

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM
COMÉRCIO EXTERIOR**

CARLA APARECIDA PACHECO NUNES

**O PROCESSO DE TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO E A FORMALIZAÇÃO
DOS PROCESSOS OPERACIONAIS: UM ESTUDO DE CASO ÚNICO NUMA
ASSISTÊNCIA TÉCNICA**

CRICIÚMA

2014

CARLA APARECIDA PACHECO NUNES

**O PROCESSO DE TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO E A FORMALIZAÇÃO
DOS PROCESSOS OPERACIONAIS: UM ESTUDO DE CASO ÚNICO NUMA
ASSISTÊNCIA TÉCNICA**

Monografia apresentado para obtenção do grau de Bacharel, no Curso de Administração Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador: Prof.^(a) Ma. Gisele Silveira Coelho Lopes

CRICIÚMA

2014

DEDICATÓRIA

**A minha Mãe, Adelicia Pacheco, meu
esposo Diego Rosa Nunes, e aos Amigos
que estiveram presentes na concretização
deste trabalho.**

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por permitir que eu chegasse até aqui. Aos Amigos verdadeiros que fiz na faculdade e que fizeram parte desta fase da minha Vida, Amizades das quais levarei para toda Vida. Em Especial, agradeço a minha Mãe: Adelia Pacheco, pois mesmo com as dificuldades financeiras das quais enfrentamos, criou seis filhos e nunca permitiu que parássemos de estudar. Se não fosse por Deus e por ela, sem duvida eu não teria chego até aqui. Ao meu esposo, que sempre esteve ao meu lado. E aos meus Professores e Mestres, que se dedicaram e compartilharam conosco seus conhecimentos e experiências. Agradeço ainda minha orientadora Gisele Silveira Coelho, espelho de dedicação e sucesso.

Obrigada a todos!

**“Conhecimento não é aquilo que você sabe,
mas o que você faz com aquilo que você
sabe.”**

Aldous Huxley

RESUMO

O objetivo deste trabalho é propor métodos para reter os conhecimentos tácitos dos colaboradores em uma empresa de assistência técnica de produtos eletrônicos, localizada no município de Criciúma, SC. O trabalho está sustentado teoricamente a partir da aplicação dos quatro modos da conversão do conhecimento de Nonaka e Takeuchi (2008). Com base nos estudos realizados por Nonaka e Takeuchi, foi estabelecido um roteiro de entrevistas semiestruturadas, que foi aplicado junto aos funcionários da empresa estudada. O resultado foi a elaboração de um produto final: o manual de procedimento operacional do sistema utilizado e materiais de áudio visual, tanto na forma de arquivo único como na forma de páginas de acesso à intranet. Assim, transformou-se conhecimento tácito em explícito e se propiciou a preservação do conhecimento dentro da própria organização.

Palavras-chave: gestão do conhecimento; espiral do conhecimento; conversão do conhecimento.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Componentes da Análise Interna que Levam a Vantagem Competitiva e Competitividade Estratégica.....	17
Figura 2 - Competências como fonte de valor para o indivíduo e para a organização	19
Figura 3 - Ativos Intangíveis	20
Figura 4 - Dois tipos de conhecimento	22
Figura 5 - Espiral do Conhecimento	24
Figura 6 - Entrada e Saída de Aparelhos	32
Figura 7 - Saída de Aparelhos.....	33

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Referencial Teórico	28
Quadro 2 - Síntese do delineamento da pesquisa	30
Quadro 3 - Entrada de Aparelhos.....	31

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 - SITUAÇÃO PROBLEMA	11
1.1 OBJETIVOS	12
1.2.1 Objetivo Geral	12
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
2.1 O CONHECIMENTO COMO FATOR DE COMPETITIVIDADE	14
2.2 O CAPITAL INTELECTUAL E A GESTÃO DE PESSOAS.....	18
2.3 GESTÃO DO CONHECIMENTO.....	19
2.3.1 Conhecimento, Informação e Dados.	21
2.3.2 Tipos de Conhecimento.....	22
2.3.3 Criação do Conhecimento.....	23
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	26
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	26
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA	28
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	29
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	29
3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	29
4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA	31
4.1 MAPEAMENTO DOS PROCESSOS DE TRABALHO DA EMPRESA.....	31
4.2 REVISÃO E MELHORIAS NA EFICIÊNCIA DOS PROCESSOS DE TRABALHO	33
4.3 A APLICAÇÃO DA ESPIRAL DO CONHECIMENTO.....	35
5 CONCLUSÃO	39
4 REFERÊNCIAS.....	40
6 APÊNDICES	43

1 INTRODUÇÃO

O Brasil tem - se mostrado como um dos países mais dinâmicos do mundo na evolução do uso da internet cresceu quase 20 vezes em seis anos, saindo as 18ª posição em 1998 e alcançando a 8ª posição em 2004 (JR. FRANCO; CARLOS F., 2006).

Com a Globalização e o frequente uso da internet, o *e-commerce* já é uma realidade em diversos setores da economia e tornou-se uma importante estratégia de competitividade de muitas empresas. O fato de a internet não ter barreiras geográficas, é o grande diferencial deste setor (JR. FRANCO; CARLOS F., 2006).

O *e-commerce* oferece oportunidade para que as empresas novas e tradicionais construam estruturas que baixem de forma significativa os custos de transação-padrão de qualquer coisa que vendam (SMITH; SPEAKER; THOMPSON, 2000).

A Internet cria oportunidades extraordinárias para se conferir escala a um negócio, e pelo menos cinco grandes vantagens são destacadas com a utilização da internet por empresas. Dentre elas, pode-se observar que qualquer empresa têm condições de atuar neste mercado independente do seu porte; não existem barreiras geográficas para as propagandas (como existe em outros veículos de comunicação), bem como o acesso as informações e os retornos são rápidos, o site pode ser visitado de qualquer lugar do mundo a qualquer hora, e pedidos podem ser feitos de forma privada (VASCONCELLOS, 2005).

Muitas empresas já perceberam que o *e-commerce* pode ser uma “mina de ouro”, mas não basta descobri lá é preciso saber explora-lá, além disso, é necessário ter um diferencial. No era em que vivemos este diferencial está ligado ao conhecimento que as empresas possuem e a forma em que o utilizam. O comércio eletrônico envolve muito dinheiro, mas neste momento o maior investimento talvez consista na aplicação de suas tecnologias no próprio âmbito das organizações – normas, procedimentos e métodos contábeis (STEWART, 2002).

Entretanto, é preciso que as empresas tenham ciência que o diferencial da vantagem competitiva esta ligado principalmente ao trabalho qualificado, pois isto é o que realmente as diferencia uma das outras, nesse âmbito, a formalização dos processos é o melhor caminho a ser seguido (STEWART, 2002) .

Desta forma, o presente estudo pretende abordar como a Gestão do conhecimento pode contribuir na eficiência das rotinas de trabalho, através formalização, elaboração de manuais de procedimentos e retenção do conhecimento tácito para explícito. Contudo, a formalização dos processos de uma empresa requer a criação de conhecimento, no entanto para que a empresa entre no processo de criação do conhecimento é preciso primeiramente converter o conhecimento tácito em conhecimento explícito, e vice e versa (NONAKA; TAKEUCHI, 1997).

A dificuldade na formalização de uma empresa está ligada principalmente ao conhecimento tácito, pois este é altamente pessoal e difícil de formalizar (NONAKA; TAKEUCHI, 1997).

O conhecimento tácito consiste em experiências, crenças, ideais, de cada indivíduo, e transformá-lo em conhecimento explícito é um grande desafio, pois, é preciso conseguir fazer com que este conhecimento pessoal (tácito) torne-se compreendido (explícito). O conhecimento explícito, pode ser expresso por palavras, números, sons e é o que o torna fácil de ser compreendido (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Criar novos conhecimentos significa quase que literalmente, recriar a empresa e todos dentro dela (SIEGEL, 2000).

Desta forma, o presente estudo será realizado em uma empresa localizada em Criciúma, que possui um *e-commerce*. Tendo como objetivo deste, identificar, analisar e corrigir através de manuais, os gargalos formados pela falta de formalização dos processos.

1.1 - SITUAÇÃO PROBLEMA

Qualquer empreendimento depende de técnica apropriada de gestão, como estratégias, estrutura, gestão do conhecimento, marketing, operações, gestão de pessoas (VASCONCELOS, 2005).

A capacidade de agilizar a estrutura de informação e de influenciar e controlar seu fluxo é um serviço muito mais poderoso e eficaz em termos de custo do que o de movimentar e produzir produtos físicos. A informação em torno do produto ou serviço é mais importante que o produto ou serviço em si (KALAKOTA; ROBINSON, 2002).

Se as estratégias não forem adequadas, se as formas organizacionais não forem ajustadas e se as pessoas não forem devidamente preparadas, os

negócios eletrônicos estão condenados a fracassar, trazendo prejuízo ao invés de vantagem competitiva (VASCONCELOS, 2005).

Contudo a Empresa onde será efetuado o estudo é uma empresa familiar, e está a mais de 40 anos no mercado, sendo ainda que seu quadro dos principais funcionários pouco mudou desde a sua fundação. Portanto há certa dificuldade na formalização dos processos, pois, há resistência a mudanças.

Diante disto, chega-se ao problema desta pesquisa: Como reter os conhecimentos tácitos dos colaboradores de uma empresa de assistência técnica de produtos eletrônicos, localizada no município de Criciúma, SC?

1. 1 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Propor métodos para reter os conhecimentos tácitos dos colaboradores em uma empresa de assistência técnica de produtos eletrônicos, localizada no município de Criciúma, SC

1.2.2 Objetivos específicos

- 1) Conhecer os processos de trabalho da empresa;
- 2) Revisar e propor melhorias na eficiência dos processos do trabalho;
- 3) Elaborar um manual padronizado das atividades críticas desenvolvidas na empresa;
- 4) Avaliar o desempenho do novo processo da espiral do conhecimento.

1. 3 JUSTIFICATIVA

Com a Globalização e rápido avanço da internet, as empresas estão investindo em lojas virtuais, tornando-se assim cada vez mais competitivas.

O comércio virtual é o meio mais rápido e fácil de levar os produtos comercializados a qualquer lugar, com isso as empresas tornam-se conhecidas fora do seu domicílio.

Tendo em vista que muitas empresas já se deram conta que o mercado do futuro é on-line, é importante observar o que os consumidores procuram, e com

isso atender tais necessidades.

A empresa a ser estudada atua a mais de 40 anos no ramo de assistência técnica e a mais de 20 anos no ramo de comercialização de componentes eletrônicos, e recentemente identificou a oportunidade no *e-commerce*, desde então vem investindo e apostando no mesmo.

Desta forma, justifica-se a importância do presente estudo em demonstrar como a formalização dos processos poderá auxiliar na melhor forma de executar as tarefas, a fim de obter melhores resultados.

Este estudo contribuirá com propostas de mudanças importantes, a fim de tornar a empresa mais competitiva.

A fidelização de clientes tem sido o grande diferencial das empresas, por este motivo o presente estudo será aplicado inicialmente no setor da Assistência Técnica da empresa. A pesquisadora responsável por este estudo é funcionária da empresa em questão, e identificou a necessidade de formalização dos processos através de manuais e fluxogramas que serão criados a partir do conhecimento dos colaboradores.

O presente estudo torna-se viável, pelo fato da pesquisadora ter acesso às informações e os recursos necessários para elaboração do estudo, além disso, o momento é para aplicação do estudo é oportuno em decorrência neste segmento serem cada vez mais escassas.

Este estudo oportunizará para a pesquisadora grande conhecimento acerca do assunto abordado, bem como para a universidade, pois o material ficará disponível para os alunos e professores, ajudando os mesmos na pesquisa de futuros projetos sobre o tema abordado.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo será apresentado as vantagens competitivas com da Criação do Conhecimento na Organização.

