

MEMÓRIA ORGANIZACIONAL E BASES DE CONHECIMENTO NAS INDÚSTRIAS DE VESTUÁRIO

Organizational memory and knowledge bases in the fashion industry

GOMES, Edilene Pimentel; UDESC, edilenepgomes@gmail.com¹
SILVEIRA, Icléia; Dr^a; UDESC, icleiasilveira@gmail.com²

Resumo

Este artigo apresenta o estudo de um projeto de pesquisa de iniciação científica, cujo objetivo é identificar a constituição das bases de conhecimento nas indústrias da moda do vestuário. Utilizou-se a pesquisa quantitativa, qualitativa e descritiva, por meio de pesquisa de campo. Os resultados indicam que as empresas de grande e de médio porte registram a memória organizacional e que as de pequeno porte não o realizam.

Palavras chaves: Conhecimento. Memória. Gestão. Indústria.

Abstract

This paper presents the study of a scientific initiation research project whose goal is to identify the establishment of knowledge bases in the clothing fashion industry. It was used quantitative, qualitative and descriptive research through field research. The results indicate that large and medium-sized companies register the organizational memory and the small do not realize it.

Keywords: Knowledge. Memory. Management. Industry.

1. Introdução

As indústrias de vestuário precisam manter dentro da organização todo o conhecimento que cada um de seus empregados detém, para não ser perdido no caso desse funcionário mudar de emprego. Por isso devem ser registrados todos os processos de trabalho. Este estudo teve como objetivo geral identificar a organização da memória organizacional e gestão do conhecimento nas indústrias de vestuário. Verificou-se o compartilhamento dos conhecimentos entre os membros da empresa, bem como as ações utilizadas pelas empresas para obter informações e conhecimentos. Identificou-se como o conhecimento individual e das equipes de trabalho é registrado para criar a memória organizacional, bem como as barreiras enfrentadas. Utilizou-se a pesquisa quantitativa, qualitativa e exploratória.

2. Gestão do Conhecimento

As pessoas conquistam conhecimento criando e organizando suas próprias experiências (NONAKA e TAKEUCHI, 1997, p.65). Isto significa que os conhecimentos individuais precisam ser compartilhados no ambiente empresarial, entre os grupos de trabalho até tornar-se parte da organização,

¹ Acadêmica do curso de Moda – Projeto de Iniciação Científica - UDESC

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

para ser disponibilizado quando necessário. A principal fonte de conhecimento existente nas organizações está contida nas pessoas.

2.1. Memória Organizacional

A memória organizacional é um meio de armazenamento do conhecimento para usos no futuro, ou seja, proporciona o compartilhamento e reutilização do conhecimento organizacional, individual e de ensinamentos aprendidos (MORESI; CRUZ JÚNIOR; ARNAUT; NEHME, 2009).

Além da conservação da memória organizacional, é indispensável o compartilhamento contínuo do aprendizado em projetos decorridos para auxiliar os futuros projetos da organização (CARNEIRO, 2005). A memória organizacional pode evitar a perda de conhecimento organizacional. Quando registrado permite o reuso das experiências vivenciadas nos projetos passados, evitando repetição de erros.

3. Pesquisa de Campo

Os dados desta pesquisa foram obtidos com a aplicação de um questionário. As amostras foram realizadas em três empresas do vestuário de grande, médio e pequeno porte do Estado de SC. A pesquisa foi aplicada nos setores de *marketing*, criação, modelagem e corte.

A empresa de grande porte está localizada no município de Jaraguá do Sul, na Região do vale do Itajaí. A empresa de médio porte localiza-se no município de Criciúma, na Região Sul. A empresa de pequeno porte está localizada no município de Ilhota, na Região do vale do Itajaí.

A primeira pergunta foi aplicada durante a visita técnica. Perguntou-se aos respondentes se concordam com a troca de informações e conhecimentos entre a sua equipe de trabalho e as demais equipes. Percebeu-se que os entrevistados da empresa de médio estão mais de acordo com a troca de informações, enquanto a empresa de pequeno porte mais da metade dos entrevistados discordam ou concordam parcialmente, como mostra o tabela 1.

