadas nos municípios da Região da quarta colônia de imigração italiana do Rio

Grande do Sul. Durante a pesquisa pode-se ressaltar que os empresários estão preocupados com a imagem da empresa.

È importante o conhecimento da empresa quanto à gestão da qualidade, pois a mesma envolve estratégias destinadas especificamente a promover uma análise de como a empresa presta atendimento a seus colaboradores e clientes, para definir um padrão de atendimento. (Paladini, 2010 p. 23)

Percebendo este fato resolve-se pesquisar por que a maioria das empresas não se preocupa com a padronização de uniformes para os seus colaboradores. A pesquisa será realizada através de aplicação de um questionário aos empresários da Região da Quarta colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul. Desenvolvendo assim uma pesquisa exploratória para um entendimento real do problema apontado possibilitando o aprofundamento do tema.

Sabemos que gerir uma empresa significa reunir e juntar todos os recursos necessários para seu funcionamento, oferecendo ao cliente aquilo que ele realmente deseja e necessita com o máximo de qualidade. Diante da necessidade das empresas se adequarem as exigências do mercado quanto à qualidade no atendimento aos clientes, além de manter a imagem das mesmas, este trabalho visa responder a seguinte questão.

Sendo assim, verificou-se a necessidade de realizar um estudo sobre a padronização e qualidade de uniforme nas empresas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 História do Uniforme

Nesta parte do trabalho iremos trazer a história do uniforme, a fim de contextualizar o leitor de como surgiu às primeiras vestimentas ou trajes que identificavam as empresas da época, elas utilizavam as vestimentas padronizadas nos trabalhadores para diferenciar da população.

O uniforme usado por companhias do exército surgiu no século XVI, de acordo com Almeida (2005), sendo o mesmo utilizado por tropas militares no período de formação dos exércitos modernos. No período de formação destas sociedades é que surgiu o termo uniforme, começando a ser utilizado para criar indumentária, com características diferentes para determinados grupos, inicialmente aos militares.

O estudo da indumentária, decorativa ou simplesmente adotada como proteção ao corpo, traduz os usos e costumes dos incontáveis povos do planeta, mostrando suas origens e relacionamentos aos inúmeros séculos vividos por homens e mulheres (SABINO, 2007, p. 340).

De acordo com Kohler (2009), a história do desenvolvimento do vestuário traz a indumentária original, que ainda hoje, se retoma a trajes do passado relacionando às ideia que prevaleceram na época e que ainda é usado por muitos confeccionistas.

Segundo Farias (2010), os primeiros vestuários produzidos em massa foram na Europa, entre os anos 1830 e 1900. As vestimentas passaram a ser adotadas por trabalhadores que não faziam parte do exército, na medida em que o velho sinal da posição social desapareceu por consequência dos ideais aclamados pela Revolução francesa. Os uniformes faziam parte de uma tentativa simbolizando o avanço do estado moderno e da modernidade. Nessa época as primeiras companhias a fazer uso do uniforme foram as Ferrovias, com o intuito de diferenciar seus trabalhadores do restante da população.

Com a revolução, que banuiu todas as diferenças de classe, as roupas usadas pelos homens da época passaram a dar mais importância ao conforto que tinham aquelas peças do vestuário (KOHLENER, 2009).

Segundo Almeida, (2005) é comum a disciplina em relação ao uso do uniforme, como forma de identificação das equipes ou tropas militares que na época foram os uniformes que mais chamavam a atenção. Logo após, as vestimentas dos militares, ou seja, o uniforme foi ganhando espaço em outras instituições como, escolas, hospitais e equipes esportivas, na época dificilmente existiam organização militar sem uniformes. Ao contrário das instituições escolares e ocupacionais que às vezes dispensavam o uso de uniformes para estudantes e profissionais descaracterizando o grupo.

O uso do uniforme nas empresas Brasileiras tem crescido com um novo olhar, busca-se a padronização das equipes, mantendo um ambiente confortável e agradável entre os colaboradores. A padronização através do uso de uniformes tem sido uma alternativa para as empresas, visando à harmonia em vestir a identidade da organização, como podemos verificar na afirmação de Sarraf.

Muito lentamente, o conceito de uniforme vem ganhando espaço no Brasil. Hoje, os empresários começam a se conscientizar das vantagens da uniformização, principalmente no que diz respeito à praticidade, modernidade, conforto, durabilidade, segurança e a imagem corporativa. O uniforme oferece benefícios como segurança em situações de risco, conforto, auto-estima dos colaboradores e boa impressão do público externo em relação à imagem da empresa (SARRAF, 2004, p. 23).

O conceito de uniforme no dicionário Ferreira (2008), demonstra também a importância do uniforme, pois é um vestuário feito segundo modelo oficial e comum, para uma corporação ou classe. Vestuário com características semelhantes e usado por estudantes e funcionários. Traje uniformizado por uma empresa, trazendo o significado de uniforme, identificando a empresa que possui uniforme padrão para seus colaboradores, desenvolve um diferencial aumentando a visibilidade do cliente em relação à empresa, obtendo crescimento em imagem.

Conforme Sabino (2007) uniforme padronizado são aqueles utilizados por membros de algumas categorias, como militares, estudantes de escolas ou

profissionais de diversas áreas. Os uniformes geralmente qualificam e servem como identificação social.

2.6 Contextualização histórica das vestimentas da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul

Na cultura da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul segundo Zattera (1996), os italianos se preocupavam com a caracterização das vestimentas para identificação dos grupos italianos, aumentando a auto-estima e beleza dos imigrantes italianos, na década de 1970 os colonizadores buscavam tecidos, cores que personalizavam sua individualidade.

Para as empresas é importante resgatar esta cultura, trazer cores e tecidos que identifiquem a imagem das mesmas, outorgando um efeito aos colaboradores à aparência de personalidade que ele representa, sendo caracterizada pela empresa e sucessivamente a equipe que participa.

Essa imigração já tinha a percepção da importância da imagem como identidade, aproximando em vantagem competitiva nas suas empresas, visto que é um diferencial agregado para a cultura da empresa.

Na sequência traremos uma rápida contextualização da região da quarta colônia de imigração italiana, uma vez que a pesquisa se deu nesta região, e através dessa contextualização aproximar o leitor dessa cultura que nos traz uma riqueza. A Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana abrange os municípios de Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Silveira Martins, São João do Polêsine, Restinga Seca, Agudo, e parte do município de Santa Maria, somando uma área de 4,5 mil quilômetros quadrados.

A Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana e proximidades possuem, aproximadamente, 325 mil habitantes conforme dados de 2007 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Segundo estes mesmos dados, na região estão instaladas cerca de 1.965 indústrias sem considerar o setor comercial e de prestação de serviços, mesmo assim, aproximadamente 75% da população vive no meio rural. Em 2006, segundo dados do IBGE, o Produto Interno Bruto da Região somava aproximadamente R\$ 3,4 bilhões, sendo que o PIB *per capita* varia de sete a quinze mil reais entre os municípios. A maioria dos municípios possui um Índice Desenvolvimento Humano (IDH) acima de 0,8.

2.2 Contextualização atual de trajes padronizados

No mundo moderno, a padronização nas empresas é considerada uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento e desempenho do ambiente interno e externo das mesmas. Mais que oferecer padronização e fortalecimento da identidade corporativa é alcançar o desejo por estilo, elegância e diferenciação em uniformes modernos, arrojados, clássicos, conservadores ou descontraídos, sem abrir mão da praticidade e o conforto (Catalogo linha executiva tecidos para moda corporativa tecelagem panamericana, s/d).

Várias são as possibilidades para a personalização dos colaboradores, com conceitos visuais diferenciados que contribuem para a definição do posicionamento da empresa. A uniformização, quando incorporada de maneira adequada com aviamentos e modelagens próprias para tal finalidade, influencia sobre o estado de ânimo do usuário, refletindo diretamente em sua capacidade produtiva e no relacionamento no ambiente de trabalho (Catalogo linha executiva tecidos para moda corporativa tecelagem panamericana, s/d).

Hoje, busca - se a padronização nas empresas como objetivo de resultado, de forma que o cliente perceba a organização da empresa no ambiente interno e externo, colaboradores uniformizados, auxiliam na imagem, da credibilidade e confiança em atender sempre e melhor. Para Campos (1992), o processo de padronização nas empresas tem como objetivo o controle integrado da qualidade, tendo como garantia a satisfação do cliente. Satisfação do cliente é o que as empresas têm buscado continuamente, pois a partir disso pode ser definida uma padronização de atendimento, e o uniforme é um requisito que irá diferenciar a empresa.

De acordo com Campos (1992) o uniforme também é um dos requisitos da padronização dentro das empresas, causando um impacto na organização, possibilitando uma motivação nos colaboradores de forma satisfatória para empresa.

Ao confeccionar trajes padronizados as empresas devem estar atentas no que tange a lei bem como a empresa que irá utilizar no seu ambiente de trabalho. A lei prevê a importância do ambiente agradável e sem alterações de temperaturas, proporcionando um ambiente saudável aos colaboradores, como explica no art.177

da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). “Se as condições de ambiente se tornar desconfortáveis, em virtude de instalações geradoras de frio ou calor, será obrigatório o uso de vestimenta adequada para o trabalho em tais condições” (SARAIVA, 2010, p. 126).

De outro modo, mesmo que ausente a norma escrita a respeito, a “obrigação” do uso dos uniformes está implícita no poder organizacional e de direção do empregador que organiza e dirige a atividade laboral do seu empregado, estando este subordinado ao cumprimento dessas determinações, enquanto no curso da jornada de trabalho, segundo o art. 4º da CLT (SARAIVA, 2010).

Segundo Meneghetti, (2009) a lei hoje é prioritária ao dinheiro e antes de iniciar qualquer negócio é necessário que o empresário tenha o conhecimento para não cair no jogo. Tudo o que se quer fazer no meio do *Business* é preciso estar informado para não permanecer ingênuo. Basta saber, informar-se e encontrar os especialistas corretos.

As empresas estão cada vez mais conscientes das vantagens da uniformização, principalmente a respeito da praticidade, conforto, durabilidade e segurança. Tudo isso aliado a imagem corporativa de cada empresa. Como o mercado de uniformização tem se destacado e aos poucos está sendo regulamentada em todo o mundo, a Santanense ampliou os seus serviços qualificados no desenvolvimento de novas e exclusivas cores, estamparia e acabamentos especiais, personalizando ainda mais as necessidades e desejos de seus clientes (Catálogo de modelos tecidos santanense, s/d).

A seguir encontram - se alguns modelos de trajes padronizados que utilizados nas empresas possibilita, a melhor visualização e identidade no que diz respeito à imagem que a empresa quer passar a seus clientes, sendo assim cada setor da empresa tem a perspectiva de escolher um uniforme adequado para identificação do colaborador.

Figura 1: Construção Civil.

Fonte: Catálogo de modelos,
Tecidos Santanense.

Figura 2: Hotelaria e Restaurante

Fonte: Linha Executiva,
tecidos para moda
corporativa,
Tecelagem Panamericana

Figura 3: Vestuário de Garçom.

Fonte: Linha executiva,
Tecidos para moda
corporativa,
Tecelagem Panamericana

Figura 4:Recepção.

Fonte: Linha executiva,
Tecidos para moda corporativa,
Tecelagem Panamericana

Figura 5: Administrativo.

Fonte: Linha executiva, Tecidos
para moda
corporativa, Tecelagem
Panamericana.

A uniformização no ambiente interno é um elemento fundamental para as empresas que buscam diferenciação no mercado, as indústrias, bancos, hospitais, clínicas, empresas públicas, prestadoras de serviços, restaurantes e diversas outras empresas já aderiram e aprovaram essa filosofia corporativa, que representa grandes índices de expansão às suas inúmeras vantagens. Observando as figuras 1, 2, 3, 4 e 5 percebemos uma diversidade nos modelos, proporcionando para as empresas que utilizam seus uniformes um diferencial na qualidade de sua gestão. (Catalogo linha executiva tecidos para moda corporativa Tecelagem Panamericana, s/d).

O vestuário identificado como uniforme é uma tendência mundial, como afirma Lima (2009), e as vantagens da uniformização, principalmente no que diz respeito às características, como praticidade, conforto, durabilidade e segurança, além da imagem corporativa da empresa possibilita aos colaboradores uma relação interpessoal harmônica. Para que o uniforme possua praticidade é necessário usar roupas com modelagens corretas em atividades variadas, confeccionadas com tecidos adequados. Pode-se considerar que o tecido adequado sozinho não consegue satisfazer a necessidade do sistema orgânico na execução do movimento e sim a integração das linhas na modelagem.

2.3 Qualidade em Uniformes

Para Paladini (2010), a qualidade é um conceito muito amplo, sendo assim, neste contexto abordaremos parte dela, iremos mostrar que para se ter trajes padronizado em uma empresa, a qualidade deve ser de modo que os colaboradores estiveram interados com a empresa de forma satisfatória e, assim, com seus clientes. Na hora que o cliente contata com a empresa para adquirir um produto ou serviço, diversas variáveis devem ser levadas em consideração. Essas variáveis são estrategicamente consolidadas pela empresa que irá determinar a venda daquele produto ou serviço.

