

A gestão do conhecimento em estudos sobre a indústria da moda e do vestuário

Marcio José Silva (Unicesumar) marciocne@hotmail.com
Cláudia Herrero Martins Menegassi (Unicesumar) claudiaherrero@gmail.com
Paulo Marcelo Ferraresi Pegino (Unicesumar) pferraresi@gmail.com

Resumo:

O setor de moda e vestuário mesmo sendo de grande importância pelo ponto de vista econômico o Brasil, é carente de estudos que tratem sobre essas empresas pelo ponto de vista da gestão. O conhecimento e a gestão do conhecimento vem sendo utilizados como ferramenta estratégica em diferentes tipos de empresas e negócios. O objetivo desta pesquisa foi identificar na literatura disponível os trabalhos que tratam sobre a gestão do conhecimento e as indústrias de moda e vestuário. Por meio de uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo, encontrou-se 24 trabalhos entre os anos de 2003 a 2015 em bases de pesquisa científica. Os resultados sugerem que houve um aumento na discussão desse assunto a partir do ano de 2009, no entanto sugere-se que esta pesquisa venha a contribuir com as discussões sobre o problema, e que as publicações de pesquisas neste sentido possam ser expandidas.

Palavras chave: Gestão do Conhecimento, Indústria da Moda; Indústria do Vestuário.

Knowledge management in studies of the fashion and clothing industry

Abstract

The fashion industry and clothing even though very important from the economic point of view of Brazil, has a grace in studies that address these companies from the point of view of management. Knowledge and knowledge management have been used as a strategic tool in different types of companies and businesses. The objective of this research was to identify the available literature works that deal with knowledge management and fashion and clothing industries. Through an exploratory research of qualitative character, it met 24 works between the years 2003-2015 in scientific research bases. The results suggest that there was an increase in the discussion of this issue from the year 2009, however it is suggested that this research will contribute to the discussions on the research problem, and that the research publications in this subject can be expanded.

Key-words: Knowledge Management, Fashion Industry, Clothing Industry.

1. Introdução

O Brasil é um dos maiores produtores de vestuário do mundo, contando com aproximadamente 30 mil empresas, que produzem em torno de 5,3 bilhões de peças ao ano, colocando o país na quarta posição entre os maiores produtores do segmento. Esses fatores contribuem para que o setor do vestuário venha a ter grande importância do ponto de vista econômico do país. No ano de 2015 as empresas do setor faturaram em torno de US\$ 36,2 bilhões, sendo então o segundo maior empregador da indústria de transformação (PINHEIRO, 2014; ABIT, 2016).

As principais características destas empresas são: grande oferta de produtos, imprevisibilidade de demanda, curto ciclo de vida de produtos, curto ciclo produtivo, grande rotatividade de matérias-primas, influência de tendências de moda para a concepção de novos produtos e grande número de processos que compõem a construção de um item (JONES, 2005; MARTINS, 2013).

Os produtos destas empresas para serem inovadores e competitivos são criados por meio de tendências de moda, ou seja, o setor não conta com produtos básicos ou que estejam presentes por um período maior que uma estação. Estes produtos são criados para estações do ano, composto em *mix* de produtos que se distribui em modelos, cores e tamanhos diversos. Deste modo entende-se que o tempo é um dos principais fatores que afetarão as empresas de vestuário, tornando-se essencial boas estratégias para que estas empresas se mantenham no mercado (BAXTER, 2000; JONES, 2005; MARTINS, 2013).

O conhecimento vem sendo tratado de modo a promover a competitividade e criação de valor às organizações, deste modo Marchi e Nardin (2009) sugerem que o uso do conhecimento auxilia empresas criativas (ligadas à moda e ao vestuário) na concepção de novos produtos e na gestão eficaz dos processos que tornarão esses itens capazes de atingir positivamente o mercado, contribuindo para a permanência da empresa no ambiente dos negócios. O conhecimento tem sido percebido como um recurso chave para as estratégias organizacionais, possibilitando o aumento de suas forças competitivas (QUINN *et al.*, 1996; SOLOW, 1997; STEWART, 1998).

De modo a melhor utilizar o conhecimento nas organizações, a gestão do conhecimento vem a ser o meio desenvolvido para a sistematização deste ativo nas empresas. Uma vez que a organização é um espaço propício para criação, utilização e aplicação do conhecimento, a capacidade de gerir esse bem é um importante elemento que está sendo utilizado como estratégia competitiva (VASCONCELOS *et al.*, 2012).

