

GESTÃO DO CONHECIMENTO NAS EMPRESAS DE VESTUÁRIO: MÉTODOS/TÉCNICAS E FERRAMENTAS

Knowledge Management in Clothing Company: Methods / Techniques and Tools

Angleri, Sabrina; UDESC,¹
Silveira, Icléia; Dr^a; UDESC, icleiasilveira@gmail.com²

Resumo

O objetivo deste estudo é identificar os métodos/técnicas e ferramentas de Gestão do Conhecimento usadas nas empresas do vestuário de SC. Utilizou-se a pesquisa qualitativa, exploratória, descritiva em pesquisa de campo. Os resultados obtidos apresentam ações que mobilizam os recursos humanos a aprendizagem, compartilhamento e registro do conhecimento organizacional.

Palavras chaves: Conhecimento. Técnicas. Gestão. Vestuário.

Abstract

The objective of the study is to identify the methods / techniques and knowledge management tools used in SC clothing companies. We used qualitative, exploratory, descriptive research in the field of research. The results obtained are actions that mobilize human resources learning, sharing and recording of organizational knowledge.

Keywords : Knowledge . Techniques. Management. Clothing.

1. Introdução

Este artigo faz parte de um projeto de pesquisa contemplado pelo programa de iniciação científica da Universidade do Estado de Santa Catarina- UDESC/CEART, e tem como objetivo: Verificar a aplicação de métodos, técnicas e ferramentas de gestão do conhecimento nas empresas de vestuário.

Para a melhor compreensão das técnicas de Gestão do Conhecimento nas empresas pesquisadas, foi utilizada a pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva, nos limites de estudo de caso.

2 Gestão do Conhecimento

A base para manter o desempenho da empresa está firmada em seus recursos internos, representados pelas diferentes formas de conhecimento. Identificar e entender o conhecimento como o principal ativo estratégico da organização é objetivo da gestão do conhecimento (DRUCKER, 1993, p.5).

Para a gestão do conhecimento na empresa, faz-se necessário utilizar métodos, técnicas e ferramentas, que permitam identificar o tipo de conhecimento indispensável, aos negócios da empresa, os que estão disponibilizados no ambiente empresarial e os que precisam ser adquirido no

¹ Acadêmica do Curso de Moda – Projeto de Iniciação Científica.

² Doutora em Design - PUC-Rio. Professora do Departamento de Moda da UDESC.

ambiente externo. São os gestores das empresas que operacionalizam o conhecimento organizacional, para transformá-lo em capital intelectual, como se destaca na sequência.

3. Métodos/Técnicas e Ferramentas de Gestão do Conhecimento

Os principais Métodos/Técnicas e Ferramentas de Gestão do Conhecimento de acordo com a FIA (2009) e Valentim (2010):

Rede de Pessoas consiste na troca de informações e conhecimentos entre os funcionários das empresas.

Páginas Amarelas é um ambiente virtual que tem as informações de todos os funcionários da empresa.

Comunidade de Prática são grupos de pessoas que trabalham juntas para atingir objetivos específicos.

Gestão da Inovação tem como objetivo gerar propostas inovadoras, soluções para questões internas através da coleta de ideias dos funcionários.

Divulgação de práticas relevantes é o processo de identificação e compartilhamento das melhores práticas no ambiente empresarial.

Registro de lições aprendidas faz com que a organização possa aprender com os seus erros e acertos de experiências passadas por meio da difusão dessas informações.

Benchmarking é um processo contínuo e sistemático de pesquisa, que analisa os serviços prestados por uma empresa em relação à outra concorrente.

O storytelling tem como objetivo incentivar os funcionários da organização, preservar a história da instituição e criar uma cultura organizacional.

Coaching é uma técnica cujo objetivo é abrir um canal formal que possibilite às pessoas mais experientes atuarem como instrutores dos menos experientes.

Aproveitamento da inteligência coletiva utiliza mecanismos para coletar as opiniões expressas na *internet* para orientar a produção e melhoria dos seus produtos.

Promoção de feiras de inovação são eventos que buscam aproximar as a organização das inovações.

Realização de entrevistas de saída é uma técnica voltada para a retenção de conhecimento nas organizações.