A qualidade está sempre voltada à satisfação do cliente, ou seja, para isso é importante o uso de uniformes profissionais nos colaboradores, mostrando ao cliente uma empresa séria e comprometida em atender com excelência (PALADINI, 2010).

Existe uma exigência muito grande por parte do cliente em relação à qualidade do produto, atendimento e serviço prestado pela empresa. Sendo assim, as empresas precisam ter uma política centrada na satisfação do cliente. O uso de trajés padronizados nos colaboradores é muito relevante, pois o cliente se familiariza com a empresa, identificando aquele colaborador como parte da empresa coligando o quanto aquele colaborador valoriza a empresa. A identificação do colaborador com o uniforme que a empresa disponibiliza é importante para que o cliente perceba o quanto aquele colaborador incorpora a satisfação de servir com segurança e qualidade aquele cliente.

O Benchmarking¹ segundo Boone e Kurtz (2009), é uma ferramenta importante para as empresas, pois, estabelece padrões de desempenho, trazendo resultados em vantagem competitiva para a empresa, tem visão de mudanças internas como melhoria na qualidade fornecendo uma base objetiva de resultados da corporação.

O mercado está aquecido, a concorrência acirrada e as oportunidades surgem para quem aparecer competitivamente ao mercado, fazer diferente, achar soluções, criar novas necessidades e investir, pensar diferente é sair na frente e mudar de estratégia. Conforme Arcuri, (2010), o governo tem se mostrado muito otimista e esta investindo em programas que vem ajudar os empresários que estão à frente do negócio e querem investir para crescer e expandir sua empresa.

Preocupados com a forte concorrência dos importados, sobretudo da Ásia, a Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de confecções (ABIT), por meio do programa Brasileiro de auto-regulamentação de roupas profissionais, criou o selo Qual, em parceria com a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI). O selo visa garantir o controle de qualidade das roupas profissionais, a adequação dos produtos confeccionados às normas e especificações e o respeito às questões sociais e juridicamente relevantes, tais como: proteção, conforto e segurança ao trabalhador e ao meio ambiente (ARCURI, 2010, p. 76).

¹ Benchmarking: Gestão da marca.

O “Selo Qual” visa garantir o controle de qualidade, sendo uma forma de estimular a elevação do patamar competitivo do setor, com a atualização e adequação de normas técnicas e o incentivo a sua aplicação sobre qualidade do produto, processo de fabricação, responsabilidade social e ambiental para o segmento de roupas profissionais no Brasil. Para isso, o Programa estabelece parâmetros técnicos para a certificação voluntária de produtos e processos que levam as empresas a obterem o selo de qualidade concedido pela (ABIT, 2011).

“A certificação da produção de uniformes profissionais pelo “Selo Qual” aumenta a competitividade das confecções e diferencia os fabricantes profissionais dos amadores” (GUESA, 2010, p. 76). O “Selo Qual” proporciona garantia da qualidade, pois comprova que o fabricante identifica e atende aos padrões do cliente, bem como requisitos necessários para o uso do produto. Além disso, assegura que a matéria - prima adquirida para a realização do produto, incluindo tecidos, corantes e pigmentos aditivos estejam de acordo com as exigências e a legislação em vigor. Existem e muitos autores que falam de qualidade há alguns anos, e isso vem atribuindo valor ao mercado competitivo, fazendo a diferença nos setores que escolhem a qualidade como diferencial para conquistar clientes (ABIT, 2011).

As associações buscam qualificar os produtos brasileiros de forma que esse mercado não seja engolido por importadores, o mercado Brasileiro é de certa forma o que todos os países de fora gostariam de adquirir, pois o governo tem se empenhado para manter as empresas do setor têxtil competitivas ao mercado.

Visto que o mercado está cada vez mais exigente as empresas começam a criar um novo visual, trazendo o uniforme que antes era uma peça de roupa que o colaborador usava para trabalhar. Na década de 1990 percebe-se que as empresas usam o uniforme como identificação da empresa.

Existem muitos autores, que falam de qualidade há alguns anos, e isso vem atribuindo valor ao mercado competitivo, fazendo a diferença nos setores que escolhem a qualidade como diferencial para conquistar clientes.

2.4 Identidade Empresarial

De acordo com Meneghetti (2009), quando se fala em empresa é importante saber com que tipo de cliente se tem relação, pois através disso se tem um parâmetro de como é aquela cultura, hábitos, costumes, para assim fazer com que o cliente sinta que a empresa na qual ele está buscando um produto ou serviço transmite confiabilidade. Por exemplo, modo de relação com o cliente da Região Sul é diferente da Região Norte, pois sabemos que a cultura influencia em vários aspectos tanto sociais quanto comportamentais.

A padronização de uniformes é diferencial, para que haja confiança por parte do cliente. É importante que a empresa tenha esse cuidado e este conhecimento sobre a região na qual está organizando sua empresa, utilizando a cultura do local criando assim uma cultura empresarial, que influenciará em que tipo de uniforme irá utilizar em sua empresa, proporcionando assim ao seu colaborador a identificação no uso de uniformes.

Os trajes padronizados são de suma importância para as empresas, pois além de estar comprometidas, passa confiabilidade para o cliente. Sendo assim, o uniforme traz para a organização alcance dos resultados corporativos a identificação através de trajes padronizados disponibilizado pela empresa ao colaborador, proporciona um ambiente agradável e produtivo.

Segundo Meneghetti (2009), identificar as necessidades dos clientes é um dos requisitos para se obter resultado dentro de uma empresa, é a capacidade de satisfazer aquelas necessidades que não são expressas pelo cliente, que ao atendê-lo vai fazer toda a diferença, ocasionando uma sensação de satisfação e fidelização do cliente.

Nos dias de hoje verifica-se uma crescente demanda nas empresas, e uma exigência muito grande por parte do cliente, quando se pensa em empresa é importante ter bem claro que existe uma sinergia entre a empresa e o empresário e por sua vez o empresário também é a empresa. Significando que o empresário deve ter uma atenção em relação à estética de si mesmo transformando e formalizando a estética para sua empresa construindo uma identidade do seu projeto,

proporcionando assim os resultados desejados. “A atitude estética é o exercício do ato continuado que especifica e realiza de modo sempre mais funcional a presença do Eu no poder do ser”(MENEGETTI, 2011, p. 254).

O empresário que se preocupa com a estética em seu ambiente de trabalho organiza um ambiente agradável entre seus colaboradores visando à estética como ponto fundamental para alcançar crescimento tanto profissional como pessoal.