Neste contexto, observa-se que o uso do conhecimento, por meio da gestão do conhecimento, vem a ser uma ferramenta que pode dar suporte para melhoria dos processos em empresas do setor do vestuário. Neste sentido o objetivo desta pesquisa é identificar na literatura disponível quais trabalhos promovem tal discussão.

2. O setor do vestuário

O setor do vestuário é composto por indústrias que operam diversas atividades, desde a pesquisa sobre uma nova tendência até a entrega ao cliente. Estas empresas mesmo que com forte apelo midiático em torno de estilistas, modelos e semanas de moda, necessitam atender aos objetivos de um mercado cada vez mais exigente, e como demais empresas precisa gerar receitas e lucro. Em geral as empresas ligadas ao setor passam despercebidas por perspectivas de gestão (JONES, 2005; BARCARO, 2008).

A moda mesmo que venha a ser composta de diversas influências em seu contexto, como artes, música, cinema, design, cultura e arquitetura, é o que direciona a concepção dos produtos de vestuário pois está fortemente ligada e associada a roupa (GRANDI 2008). Por ser cíclica, a moda propõe diferenciações mesmo que pequenas às peças de vestuário. Desse modo esses produtos não possuem uma venda estável e equilibrada, sendo a imprevisibilidade de vendas e o tempo de validade destes produtos um fator que desfavorecerá as empresas deste setor em relação à outros tipos de negócios (GRANDI 2008; JONES, 2005).

Difícilmente nestas empresas haverá produtos considerados básicos, aqueles que matem estrutura e matéria-prima iguais por longos períodos de tempo (ČIARNIENĖ; VIENAŽINDIENĖ, 2014). A complexidade envolvida nos processos e a busca constante pela

oferta de novos produtos torna o setor um dos mais importantes do ponto de vista econômico do Brasil. A cadeia produtiva do país é composta por cerca de 30 mil empresas, o que coloca o país como o quarto maior parque produtivo de vestuário do mundo, no ano de 2015 as empresas do setor movimentaram cerca de US\$ 36,2 bilhões (ABIT, 2016).

A imprevisibilidade de demanda em relação a tendências ou situações de mercado, o tempo de vida útil e demais fatores que cercam o cenário de empresas de moda e vestuário vem a gerar certa inflexibilidade para ações de médio e longo prazo, sendo necessárias estratégias para as empresas se manterem ativas (ČIARNIENĖ; VIENAŽINDIENĖ, 2014; TURKER; ALTUNTAS, 2014). Marchi e Nardin (2009), sugerem que o conhecimento vem a ser uma importante estratégia para as empresas criativas se manterem competitivas.

Apesar da importância do setor, poucos estudos são encontrados tratando o ponto de vista da gestão ou de melhoria de processos para estas empresas. A maioria das pesquisas são voltadas para os aspectos criativos ou de desenvolvimento de produto, o que torna viável novas perspectivas de estudos para o setor.

3. O uso do conhecimento e a gestão do conhecimento

Com a alteração dos modos de produção após a Segunda Guerra Mundial, de uma economia baseada em bens e serviços para uma economia voltada ao conhecimento, iniciou-se um processo de valorização deste bem nas organizações. As empresas que possuem suas estruturas com base não somente no capital, mas também no conhecimento são consideradas organizações do conhecimento (DRUCKER, 1976; CIANCONI, 2003).

Uma vez que o conhecimento veio a se tornar ativo de valor para as organizações, houve a necessidade de se criar um processo para sistematizar e gerir este bem. Em meados da década dos anos 1980, efetiva-se o uso do termo *knowledge management* ou gestão do conhecimento (GC), para Wiig (1997) a criação ou definição do termo não foi por acaso, mas ocorreu naturalmente, a partir da evolução dos estudos que foram promovidos a partir da alteração do modelo de produção. Inicialmente a ideia de gerir o conhecimento não foi recebida com tanta certeza, uma vez que se desconhecia efetivamente quais os objetivos de uma atividade de GC.

Ortegón, Lasso e Steil (2016) sugerem que a GC é um meio que traz como contribuição fatores que levam a organização a identificar suas habilidades para crescer e promover inovação com base em seus ativos (intangíveis) do conhecimento. Para que o conhecimento seja gerido é necessário que este processo seja tratado de modo sistêmico, por meio de modelos, ciclos, ferramentas, indicadores ou diagnósticos, uma vez que não há um momento exato para um novo conhecimento surgir, o processo deve englobar estas atividades para assim poder utilizar o conhecimento existente em uma organização como fator de competitividade (DALIKIR, 2011; CARVALHO, 2012).

