APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL NOS NEGÓCIOS DE MODA – APLICAÇÃO DO MODELO CANVAS

Thaís Silva [1], Icleia Silveira[2], Silene Seibel[3]

[1] Acadêmico(a) do Curso de Moda CEART – PROIP/UDESC
[2] Orientador, Departamento de Moda CEART – icleiasilveira@gmail.com
[3] Orientador, Departamento de Moda CEART– silene@silene.com.br

Palavras-chave: Empreendedorismo. Moda. Canvas.

As empresas de vestuário têm passado por um rápido processo de mudança, exigindo uma nova maneira de pensar e agir. Por isso, dependem da aprendizagem organizacional para adaptarem-se as mudanças do ambiente competitivo dos negócios de moda, principalmente as empresas de pequeno e médio, pela dificuldade de acesso ao arcabouço teórico disponível da modelagem de negócio para adaptar com sucesso suas estratégias ao mercado onde atuam. Para tanto, é necessário que a modelagem de negócios seja traduzida numa linguagem acessível a todos os membros das empresas de vestuário, de modo que possam colaborar e apoiar tais iniciativas. Por meio da aprendizagem organizacional as empresas conseguem criar novas ideias, multiplicadas pela capacidade de gerenciá-las por toda a empresa. Mas, será que todos os membros que formam a empresa conhecem o seu segmento de mercado e o valor que podem proporcionar aos clientes? Que canais de distribuição é utilizado? Diante de tanta tecnologia, como se relacionar com os clientes, fornecedores e parceiros? Isso tudo sem contar a parte financeira, fluxos de receita, os custos e os recursos necessários para atender às necessidades dos clientes no presente e no futuro, enfrentando o avanço das mudanças dos negócios da moda. Neste contexto, as empresas de moda que não estão preparadas (principalmente micro e pequenas) e não compreendem plenamente as mudanças contemporâneas que atingem o setor como um todo, precisam mudar sua visão de negócios, se estruturarem de forma estratégica, cada uma de acordo com suas especificidades. O objetivo da pesquisa é estimular e orientar a aprendizagem organizacional sobre modelos de negócios para as empresas de vestuário de Santa Catarina. A presente pesquisa caracteriza-se como qualitativa de investigação exploratória e descritiva, pois o estudo tem como finalidade descrever as características da modelagem de negócios Canvas e principalmente, o processo de aplicação de suas etapas e resultados esperados. Quanto aos procedimentos técnicos para a coleta de dados, serão utilizadas referências bibliográficas, entrevistas semiestruturadas com empresários, utilizando questionários aplicados na pesquisa de campo, assim como dados internos dos sistemas de informação da empresa. A amostra da pesquisa pretendida é cerca de 6 empresas de vestuário estabelecidas na Região da Grande Florianópolis. A fundamentação teórica aborda autores clássicos e trabalhos recentes publicados sobre aprendizagem organizacional e modelos de negócios. Segundo Sveiby (2011, p. 95), [...] “aprendizagem organizacional é um processo que ocorre através de insights compartilhados, conhecimento e modelos mentais, e se baseia no conhecimento e nas experiências passadas”. Nonaka e Takeuchi (1997, p.53) consideram que “a aprendizagem organizacional é um processo de mudança adaptativo influenciado pela experiência passada,

concentrado no desenvolvimento ou na modificação de rotinas e apoiado pela memória organizacional". Para estes autores, o conhecimento da empresa é fruto das interações que ocorrem no ambiente de negócios e se desenvolve através do processo de aprendizagem. A ferramenta utilizada será o quadro Canvas, criado por Alexander Osterwalder (2011), específico para a modelagem visual das principais funções de um negócio em blocos relacionados, no qual se pode descrever, visualizar e alterar modelos de negócios e compreender as incoerências que podem estar contidas no modelo. Acredita-se que este modelo favorece a aprendizagem organizacional pela capacidade de trabalhar de forma colaborativa entre clientes, parceiros, fornecedores, público interno e externo em geral. Um modelo nada mais é do que uma representação simplificada da realidade. Um processo de negócio é uma sequência de atividades iniciadas a partir de uma demanda e com o objetivo de entregar algum resultado. A modelagem de processos de negócios normalmente é feita a partir de entrevistas com os responsáveis pelos processos, pela observação da execução dos processos e pela análise dos documentos, sistemas e quaisquer outros instrumentos utilizados para apoiar a execução dos processos. Como resultado, cria um documento visual de processos do modelo de negócios, em conjunto com as pessoas ligadas a empresa, de forma colaborativa, o que se considera um processo eficaz de aprendizagem pelo compartilhamento dos conhecimentos entre todos. Um modelo de negócios, Segundo Ostervalder e Pigneur (2011, pg. 7) descreve a lógica de como uma organização captura, cria e entrega valor". Portanto, a modelagem de negócios Canvas possibilita visualizar a descrição do negócio, das partes que o compõem, suas inter-relações, de forma que a ideia sobre o negócio seja testada e validada. Considera-se o recurso visual muito importante para o setor de moda de vestuário, por permitir visualizar ideias, em um processo cocriativo na sua execução, bem como o compartilhamento de informações e conhecimentos indispensáveis na inovação e criação de produtos de moda. Portanto, a pesquisa de campo a ser realizada nas empresas de moda permitirá conhecer a realidade das empresas, do modo como podem se beneficiar do modelo proposto, e por meio da análise de sua implementação perceber se as etapas do modelo se encaixaram de modo sistematizado e se agregam valor aos negócios.

Bibliografia

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H., 1997. **Criação de Conhecimento na Empresa**. 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. (2011). **Business Model Generation**: Inovação em Modelos de Negócios. Rio de Janeiro: Alta Books.

SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações**: gerenciado e avaliando patrimônios de conhecimento. São Paulo: Campus, 2011