De acordo com Martins, (2007) a empresa que dá importância a qualidade e ao cliente geralmente possui uma imagem envolvente, ou seja, prioriza também a utilização do uniforme como forma de valorizar a imagem da empresa perante o cliente. Gerando assim um aumento significativo de resultados econômicos. Esta preocupação com o ambiente e a imagem da empresa transmite ao cliente uma sensação de autenticidade, podendo assim convencer que aquela empresa esta comprometida em atender seus clientes com qualidade.

Toda empresa deve ter sua identidade, a palavra identidade segundo o dicionário de Ontopsicologia, “È a forma que especifica em si o objeto ou individuo e o distingue de qualquer outro”(MENEGETTI, 2001, p. 81). Quando se fala em identidade da empresa é aquilo que especifica aquele objeto que neste caso é a empresa ou o individuo que representa a empresa, diferenciando das demais (MENEGETTI, 2001).

A palavra Imagem no dicionário de Ontopsicologia significa “como a forma age em mim ou no outro” (MENEGETTI, 2001, P. 81). Ao especificar imagem, para Meneghetti (2001) é como aquela imagem age em mim ou no outro, existe uma reação ao contatar a imagem de uma empresa, de que forma a imagem daquela empresa age no cliente, sendo assim este conceito vem corroborar com a necessidade das empresas, estarem atentas em relação a sua imagem perante o cliente.

O cliente gosta de ver uma empresa bem apresentada, segundo Bender (2009), isso o motiva a comprar e a visualizar a empresa como sendo organizada, valorizando o colaborador como parte da empresa, passando uma responsabilidade por parte do colaborador em relação à empresa que está trabalhando. A identificação do colaborador com trajes padronizados da empresa é fundamental para uma boa apresentação da imagem diante do cliente.

3 METODOLOGIA

Para realização desta pesquisa aplicou-se um questionário com os empresários dos Municípios da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul. No qual a própria pesquisadora coletou os dados. O Instrumento utilizado foi demonstrar se as empresas da região da quarta colônia percebem que o uso de traje padronizado influencia na imagem e identidade da empresa.

O universo da pesquisa envolveu 30 empresas escolhida de forma aleatória, na região da quarta colônia de imigração italiana do Rio Grande do Sul envolvendo seis municípios. As informações coletadas foram tabuladas para realizar a análise dos dados.

3.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa neste trabalho caracteriza-se como exploratória, e tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, sendo que os dados coletados será demonstrar se as empresas da região da quarta colônia percebem que o uso de traje padronizado influencia na imagem e identidade da empresa.

Esta pesquisa tem como objetivo proporcionar mais familiaridade com o problema, com vistas à torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de instituições (GIL, 2008 p.41).

Essa pesquisa permitiu dar maior ênfase ao objetivo de demonstrar se as empresas da Região da Quarta Colônia percebem que o uso de traje padronizado influencia na imagem e identidade da empresa.

Os estudos exploratórios consistem em aumentar a experiência do pesquisador em torno de um determinado problema. “O pesquisador parte de uma hipótese e aprofunda seu estudo nos limites de uma realidade específica [...]” (TRIVIÑO, 2008, p. 109).

3.2 Objetivos

O objetivo geral deste trabalho: demonstrar se as empresas da região da quarta colônia percebem que o uso de traje padronizado influencia na imagem e identidade da empresa. Para auxiliar na execução do objetivo geral foram traçados objetivos específicos, que seguem abaixo:

Avaliar a percepção do uso de trajes padronizados nas empresas.

Analisar quais pontos do uso de trajes padronizados impacta na imagem e identidade da empresa perante seus clientes internos e externos.

Verificar se os empresários vêem vantagens no uso de uniformes nos colaboradores.

3.3 Sujeitos de Pesquisa

Os sujeitos que foram participantes dessa pesquisa são 100% empresários, com empresas da Região da Quarta Colônia de imigração italiana do Rio grande do sul, e estão caracterizados conforme a tabela que segue abaixo.

Quadro 1: **Caracterização dos sujeitos de Pesquisa**

	Idade	Sexo	Formação	Cidade	Porte da empresa
S1	45	Masculino	Engenheiro	Nova Palma	Média
S2	39	Feminino	Ensino fundamental	Agudo	EPP
S3	47	Masculino	Contabilidade	Nova Palma	Média
S4	44	Masculino	Agronomia	Nova Palma	EPP
S5	56	Masculino	Engenheiro	Faxinal do Soturno	Grande
S6	50	Masculino	Ensino Médio	Agudo	EPP

S7	37	Masculino	Ensino Médio	Agudo	Média
S8	49	Masculino	Ensino Médio	Agudo	EPP
S9	35	Feminino	Ensino Médio	Agudo	Grande
S10	53	Masculino	Administração	Nova Palma	EPP
S11	43	Masculino	Administração	Nova Palma	EPP
S12	40	Masculino	Engenharia civil	São João do Polêsine	EPP
S13	29	Masculino	Administração	Restinga Sêca	EPP
S14	39	Masculino	Ensino Médio	Faxinal do Soturno	EPP
S15	45	Masculino	Ensino Médio	Dona Francisca	EPP
S16	43	Masculino	Administração	Restinga Sêca	EPP
S17	32	Feminino	Mestrado	Restinga Sêca	Grande
S18	27	Feminino	Mestrado	Restinga Sêca	Grande
S19	47	Masculino	Ensino Médio	Faxinal do Soturno	EPP
S20	49	Masculino	Ensino Médio	São João do Polêsine	EPP
S21	59	Masculino	Administração	Faxinal do Soturno	EPP
S22	43	Feminino	Mestrado	São João do Polêsine	EPP
S23	40	Feminino	Fisioterapeuta	São João do Polêsine	EPP
S24	38	Masculino	Ensino Médio	Faxinal do Soturno	Média
S25	45	Masculino	Informática	Agudo	EPP
S26	29	Feminino	Ensino Médio	Agudo	EPP
S27	40	Feminino	Economia	Restinga Sêca	EPP
S28	51	Feminino	Ensino Médio	Agudo	EPP
S29	56	Feminino	Ensino Médio	Agudo	EPP
S30	58	Feminino	Ensino Médio	Agudo	EPP

Fonte: Dados coletados pela pesquisa.

3.4 Instrumentos de coleta de informação

A pesquisa foi realizada através da aplicação de um questionário com os empresários dos municípios da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul. A pesquisa desenvolvida é de cunho exploratório para que haja um entendimento real do problema apontado e possibilitando o aprofundamento do tema.