O modo como um processo de GC será implantado irá depender do tipo de negócio e de como a organização irá promover o envolvimento dos indivíduos neste processo, uma vez que as informações que estas pessoas detêm são de grande importância a efetivação do processo (CEO, 2004; DALIKIR, 2011). Para Wiig (1997, p.1, tradução nossa) a GC possui dois objetivos: (1) tornar o ato empresarial tão inteligente quanto possível assegurando a sua viabilidade e o sucesso global e (2) por outro lado, perceber o melhor valor de seus ativos de conhecimento.

De qualquer modo não há como implantar um processo de GC ou que se utilize o conhecimento como base estratégica sem que haja indivíduos, o conhecimento estará presente na mente das pessoas e por meio então do processo de GC este vem a se tornar algo que pode ser utilizado. Dalikir (2011) aponta que a GC envolve pessoas, tecnologias, processos e a estrutura

organizacional e deste modo vem a melhorar o conhecimento coletivo, alimentando as lições de aprendizagem organizacional.

O processo de gestão irá analisar as competências individuais de um grupo, ou seja, as habilidades individual dos indivíduos na organização, considera-se que o conhecimento pessoal se dá a partir de experiências adquiridas que no momento oportuno podem ser disponibilizadas para um número maior de pessoas, desse modo o conhecimento inicialmente individual passa a ser coletivo (WIIG, 1997).

Os processos e elementos ligados à gestão do conhecimento, se aplicam a diferentes tipos de organizações. Desta forma, o setor de moda e vestuário, tem a possibilidade de se utilizar desse sistema de gestão, agregando valor a seus processos produtivos, uma vez que está inserido em uma área voltada à inovação. (MARCHI; NARDIN, 2009, 2014). Este setor torna-se, então, um campo promissor para as pesquisas acadêmicas sobre gestão do conhecimento no setor de moda e vestuário.

4. Metodologia

Para realização desta pesquisa, verificou-se entre a bibliografia publicada e disponível para consulta, a existência de trabalhos que abordam o uso do conhecimento ou a gestão do conhecimento no cenário de indústrias de moda e vestuário. A pesquisa é exploratória de caráter qualitativo. Essa modalidade de pesquisa procura então por meio do levantamento preliminar da área de estudo estabelecer critérios para se responder ao problema em questão, objetivando gerar futuros direcionamentos sobre o assunto da pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2006, GIL, 2010).

Para responder ao problema utilizou-se uma revisão de materiais bibliográficos já publicados sobre o assunto, seguindo o seguinte critério: 1. Formulação da questão para o problema; 2. Escolha dos termos a serem pesquisados; 3. Seleção das bases de busca científica para levantamento de publicações; 4. Seleção dos materiais a serem utilizados; 5. Análise e apresentação dos resultados; e 6. Considerações finais.

5. Apresentação dos resultados

Para atender ao objetivo da pesquisa, foram selecionadas as bases de busca científica para realização da investigação. As bases utilizadas neste trabalho foram: Periódicos Cappes; *Scielo*; *Emerald Insight*; Ibict (Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações); *Science Direct*, *Scopus* e, por último o *Scholar*. Deste modo foram selecionados vinte quatro trabalhos, entre artigos, teses e dissertação que contemplam estudos sobre o conhecimento e a GC inseridas no contexto do vestuário e da moda.

Os resultados encontrados são apresentados no Quadro 1, onde percebe-se que as buscas geraram resultados de publicações entre os anos de 2003 a 2015, divididos em artigos científicos (20 resultados), teses (03 resultados) e dissertação de mestrado (01 resultado). O Quadro 1 apresenta os resultados por: tipo de publicação; autor/ano; palavras-chave; título e objetivo de pesquisa.

Tipo	Autor/Ano	Palavras chave	Título	Objetivo de Pesquisa
Tese	Weller (2003)	Não apresenta	<i>Fashion's influence on garment mass production: knowledge, commodities and the capture of value</i> (Influência da moda na produção do vestuário em massa: conhecimento, commodities e captura de valor).	Explicar como as ideias sobre moda são incorporadas em objetos materiais (vestuário) e como a produção no sentido de moda influencia a organização industrial e molda as geografias de localização industrial, o comércio global e a constituição de lugares.