2.1 O CONHECIMENTO COMO FATOR DE COMPETITIVIDADE

A globalização aumentou a gama de oportunidades para as empresas, tornando-as assim mais competitivas. Neste cenário de competitividade, o conhecimento é um recurso organizacional fundamental, e está tornando-se cada vez mais uma fonte valiosa de vantagem competitiva (HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2008). “Uma empresa tem vantagem competitiva quando implementa uma estratégia que os concorrentes não conseguem copiar, ou acham custosa demais para imitar” (HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2008, p.4)

O conhecimento não é um tema novo, mas, atualmente está sendo visto de outro ângulo no que diz respeito a ativo intangível e fonte de inovação, criação de valor e vantagem competitiva (LEITE; SILVA, 2004). Para justificar a importância do conhecimento nas organizações, ou ainda sobre este “novo” recurso, Stewart (2002, p.56) refere Teece na seguinte citação: “a essência da empresa na nova economia é sua capacidade de criar, transferir montar, integrar, proteger e explorar novos ativos de conhecimento”. Neste mesmo sentido Nonaka e Takeuchi (1997, p.5), referenciam Drucker:

Na nova economia, o conhecimento não é apenas mais um recurso, ao lado dos tradicionais fatores de produção – trabalho, capital e terra – mas sim o único recurso significativo atualmente. [...] o fato de o conhecimento ter-se tornado o recurso, muito mais do que apenas um recurso, é o que torna singular a nova sociedade.

Tais afirmações fortalecem a criação do conhecimento nas Organizações, pois, com a Inovação Tecnológica, a acessibilidade, velocidade na comunicação, eficiência na logística, proporcionadas pela Globalização, o século XXI tornou-se um cenário competitivo, onde, a vantagem competitiva não está nas empresas que possuem mais recursos econômicos ou que investem em grandes campanhas publicitárias (HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2008). A vantagem competitiva está nas organizações capazes de transformar a informação rapidamente em uma oportunidade de um novo produto ou serviço, antes que outras o façam (CHIAVENATO, 2002).

Com a globalização, a competição, o forte impacto da tecnologia e as rápidas mudanças se tornaram os maiores desafios externos, a vantagem competitiva das empresas está na forma de aproveitar o conhecimento das pessoas, colocando-o em ação de modo rápido e eficaz, na busca de soluções satisfatórias e de novos produtos e serviços inovadores (RIBEIRO, 2005).

No passado, a oportunidade de reunir e explorar os ativos físicos definia a vantagem competitiva e explicava a razão de ser das empresas (STEWART, 2002, p.53). Hoje, vivenciamos uma era, em que não basta ter tecnologia e recursos disponíveis, é preciso ter conhecimento e saber usa-lo de forma que crie vantagem competitiva.

No século XIX, a vantagem competitiva estava ligada as máquinas: Revolução Industrial.

No século XIX a Revolução Industrial ocasionou a mudança do significado do conhecimento que propiciou a Revolução Industrial. Este passou a ser aplicado às ferramentas, aos processos e aos produtos com o significado de fazer, sendo difundido pelo mundo, possibilitando, assim, sua aplicação para outros fins por meio da tecnologia desenvolvida (ANTUNES, 2000, p. 41).

No final do século XX: a vantagem competitiva esta no domínio da tecnologia produto, processos, métodos gerenciais. Buscava-se a eficácia na produção, através da divisão do trabalho. A divisão do trabalho permitiu que cada operário produzisse a maior quantidade possível de unidades dentro de um padrão aceitável de qualidade, o que era possibilitado pela repetição continua dos movimentos necessários a cada fase do processo, resultando no aumento da produtividade (ANTUNES, 2000).

No século XXI: finalmente no conhecimento – Revolução do conhecimento. Os revolucionários da Antiguidade preconizavam a reforma agrária e a partilha das terras (STEWART, 2002, p. 25). Os da era industrial visavam a propriedade dos meios de produção. Hoje, é sobre o conhecimento que repousam a riqueza das nações e a força da empresa (LÉVY e AUTHIER, 1995, p.24).

A tecnologia, os equipamentos são de extrema importância em uma organização, mas elas isoladamente não criam vantagem competitiva, pois, estes fatores seriam facilmente imitados, o que não diferenciaria a organização dos concorrentes. Em função da disponibilidade e acessibilidade criada pela competição, qualquer um pode ter acesso a materiais, mercados, equipamentos. “A vantagem

douradora é criada a partir de uma combinação singular de ativos do conhecimento e ativos físicos” (STEWART, 2002, p.56).

O conhecimento como estratégia, tem como foco, o potencial humano para o alcance dos objetivos organizacionais. Para que uma organização seja competitiva, ela deve ter flexibilidade e permitir que algumas decisões sejam tomadas pelos colaboradores que possuem *know-how* para interpretá-las e agir conforme a situação demanda. “Para fazer face às exigências de hoje e competir eficazmente nos mercados globais, as organizações precisam utilizar seus empregados de maneira diferente e de maneira mais significativa” (GALBRAITH, 1995, p.67).

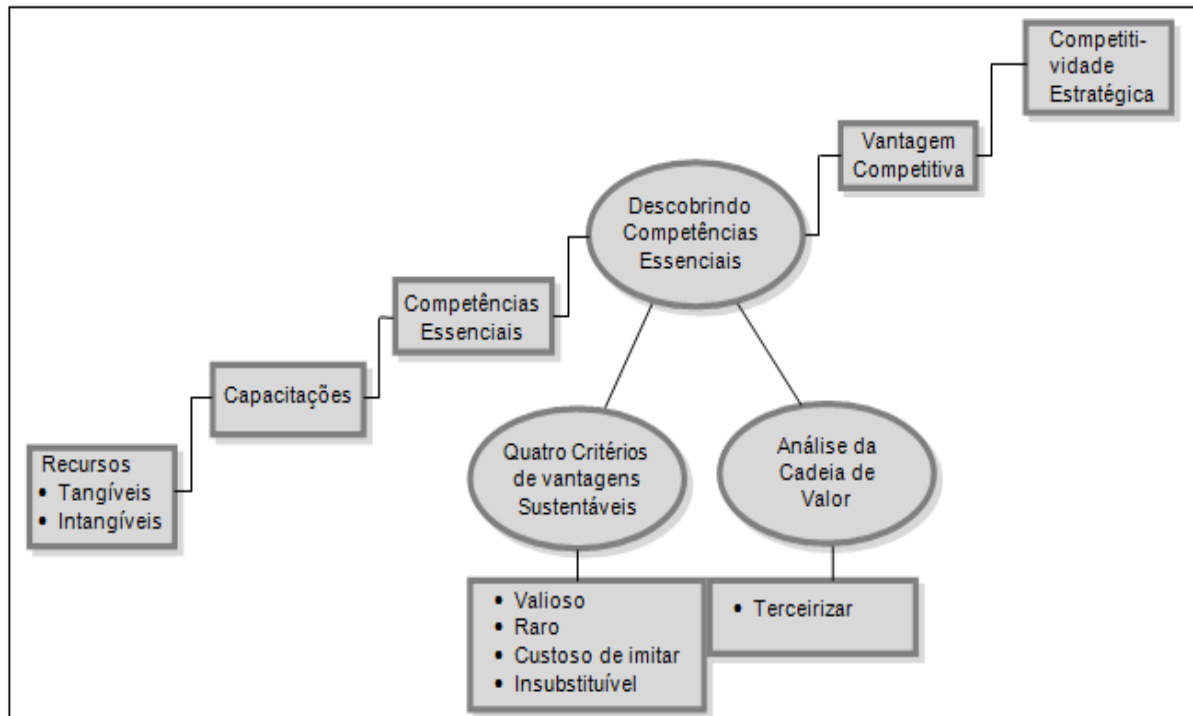
Neste sentido Drucker (1999), afirma: “na nossa recente sociedade da informação, o trabalhador do conhecimento e sua produtividade serão os ativos mais importantes das empresas, tornando-se o diferencial mais promissor” (DRUCKER, 1999, p. 111). As empresas procuram um diferencial para manterem-se vivas no mercado. Hoje em meio às estratégias organizacionais adotadas, esta à gestão do conhecimento que tem se mostrado como um importante diferencial competitivo.

O advento da tecnologia de informação como elemento fundamental para quebrar as barreiras físicas faz com que isto seja um diferencial competitivo, que não pode ser desprezado, principalmente a partir do momento em que é implantada de uma forma democrática e disponível praticamente a todos, por conta do acesso à informação (CARVALHO, 2013).

O mundo esta ficando mais interligado e competitivo devido ao processo de globalização cada vez mais veloz (HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2008, p.69), neste cenário, as empresas bem-sucedidas são as que têm as melhores informações ou as que as controlam de forma mais eficaz – não necessariamente as empresas mais fortes (STEWART, 2002).

Portanto, as empresas em que a tecnologia e o acesso a informação são fatores obrigatórios, e as oportunidades são exploradas constantemente, têm-se a necessidade de criar valor para manterem-se ou tornarem-se mais competitivas. Para Hitt; Ireland e Hoskisson (2008), é preciso explorar as competências essenciais da empresa e sua vantagem competitiva, criando assim valor para pelo menos atender, se não superar, os padrões existentes da concorrência global. A Figura 1 apresenta Componentes da análise interna que levam a vantagem competitiva e competitividade estratégica.

Figura 1 - Componentes da Análise Interna que Levam a Vantagem Competitiva e Competitividade Estratégica



Fonte: Hitt; Ireland e Hoskisson, (2008, p.71)

O valor é medido pelas características de desempenho de um produto ou serviço e pelos quais os clientes estão dispostos a pagar, e neste sentido o valor criado é o que permite a empresa obter recursos acima da média, ou seja, estar à frente de seus concorrentes (HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2008).

Desta forma para Carvalho (2013), a gestão do conhecimento é de suma importância para que as empresas tenham pontos de valoração significativos, pois, trata-se de valor intangível que é definido pela composição de seu quadro técnico, administrativo e operacional.

Para obter vantagens competitivas, as empresas precisam criar precisam criar, decodificar e disseminar o conhecimento para alcançar. Para Nonaka e Takeuchi (1997), o conhecimento é dividido em duas formas: tácito e explícito. E é a partir destes pontos que nasce a criação do conhecimento organizacional.

Para Tonet e Paz (2006), O grande diferencial de competitividade de uma organização é a sua capacidade de otimizar a reutilização do conhecimento, que muitas vezes fica restrito a indivíduos ou a algumas áreas, enquanto os demais lutam com problemas que poderão ser solucionados com o conhecimento já dominado internamente.

2.2 O CAPITAL INTELECTUAL E A GESTÃO DE PESSOAS

Chiavenato (2004) descreve a Gestão de pessoas como a relação entre a organização as e pessoas, e que deve haver uma troca mutua para cada qual alcançar seus objetivos, pois, as pessoas precisam das organizações e as organizações de pessoas “[...] a gestão de pessoas é a função que permite a colaboração eficaz das pessoas [...] para alcançar os objetivos organizacionais e individuais” (CHIAVENATO, 2004,p.10). Para Stewart o Capital Intelectual e a Gestão do Conhecimento são os tópicos mais importantes em negócios. O sucesso das empresas não está ligado somente ao ambiente externo, Ruzzarin; Amaral e Simionoschi, (2003), afirmam que a vantagem competitiva está diretamente ligada às competências.