O universo da pesquisa envolveu 30 empresas, escolhidas de forma aleatória, em Seis municípios da Região da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul. As informações coletadas nas empresas foram tabuladas para análise posterior e seus resultados descritos no item resultados e discussões.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

As informações coletadas nas empresas da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul são apresentadas a seguir. Ao questionar os empresários sobre as disponibilizações de uniformes aos colaboradores pelas empresas os resultados podem ser percebidos no gráfico 1 abaixo.

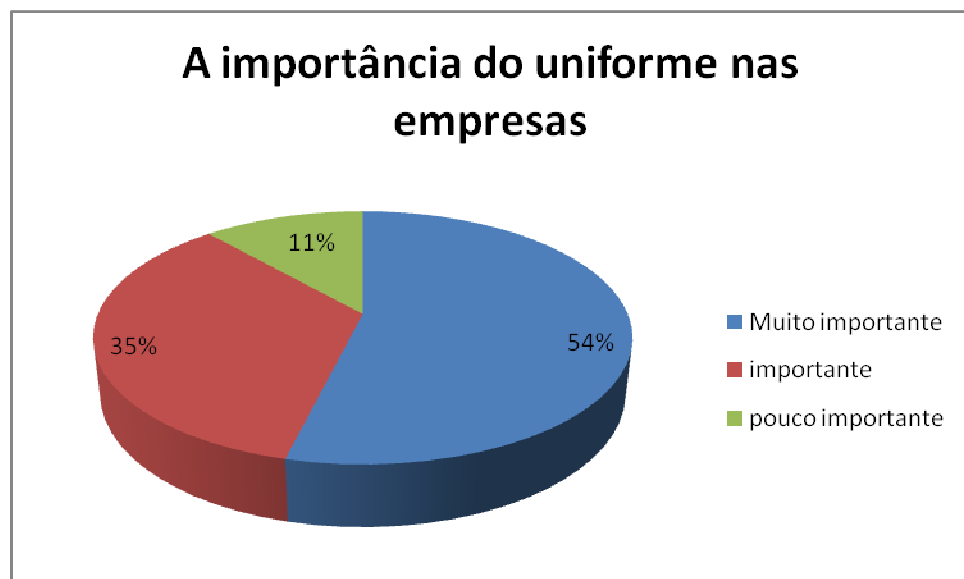
Gráfico1: **Disponibilização de uniformes para colaboradores na empresa**



Fonte: Dados coletados pela pesquisa

Os dados mostram que 19% das empresas entrevistadas não utilizam uniformes padronizados para seus colaboradores e 81% utilizam. Isso significa que a grande maioria das empresas pesquisadas disponibiliza uniformes a seus colaboradores. Entretanto, os resultados obtidos na questão que busca verificar o uso destes uniformes pelos colaboradores mostra que 54% das empresas acreditam ser muito importante, 35% disseram ser importante e 11% acham pouco importante, conforme pode ser visto no gráfico 2, abaixo.

Gráfico 2: A importância do uniforme nas empresas



Fonte: Dados coletados pela pesquisa.

Esses dados indicam que a grande maioria dos empresários acredita que o uso de uniformes nas empresas é muito importante, pois mostra ao cliente que a empresa está organizada e identifica que aquele colaborador faz parte da empresa. Além disso, o uniforme é um cartão de visita, ou seja, o cliente logo percebe a quem pode se dirigir ao entrar na empresa.

Ao analisar as respostas dos empresários sobre a confiabilidade do cliente em relação ao uso de uniformes pelos colaboradores 85% deles disseram que seus clientes sentem – se mais tranquilos e seguros ao entrar em uma empresa onde os

colaboradores estão uniformizados. Apesar disso, 15% não acreditam que o uso de uniformes por seus colaboradores mudaria a confiança que seus clientes tem com a empresa. Esses resultados podem ser visualizados no gráfico 3, abaixo.

Gráfico 3: A confiabilidade das empresas está relacionada ao uso dos uniformes pelos colaboradores



Fonte: Dados coletados pela pesquisa.

O questionário também buscou verificar como os empresários percebem a identificação dos colaboradores na empresa a partir do uso dos uniformes. Dos empresários pesquisados 94% disseram que o uso de uniformes pelos colaboradores identifica a empresa. Enquanto que apenas 6% deles respondeu que o uso dos uniformes pelos colaboradores não identifica a empresa. O gráfico 4, abaixo demonstra esses resultados.

A padronização de uniformes é um diferencial para que haja confiança por parte do cliente. É importante que a empresa tenha esse cuidado e o conhecimento sobre a região na qual está organizando sua empresa, utilizando a cultura do local criando assim uma cultura empresarial que influenciará no tipo de uniforme que irá utilizar em sua empresa, proporcionando assim a seu colaborador a identificação no uso de uniformes. Essa padronização no uso do uniforme é de suma importância para as empresas, pois além de estar comprometidas com o todo, passa confiabilidade para o cliente.

Gráfico 4: Identificação da empresa a partir do uso de uniformes pelos colaboradores



Fonte: Dados coletados pela pesquisa.

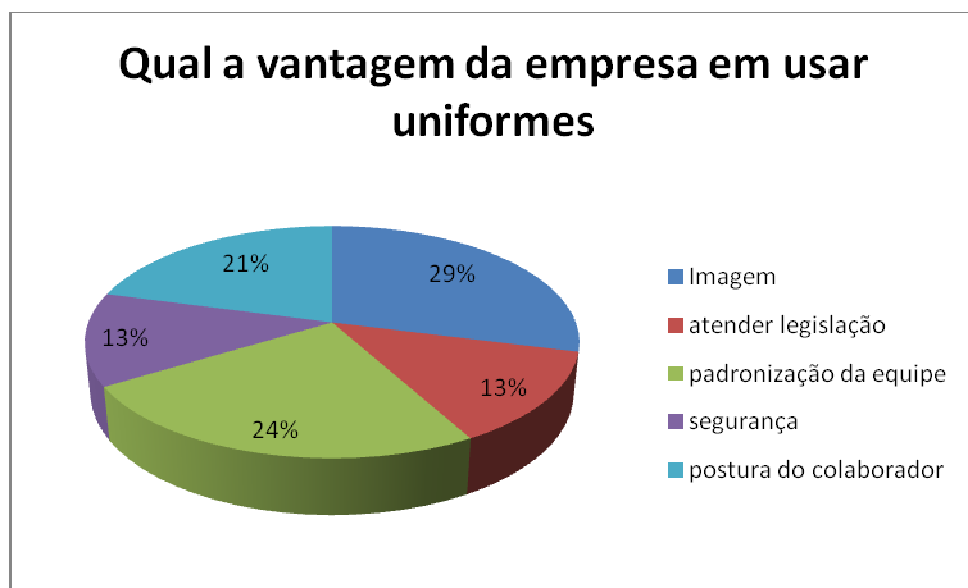
A partir desses dados, percebe-se que a grande maioria dos empresários entende que o uso de uniformes é importante para identificação da empresa. Além disso, a identificação do colaborador, a partir do uso de uniformes, contribui para uma boa comunicação interna e externa da empresa. Outro ponto apontado pelos empresários é de que a identificação da empresa nos uniformes contribui para a

fidelização dos clientes com a empresa e com a divulgação da imagem da mesma colaborando para a fixidez da marca.