Artigo	Bertolini et al., (2004)	<i>Manufacturing resource planning; Fashion industry; Production planning and control.</i>	<i>Requirements of na ERP enterprise modeller for optimally managing the fashion industry supply chain</i> (Requisitos de um modelo ERP para otimizar a gestão da cadeia de suprimentos da indústria de moda).	Estudar com um painel de especialistas, (acadêmicos, desenvolvedores de <i>software</i> e usuários finais na área de suprimentos), para definir as características principais que caracterizam um modelador para a indústria da moda.
Artigo	Li et al., (2005)	<i>Knowledge; Knowledge management; Coordination and Collaboration.</i>	<i>Managing Knowledge in Fashion Businesses: A Contextual Review</i> (A gestão do conhecimento em empresas de moda: Uma análise contextual).	Investigar como implementar a gestão do conhecimento para a coordenação e colaboração e quais são as questões importantes na gestão do conhecimento em globalizantes contextos de negócios da moda, hoje.
Artigo	Li et al., (2006)	<i>Knowledge; Knowledge management; Communication; Collaboration; Coordination Technologies.</i>	<i>Managing Knowledge in Fashion Businesses: A Survey of Contemporary Tools for Coordination and Collaboration</i> (A gestão do conhecimento em empresas de Moda: Uma pesquisa de ferramentas contemporâneas para coordenação e colaboração).	Examinar as funções das mais recentes tecnologias de comunicação e de coordenação e determinar como eles ajudam as organizações a compartilhar, armazenar e transferir o seu "conhecimento" entre e dentro das organizações.
Artigo	Weller (2007)	<i>Knowledge; Fashion industries; Economic geography.</i>	<i>Fashion as viscous knowledge: fashion's role in shaping trans-national garment production</i> (Moda como conhecimento viscoso: a função da moda na formação da produção de vestuário transnacional).	Identificar as várias modalidades de conhecimento de moda e caracterizar suas diferentes taxas e extensões de transmissão, através do espaço e do tempo em termos da sua relativa complexidade.
Artigo	Balestrin; Vargas e Fayard, (2008)	<i>Knowledge creation; Small enterprises; Knowledge management.</i>	<i>Knowledge creation in small-firm network</i> (Criação do Conhecimento em rede de pequenas empresas).	Apontar para um entendimento de como a dinâmica de criação de conhecimento ocorre dentro de uma rede de pequenas empresas.
Artigo	Davey; Schneider e Davey (2009)	<i>Intellectual capital; Brands; Fashion Industry; Disclosure; Europe; North America.</i>	<i>Intellectual capital disclosure and the fashion industry</i> (Divulgação do capital intelectual na indústria de moda).	Examinar a natureza e a extensão da divulgação do capital intelectual e de marketing entre empresas de moda, especificamente para comparar o capital intelectual (CI) e sua divulgação entre empresas e setores de empresas europeias e norte-americanas de moda.
Dissertação	Marchi; Nardin (2009)	<i>Knowledge transfer; New product development; Cognitives distance; Time; Knowledge intermediaries.</i>	Diagnóstico das práticas de Gestão do Conhecimento em uma empresa têxtil.	Identificar os processos de transferência do conhecimento envolvidos na atividade de inovação do produto na indústria de moda.
Artigo	Silva (2009)	Gestão do conhecimento; Diagnóstico; Inovação; Competitividade.	<i>Market Knowledge Transfer and Time Pressure in new Product Development: The Emergent Role of Knowledge Intermediaries in Fashion Industry</i> (Mercado de transferência de conhecimento e pressão do tempo no desenvolvimento de novos produtos: o papel emergente do conhecimento intermediário na indústria da moda).	Identificar os projetos, programas e práticas utilizadas por uma indústria têxtil do estado de Minas Gerais, que contribuem para a Gestão do Conhecimento.
Artigo	Fraganito (2010)	Gestão do Conhecimento; Capacidade e Absorção.	Cooperação e Inovação no Processo de Criação e Gestão do Conhecimento no sector Têxtil e de Vestuário.	Aprofundar o conhecimento e identificar sua importância para a organização, identificando e avaliando agentes que compõem a sua rede, para programar e implementar as suas etapas de planejamento estratégico para manter uma relação dinâmica com a rede, abandonando a ideia de que a organização é o limite de qualquer estratégia organizacional.
Tese	Tres (2010)	Sistemas de manufaturas; Clusters; Conhecimento; Aprendizagem; Indústria Têxtil; Vestuário.	A dinâmica dos fluxos de conhecimentos locais e externos no sistema local de produção têxtil-vestuário catarinense.	Descrever o estado em que se encontram os fabricantes de têxteis e de vestuário quanto ao gerenciamento do capital intelectual em empresas na Polônia.
Artigo	Li; Xiaogang e Jun (2010)	<i>Apparel Brand; Knowledge Management; Brand Image Strategy.</i>	<i>Apparel Brand Image Management Based on Knowledge Management</i> (Gerenciamento da marca de vestuário baseada na Gestão do Conhecimento).	Introduzir a gestão do conhecimento para a construção da imagem de marca da indústria do vestuário e a aliança para aumentar a capacidade de adquirir, integrar, compartilhar e criar conhecimento.
Artigo	Cavalcante et al., (2011)	Abordagem prospectiva; Tendências de consumo; Gestão do conhecimento;	A abordagem prospectiva de gestão do conhecimento na indústria da moda: um modelo para o aumento de inovação de produto.	Apresentar um framework conceitual sobre a abordagem prospectiva para operacionalizar os três processos básicos para inovação de produtos: geração,