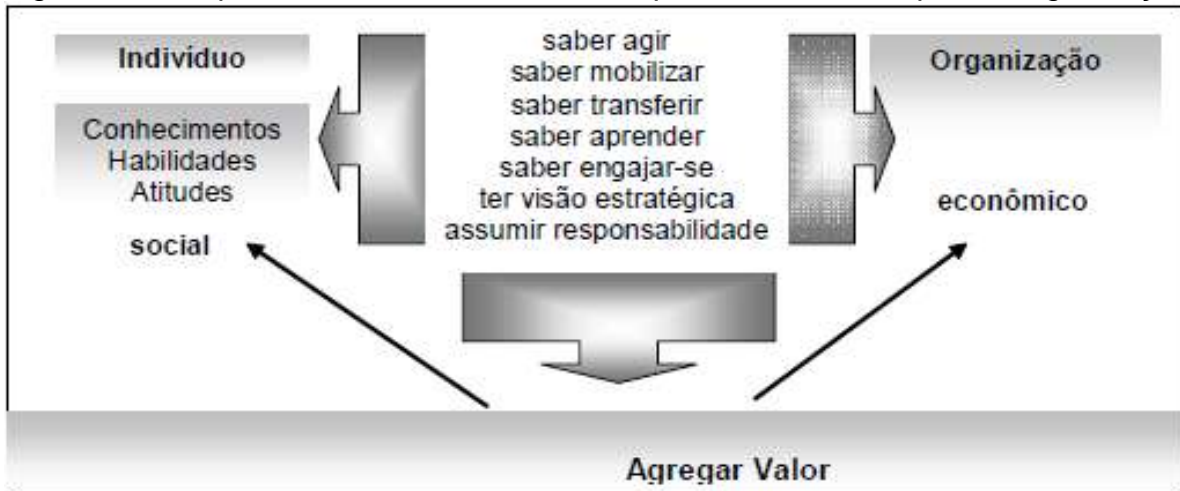
O que torna o conhecimento das pessoas valioso, é o fato de não conseguirmos comprá-los: “ativos intangíveis são construídos a partir do capital humano, do comportamento das pessoas nas organizações [...] se trata daquele conhecimento que está sendo amadurecido ou se consagrou na mente das pessoas [...]” (MAGNANI, 2010, p. 06).

Stewart (2002), afirma que o sucesso ou fracasso da organização está ligado diretamente ao ativo intangível da mesma: Capital Intelectual, habilidades e capacidades. O capital intelectual é descrito como ativos do conhecimento: talentos, habilidades, *know-how*. “[...] os ativos intelectuais tornaram-se mais importantes do que qualquer outro, porque apenas por meio do conhecimento as empresas são capazes de se diferenciarem das concorrentes (STEWART, 2002, p. 47)”.

Com o avanço da globalização e da tecnologia, as informações podem percorrer o planeta em frações de segundo, desta forma a competitividade tornou-se ainda mais intensa entre as organizações, neste contexto destacam-se as “organizações capazes de tornar a informação e transforma-la rapidamente em uma oportunidade de um novo produto ou serviço, antes que outras o façam” (CHIAVENATO, 2002, p. 37), desta forma o capital intangível da empresa: o conhecimento, torna-se o fator de desempate das organizações.

Magnani (2010), explica como as competências podem ser transformadas em fonte de valor para o indivíduo e para a organização, representada na Figura1:

Figura 2 - Competências como fonte de valor para o indivíduo e para a organização



Fonte: Magnani (2010, p. 50)

As competências citadas por Magnani (2010), também é citada por Gramigna (2007, p.26) como CHA, abreviação de: conhecimento, habilidade e atitude, onde:

- a) Conhecimento é o saber;
- b) Habilidades é o saber fazer;
- c) Atitude é o querer fazer.

Magnani (2010), firma que a competência dos indivíduos interfere diretamente na economia da organização.

2.3 GESTÃO DO CONHECIMENTO

O estudo do conhecimento humano é tão antigo quanto própria história do homem e tem sido o tema central da filosofia epistemologia desde o período grego, mesmo não sendo um tema novo, atualmente tem ganho atenção redobrada, sendo considerado um importante recurso de poder gerencial (NONAKA e TAKEUCHI, 1997).

Nestas últimas décadas, o conhecimento, tornou-se o capital principal, o centro de custo e o recurso crucial da economia. Isso muda as forças produtivas e o trabalho; o ensino e o aprendizado.

A gestão do conhecimento é um processo, que visa sustentar e ou a promover o desempenho da organização, com base no conhecimento dos envolvidos. Para Silva Filho e Silva (2005, p.69) a “[...] gestão do conhecimento é propriedade individual que pode ser compartilhada, e que gera valor para processos

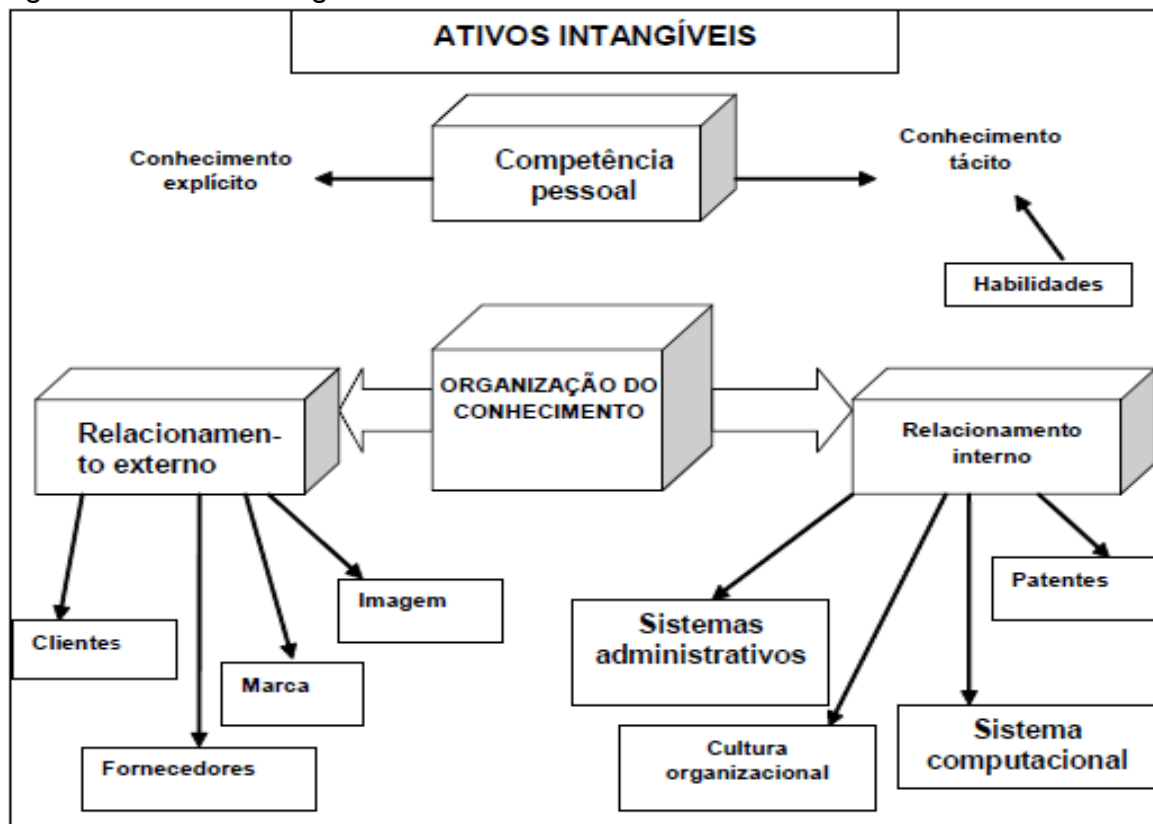
e tarefas a serem desempenhadas pelos seus detentores”. Sabbag (2007) define a gestão do conhecimento como um sistema integrado que visa desenvolver conhecimento e competência coletiva para ampliar o capital intelectual de organizações e sabedoria das pessoas.

O conhecimento tornou-se a maior riqueza que a organização pode possuir, é a partir dele que os gestores podem tomar decisões mais rápidas e precisas (SILVA FILHO; SILVA, 2005).

Silva Filho e Silva (2005), afirmam que a gestão do conhecimento é definido como o “[...] processo completo de descoberta, aquisição, criação, disseminação, utilização, filtragem, compartilhamento, aprendizado, manutenção, reutilização e renovação de todo o conhecimento tácito e explícito existente nas organizações” (SILVA FILHO; SILVA 2005, p. 50).

Na Figura 3, tem-se o conhecimento compõe a base da formação das competências:

Figura 3 - Ativos Intangíveis



Fonte: Magnani, (2010, p. 24).

Analisando a Figura 3, percebe-se que a Gestão do Conhecimento não acontece sem a participação ativa dos indivíduos e da própria organização (MAGNANI, 2010).

2.3.1 Conhecimento, Informação e Dados.

Há certa sobreposição entre os termos “conhecimento” e “informação”, porém, existe uma nítida distinção entre ambos (NONAKA E TAKEUCHI, 1997). Para Silva (2004), para que se possa entender a Gestão do Conhecimento, é importante analisar a diferença entre conhecimento, informação e dados.

Ainda Silva (2004 *apud* TUOMI), menciona que há uma hierarquia entre estes termos, onde, dados são simples fatos que se tornam informações, e se forem combinados em uma estrutura compreensível, a informação torna-se conhecimento.

2.3.1.1 Conhecimento

Há duas opiniões opostas quanto à origem do conhecimento. Os filósofos empíricos afirmam que o conhecimento é derivado da experiência humana - Conhecimento *posteriori* -, verificando-se ou falsificando-se em função da mesma experiência.

Os filósofos racionalistas, por sua vez, afirmam que o conhecimento é derivado da razão – Conhecimento *a priori*-, sem se referir à experiência humana. [...] Trata-se de verdades da razão. Estas expressam-se também em termos de relações de definições entre ideias,, conceitos tais como se encontram na Lógica e na Matemática (ANTUNES, 2000, p.2).

Neste sentido Nonaka e Takeuchi (1997), trabalham com a teoria dos filósofos racionalistas, a qual é descrita por eles como definição tradicional de conhecimento, onde eles descrevem o conhecimento como a crença verdadeira justificada “consideramos o conhecimento como um processo humano dinâmico de justificar a crença pessoal com relação à verdade” (NONAKA E TAKEUCHI, 1997, p. 63).

Davenport e Prusak (1998), também trabalham com a teoria que o conhecimento pode ser definido como a combinação das experiências, valores e informações adquiridas, tendo como origem a cabeça das pessoas.

2.3.1.2 Informação

Antunes (2000, p.3) define informação como notícia ou inteligência transmitida por palavras ou na forma escrita, fatos ou dados. Simplificando é o conhecimento contido nos livros.

A informação proporciona um novo ponto de vista para interpretação de eventos, e torna compreensível significados que antes eram incompreensíveis. Por isso, a informação é um material indispensável para extrair e construir o conhecimento (NONAKA e TAKEUCHI, 1997, p.63).

2.3.1.3 Dados

Sergio da Silva (*apud* TUOMI, 1999), [...] afirma que dados são simples fatos que se tornam informações. Para Yamaguchi (2013, p.90) os dados nada dizem sobre a própria importância ou relevância. Porém, são necessários para as organizações em grande medida, certamente porque são matérias-primas essenciais para criação da informação.

2.3.2 Tipos de Conhecimento

Nonaka e Takeuchi (1997) classificam o conhecimento em dois tipos: conhecimento tácito e conhecimento explícito:

Figura 4 - Dois tipos de conhecimento

Conhecimento tácito (subjetoivo)	Conhecimento explícito (objetivo)
Conhecimento da experiência (corpo)	Conhecimento da racionalidade (mente)
Conhecimento simultâneo (aqui e agora)	Conhecimento sequencial (lá então)
Conhecimento análogo (prática)	Conhecimento digital (teoria)

Fonte: Nonaka e Takeuchi (2008, p. 58)

2.3.2.1 Conhecimento Tácito

O conhecimento tácito consiste em experiências, crenças, ideais, de cada indivíduo, e não é “acessível” uma vez que este conhecimento existe na mente de cada indivíduo e é adquirido com o tempo e experiência o que o torna valioso.

geralmente este conhecimento é difícil de ser explicado por outra pessoa, pois, é subjetivo, ou seja, é individual (Nonaka e Takeuchi 1997).