A uniformização no ambiente interno é um elemento fundamental para empresas que buscam diferenciação no mercado, as indústrias, bancos, hospitais, clínicas, empresas públicas, prestadoras de serviços, restaurantes e diversas outras empresas já aderiram e aprovaram essa filosofia corporativa, que representa grandes índices de expansão às suas inúmeras vantagens. (CATALOGO DE MODELOS TECIDOS SANTANENSE, s/d).

Além do que já foram citados nesta pesquisa, os empresários ressaltam outras vantagens em usar uniformes. Essas vantagens podem ser verificadas no gráfico 5 abaixo.

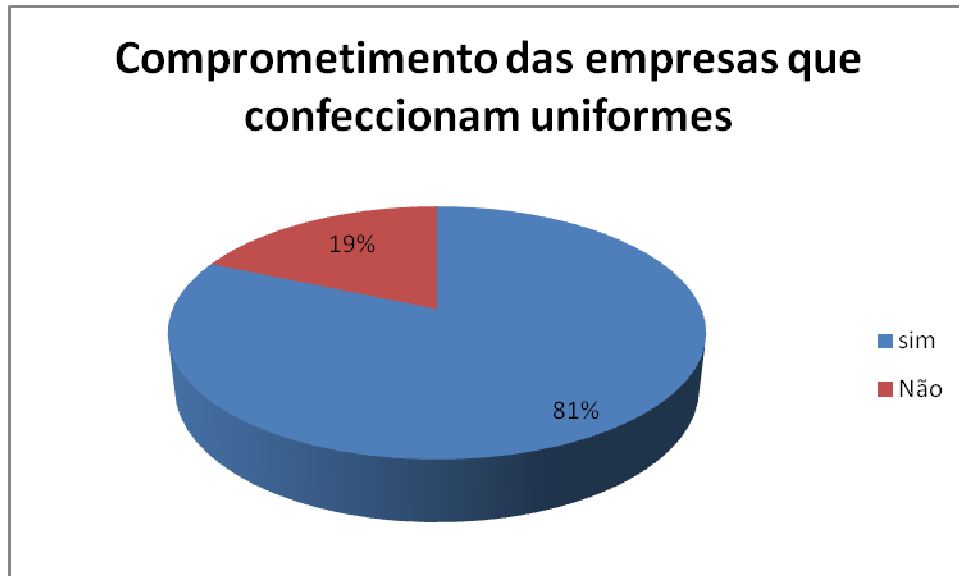
Gráfico 5: **Vantagem da empresa em usar uniforme.**



Fonte: Dados coletados pela pesquisa.

Na análise do gráfico verifica – se que os empresários veem o uso do uniforme em seus colaboradores como vantagens para a empresa, sendo: 29% em relação a imagem da empresa, 13% no atendimento a legislação, 24% na padronização da equipe, 13% na segurança e 21% referente a postura do colaborador.

Gráfico 6: Comprometimento das empresas que confeccionam uniformes padronizados.



Fonte: Dados coletados pela pesquisa.

Ao analisar o gráfico 6 pode – se perceber que 81% dos empresários acreditam que as empresas estão comprometidas em fazer uniformes padronizado, e 19% dos empresários acham que as empresas não estão comprometidas em fornecer uniforme padronizado as empresas.

As empresas neste contexto social atual devem estar preparadas para atuar no seu nicho de mercado de forma que proporcione maiores possibilidades de sucesso. Empresa entendida segundo Chiavenato (2005), é uma organização social que explora um determinado negócio visando alcançar um objetivo específico. Toda empresa para chegar ao sucesso deve estar aberta e preparada para se movimentar com as mudanças que seu meio empresarial requer.

Gráfico 7: Informação sobre qual o artigo do vestuário que a legislação exige na sua atividade.



Fonte: Dados coletados pela pesquisa.

No gráfico acima pode – se observar que 79% dos empresários não tem conhecimento sobre como a lei ampara a empresa referente ao uso do uniforme, e 21% dos empresário tem conhecimento sobre a Legislação referente ao uso de uniforme, como explica no art.177 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) “se as condições de ambiente se tornar desconfortáveis, em virtude de instalações geradoras de frio ou calor, será obrigatório o uso de vestimenta adequada para o trabalho em tais condições” (SARAIVA, 2010).

Segundo MENEGHETTI, (2009) a lei hoje é prioritária ao dinheiro e antes de iniciar qualquer negócio é necessário que o empresário tenha o conhecimento para não cair no jogo. Tudo o que se quer fazer no meio do *Business* é preciso estar informado para não permanecer ingênuo. Basta saber, informar – se e encontrar os especialistas corretos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia brasileira, tem se mostrado nos últimos tempos muito vantajosa, principalmente na área têxtil. Às pequenas, médias e grandes empresas se deparam com um mercado competitivo, mas ao mesmo tempo aquecido para comercializar seus produtos de forma comunicativa e abrangente sendo direta e objetiva ao escopo da empresa, melhorando seu desempenho no mercado. Como pesquisadora e empresária do setor têxtil percebe-se a necessidade das empresas do ramo de uniformes precisam ser mais comprometidas a atender com eficiência e agilidade para ter uma fidelização dos clientes.

O crescimento econômico no país traz para os empresários uma responsabilidade de lucratividade em suas empresas, este crescimento representa uma possibilidade de aperfeiçoamento das empresas de confecções, procurando tornar-se mais competitiva, buscando diferenciais que agregue valor a seus produtos. A concorrência do setor instiga as empresas a mudarem, criando novos produtos para manter seus produtos no mercado, com isso acredita-se na melhoria continua de sua atividade.

O setor de confecção de uniformes dos anos de 1970 a 1990 tem mudado constantemente, o mercado absorve o que é novidade, o cliente está sempre buscando o novo, por este motivo é que as empresas devem estar inovando e (re)criando continuamente seus produtos.