		Inovação de produto.		divulgação e uso de informações de mercado.
Tese	Beirão Filho (2011)	Gestão do Conhecimento; Tecnologia da informação e comunicação; Hipermídia; Ambiente Interativo; Moda.	Criação e compartilhamento do conhecimento na área de moda em um sistema virtual integrado de informações.	Promover a criação e o compartilhamento do conhecimento na área de moda, utilizando ferramentas da tecnologia da informação e comunicação e desenvolver um sistema digital de informação de moda para a captura e disseminação do conhecimento.
Artigo	Olszowy (2012)	<i>Intellectual capital; Textile and clothing industry.</i>	<i>Importance of Intellectual Capital in Enterprise Growth, with Special Emphasis on the Textile and Clothing Industry in Poland</i> (Importância do Capital Intelectual no crescimento das empresas, com especial ênfase para a indústria têxtil e de vestuário na Polónia).	Determinar e avaliar a ocorrência e gestão do capital intelectual entre entrevistados, tratando o capital humano e estrutural, proporcionando assim, uma imagem confiável da utilização dos ativos intangíveis na indústria do vestuário.
Artigo	Olaru; Ghituleasa, Filipescu (2012)	<i>Knowledge management, Fashion, Customization, CAD/CAM.</i>	<i>Knowledge Management in the Fashion Industry</i> (Gestão do Conhecimento na Indústria de Moda)	Examinar a gestão do conhecimento na indústria de moda.
Artigo	Pires (2012)	Memória empresarial; Gestão da informação e do Conhecimento; Indústria da moda.	Cultura organizacional e memória empresarial na indústria da moda: gestão de ativos do conhecimento como estratégia corporativa para a construção de identidades de marcas.	Promover estudos, além da ideia de memória empresarial, como simples prática de arquivamento da informação ou de gestão da comunicação corporativa.
Artigo	Olaru et al., (2013)	<i>Knowledge management, Fashion, Customization, CAD/CAM.</i>	<i>Collaborative Technologies and knowledge management in the fashion industry</i> (Tecnologias colaborativas e gestão do conhecimento na indústria de moda).	Examinar a gestão do conhecimento na indústria da moda.
Artigo	Sohn; Vieira e Filho (2013)	Clusters industriais; Aprendizagem interorganizacional; Canais de transmissão do conhecimento.	Estudo comparativo de canais de transmissão de conhecimento em clusters têxteis e de vestuário de Santa Catarina – Brasil e Norte de Portugal.	Identificar e analisar os canais de aprendizagem tecnológica em dois clusters têxteis e de vestuário: um localizado em Santa Catarina, no Brasil, e outro, na região Norte de Portugal.
Artigo	Paulos; Moniz (2013)	Reestruturação; Conhecimento; Vestuário; Designers.	Os trabalhadores do conhecimento num setor tradicional – O caso dos designers do vestuário.	Identificar qual o impacto da reestruturação do trabalho na “sociedade do conhecimento”, na profissão de designer do vestuário.
Artigo	Marchi; Nardin (2014)	<i>Não apresenta</i>	<i>Organizing Creativity in the Italian Fashion Industry</i> (Organizando a criatividade na Indústria de Moda italiana).	Investigar as forças que influenciam o gerenciamento da criatividade na indústria de moda italiana.
Artigo	Oliveira; Epaminondas (2014)	Conhecimento; Inovação de produtos; Estratégia funcional; Setor atacadista de moda; Estudo multicaso.	Conhecimento, inovação e estratégia competitiva: um estudo do setor atacadista de moda.	Descrever como o conhecimento, a inovação e a estratégia competitiva são tratadas no contexto das organizações do setor atacadista da moda mineira.
Artigo	Kanat; Altigan (2014)	<i>Clothing Sector; Supply chain management; Knowledge management; Analytic network process.</i>	<i>Effects of Knowledge Management on Supply Chain Management in the Clothing Sector: Turkish Case</i> (Efeitos da Gestão do Conhecimento na Gestão da cadeia de suprimentos no setor do vestuário: Caso Turco).	Apresentar os efeitos da gestão do conhecimento sobre a gestão da cadeia de abastecimento no setor do vestuário.
Artigo	Marcella; Rowley (2015)	<i>Project management; Tools; Body of Knowledge; Creative Industries; Fashion; SMEs; Creative mindset; Analytical mindset; Professionalism; Success criteria; Project planning; Continuous improvement.</i>	<i>An exploration of the extent to which project management tools and techniques can be applied across creative industries through a study of their application in the fashion industry in the North East of Scotland</i> (Uma exploração da extensão em que ferramentas e técnicas de gerenciamento de projetos podem ser aplicadas em indústrias criativas, através de um estudo de sua aplicação na indústria da moda no Nordeste da Escócia).	Investigar o grau de ferramentas e técnicas de gerenciamento de projeto que podem ser aplicadas em toda a indústria efetivamente criativa, através de um estudo de sua aplicação na indústria da moda no Nordeste da Escócia.