Pode-se dizer que todos possuem conhecimento tácito e isso deve-se à nossa experiência de vida, ao que vimos, ao que presenciamos e aos conhecimentos que adquirimos com o passar dos anos. A palavra "tácito" vem do latim *tacitus* em português quer dizer: que cala ou silencioso, sendo assim, a forma mais fácil de transmitir este conhecimento é da forma oral, ou seja, dialogando (SABBAG, 2007).

2.3.2.2 Conhecimento Explícito

O conhecimento explícito por sua vez, é aquele que temos acesso, pois pode ser expresso por palavras, números, sons e é o que o torna fácil de ser compreendido, ou seja, é todo conhecimento que é possível compartilhar com outras pessoas. O conhecimento explícito pode ser considerado informação (NONAKA; TAKEUCHI, 1997).

2.3.3 Criação do Conhecimento

Nenhum grupo ou departamento isoladamente é responsável pela criação do novo conhecimento, cada qual faz a sua parte. Na verdade a criação do conhecimento é produto de uma interação dinâmica entre funcionários da linha de frente e gerentes de todos os níveis. "O segredo da criação do conhecimento está na mobilização e conversão do conhecimento tácito" (NONAKA; TAKEUCHI, 1997, p. 62).

Para explicar o processo da criação do conhecimento, Nonaka e Takeuchi (1997) apresentam os quatro modos de conversão do conhecimento criados a partir da interação entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito.

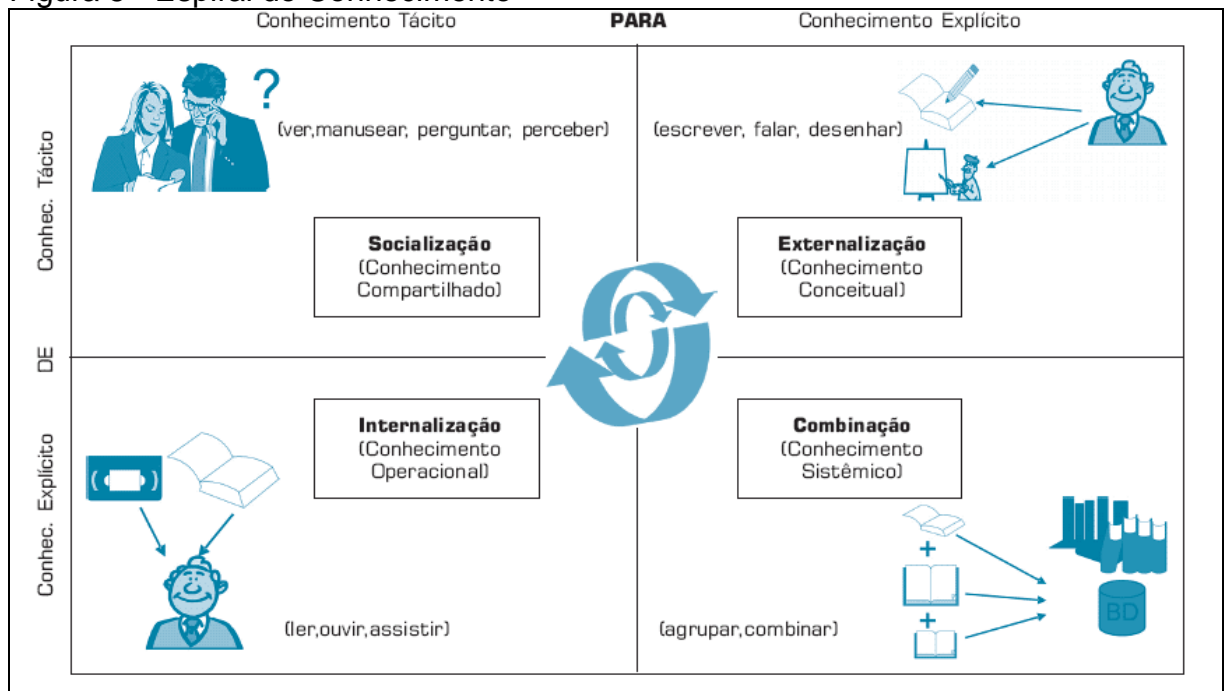
Transformar o conhecimento tácito em explícito é um grande desafio, pois, é preciso conseguir fazer com que o conhecimento tácito que é altamente pessoal, pois está na mente de cada pessoal, torne-se compreendido, ou seja, torne-se conhecimento explícito. O conhecimento tácito e o conhecimento explícito estão diretamente ligados, pois, um complementa o outro através da interação social entre os dois, "[...] eles interagem e se intercambiam nas atividades criativas dos

seres humanos [...]” (NONAKA E TAKEUCHI, 1997).

2.3.3.1 Conversão do Conhecimento

Para explicar o processo da criação do conhecimento, Nonaka e Takeuchi (1997) apresentam quatro modos de conversão através do espiral do conhecimento. Esses quatro modos por eles denominados socialização, externalização, combinação e internalização, constituem o “motor” do processo de criação do conhecimento como um todo.

Figura 5 - Espiral do Conhecimento



Fonte: Nonaka e Takeuchi (1997).

- Socialização - tácito para tácito – “processo de compartilhamento de experiências e, a partir daí, da criação do conhecimento tácito, como modelos mentais ou habilidades técnicas compartilhadas”.
- Externalização - tácito para explícito – “processo de criação do conhecimento perfeito, na medida em que o conhecimento tácito se torna explícito, expresso na forma de metáfora, analogias, conceitos, hipóteses e modelos”.
- Combinação - explícito para explícito – “processo de sistematização de conceitos em um sistema de conhecimento. Esse modo de conversão do

conhecimento envolve a combinação de conjuntos diferentes de conhecimento explícito”.

- d) Internalização - explícito para tácito – “processos de incorporação do conhecimento explícito no conhecimento tácito”.

Para Leite e Silva (2007) “a gestão do conhecimento engloba as práticas e metodologias de gestão da informação quando diz respeito principalmente aos processos relacionados à **captura, armazenamento** (grifos da autora), recuperação de uma parcela do conhecimento tácito, o qual neste momento é reduzido à estruturas de informação” Uma vez capturado o conhecimento, surge a dúvida de onde armazená-lo. O conhecimento explícito que pode ser facilmente registrado e por isso muitas vezes é armazenado em um repositório de conhecimento, um local onde o conhecimento fica registrado (TURBAN, 2004) Neste sentido, algumas empresas contam com a Tecnologia da Informação, como a Intranet, para criarem sua memória organizacional. A partir da Intranet, é possível fazer a troca de conhecimento tácito-tácito e a partir daí podendo ocorrer à socialização, além de facilitar a externalização (SILVA, 2004).

A tecnologia da informação permite que o conhecimento de uma pessoa ou de um grupo possa ser utilizado por outros membros da organização, ou por seus parceiros de negócios, no mundo todo (ALMEIDA, 2006)

Intranet funciona como um sistema de gerenciamento do conhecimento, ela ajuda a encontrar informações rapidamente, porém, para que ela funcione é preciso que todos gastem alguns minutos por dia gravando informações no sistema, assim todos poderão usar e partilhar o conhecimento coletado (SIEGEL 2000).

A memória organizacional compõe-se apenas de conhecimento explícito, ideias, análise de falhas, determinada vivência, os erros e as soluções abordadas, e esta é um facilitador para o trabalho com o formato explícito (SILVA, 2004).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Procedimento na prática, são atividades necessárias para adquirir dados nos quais se desenvolverão o raciocínio. A quantidade de dados é comparada a de problemas levantados na forma de objeto específico. “A identificação de procedimentos é feita indicando-se as atividades de coleta que serão desenvolvidas (pesquisas bibliográficas, experimento, levantamento, estudo de caso, pesquisa documental) tendo o cuidado de manter a identificação alfa numérica com o objetivo específico ao que se vinculam” (MARCONI; LAKATOS, 2000).

O método é a forma como deve se colocar os diferentes processos necessários para o resultado desejado. Nas ciências, um conjunto de procedimentos que deve ser realizado para investigar e demonstrar a verdade (CERVO; BERVIAN, 1983).

Para Santos (2000) a pesquisa é um meio de construir conhecimento; uma análise para solucionar um problema, porém, existe uma ordem de prioridade em que se faz ciência (fim), pela pesquisa (processo) e com metodologia (caminhos).

Metodologia científica é o estudo dos métodos de conhecer, de buscar o conhecimento. É a forma de pensar para se chegar à natureza de um determinado problema, seja para explica-lo ou estuda-lo. (CERVO E BERVIAN, 1983).

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

A empresa a ser estudada não possui manuais operacionais e ou manuais de procedimentos. Diante desta situação, a pesquisa objetiva conhecer e analisar detalhadamente os atuais processos de trabalho a fim de propor melhorias na eficiência das rotinas, através da formalização dos padrões referente às novas rotinas de trabalho.

Desta forma, o projeto quanto aos fins esta pesquisa terá caráter exploratório, descritivo, estudo de caso e pesquisa aplicada:

a) Pesquisa Exploratória: Segundo Santos (2000) é o método que utiliza de entrevista, estudos e levantamentos bibliográficos para informar o pesquisador a real importância do problema e o nível que encontram-se as informações já disponíveis sobre o tema. Para Gil (1996), pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista de torná-los mais

explícitos ou construir hipóteses. Na maioria dos casos, as pesquisas exploratórias envolvem: levantamento bibliográfico e entrevista com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado (GIL, 1996).

Para Gray (2012), estudos exploratórios buscam explorar o que está acontecendo, e são essencialmente úteis quando não se sabe o suficiente sobre um fenômeno.

Para Malhotra (2006), a pesquisa exploratória tem por objetivo explorar algo, seja ele um problema ou uma situação, a fim de obter maior conhecimento, e a partir daí identificar cursos alternativos de ação.

b) Pesquisa Descritiva: a pesquisa descritiva visa levantar opiniões, atitudes, percepções, expectativas e sugestões dos envolvidos, e tem por finalidade observar, registrar e analisar os fenômenos ou sistemas técnicos, sem entrar no mérito dos conteúdos. Esse tipo de pesquisa pode ser entendida como um estudo de caso onde, após a coleta de dados, é realizada uma análise das relações entre as variáveis para uma posterior determinação do efeitos resultantes em uma empresa, sistema de produção ou produto (GIL, 2008).

Para Gray (2012), Os estudos descritivos buscam descrever ou mostrar uma situação, pessoa ou evento, e como elas estão relacionadas entre si.

c) Pesquisa Aplicada: segundo Marconi (2008), a pesquisa aplicada com o próprio nome diz, caracteriza-se por seu interesse prático, isto é, que os resultados sejam aplicados ou utilizados, imediatamente, na solução de problemas que ocorrem na realidade. “A pesquisa aplicada tem como objetivo gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais” (PINHEIRO, 2010. p.19)

Quanto aos meios de investigação a pesquisa terá caráter bibliográfico, Estudo de Caso e Pesquisa-Ação.

a) Estudo de Caso: é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo conhecimento e detalhado conhecimento (GIL, 1996). Para Oliveira (2013), o estudo de caso é um método consiste, geralmente, em uma forma de aprofundar uma unidade individual. Ele serve para responder questionamentos que o pesquisador não tem muito controle sobre o fenômeno estudado.

b) Pesquisa Bibliográfica: fundamenta-se em procurar a solução de um problema através de conclusões de autores, encontradas em materiais (escritos) já

publicados anteriormente pelos mesmos, constituído principalmente de livros, artigos e atualmente com materiais disponibilizados na internet. Desta forma, a opinião do autor permite salientar a contribuição da pesquisa realizada, demonstrar contradições ou reafirmar comportamentos e atitudes (PINHEIRO, 2010). Neste sentido Martins complementa que pesquisa bibliográfica [...] “é procurar uma informação que não se sabe e que se precisa saber” (MARTINS, 2004. p.139).