Diante do exposto acima, fica evidente na pesquisa realizada que o ramo de confecção é um mercado de grande importância para as empresas atuais, visto que o público consumidor esta cada vez mais exigente. As empresas de confecções que souberem perceber a real necessidade de seus clientes possibilitando a eles uma maior identidade com seu produto e empresa, irão se destacar no mercado. Sendo isso confirmado na pesquisa.

Percebemos que os empresários acreditam na importância de usar uniformes em seus colaboradores como melhoria da imagem, buscando uma caracterização que represente de fato o que é a empresa. Outro fato relevante analisado no resultado da pesquisa que destacamos é que os empresários estão comprometidos em fornecer ao seu colaborador um uniforme que tem a identidade da empresa. Por esta razão existe um ciclo que se completa, de forma que os empresários,

colaboradores, clientes e empresas de confecções atingem seus objetivos, começando pelo empresário em adquirir o uniforme que tem a identidade da empresa, a confecção que ao confeccionar trajes padronizado consegue produzir a identidade da empresa de forma que o cliente empresa saia satisfeito, o colaborador que usa de forma agradável passando isso para o cliente final da empresa.

Ao realizar a pesquisa percebeu – se também que os empresários da região, ao responder o questionário puderam se questionar, por que fazer um investimento em uniformes? Os mesmos perceberam que este investimento é necessário para otimizar os resultados da empresa. Neste momento percebem que existe uma vantagem em usar uniformes, em imagem, padronização de equipe, organização da empresa, segurança e atender também a legislação que talvez em nenhum momento tivesse parado para pensar.

As próprias empresas do comércio, indústria e de serviço estão buscando formas de melhorar o ambiente de trabalho, onde os colaboradores se sintam valorizados, para quem esta de fora das empresas e vê os colaboradores todos uniformizados aparenta uma empresa organizada.

A partir desses dados, percebe-se que a grande maioria dos empresários entende que o uso de uniformes é importante para identificação da empresa. Além disso, a identificação do colaborador, a partir do uso de uniformes, contribui para uma boa comunicação interna e externa da empresa. Outro ponto apontado pelos empresários é de que a identificação da empresa nos uniformes contribui para a fidelização dos clientes com a empresa e com a divulgação da imagem da mesma colaborando para a fixidez da marca. Além do que já foram citados nesta pesquisa, os empresários ressaltam outras vantagens em usar uniformes.

O uso de uniformes nas empresas é uma tendência mundial e, no Brasil, a expansão do setor de serviços tem sido responsável pela procura de roupas profissionais, caracterizando a empresa. A roupa profissional tornou-se sinônimo de praticidade, modernidade, conforto, segurança, durabilidade e, atualmente, é um componente que contribui para estimular a auto-estima dos funcionários e divulgar a imagem e a marca da empresa.

Há alguns anos atrás, o uniforme era visto como uma peça de roupa para o trabalho. Nos últimos anos, porém, com a entrada das multinacionais no mercado e a criação de departamentos de marketing em pequenas, médias e grandes

empresas, este conceito mudou. Hoje, mais do que uma roupa, o uniforme é visto, não só pelos empresários, mas também por seus clientes, como uma forma de comunicação, um diferencial responsável pela identificação de uma empresa.

O uniforme transformou-se em um cartão de visitas, e, para muitos clientes, sinônimo de confiança e até de higiene em alguns segmentos de mercado. Mas a importância do uso de uniformes vai além de uma boa comunicação, pois os empresários brasileiros já começaram a perceber que o uniforme é indispensável e está diretamente atrelada a imagem que a empresa quer passar a seus clientes, colaboradores e fornecedores.

A partir dos resultados obtidos no trabalho, demonstrou-se que os empresários da região da quarta colônia percebem que o uso de traje padronizado influencia na imagem e identidade da empresa, este trabalho também irá auxiliar outros empresários a perceberem que padronizar os uniformes ou desenvolver trajes padronizados a seus colaboradores essencial na identidade da empresa.

REFERÊNCIAS

ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção). Disponível em: http://www.seloqual.com.br/selo_qual/cartilha_qual.pdf Acesso em 20 jun. 2011.

ALMEIDA, Adilson J. – **Uniformes da Guarda Nacional 1831/1852** – In: Moda, comunicação e cultura: interface acadêmica da moda São Paulo: Arte & Ciência; NIDEM – Núcleo Interdisciplinar de Estudos da Moda/UNIP; FAPESP, 2005.

ARCURI, Reginaldo B. , Selo Qual – Revista O confeccionista Ano II, nº 9 - nov/dez 2010.

BENDER, Arthur. **Personal branding: Construindo sua marca pessoal**/Arthur Bender. – São Paulo : Integrare Editora, 200

BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing: 3. Ed.** – Porto Alegre : Ortiz, 1994.

CAMPOS, Vicente Falconi. **Qualidade Total. Padronização de Empresas.** Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1992

Catálogo Linha Executiva tecidos para moda corporativa, Tecelagem Panamericana, s/d).

CHIAVENATO, Adalberto. **Administração da produção: Uma abordagem introdutória** , editora Elsevier, Rio de Janeiro, 2005.

CLT: Consolidação das leis do trabalho / Renato Saraiva (org.) – Rio de Janeiro : Forense; São Paulo : MÉTODO, 2010.

FARIAS, de Cássia. P. **Transubstanciação simbólica do uniforme de trabalho em signo de Prestígio.** Anais do Museu Paulista, vol. 18 no. 2 São Paulo, 2010

GIL, Antonio M. **Como elaborar projetos de pesquisa: 4. Ed.** – 11. Reimpr. – São Paulo : Atlas, 2008.

GUESA, Camila, Qualidade em uniformes – Revista O confeccionista Ano II, nº 9 - nov/dez 2010.

KOHLER, Carl. **História do vestuário:** editado e atualizado por Emma Von Sichart ; tradução Jefferson Luiz Camargo. – 3 ed. São Paulo : Editora WMF Martins Fontes, 2009.

LIMA, A. C. et. al. **O uniforme das profissionais de beleza do salão carisma:** um estudo ergonômico. Anais do SIMPOPET, Viçosa, 2009.

MARTINS, José S., 1953 - **A natureza emocional da marca**: construção de empresas ricas / José Souza Martins. – 6.ed.rev. e atualizada. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

MENEGHETTI, Antonio. **Dicionário de Ontopsicologia**: tradução de Adriana dos Reis – São Paulo: Ontopsicologia Editrice, 2001.

MENEGHETTI, Antonio. **Aprendiz líder**. tradução e organização FOIL. – São Paulo - SP, 2009.