Quadro 1: Resumo dos estudos encontrados sobre GC e indústrias de moda e vestuário

O Quadro 1, demonstra diferentes perspectivas de estudo que envolvem o conhecimento e a GC no contexto de indústrias de moda e vestuário. Dentre os trabalhos encontrados 15 são escritos em Inglês, 08 em Português e o trabalho de Fraganito (2010) se apresenta na língua Espanhola, no entanto por se encontrar em um repositório Português, o mesmo apresenta o título nesse idioma. A primeira publicação escrita em Português é a dissertação de Silva (2009), enquanto no ano de 2003 já encontra-se pesquisa escrita em Inglês.

Quanto as palavras-chave destaca-se que o trabalho de Olszowy (2012), apresenta o termo *Textille* (têxtil), associado a indústria do vestuário, neste caso houve o entendimento que alguns autores tratam a indústria têxtil no mesmo âmbito que as indústrias de vestuário, uma vez que fazem parte da mesma cadeia produtiva. Os demais termos identificados nas palavra-chave satisfazem ao objetivo desta pesquisa.

A distribuição das publicações entre os anos de 2003 a 2015, permite observar que a partir do ano de 2009 há um crescimento no número de publicações, no entanto o assunto ainda é novo neste contexto e a média de publicações é de 02 por ano.

Os objetivos de pesquisa, podem ser classificados de modo geral em três abordagens principais, sendo: aplicação do conhecimento; estratégia e conhecimento; e, inovação e conhecimento. Nesse sentido, nota-se a relevância para novas abordagens, dentro destas encontradas e/ou propostas de pesquisas e estudos que promovam pesquisas para incorporar a gestão do conhecimento em empresas de moda/vestuário.

6 Considerações finais

O setor de moda e vestuário é de grande representatividade econômica no Brasil, este setor é responsável pela produção de mais de 5 bilhões de peças de ao ano, e é o segundo maior empregador da indústria de transformação. No entanto poucos estudos no âmbito da gestão são encontrados tratando este setor. O conhecimento e a gestão do conhecimento vem a ser fator de estratégia nas organizações contemporâneas e não diferentemente de outros tipos de negócio o setor de moda e vestuário podem utilizar-se de tal elemento para compor suas estratégias de competitivas.

A análise dos estudos já publicados em periódicos nacionais e internacionais, bem como teses e dissertações tratando sobre a utilização do conhecimento nas indústrias ligadas ao setor de moda e vestuário, permite verificar a preocupação dos pesquisadores em diferentes perspectivas de estudo sobre como o conhecimento é aplicado nas empresas desse setor.

A gestão do conhecimento está em ascensão no campo das pesquisas e o setor de moda e vestuário necessita de pesquisas que discutam não somente os aspectos criativos destas empresas, mas também os ligados a perspectivas de gestão. Esta pesquisa contribui para expandir os estudos sobre a gestão do conhecimento, sobre o setor de moda e vestuário sugerindo que há espaço para novas perspectivas de discussões que alinhem ambos os assuntos.

Referências

ABIT. Associação brasileira das indústrias têxteis e de vestuário. *Perfil do Setor: Dados gerais do setor atualizados em 2016, referentes ao ano de 2015.* Disponível em <http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em 15/06/2016.

BALESTRIN, A.; VARGAS, L. M.; FAYARD, P. Knowledge creation in small-firm network. *Journal of Knowledge Management*, v. 12, n. 2, p. 94-106, 2008.