Quadro 1 - Referencial Teórico

Assuntos	Autores	Temas abordados
Gestão do Conhecimento	Nonaka e Takeuchi (1997).	Criação de Conhecimento na Empresa
	Silva (2004); Terra (2001); Turban(2004), Magnani (2010).	Gestão do Conhecimento
	Davenport; Prusak (1998); Stewart (2002).	Capital Intelectual
Gestão de Pessoas	Chiavenato (2004)	Gestão de Pessoas

Fonte: Elaborado pela autora

c) Pesquisa-Ação: Para Pinheiro (2010), este tipo de pesquisa permite conhecer a realidade empírica, com ênfase na relação entre a teoria e a prática. “A preocupação do pesquisador desta forma é construir a teoria para prática” (PINHEIRO, 2010. p. 23). Este tipo de pesquisa é utilizada quando o pesquisador é participante e possui autonomia para controlar a pesquisa, a fim de alcançar os objetivos práticos da mesma (THIOLLENT, 1996). “Na pesquisa-ação o pesquisador desempenha um papel ativo no equacionamento dos problemas encontrados, no acompanhamento e na avaliação das ações desencadeadas em função dos problemas” (THIOLLENT, 1996, p. 17).

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA

A população-alvo é o grupo de pessoas onde se tem interesse de aplicar a pesquisa, tendo visto que essa população em potencial deve ser apresentada com intuito de identificar o alvo (ROESCH,2009).

Desta forma, este estudo será aplicado no setor de *e-commerce* da empresa Center Panavision, que é composto por 3 (três) funcionários diretos, os quais são responsáveis por gerenciar os anúncios e capturar as vendas do site e

outros canais de venda diariamente, e um *Web Designer*, responsável pelas fotografias dos produtos, tratamento das imagens e criação dos anúncios que irão para os canais de venda. Este setor ainda conta com o apoio dos setores: Almojarifado e Expedição, também alvos deste estudo. A pessoa responsável pelo almojarifado trabalha na empresa há mais de 30 anos, e possui um conhecimento único em peças e suas especificações, que adquiriu no decorrer destes anos. Conhecimento este indispensável no setor foco deste estudo, pois, é devido a informações técnicas que muitas vendas se concretizam. O almojarifado por sua vez, contribui neste setor através do envio das mercadorias vendidas.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Os dados da pesquisa serão oriundos de dados primários (dados colhidos diretamente pelo autor). “As fontes primarias englobam as obras que ainda não foram analisadas ou interpretadas e constituem o subsidio das pesquisas documentais” (ANDRADE, 2001, p. 43).

Segundo Marconi e Lakatos (2002) a coleta de dados variam de acordo com o tipo de pesquisa escolhida pelo pesquisador, elas podem ser: Coleta documental, entrevista, questionário, formulários entre outros.

Quanto à técnica de coleta de dados, a pesquisa utilizará: questionários e observação participante, pois, para Thiollent (2005), na pesquisa-ação estas são as principais técnicas de coleta de dados utilizadas.

3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

Neste estudo será utilizada na análise de dados a abordagem qualitativa, pois trata-se de um estudo que busca descrever a complexidade de um determinado problema, a fim de propor mudanças obtendo-se assim melhoria nos processos (DIEHL; TATIM, 2004).

3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O quadro abaixo apresenta um resumo dos procedimentos metodológicos que serão utilizados na pesquisa deste estudo.

Quadro 2 - Síntese do delineamento da pesquisa

Objetivos Específicos	Tipo de Pesquisa Quanto aos Fins	Meios de Investigação	Técnica de coleta de dados	Procedimentos de coleta de dados	Técnica de análise dos dados
Conhecer os processos de trabalho da empresa	Exploratório e Descritiva	Estudo de Caso e Pesquisa Bibliográfica	Observação	Pessoal	Qualitativa
Revisar e propor melhorias na eficiência dos processos do trabalho	Exploratório e Descritiva	Estudo de Caso e Pesquisa Bibliográfica	Pesquisa Bibliográfica	Pessoal	Qualitativa
Elaborar um manual padronizados das atividades críticas desenvolvida	Exploratório e Descritiva	Estudo de Caso e Pesquisa Bibliográfica	Pesquisa Bibliográfica	Pessoal	Qualitativa
Avaliar o desempenho do novo processo da espiral do conhecimento	Exploratório e Descritiva	Estudo de Caso e Pesquisa Bibliográfica	Observação	Pessoal	Qualitativa

Fonte: Elaborado pela autora

4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Neste capítulo será apresentado como foi feita a coleta de dados para elaboração deste estudo.

4.1 MAPEAMENTO DOS PROCESSOS DE TRABALHO DA EMPRESA

O presente estudo foi realizado em uma Empresa privada do segmento de assistência técnica e comércio de componentes eletrônicos localizada em Criciúma Santa Catarina constituiu na identificação, descrição e mapeamento dos processos de um determinado setor da Empresa estudada. Para realização do trabalho, primeiramente se fez necessário realizar uma pesquisa sobre o funcionamento dos processos e análise dos mesmos. Sequencialmente, definiu-se a forma e a ordem mais adequada para realização dos processos a fim de otimizar os mesmos. Para isso foram elaborados fluxogramas, manuais operacionais, manuais sistêmicos e materiais áudio visual para explicação do processo.

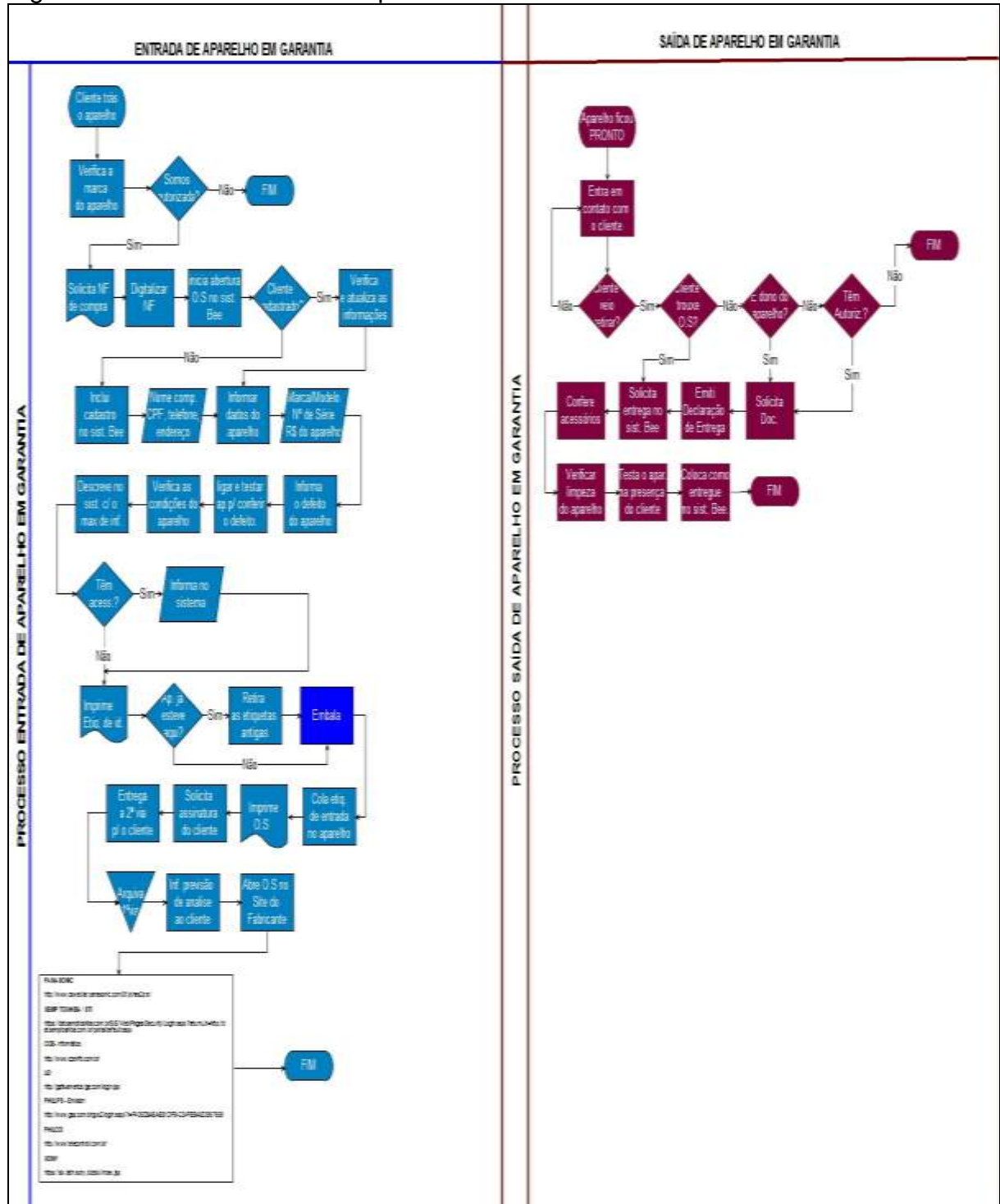
Na Figura 5 será apresentado o fluxograma das entradas e saídas de aparelhos da assistência técnica e o Quadro 3 explica o procedimento da entrada de aparelhos.

Quadro 3 - Entrada de Aparelhos

Legenda	Entrada do Aparelho
01	Recebimento do Produto: Antes de registrar a entrada do aparelho, o colaborador deve verificar se somos autorizados da marca em casos de garantia, e ou se atendemos o produto que o cliente possui em casos de orçamento.
02	Operação: É o forma de entrada do aparelho, garantia ou orçamento. Em casos de garantia é obrigatória a apresentação da Nota fiscal de compra pelo cliente.
03	Informações do produto: Neste campo são preenchidas todas as informações do aparelho, como: Modelo, nº de série, valor estimado, data e Nº da nota fiscal de compra para os casos de garantia..
	Defeito do produto: Antes de descrever o produto, o colaborador deve testar o aparelho na presença do cliente. Somente após a confirmação do defeito o colaborador poderá registrar o defeito na Ordem de Serviço.
04	Cliente: Informar os dados do cliente ou proprietário do produto. Nos casos de garantia o cliente deverá ser o mesmo registrado na NF de compra do produto.
05	Acessórios e Condições: Neste campo será descrito o que acompanha o aparelho Ex. Controle remoto, e as condições física do produto e dos acessórios Ex. Televisor com arranhões no canto inferior esquerdo e controle remoto sem a tampa traseira.
06	Conclusão do registro de Ordem de Serviço: Após inserir todas as informações necessárias, o colaborador deverá imprimir a Ordem de serviço e coletar a assinatura do cliente entregando-lhe a segunda via, e imprimir a etiqueta de identificação do produto.
07	Embalamento: Após o registro da entrada do produto na assistência, o Recepcionista deve embalar o produto e envia-lo a expedição para que a mesma posicione o produto.

Fonte: Elaborado pela Autora

Figura 6 - Entrada e Saída de Aparelhos



Fonte: Elaborado pela Autora

No Quadro 4 será explicado o fluxograma de entradas e saídas de aparelhos apresentado na Figura 5.

Figura 7 - Saída de Aparelhos

Legenda	Saída do Aparelho
01	Produto reparado ou disponível para retirada: O aparelho só poderá ser entregue a quem possuir a ordem de serviço impressa e original, e ou ao titular da ordem de serviço. A ordem de serviço impressa entregue pelo cliente fica retida na empresa. Nos casos de retirada sem ordem de serviço o cliente deverá assinar uma declaração de entrega.
	Solicitação de entrega: Solicitar o aparelho a expedição via sistema.
	Acessórios e Condições: Verificar se o produto possui acessórios e entrega-los junto com o aparelho.
02	Teste: Assim como na entrada, o aparelho deve ser testado na saída. Mesmo em casos que o aparelho esteja embalado ou na caixa. Caso o aparelho apresente defeito, informar o técnico imediatamente.
03	Embalamento: Após o teste do aparelho embalar o aparelho novamente para que o cliente possa levar o produto em segurança.
06	Valores: Nos casos de orçamento, verificar o valor negociado com o cliente antes de enviá-lo para o caixa.
07	Entrega: Após o pagamento confirmado (nos casos de orçamento) efetivar a entrega ao cliente e dar baixa no sistema marcando o aparelho como entregue.