MENEGHETTI, Antonio. **Psicologia da organização**: tradução e organização FOIL – São Paulo: FOIL, 2003.

MENEGHETTI, Antonio. **O projeto Homem**: tradução e revisão Claudia Montenegro e Gabriela Rockenbach. – 3. Ed. – Recanto Maestro: Ontopsicologia Editora Universitária, 2011.

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade: Teoria e prática**. 2. Ed. São Paulo. Atlas, 2010.

Revista INGEPRO – Inovação, Gestão e Produção, Vol. 1, N. 2, Abril (2009), ISSN 1984 – 6193, 2007 do IBGE informação populacional

SABINO, Marco. **Dicionário da moda** – Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

SEVERINO, Antônio J. **Metodologia do trabalho científico**: 23. ed. Ver. e atualizada – São Paulo : Cortez,2007.

FERREIRA, Aurélio B. H. **O minidicionário da língua portuguesa** – 7. Ed. – Curitiba : Ed. Positivo ; 2008.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução á pesquisa em ciências sociais** : a pesquisa qualitativa em educação – 1.ed. – 17. Reimpr. – são Paulo: Atlas, 2008.

ZATTERA, Vera S. – **Trajes dos imigrantes italianos e descendentes no Rio Grande do Sul 1875/1990** – In: A presença italiana no Brasil v.3 Porto Alegre: Fondazione Giovanni Agnelli, 1996.

ANEXO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

- Pelo presente Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, declaro que fui informado(a), a respeito do objetivo geral da pesquisa intitulada **“INOVANDO O UNIFORME PARA DAR FORMA À IDENTIDADE DA EMPRESA: ESTUDO SOBRE A PADRONIZAÇÃO E QUALIDADE DE UNIFORME NAS EMPRESAS.**
 - . Fui igualmente informado(a) que minha participação nesta pesquisa será realizada por meio de respostas a um questionário. Estou também ciente:
 - De que existem 01 pesquisadora responsáveis por esta investigação: Professora Magda Werner Philippi, professora da Faculdade Antonio Meneghetti-AMF;
 - De que será garantido o direito de sigilo de meu nome e/ou de meu(s) dependente(s) e colaboradores, sendo que em nenhum momento, nem em materiais publicados ou na apresentação oral desta pesquisa, tais identidades serão reveladas, se assim eu desejar;
 - De que não existe nenhum risco potencial para mim e/ou dependente(s) e colaboradores;
 - A pesquisa não apresenta riscos físicos, morais ou qualquer tipo de constrangimento;
 - De que se eu tiver alguma dúvida em relação ao estudo, como questões de procedimentos, riscos, benefícios ou qualquer pergunta, eu tenho direito de obter respostas;
 - De que não há obrigatoriedade de participar desta investigação e mesmo depois de iniciada posso desistir sem ser penalizado(a) de forma alguma. E que caso desista o material coletado até o momento a meu respeito ou colaboradores não será utilizado;
 - De que os benefícios recebidos serão em termos de produção de conhecimentos acerca da verificação da importância do uniforme nas empresas, demonstrar o diferencial de uma empresa que possui uniforme e a que não possui, fazendo um comparativo.
 - De meu direito de acesso às informações coletadas e aos resultados obtidos;
 - De minha responsabilidade em não falsear as informações e de meu compromisso com o sigilo das informações coletadas nesta investigação;
 - Sendo minha participação totalmente voluntária, estou ciente de que durante ou após esta investigação, não terei direito a nenhum tipo de remuneração ou outros benefícios, bem como não terei nenhum tipo de despesas ou prejuízos de qualquer outra ordem.

Considerando-me livre e esclarecido(a), consinto em participar da pesquisa proposta, resguardando ao/aos autor (a/res) do projeto, propriedade intelectual das informações geradas e expressando concordância com a divulgação pública dos resultados.

O presente documento está em conformidade com a Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde. Será assinado em duas vias, de igual teor, ficando uma em poder do participante da pesquisa e outra em poder do(s) pesquisador(es).

Local e data: _____

Nome do participante: _____

Assinatura do participante: _____

Nome do(s) pesquisador(es) responsável(eis): Professora Magda Werner Philippi

Assinatura do(s) pesquisador(es) responsável(eis): _____

Telefone do(s) pesquisador(es) responsável(eis): _____

Endereço para contato: Faculdade Antonio Meneghetti-AMF

Rua: Recanto Maestro, 338 Distrito Recanto Maestro – São João do Polêsine, RS/Brasil

Tel. (55) 3289-1141 / 3289-1139

APÊNDICE

Nome da empresa:
 Porte da empresa:
 Telefone:
 Endereço:
 Cidade:
 E-mail:
 Idade do empresário:
 Formação:
 Sexo:

1) Quantos colaboradores a empresa possui?

- De 5 a 10 ()
 10 a 20 ()
 20 a 40 ()
 acima de 50 ()

2) Como a empresa percebe a utilização de uniforme para seus colaboradores?

- Muito importante ()
 Importante ()
 Pouco importante ()

3) A empresa disponibiliza uniformes para os colaboradores?

- Sim () Não ()

4) De que forma a empresa utiliza uniforme com seus colaboradores?

- Exige o uso do mesmo diariamente ()
 Deixa como opção dos colaboradores usar ou não ()

5) Qual uniforme que a empresa disponibiliza para os colaboradores?

- Camiseta () Calça () Jaqueta () Bermuda () Jaleco ()
 outros (qual).....

6) Se a empresa não disponibiliza uniforme para os seus colaboradores? Qual gostaria de disponibilizar ?

- Camiseta () Calça () Jaqueta () Bermuda () Jaleco ()

outros (qual) ()

7) Onde costuma comprar os uniformes?

Na região () Fora da Região ()

8) Qual a vantagem da empresa em usar uniformes?

Imagem () atender legislação() padronização de equipe() segurança()

9) Na sua percepção, as empresas que confeccionam uniformes estão comprometidas em fazer trajes padronizados que auxiliem em aprimorar a imagem da sua empresa?

Sim() Não()

10) Sua empresa possui informações sobre qual o artigo do vestuário que a legislação exige para sua atividade?

Sim() não()

11) É importante para a empresa que o seu colaborador tenha uniforme para identificação da empresa?

Sim () Não()

12) A padronização de uniformes pode melhorar a imagem da sua empresa?

Sim() Não()

13) A empresa acha que a confiabilidade do cliente pode estar relacionado com Trajes padronizados para colaboradores?

Sim () Não ()

14) Existe por parte dos colaboradores resistência em usar o uniforme disponibilizado pela empresa?

Sim () Não ()

15) O uniforme fornece aparência de organização a empresa?

Sim() Não()