As ferramentas dão suporte aos métodos e às técnicas gerenciais são (FIA, 2009):

O blog cria um canal de troca de informação é feita de forma mais pessoal e direta.

O microblog permite aos usuários o envio apenas de pequenas mensagens.

O videocast criar um espaço para que as pessoas possam compartilhar vídeos na *web*.

Podcast são arquivos de áudio disponibilizados na *internet*.

O Chat permite que os clientes entrem em contato com a empresa, em tempo real.

O Fórum possibilita aos usuários debaterem e trocarem conhecimentos.

Wiki proporcionar aos usuários a possibilidade de editar documentos de forma remota.

As Redes sociais formam um ambiente onde cada usuário cria o seu perfil e, a partir dele, pode interagir diretamente com outros internautas.

Os Mapas mentais são diagramas desenvolvidos para estruturar o pensamento em torno de qualquer tipo de informação.

Os classificadores são ferramentas desenvolvidas para que os usuários possam dispor dos documentos de um determinado ambiente.

A Intranet é uma plataforma que integra pessoas, sistemas, serviços e conteúdo corporativo.

Software de CRM são *software* e serviços orientados para ajudar as empresas a gerir mais eficazmente suas relações com os clientes.

O serviço de atendimento ao cliente (SAC) canal de atendimento ao cliente.

A Videoconferência quebra a barreira da distância para a realização de reuniões, principalmente no meio organizacional.

Os métodos/técnicas e ferramentas são relevantes para que ocorra a gestão do conhecimento.

6. Resultados

A coleta de dados foi obtida por meio de um questionário. Para a amostra da pesquisa foram selecionadas 10 empresas do vestuário do Estado de Santa Catarina, 2 de grande porte (Vale do Itajaí e Sul), 2 de médio porte (Vale do Itajaí e Sul), 4 de pequeno porte (Vale do Itajaí e da Grande Florianópolis) e 2 microempresas (Vale do Itajaí e da Grande Florianópolis).

A 1ª pergunta buscou identificar quais as técnicas mais usadas no compartilhamento do conhecimento (QUADRO 1). As empresas de grande e médio porte trabalham com a identificação e montagem de redes de pessoas, as microempresas não utilizam este procedimento. Nenhuma das empresas utiliza a montagem de páginas amarelas e a montagem de comunidades de práticas. Independente do porte, todas as empresas realizam viagens de pesquisa e visitas a feiras especializadas para o setor.

Quadro 1 – Métodos e técnicas mais usadas no compartilhamento do conhecimento.

Métodos/Técnicas	Empresas de Grande Porte	Empresas de Médio Porte	Empresas de Peq. Porte	Microempresas
Identificação e montagem de redes de pessoas	100%	100%	25%	
Montagem de páginas amarelas				
Montagem de comunidades de práticas				
Gestão da Inovação	100%	100%	50%	
Divulgação de práticas relevantes	100%	100%	25%	50%
Registro de lições aprendidas	100%	50%		
Utilização de <i>brainstorming</i>	50%		25%	
Utilização de <i>storytelling</i>		50%		
Adoção de <i>coaching</i>	50%			
Aproveitamento da Inteligência coletiva	100%	100%		
Promoção de feiras inovação	100%	100%	100%	100%
Realização de entrevista de saída				

A 2ª pergunta verificou quais técnicas as empresas tem a intenção de implementar nos próximos 12 meses (QUADRO 2). As empresas de grande e médio porte se interessaram em implantar as páginas amarelas, que é um ambiente virtual que tem as informações de todos os funcionários da empresa. Foi citado o interesse pela utilização de *brainstorming*, e a adoção de *coaching*. As pequenas e microempresas pretendem divulgar suas práticas relevantes, registrar as lições aprendidas e aproveitar a inteligência coletiva.

Quadro 2 - Técnicas de Gestão do Conhecimento a serem implementadas.

Métodos/Técnicas	Empresas de Grande Porte	Empresas de Médio Porte	Empresas de Peq. Porte	Microempresas
Identificação e montagem de redes de pessoas				
Montagem de páginas amarelas	50%	100%		
Montagem de comunidades de práticas		50%		
Gestão da Inovação			50%	50%
Divulgação de práticas relevantes			25%	50%
Registro de lições aprendidas		50%	100%	100%
Utilização de <i>brainstorming</i>	50%	100%	25%	
Utilização de <i>storytelling</i>	50%			
Adoção de <i>coaching</i>	50%	100%		
Aproveitamento da Inteligência coletiva			100%	100%
Promoção de feiras inovação				
Realização de entrevista de saída	50%	50%	0%	0%

A 3ª pergunta (QUADRO 3) identificou as ferramentas de gestão do conhecimento utilizadas pelas empresas do vestuário. As mais utilizadas são as redes sociais.