Fonte: Elaborado pela Autora

4.2 REVISÃO E MELHORIAS NA EFICIÊNCIA DOS PROCESSOS DE TRABALHO

A escolha do setor da Assistência Técnica deu-se devido à recorrência de erros que acabavam afetando outros setores, impactando diretamente na qualidade dos serviços prestados, assim como na satisfação dos clientes.

Após estudar os processos, foi identificado que não havia padrão nas rotinas. Os funcionários deste setor executavam as mesmas tarefas de forma diferente uns dos outros. Desta forma, identificou-se a necessidade de revisão e padronização, além dos treinamentos aos envolvidos.

Como ferramenta de padronização a pesquisadora elaborou fluxogramas dos processos e manuais operacionais. Para cada setor envolvido elaborou-se um Procedimento operacional, sendo eles:

- a) Procedimento operacional: Recepção: PO – 03.01.01
- b) Procedimento Operacional Laboratório: PO – 03.03.01
- c) Procedimento Operacional Gestores de Ordem de Serviço: PO 03.04.01 e PO 03.04.02.

Todo material produzido durante o estudo está disponível em uma pasta na rede de computadores da empresa onde todos os colaboradores tem acesso, a fim de que os mesmos o acessem quando necessário.

Os manuais têm como objetivo padronizar os procedimentos e orientar o colaborador na execução correta das tarefas. Com a padronização dos processos e

treinamento dos colaboradores, é possível otimizar os processos tornando-os mais eficientes, e conseqüentemente, produz-se a qualidade nos serviços prestados.

Durante o estudo observou-se várias falhas no processo, porém o fator mais preocupante era a falta de treinamento dos funcionários. A revisão do processo envolveu desde a tarefa mais simples até a mais complexa. Exemplo:

- a) **Embalamento dos aparelhos:** ao embalar o aparelho os colaboradores colavam a fita adesiva diretamente no aparelho, posteriormente ao retirar a fita ficava a cola da mesma no aparelho, sendo impossível a completa remoção em alguns casos;
- b) **Etiqueta de identificação do aparelho:** Não havia padrão para colagem da etiqueta no aparelho, sempre que alguém ia procurar o mesmo não sabiam de que lado do aparelho a etiqueta estava colada, além disso, em alguns casos era preciso remover vários aparelhos do lugar para poder visualizar a etiqueta, pois as etiquetas eram coladas em qualquer parte do produto;
- c) **Cadastro de cliente:** Não era cadastrado o tipo de telefone do cliente, o que impossibilitava o envio de SMS diretamente do sistema, além da escrita incorreta do nome do mesmo, o que implicava diretamente na busca da ordem de serviço do cliente;
- d) **Teste de aparelhos:** Os aparelhos não eram testados em sua entrada e ou em sua entrega. Isso gerava reclamações posteriores, pois alguns aparelhos eram entregues totalmente embalados e sem conferência de estado físico ou funcional.

Diante desses e outros problemas levantados percebeu-se a necessidade da criação do conhecimento formal e externalizado na empresa em estudo.

O manual no formato áudio visual foi uma forma dinâmica encontrada para prender a atenção do colaborador na execução de suas rotinas, fazendo ainda que os materiais áudio visuais reforçassem os procedimentos Operacionais (parte escrita) criados. O material áudio visual ficará disponível em uma pasta na rede, onde todos os colaboradores tem acesso.

4.3 A APLICAÇÃO DA ESPIRAL DO CONHECIMENTO

Para explicar o processo da criação do conhecimento, Nonaka e Takeuchi (1997) apresentam quatro modos de conversão através do espiral do conhecimento. Esses quatro modos por eles denominados socialização, externalização, combinação e internalização, constituem o “motor” do processo de criação do conhecimento como um todo, pois interagem entre si na espiral de criação do conhecimento. O espiral do conhecimento é um processo dinâmico e contínuo na criação do conhecimento.

Para criação do conhecimento organizacional é preciso que a empresa primeiramente reúna o conhecimento tácito dos indivíduos e os transforme em conhecimento explícito, pois esta será a base da criação do conhecimento. A mobilização do conhecimento tácito consiste no registro do conhecimento individual de cada indivíduo. As receitas de família são modelos de conhecimento explícito. Algum dia alguém parou para perguntar e anotar como se fazia tal receita, ou até mesmo avó (geralmente mentora da(s) receita(s)) decidiu anotar suas receitas para poder repeti-las ou até mesmo compartilhar com seus filhos e ou netos. Certamente ela não tinha conhecimento que estava colocando em prática a criação do conhecimento, pois suas gerações futuras poderão usufruir de sua receita.

Assim é a criação do conhecimento organizacional, é um processo em espiral que tem início no nível individual e vai avançando para vários setores e ou departamentos. A ampliação do conhecimento tácito ocorre através dos quatro modos de conversão do conhecimento (socialização, externalização, combinação e internalização), que é chamada de espiral do conhecimento.

A socialização consiste no compartilhamento das experiências e conhecimento dos individuais. A externalização consiste no diálogo coletivo, deste modo, os indivíduos compartilham com maior facilidade o conhecimento tácito oculto. A combinação, como o próprio nome sugere, ela combina mais de uma ação, ou seja, a combinação é provocada pela colocação do conhecimento recém criado através da socialização e externalização e do conhecimento já existente. A internalização, por sua vez, consiste em colocar em prática o conhecimento adquirido.

4.4.1 Socialização

A socialização ocorre através de tácito para tácito, ou seja, a criação do conhecimento tácito ocorre através da troca de experiências. Para que ela aconteça, é preciso que os indivíduos compartilhem seus conhecimentos, experiências, ideias, etc. Este conhecimento pode ser adquirido com conversas ou até mesmo através da observação. “O segredo para a aquisição do conhecimento tácito é a experiência. (NONAKA; TAKEUCHI, 1997)”.

Na empresa estudada a Socialização ocorreu através da observação dos processos pela pesquisadora e troca de informações com os envolvidos. Diariamente durante a produção dos materiais eram coletadas informações dos processos com cada indivíduo envolvido.

A partir da coleta dos dados e análise dos processos, elaborou-se manuais com padronização dos processos, transformando assim, o conhecimento tácito em conhecimento explícito.

4.4.2 Externalização

Nesta etapa o conhecimento tácito é convertido em conhecimento explícito, ou seja, o conhecimento que era individual agora é um conhecimento que pode ser acessado por outras pessoas, pois assume a forma escrita. Este processo foi realizado com base no conhecimento da pesquisadora em conjunto com as informações fornecidas pelos entrevistados, pois tais informações não estavam documentadas. Pelo fato de a pesquisadora ter trabalhado em vários setores da empresa, facilitou a externalização do conhecimento. Desta forma tornou-se fácil extrair as informações faltantes necessárias para elaboração dos manuais,

Nesta transformação foi preciso que a pesquisadora, responsável em transformar o conhecimento tácito em explícito, tomasse cuidado para deixar o conhecimento explícito o mais claro possível, além de não distorcer as informações na transcrição delas.

Nonaka e Takeuchi (1997) ressaltam que entre os quatro modos de conversão do conhecimento, a externalização é a chave para criação do conhecimento, pois cria conceitos novos e explícitos a partir do conhecimento. Com

o conhecimento tácito transformado em explícito a partir dos procedimentos, é possível seguir para próxima etapa da conversão do conhecimento.

4.4.3 Combinação

Na conversão do conhecimento, a combinação é a conversão do conhecimento explícito em conhecimento explícito. Ou seja, é quando se usa o conhecimento existente (documentado) para gerar um novo conhecimento. Isso ocorre quando os envolvidos combinam ou trocam conhecimentos através de reuniões, conversas informais ou até mesmo documentos ou qualquer outra forma de comunicação (NONAKA; TAKEUCHI, 1997). Neste estudo a combinação foi aplicada em reuniões com os envolvidos que foram apresentadas os materiais produzidos. A partir daí observou-se a reação dos mesmos quanto aos padrões apresentados.

Inicialmente não houve interação considerável dos envolvidos, porém no decorrer do estudo pode-se observar que a rejeição partia dos colaboradores mais antigos. No decorrer do estudo, com a manutenção diária dos processos aplicados e incentivo na participação dos envolvidos, notou-se que a aceitação ocorre de forma mais rápida quando os envolvidos perceberam que suas sugestões eram analisadas e aplicadas quando coerentes com o processo, facilitando assim a aceitação dos novos processos propostos.

4.4.4 Internalização

A Internalização é a conversão do conhecimento explícito em conhecimento tácito. Ele é criado através da interpretação dos conhecimentos explícitos que estão disponíveis em manuais, no caso deste estudo, nos materiais produzidos durante o estudo.

A internalização pode ser considerada como a forma de obter o conhecimento tácito ou *know-how*, que deverá ser colocado em manuais, com o intuito de facilitar a transferência para outras pessoas. Os manuais facilitam os indivíduos a internalizarem suas experiências, aumentando assim seu conhecimento tácito (NONAKA; TAKEUCHI, 1997).

Desta forma quando um novo conhecimento é disponibilizado para todos da organização muitos outros indivíduos ampliam ou reformulam seu conhecimento tácito, tornando-o assim internalizado.

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo foi descrever a aplicação dos quatro modos da conversão do conhecimento (espiral do conhecimento) de Nonaka e Takeuchi (1997) na empresa Center Panavision.

Os métodos descritos por Nonaka e Takeuchi (1997) preceituou uma ordem perfeita para o resultado obtido no estudo. Buscava-se identificar as falhas nos procedimentos por falta de padronização e criar um repositório de conhecimento organizacional que servisse de base para que o conhecimento permanecesse na organização. Um dos benefícios da gestão do conhecimento nas organizações, é que o conhecimento não é levado juntamente com o colaborador quando o mesmo deixa a organização. A empresa em estudo não possuía nenhum tipo de manual de operacional. Com a prática do espiral do conhecimento proposto por Nonaka e Takeuchi (1997), foi possível criar tais manuais operacionais, assim como aplicá-los e acompanhar os resultados oriundos da Criação do Conhecimento na Organização.

Após estudar os processos, foi identificado que não havia padrão nas rotinas. Os funcionários executavam as mesmas tarefas de forma diferente uns dos outros, realizavam suas atividades de acordo com o que aprendiam com os colegas de trabalho. Desta forma, identificou-se a necessidade de revisão e padronização, além de treinamentos aos envolvidos.

Como ferramenta de padronização a pesquisadora elaborou fluxogramas dos processos e manuais operacionais. Para cada setor envolvido elaborou-se um Procedimento operacional. Para isso foi preciso estudar e entender os processos detalhadamente. Este trabalho mostrou, contudo que com os processos padronizados, otimizou-se tempo, pois eliminou-se os gargalos existentes e qualificou-se o atendimento diminuindo assim as reclamações de clientes.

4 REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução a metodologia do trabalho científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ALMEIDA, Dagoberto Alves de; LEAL, Fabiano; PINHO, Alexandre Ferreira de and FAGUNDES, Liliane Dolores. **Gestão do Conhecimento na análise de falhas: mapeamento de falhas através de sistema de informação**. *Prod.* [online]. 2006, vol.16, n.1, p. 171-188.

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. . **Capital intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.

AUTHIER, Michel; LEVY, Pierre. **As Árvores do Conhecimento**. São Paulo: Escuta, 1995.

CAMERA, Raquel Lorenzoni. **Proposta de Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos para uma Empresa Metalúrgica da cidade de Ibirubá-RS, com Base na Produção mais Limpa**. 2010. 78 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia Ambiental) – Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo.

CARVALHO, Claudio Paula de. **Gestão do conhecimento e sua correlação com a sustentabilidade organizacional**. Rio de Janeiro, Niterói, 2013.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica** para uso dos estudantes universitários. 3 ed. São Paulo: Ed. McGraw-Hill, 1983

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. 2.ed Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1998.

