

MEMÓRIA ORGANIZACIONAL NAS INDÚSTRIAS DE VESTUÁRIO

Edilene Pimentel Gomes¹, Icléia Silveira²

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

² Orientador, Departamento de Moda, CEART – icleiasilveira@gmail.com.

Palavras-chave: Conhecimento. Memória. Indústria.

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.

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

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).

Pesquisa de Campo - Os dados desta pesquisa foram obtidos com a aplicação de um questionário. Foram utilizadas como amostra três empresas do vestuário, de grande, médio e pequeno porte, do Estado de Santa Catarina, 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 a empresa de médio porte está mais preparada para este tipo de abordagem, seus profissionais, estão sempre prontos para resolver problemas e criar produtos inovadores. Quanto à empresa de pequeno porte mais da metade, discorda ou concorda parcialmente. A segunda questão verificou que atividades as empresas utilizam para absorver informações e conhecimentos. Constatou-se que as empresas de grande e de médio porte, produzem artigos com valores agregados de design com tendências de moda. Possuem alta tecnologia nos setores de desenvolvimento de produto. Disponibilizam muitas fontes de

informações e conhecimentos. Os funcionários da empresa de pequeno porte participam em feiras nacionais e pesquisas que realizam via *internet*.

A terceira pergunta investigou como as informações e conhecimentos dos profissionais destas empresas são compartilhados. Constatou-se, que no ambiente interno das empresas de grande e médio porte, as equipes de criação compartilham suas experiências e habilidades técnicas.

A quarta pergunta investiga como o conhecimento individual e das equipes de trabalho é registrado para criar a memória organizacional. As empresas de grande e médio porte, dispõem de sistema de gestão integrada com informações gerenciais e operacionais e que os funcionários acessam através de base de dados. Na empresa de médio porte, após cada treinamento, o funcionário faz um relatório descrevendo o conteúdo do curso e oportunidades. A empresa de pequeno porte não faz o registro das etapas de trabalho de seus funcionários. Mesmo com os incentivos ao compartilhamento do conhecimento, as empresas encontram barreiras, sendo em alguns casos, um grande desafio.

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. Fazem pesquisa na *internet* em *sites* gratuitos, imagens de desfiles, eventos de rua, vitrinas, etc. Não são registradas as etapas dos trabalhos realizados pelos profissionais da empresa. Destaca-se que ainda existem muitas barreiras, como indica a pesquisa, que dificultam a construção da memória organizacional. Por isso, precisam de estímulos que facilitem a gestão do conhecimento organizacional.

Referências:

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.