

Ações voltadas à criação e gestão do conhecimento em uma empresa do vestuário

Icléia Silveira¹, Edilene Pimentel Gomes²

Palavras-chave: conhecimentos, vestuário, gestão

Este estudo aborda o processo de criação e compartilhamento dos conhecimentos adquiridos por uma empresa do vestuário de médio porte, da Região Sul do Estado de SC. Utilizou-se a pesquisa qualitativa, com enfoque descritivo desenvolvido nos limites de um estudo de caso. As informações referentes à empresa do vestuário foram coletadas em visitas, por meio de entrevistas realizadas com pessoas indicadas pela administração. Aplicaram-se as teorias da criação e gestão do conhecimento organizacional de Nonaka e Takeuchi (1997). Os autores defendem a conversão dos conhecimentos tácitos e explícitos como a chave para a ampliação e criação de novos saberes; e a gestão do conhecimento como algo que objetiva o gerenciamento dos conhecimentos existentes e a aquisição de novos, no intuito de vislumbrar a melhoria de determinado processo, atividade ou organização. Para o compartilhamento de informações e conhecimentos foram consultados livros, revistas, cadernos de tendências, portais de moda, feiras, viagens, entre outros, bem como para obtenção de informações sobre novos processos, tecnologias e equipamentos houve uma participação em seminários e congressos. Evidenciou-se que a socialização do conhecimento no ambiente empresarial, com informações compartilhadas entre membros da equipe de criação e produção e entre setores da empresa, ocorre o tempo todo, por meio de reuniões de trabalho e da troca de informações entre todas as equipes. As decisões são tomadas em conjunto, o que, sem dúvida, inicia um processo de criação do conhecimento organizacional, mais precisamente com o compartilhamento dos conhecimentos tácitos e explícitos.

¹ Orientadora, Professora do Departamento de Moda do CEART-UDESC – icleiasilveira@gmail.com

² Acadêmica do Curso de Bacharelado em Moda do CEART-UDESC, bolsista de iniciação científica PROBIC-Af/CNPq