

GESTÃO DO CONHECIMENTO DO CAPITAL INTELECTUAL NAS EMPRESAS DE VESTUÁRIO

Sabrina Alves Angleri¹, Mariana Raupp Ferraz², Icléia Silveira³.

¹ Acadêmica do Curso de Moda – CEART, bolsista PIPES/UDESC

² Acadêmico do Curso de Moda.– CEART, bolsista PIPES/UDESC

³ Orientador, Departamento de Moda- CEART – icleiasilveira@gmail.com.

Palavras-chave: Conhecimento. Gestão. Vestuário.

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 para melhorar o capital intelectual nas empresas de vestuário. O ativo de conhecimento específico e o ativo diferenciador não são as máquinas, equipamentos ou os "softwares", mas sim o conhecimento dos membros da empresa. Esse diferencial, denominado de capital intelectual, agrega valor aos produtos e/ou serviços. Para Sveiby (2000), muito mais do que contribuir na valorização total da empresa, o conhecimento é a base de sua estrutura interna e externa. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso, para o qual se utilizou o método qualitativo e, assim, procurou-se, através do desenvolvimento desta pesquisa local, entender a forma com que a empresa do vestuário Moda Sul tem trabalhado seu capital intelectual e a gestão dos ativos do conhecimento por meio de entrevistas e questionários aplicados aos gestores administrativos da empresa em estudo.

Cabe à empresa, atuar como agente organizador do conhecimento que existe dentro dela, tornando-o aplicável e gerador de novos conhecimentos, desempenhando essa tarefa de forma superior à concorrência, argumentam Nonaka e Takeuchi (1997, p.5).

Para a criação 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 ambiente externo. São os gestores das empresas do vestuário que operacionalizam o conhecimento organizacional, para transformá-lo em capital intelectual, como se destaca na sequência. O **Capital Intelectual** constitui-se de capital humano, que corresponde a toda capacidade, conhecimento, habilidade e experiência individuais dos empregados de uma organização para realizar as suas tarefas.

Os principais Métodos/Técnicas e Ferramentas de Gestão do Conhecimento de acordo a FIA, 2009: Rede de Pessoas, Páginas Amarelas, Comunidade de Prática, Gestão da Inovação, Divulgação de práticas relevantes, Registro de lições aprendidas, *Benchmarking*, *storytelling*, *Coaching*, Aproveitamento da inteligência coletiva, Promoção de feiras de inovação, etc. As ferramentas estão sempre se inovando, são utilizadas para dar suporte aos métodos e às técnicas gerenciais citadas acima. São (FIA, 2009): *blog*, *microblog*, *videocast*, *Podcast*, *Chat*, Fórum, Redes sociais, classificadores, *Intranet*, *Software* de CRM, serviço de atendimento ao cliente (SAC), Videoconferência, etc. A coleta de dados foi obtida por meio de um questionário

elaborado para obter informações que permitisse verificar como e com que profundidade as ferramentas e técnicas de Gestão do Conhecimento são aplicadas pelas empresas pesquisadas. Para a amostra da pesquisa foram selecionadas 10 (dez) empresas do vestuário do Estado de Santa Catarina, sendo 2 (Regiões: Vale do Itajaí e Sul) de grande porte, 2 (das Regiões do Vale do Itajaí e Sul) de médio porte, 3 (das Regiões do Vale do Itajaí e da Região da Grande Florian) de pequeno porte e 3 (uma da Regiões do Vale do Itajaí e duas da Região da Grande Florianópolis) microempresa (uma da Regiões do Vale do Itajaí e duas da Região da Grande Florianópolis).

Resultados: A 1ª pergunta identificou quais as técnicas mais usadas no compartilhamento do conhecimento. As empresas de grande e médio porte trabalham com a identificação e montagem de redes de pessoas, as microempresas não utilizam este procedimento. Independente do porte, todas as empresas realizam viagens de pesquisa e visitas a feiras especializadas para o setor. A 2ª pergunta verificou quais técnicas as empresas tem a intenção de implementar nos próximos 12 meses. 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. A 3ª pergunta 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 geri 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. 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 microempresas pretendem implantar *intranet*. Apenas as grandes empresas (100%) demonstram interesse em implantar o *Videocast*.

Referências

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> Acessado dia 26/03/2016

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

SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônio de conhecimento**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.