DUPPRE, Nádia Cristina. **Simplificando a elaboração do trabalho científico: Noções básicas sobre amostragem não probabilística (não aleatória)**, São Paulo, jul. 2012. Disponível em: <http://www.unesc.net/portal/resources/122/arquivos/normas_referencias.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2013.

DRUCKER, Peter. **Desafios Gerenciais para o Século XXI**. São Paulo: Pioneira, 1999.

OLIVEIRA, Emanuelle. **Estudo de Caso**. Florianópolis: InfoEscola.com, mai. 2005. Disponível em: <http://www.infoescola.com/sociedade/estudo-de-caso/> Acesso em: 11 nov. 2013.

GALBRAITH, Jay R. **Organizando para competir no futuro**. São Paulo: Makron Books, 1995.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3.ed São Paulo: Ed. Atlas, 1996.

GRAY, David E. **Pesquisa no mundo real**. 2. Ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica: competitividade e globalização**. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2008.

FRANCO JUNIOR, Carlos F. **e-Business na Infoera: O impacto da Infoera na Administração de Empresas: Internet e telecomunicação, comunicação multimídia digital, tecnologia e sistema de informações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LARA, Consuelo Rocha Dutra de. **Gestão do Conhecimento: a importância de avaliar e identificar o capital humano nas organizações**. São Paulo: Nobel, 2004.

LEITE, Fernando Cesar; LIMA, Sely Maria de Souza. **Gestão do conhecimento Científico: proposta de um modelo conceitual com base em processos de comunicação científica**. Brasília, 2007.

LÉVY, Pierre; AUTHIER, Michel. **As árvores do conhecimento**. São Paulo: Escuta, 1995.

KALAKOTA, Ravi; ROBINSON, Marcia. **E-Business: estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MAGNANI, Marcio. **Introdução a gestão do conhecimento: Organizações como sistemas sociais complexos**. Pelotas: Embrapa, 2010.

MALHOTRA. Naresh k. **Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada**. São Paulo: Artmed, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: Planejamento em execução, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. 3.ed Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1997

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirota. **Gestão do Conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

OLIVEIRA, Gisely de. **Avaliação de desempenho com foco em competências - Perspectiva comportamental dos recuperadores de ativos bancários**. 2004. 120 f. Trabalho de Conclusão de Estágio (graduação em Administração) – Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu.

PINHEIRO, José Maurício. **Da iniciação científica ao TCC: uma abordagem para os cursos de tecnologia**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

QUINTELLA, Heitor M. **Gestão da Mudança**. Rio de Janeiro: Suma Econômica, 1998.

RIBEIRO, Antônio de Lima. **Gestão de pessoas**. São Paulo: Saraiva 2005.

RUZZARIN, Ricardo; AMARAL, Augusto Prates do; SIMIONOVSKI, Marcelo. **Gestão de Pessoas com Base em Competências**. Porto Alegre: AGE, 2003.

SABBAG, Paulo Yazigi. **Espirais do conhecimento: ativando indivíduos, grupos e organizações**. São Paulo: Saraiva, 2007.

SIEGEL, David. **Futurize sua empresa: estratégias de sucesso na era do e-customer, e-business, e-commerce**. São Paulo: Futura, 2000.

SILVA FILHO, Candido Ferreira; SILVA, Lucas Frazão et al. **Tecnologia da Informação e Gestão do Conhecimento**. Campinas: Alínea, 2005.

SILVA, Sergio Luiz da. **Gestão do conhecimento: uma revisão crítica orientada pela abordagem da criação do conhecimento**. Brasília, 2004.

SMITH, Rob; SPEAKER, Mark; THOMPSON, Mark. **O mais completo guia sobre e-Commerce**. São Paulo: Futura, 2000.

STEWART, Thomas A. **A riqueza do conhecimento: o capital intelectual e a organização do século XXI**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2002.

TERRA, José Carlos C. **Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial: uma abordagem baseada no aprendizado e na criatividade**. São Paulo: Negócios Editora, 2001.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. 14. ed. aum São Paulo: Cortez, 2005.

TONET, Helena Correa; PAZ, Maria das Graças T. da. Um modelo para o compartilhamento de conhecimento no trabalho. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, PR, v. 10, n. 2, p. 75-94, abr./jun. 2006.

TURBAN, Efraim; MCLEAN, Ephraim R; WETHERBE, James C. **Tecnologia da informação para gestão: transformando os negócios na economia digital**. Porto Alegre: Bookman, 2004

VASCONCELLOS, Eduardo. **E-commerce nas empresas brasileiras**. São Paulo: Atlas, 2005.

YAMAGUCHI, Cristina keiko. **Contabilidade ambiental nas organizações: instrumento de criação do conhecimento**. Curitiba: Juruá, 2013.

6 APÊNDICES

APÊNDICE I – PROCEDIMENTO OPERACIONAL: RECEPÇÃO: P.O – 03.01.01

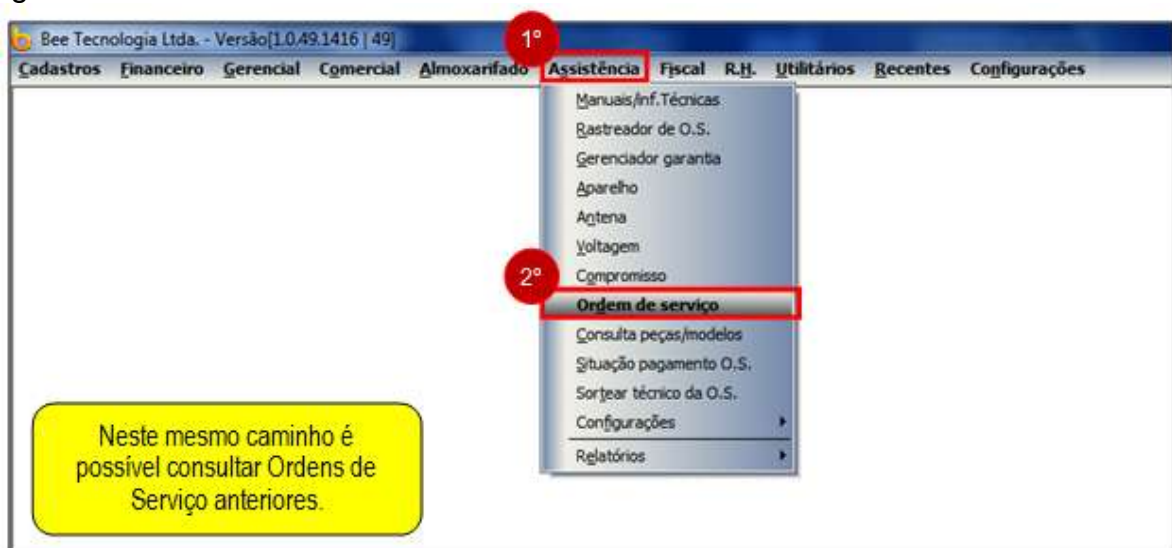
TIPO: PROCEDIMENTO OPERACIONAL	REVISADO POR: <hr/> Juarez Nunes	RESPONSÁVEL <hr/> Carla Ap.Pacheco	APROVADO POR: <hr/> Juarez Nunes
1 – OBJETIVO: Orientar o colaborador no registro de ordem de serviço			
2– Quem: Recepção	3– Quando: Na entrada de aparelhos	4– Onde: Recepção da Assistência Técnica	
3 – Condições e Recursos necessários: Nota Fiscal de compra do cliente ou NF de remessa para conserto, Acesso ao sistema Bee.			
4 – Cuidados especiais: <ul style="list-style-type: none"> a) Atualizar o cadastro do cliente; b) Conferir se as informações da Nota fiscal conferem com o aparelho fisicamente; c) Conferir e anotar detalhadamente o estado físico do aparelho; d) Informar data da previsão de análise, observando sempre a quantidade de aparelho já previsto para o dia selecionado. 			

5 – DESCRIÇÃO DO PROCEDIMENTO

Abertura da Ordem de serviço:

Para abertura de Ordem de Serviço no sistema Bee, acesse: Assistência → Ordem de Serviço.

Figura 8 – Atalho

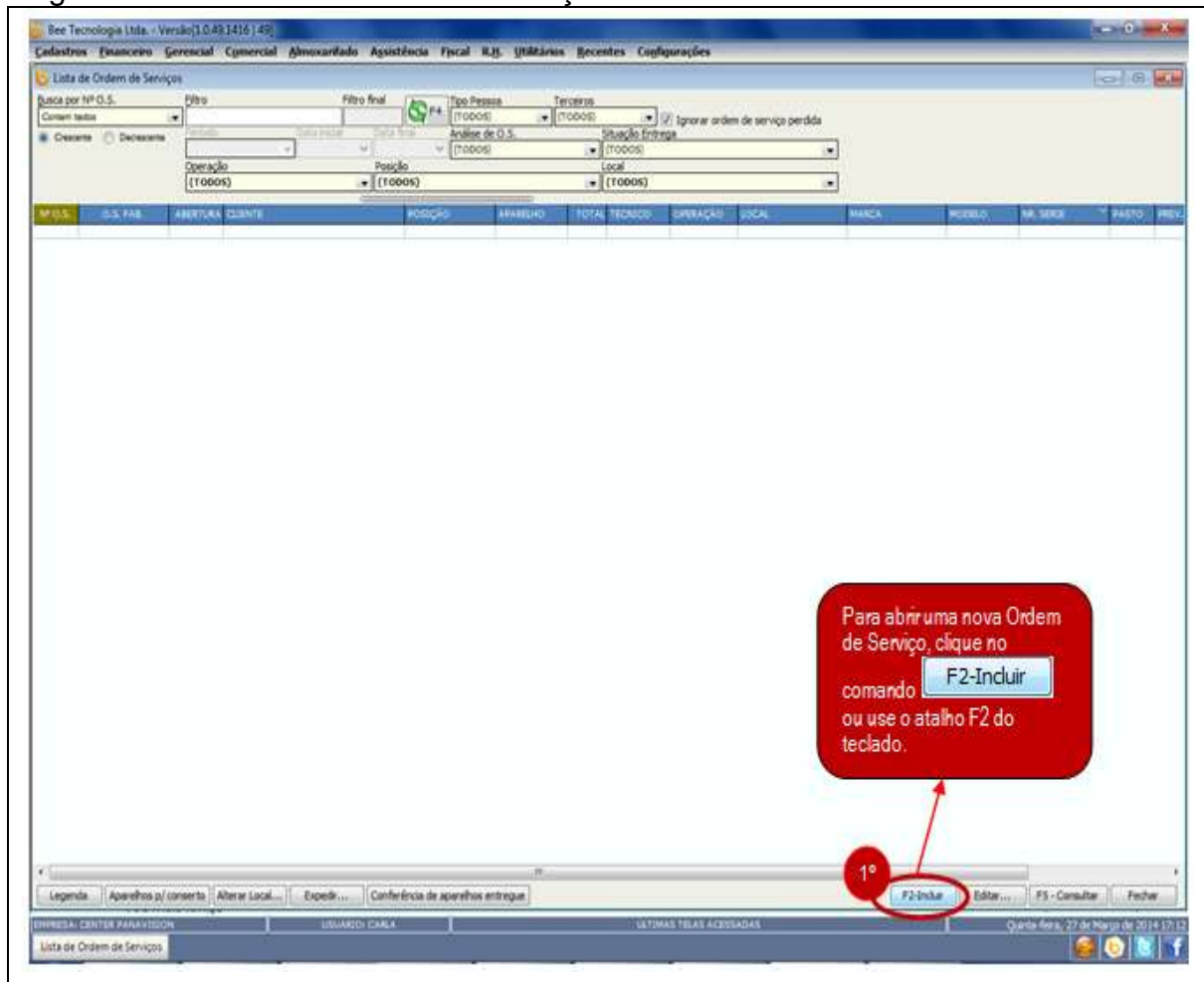


Fonte: Sistema Bee

Ao acessar o caminho acima mencionado, é possível consultar e ou registrar as ordens de serviços. Para registrar a entrada do aparelho no sistema, é necessário preencher todos os dados do cliente e do aparelho.