BARCARO, A. Os processos de uma empresa de moda. In: **SORCINELLI, P.** *Estudar a Moda: corpos, vestuário, estratégias.* Tradução de Renato Ambrosio. São Paulo: Senac São Paulo, 2008. p. 143-156.

BAXTER, M. *Projeto de Produto*. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

BEIRÃO FILHO, J. A. *Criação e compartilhamento do conhecimento da área de moda em um sistema virtual integrado de informações*. 166 p. Tese (doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Florianópolis, 2011.

BERTOLINI, M. et al. *Requirements of an ERP enterprise modeller for optimally managing the fashion industry supply chain*. *Journal of Enterprise Information Management*, v. 17, n. 3, p. 180-190, 2004.

CARVALHO, F. C. A. D. *Gestão do Conhecimento*. São Paulo: Pearson, 2012.

CAVALCANTE, L. de Q. B. et al. *A abordagem prospectiva de gestão do conhecimento na indústria da moda: um modelo para o aumento de inovação de produto*. Biblioteca Digital de la Asociación Latino-Iberoamericana de Gestión Tecnológica, v. 1, n. 1, 2013.

CIANCONI, R. D. B. *Gestão do Conhecimento: visão de indivíduos e organizações no Brasil*. Rio de Janeiro: 287 f. Tese (doutorado) Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.

ČIARNIENĖ, R.; VIENAŽINDIENĖ, M. *Agility and Responsiveness Managing Fashion Supply Chain*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, v. 150, p. 1012-1019, September 2014.

DALKIR, K. *Knowledge Management in Theory and Practice*. London: The MIT Press, 2011.

DAVEY, J.; SCHNEIDER, L.; DAVEY, H. *Intellectual capital disclosure and the fashion industry*. *Journal of Intellectual Capital*, v. 10, n. 3, p. 401-424, 2009.

DRUCKER, P. F. *Uma era de descontinuidade: orientações para uma sociedade em mudança*. 3ª. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976.

EUROPEAN COMMITTEE FOR STANDARDIZATION. *European Guide to good in Knowledge Management*. Brussels. 2004.

FRAGANITO, R. M. F. *Cooperação e Inovação no Processo de Criação e Gestão do Conhecimento no sector Têxtil e de Vestuário*. Instituto Politécnico de Lisboa; Repositório Científico. 2010.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5ª ed. São Paulo. Atlas, 2010.

GRANDI, S. *Arte e moda: uma relação em evolução*. In: **SORCINELLI, P.** *Estudar a Moda: corpos, vestuários, estratégias*. Tradução de Renato Ambrosio. São Paulo: Senac São Paulo, 2008. p. 87-108.

JONES, S. J. *Fashion Design - Manual do Estilista*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

KANAT, S.; ATILGAN, T. *Effects of Knowledge Management on Supply Chain Management in the Clothing Sector: Turkish Case*. *Fibres & Textiles in Eastern Europe*, 2014.

LI, E. PH et al. *Managing Knowledge in Fashion Businesses: A Contextual Review*. *Research Journal of Textile and Apparel*, v. 9, n. 2, p. 97-104, 2005.

LI, E. PH et al. *Managing Knowledge in Fashion Businesses: A Survey of Contemporary Tools for Coordination and Collaboration*. *Research Journal of Textile and Apparel*, v. 10, n. 2, p. 83-92, 2006.

LI, L.; XIAOGANG, L.; JUN, L. *Apparel Brand Image Management Based on Knowledge Management*. In: *Management and Service Science (MASS), International Conference on*. IEEE, p. 1-4 2010.

MACCHION, L. et al. *Production and supply network strategies within the fashion industry*. *International Journal of Production Economics*, v. 150, p. 1012-1019, September 2014.

MARCELLA, M.; ROWLEY, S. *An exploration of the extent to which project management tools and techniques can be applied across creative industries through a study of their application in the fashion industry in the North East of Scotland*. *International Journal of Project Management*, v. 33, n. 4, p. 735-746, 2015.

MARCHI, G., NARDIN G. *Market Knowledge Transfer and Time Pressure in new Product Development: The Emergent Role of Knowledge Intermediaries in Fashion Industry*. 10th European Conference on Knowledge Management, ECKM 2009; Vicenza; Italy; 3 September 2009 through 4 September 2009; Code 94371. Vol. 2. p. 520-528. 2009.

MARCHI, G.; NARDIN G. *Organizing Creativity in the Italian Fashion Industry*. *Int. Studies of Mgt. & Org.*, vol. 44, n.1, Spring 2014, pp. 7-20.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. *Metodologia do Trabalho Científico*. 6ª Ed. 7. Reimp. São Paulo. Atlas, 2006.