Tabela 1 – Concorda com a troca de Informações entre os profissionais na empresa

Empresa Grande Porte	Empresa Médio Porte	Empresa Pequeno Porte
Concordo – 62%	Concordo – 79%	Concordo – 45%
Concordo Parcialmente – 30%	Concordo Parcialmente – 21%	Concordo Parcialmente – 29%
Discordo – 8%	Discordo – 0 %	Discordo – 26%

A segunda questão verificou quais atividades as empresas utilizam para absorver informações e conhecimentos. Constatou-se que as empresas de grande e de médio porte disponibilizam de muitas fontes de informações e conhecimentos como revistas de moda, cadernos de tendências, viagens para o exterior, mídias digitais, consultoria externa, feiras nacionais e internacionais, palestras com profissionais especializados e consulta aos fornecedores de matéria prima.

Já os funcionários da empresa de pequeno porte contam com a participação em feiras nacionais e pesquisas que realizam via internet nas mais diversas fontes, como fotos de desfiles nacionais e internacionais.

A terceira pergunta investigou como as informações e conhecimentos dos profissionais destas empresas são compartilhados. O diálogo ainda é a melhor ferramenta para a troca de informações, como mostra a tabela 2.

Tabela 2 – Etapas de Compartilhamento do Conhecimento.

Empresa Grande Porte	Empresa Médio Porte	Empresa Pequeno Porte
Fórum de discussões. <i>Intranet.</i> Comunicação técnica das etapas o trabalho. Cronograma com o fluxo de desenvolvimento de produto. Espaços de Convivência	Reuniões após viagens. Trabalho em equipe para o planejamento da coleção. Conversas informais <i>Intranet.</i> Integração com os clientes.	Conversas Formais e Informais entre os setores produtivos. Reuniões para decidir a coleção Troca de conhecimentos através de mensagens - telefone e e-mail.

A quarta pergunta procurou saber como o conhecimento individual e das equipes de trabalho é registrado para criar a memória organizacional.

Com os resultados observou-se que as empresas de grande e médio porte possuem sistema de gestão integrada com informações gerenciais e operacionais. Registrando as etapas de desenvolvimento e produção, e relatórios após treinamentos descrevendo o conteúdo do curso. A empresa de pequeno porte não faz o registro das etapas de trabalho de seus funcionários.

A quinta pergunta teve como objetivo identificar as principais barreiras enfrentadas para o registro do conhecimento, como mostra o quadro 3.

Tabela 3 – Principais entraves enfrentados para o registro do conhecimento.

Empresa Grande Porte	Empresa Médio Porte	Empresa Pequeno Porte
Influências da cultura tradicional. Estruturas centralizadas e formais. Descrédito das vantagens e benefícios do uso do novo conhecimento. Sanções rígidas aos erros cometidos.	Falta de habilidades para redirecionar ações e rever as rotinas. Expectativas não previstas de promoção ou atribuição de diferencial salarial.	Falta de comunicação na empresa. Resistência a mudanças. Sobrecarga de trabalho.

Como foi constado nos resultados da pesquisa, a tecnologia da informação é um recurso que disponibiliza informações e conhecimentos atualizados. A *internet* e *intranet* são os meios tecnológicos mais eficazes usados por todas as empresas foco da pesquisa.

4. Conclusão

Os resultados da pesquisa indicam que a empresa de grande porte é muito tradicional. As informações gerenciais e operacionais das etapas de desenvolvimento de produtos e a sua produção são registradas em banco de

dados. Evidenciando-se assim, o armazenamento de dados e informações, bem como o registro das etapas de trabalho de seus membros. Observou-se a mesma situação na empresa de médio porte.

Na empresa de pequeno porte, quem realiza as viagens de pesquisa são os proprietários que, em reuniões, passam as informações aos seus funcionários. Pesquisas na internet em busca de imagens de desfiles, eventos de rua, vitrinas, etc também são utilizadas pelos os mesmos. Não são registradas as etapas dos trabalhos realizados pelos profissionais da empresa.

Destaca-se que ainda existem muitas barreiras que dificultam a construção da memória organizacional. Por isso, precisam de estímulos que facilitem a gestão do conhecimento organizacional.

5. Referências

CARNEIRO, M. F. dos S. Estudo da implementação de práticas de Lições Aprendidas em empresas brasileiras. Revista Mundo PM – Project Management. Curitiba, Editora Mundo, Edição 1, v.1, n.1, 2005

MORESI, E. A.; CRUZ JÚNIOR, P. H.; ARNAUT, W. L.; NEHME, C. Memória Organizacional de Comunidades de Prática como Fator de Vantagem Competitiva das Organizações. Organizações & Sociedade. Brasília, 2009.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka; Criação de Conhecimento na Empresa. Como as Empresas Japonesas Geram a Dinâmica da Inovação. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.