Outra ferramenta 100% utilizada é o *Blog*. Todas as empresas de grande porte utilizam fórum, mas apenas metade das empresas de médio porte. O *chat* é uma ferramenta usada por 50% das grandes e médias empresas. A *intranet*, não é utilizada pelas pequenas e microempresas, mas todas as empresas de médio porte possuem.

A videoconferência é pouco utilizada (50%) das grandes empresas e 25% das pequenas. Verificou-se o uso *software* (CRM) para gerir as relações com os clientes e o serviço de atendimento ao cliente (SAC) por todas as empresas de grande porte e 50% da de médio porte.

Quadro 3 - Ferramentas de Gestão do conhecimento utilizadas.

Ferramentas	Empresas de Grande Porte	Empresas de Médio Porte	Empresas de Peq. Porte	Microempresas
<i>Blog</i>	100%	100%	100%	100%
Microblog				
Videocast				
Podcast				
<i>Chat</i>	50%	50%		
Fórum	100%	50%	50%	
<i>Wiki</i>				
<i>Intranet</i>	50%	100%		
Redes sociais	100%	100%	75%	100%
Mapas Mentais				
Videoconferência	50%		25%	
<i>Software</i> (CRM) para gerir	100%	50%		

relações com os clientes				
O serviço de atendimento ao cliente (SAC)	100%	50%		
Os Classificadores				

De acordo com o quadro 4, dentre as ferramentas listadas pode-se perceber que as empresas de grande e médio porte, possuem um interesse maior nas ferramentas: mapas mentais e videoconferência a serem implementadas nos próximos 12 meses. As empresas de médio porte pretendem implantar o atendimento ao cliente (SAC), bem como 50% das pequenas e microempresas.

As microempresas pretendem implantar *intranet*. Apenas as grandes empresas (100%) demonstram interesse em implantar o *Videocast*.

Quadro 4 - Ferramentas de Gestão do conhecimento a serem Implantadas.

Ferramentas	Empresas de Grande Porte	Empresas de Médio Porte	Empresas de Peq. Porte	Microempresas
Blog				
Microblog				
Videocast	100%			
Podcast				
Chat				
Fórum		50%	50%	
Wiki		50%		
Intranet	50%		75%	100%
Redes sociais			25%	
Mapas Mentais	100%	100%		
Videoconferência	50%	100%	25%	
Software (CRM) para gerir relações com os clientes		50%	25%	
O serviço de atendimento ao cliente (SAC)		50%	50%	50%
Os Classificadores				

Constatou-se que a técnica mais usada pelas empresas de grande e médio porte é a identificação e montagem de redes de pessoas (QUADRO 1), auxiliada pelas ferramentas disponíveis nas redes sociais.

7. Conclusão

Foi constatado com a análise das respostas do questionário que as empresas do vestuário usam de maneira intencional parte das práticas recomendadas pelos estudiosos de gestão do conhecimento. Durante as entrevistas, ficou claro que os representantes das empresas têm consciência do valor do conhecimento para os negócios de moda e a necessidade do seu compartilhamento e registro no ambiente organizacional.

8. Referências

DRUCKER, Peter Ferdinand. Desafios gerenciais para o século XXI. São Paulo: Pioneira, 1993.

FIA, Fundação Instituto de Administração. Apostila de técnicas e ferramentas de Gestão do Conhecimento e Inovação. 2009. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/Jacbrasp/apostila>>. Acesso em : 16 Mar. 2016.

12º Colóquio de Moda- 9º Edição Internacional
3º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda
2016

VALENTIM, Marta. Métodos, técnicas e ferramentas aplicadas a Gestão do Conhecimento em organizações. Londrina, 2010. Disponível em:<http://www.uel.br/pos/mestradoinformacao/pages/arquivos/Marta_Valentim.pdf>. Acesso em: 20 Mar. 2016.