MARTINS, H. de A. *Práticas de melhoria de manufatura com curto ciclo de vida de produtos e imprevisibilidade de demanda: Aplicação na indústria de vestuário de Moda*. 2013. 177 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, São Carlos, 2013.

OLARU, S.; GHITULEASA, P. C.; FILIPESCU E. *Knowledge Management in the Fashion Industry*. 13th European Conference on Knowledge Management Universidad Politécnica de Cartagena, Spain. p. 6-7. Volume 1. September 2012.

OLARU, S. et al. *Collaborative Technologies And Knowledge Management In The Fashion Industry*. *Annals Of The University Of Oradea Fascicle Of Textiles, Leatherwork*. vol: XIV iss:1 pg: 26-32. 2013.

OLIVEIRA, P. H. de; EPAMINONDAS, M. E. R. *Conhecimento, Inovação e Estratégia competitiva: um estudo no setor atacadista da moda*. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, v. 7, n. 1, p. 82-104, 2014.

OLSZOWY, M. M. *Importance of Intellectual Capital in Enterprise Growth, with Special Emphasis on the Textile and Clothing Industry in Poland*. *Fibres & Textiles in Eastern Europe*, 2012.

ORTEGÓN, A. M.; LASSO, A. L.; STEIL, A. V. *Estratégia Organizacional y Ciclo de Gestión del Conocimiento: El Modelo de Bukowitz y Williams en Práctica*. *Espacios*, v. 37, n. 7, p. 11, 2016.

PAULOS, M. R.; MONIZ, A. B. Os trabalhadores do conhecimento num setor tradicional: o caso dos designers do vestuário. *Sociologia, Problemas e Práticas*, n. 72, p. 103-122, 2013.

PINHEIRO, E. *Contribuição da logística reversa para a destinação de resíduos sólidos têxteis do APL do vestuário de Maringá/Cianorte – PR*. 115 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Ponta Grossa, 2014.

PIRES, V. S. *Cultura organizacional e memória empresarial na indústria da moda: gestão de ativos do conhecimento como estratégia corporativa para a construção de identidades de marcas*. *e-Com*, v. 5, n. 2, 2012.

QUINN, J. B.; ANDERSON, P.; FINKELSTEIN, S. *Leveraging intellect*. *The Academy of Management Executive*, n.10, 1996.

SILVA, E. G. da. *Diagnóstico das Práticas de Gestão do Conhecimento em uma Empresa Têxtil*. 80 f. Dissertação (Mestrado) – Mestrado Profissional em Administração. Fundação Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo. 2009.

SOHN, A. P. L.; VIEIRA, F. D.; CASAROTTO FILHO, N. *Estudo comparativo de canais de transmissão de conhecimento em clusters têxteis e de vestuário de Santa Catarina-Brasil e do Norte de Portugal*. Repositório Uminho. URI. <http://hdl.handle.net/1822/36764>, 2013.

SOLOW, R. M. *Learning from "learning by doing": Lessons for economic growth*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1997.

STEWART, T. A. *Intellectual capital: The new wealth of organizations*. New York: Doubleday, 1998

THOMASSEY, S. *Sales forecasts in clothing industry: The key success factor of the supply*. *International Journal of Production Economics*, v. 128, n. 2, p. 470–483, December 2010.

TRES, J. *A dinâmica dos fluxos de conhecimentos locais e externos no sistema local de produção têxtil-vestuário catarinense*. 204 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: < <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-01032011-113951/pt-br.php>>. Acesso em 15/05/2016.

TURKER, D.; ALTUNTAS, C. *Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: An analysis of corporate reports*. *European Management Journal*, v. 32, n. 5, p. 837–849, October 2014.

VASCONCELOS, K. C. de A. et al. *Cultura, Liderança e Compartilhamento do Conhecimento Organizacional*. *Revista de Administração FACES Journal*, v. 12, n. 1, 2013.

WELLER, S. A. *Fashion's influence on garment mass production: Knowledge, commodities and the capture of value*. 347 f. Tese (Doutorado). Centro de Estudos Econômicos Estratégicos Victoria University, Melbourne, Austrália, 2003.

WELLER, S. *Fashion as viscous knowledge: fashion's role in shaping trans-national garment production*. *Journal of Economic Geography*, v. 7, n. 1, p. 39-66, 2007.

WIIG, K. M. Knowledge Management: *Where Did It Come From and Where Will It Go? Expert Systems With Application*, p. Vol. 13, No. I, pp. 1-14, 1997 - © 1997 Elsevier Science Ltd, 1997.