A Figura 2 apresenta todos os campos que devem ser preenchidos obrigatoriamente no registro de entrada de aparelho no sistema Bee.

Figura 2 – Abertura da ordem de serviço



Fonte: Sistema Bee.

Após clicar em Incluir (F2), abrirá a tela de inclusão de ordem de serviço.

Figura 3 – Preenchimento da Ordem de Serviço na Abertura.

Fonte: Sistema Bee.

Para explicar com detalhes o preenchimento da abertura de Ordem de serviço da interface da Figura 3, a Legenda a seguir esclarece cada uma, de acordo com a numeração indicada.

Legenda	Funcionalidade
01	Operação: O primeiro passo na abertura de uma ordem de serviço é definir a operação, ou seja, neste campo você define se o aparelho que esta entrando é Orçamento, Garantia. Ao clicar no comando <input type="button" value="▼"/> será possível fazer a escolha da operação. O tipo de operação definirá os campos obrigatórios a serem preenchidos.
02	Aparelho: Para selecionar o aparelho clique F3 e digite o nome do aparelho desejado. Ex. TV. Caso o sistema não possua cadastro do aparelho desejado, deve-se solicitar aos gestores de O.S que façam o cadastro, porém, pode ocorrer de a recepção estar com muitos clientes aguardando para serem atendidos, neste caso, poderá ser usado o cadastro: “aparelho sem cadastro” no campo aparelho, porém, esta ordem de serviço estará com pendência, sendo assim, quando a recepção estiver sem movimento, o atendente que abriu a ordem de serviço deverá solicitar o cadastro do aparelho aos responsáveis. Verificar a Figura 5
03	Marca: Clique F3 e faça a busca da marca do aparelho e de 2 (dois) cliques seguidos para selecioná-lo: Ex. Philips. Observação: Alguns comandos são validos para todas as funções do sistema: F2 = Incluir F3 = Pesquisar, F5 Abrir/Editar.

Continuação.

Continuação.

Legenda	Funcionalidade
04	Modelo: Digite o modelo Atenção: O modelo e o número de série serão digitados manualmente, portanto preste atenção para não digitar errado.
06	Data da Compra: Digite a data da compra conforme a NF de compra do cliente Atenção: Verificar se o aparelho está dentro do período de garantia fornecido pelo fabricante, geralmente este prazo é de 12 meses a partir da data de compra, porém, em alguns casos pode variar entre 6 meses ou 24 meses (verificar o período com o setor de garanta).
07	Revendedor: Digite o nome da loja onde o cliente adquiriu o produto.
08	Nº NF: Digite o nº da nota fiscal de compra do cliente.
09	Valor do aparelho: Digite o valor pago pelo cliente no produto (este valor será usado em casos de reembolso ao cliente).
10	Nº de série complementar: Apenas alguns aparelhos possuem nº de serie complementar, sendo assim o mesmo só será preenchido quando o aparelho trouxer está informação. O mesmo acontecerá com Garantia estendida. Quando o aparelho for garantia estendida, o cliente deverá entregar ao atendente um senha para o atendimento que deverá ser informada neste campo. Nota: Garantia estendida é uma garantia que o cliente pagou para possui-lá, ou seja, quando o cliente compra um aparelho, ele paga um valor adicional para ter um período de garantia maior do que a fornecida pelo fabricante.
11	Cliente: Para pesquisar o cliente digite F3, se o mesmo não possuir cadastro digite F2 e efetue um novo cadastro (Cadastro de cliente verificar a Figura 8).
12	Previsão: Selecionar a previsão conforme o tipo de aparelho, antes verifique a quantidade de aparelhos a serem analisados no período e defina o prazo para análise do aparelho.
13	Voltagem: Informar se o aparelho é 220v ou 110V
14	Defeito: Coletar informação do defeito com o cliente e efetuar o teste na recepção
15	Condições: Descrever as condições físicas do aparelho com detalhes. Ex. Aparelho com um arranhão fundo perto do botão liga/desliga.
16	Periféricos: Descrever os acessórios que acompanham o aparelho. Ex. Controle remoto, base.
17	Gravar: Após preencher todos os campos obrigatórios e inserir todas as informações necessárias e clique em gravar. Nota: Após clicar em gravar, o sistema solicitará a senha do usuário para prosseguir. Digite sua senha e aperte Enter, ao fazer isso o sistema perguntará se você deseja imprimir a Ordem de serviço e a etiqueta de identificação do aparelho, digite sim .

A Figura 5 mostra como efetuar a pesquisa do aparelho.

Figura 9 – Cadastro de cliente

1º Clique na tecla F3 do teclado para iniciar a pesquisa

2º Digite a descrição do aparelho, Ex. TV LED.

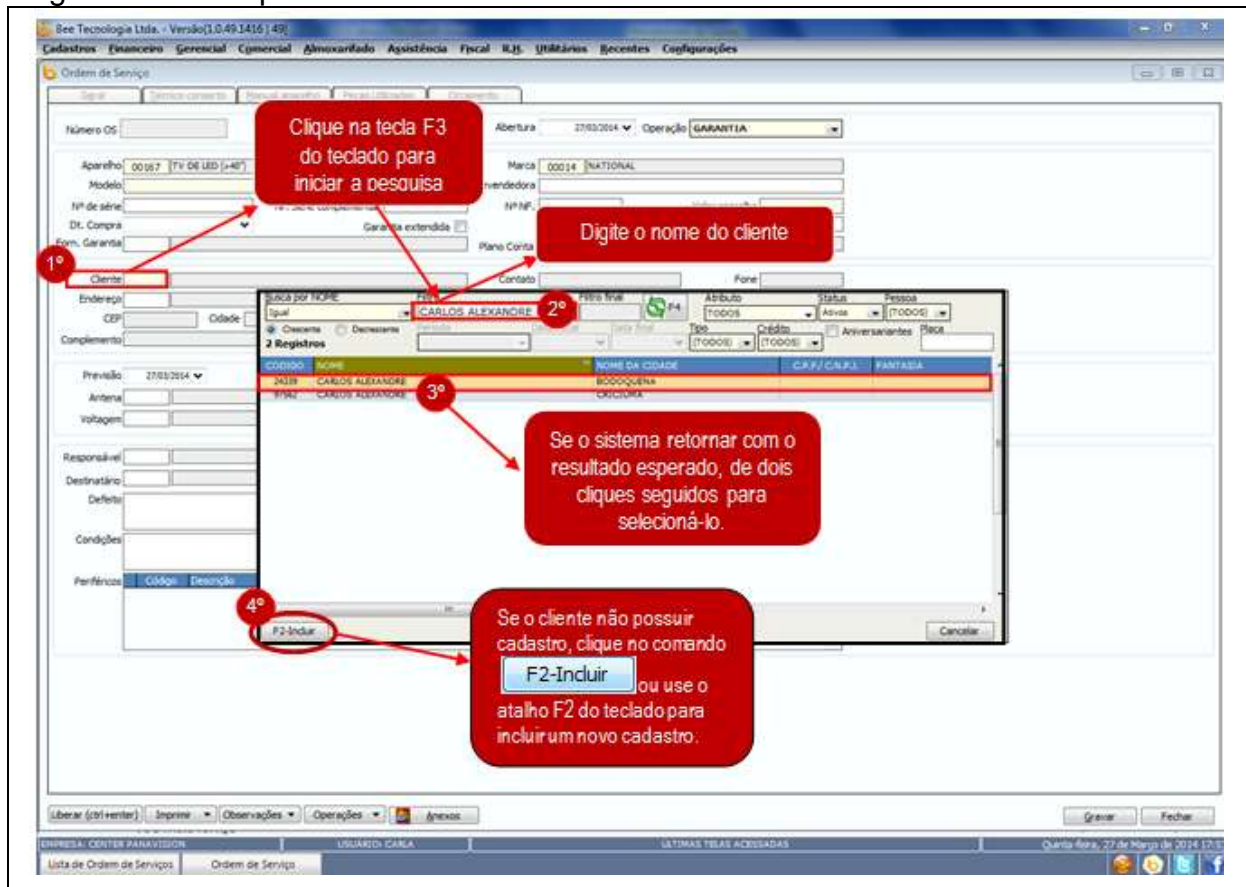
3º Se o sistema retornar com o resultado esperado, de dois cliques seguidos para selecioná-lo.

Observação: Utilize este mesmo procedimento para pesquisar e selecionar a marca do aparelho.

CODIGO	DESCRIÇÃO DO APARELHO	GRUPO	DESCRIÇÃO DO GRUPO
167	TV DE LED (40")	4631	TV DE LED
168	TV DE LED (40")	4631	TV DE LED

Fonte: Sistema Bee

Figura 10 – Pesquisar cliente



Fonte: Sistema Bee

A Figura 7 mostra uma ordem de serviço com todos os campos descritos acima preenchidos.

Figura 11 – Abertura de Ordem de Serviço concluída

The screenshot displays the 'Consulta de Ordem de Serviço' window in the Bee Technology system. The interface includes a menu bar at the top with options like 'Cadastro', 'Financeiro', 'Gerencial', 'Comercial', 'Administrativo', 'Assistência', 'Fiscal', 'R.H.', 'Utilitários', 'Relatórios', and 'Configurações'. The main form is titled 'Consulta de Ordem de Serviço (9361104)'. A red box highlights the 'Número OS' field containing '9361104'. A red callout box with white text states: 'Após gravar a ordem de serviço, o sistema irá gerar um nº para a mesma.' The form contains various fields for service details, including 'U.S. FAB.', 'Previsão', 'Técnico', 'Vr. pré-aprovado', 'Abertura', 'Operação', 'Posição', 'Local', 'Aparelho', 'Modelo', 'Nº de série', 'Dt. Compra', 'Form. Garantia', 'Marca', 'Revendedora', 'Nº NF.', 'Valor aparelho', and 'N. garantia estendida'. Client information is also present, such as 'Cliente', 'Endereço', 'CEP', 'Cidade', 'UF', 'SC', 'Barro', and 'Email'. At the bottom, there are tabs for 'Observação', 'Defeito', and 'Parcelas', and a status bar showing 'EMPRESA: CENTER NAVIGATION', 'USUÁRIO: CARLA', and 'ULTIMAS TELAS ACESSADAS'.

Fonte: Sistema Bee

A Figura 8 mostrará todos os campos necessários para efetuar o cadastro do cliente.

Figura 8 – Cadastro de cliente

Fonte: Sistema Bee

Legenda	Funcionalidade
01	Tipo de Pessoa: Selecione se o cliente é pessoa física ou jurídica.
02	CPF/CNPJ: Digite o CPF ou CNPJ do cliente, caso o cliente já tenha cadastro com o CPF/CNPJ informado o sistema alertará o usuário do cadastro existente.
03	Nome: Digite o nome do cliente
04	CEP: Se o cliente souber o CEP de sua residência o sistema preencherá os campos: Cidade, Endereço e Bairro, porém, se o CEP for o único da cidade o sistema preencherá somente o campo Cidade.
05	Cidade: Digite a cidade
06	Endereço: Digite o nome do logradouro do cliente (rua, avenida, rodovia etc.)
07	Nº: Informar o nº da residência ou Edifício
08	Bairro: Digite o bairro
09	Complemento: Se o cliente residir em apartamento, digite o nome do edifício e o nº do apartamento.
10	Telefone: Neste campo digite o telefone fixo do cliente com o DDD
11	Celular: Digite o nº do celular do cliente com o DDD
12	E-mail: Digite o e-mail do cliente
13	Gravar: Após preencher todos os campos obrigatórios e inserir todas as informações necessárias e clique em gravar.

APÊNDICE II – PROCEDIMENTO OPERACIONAL RECEPÇÃO: ENTRADA DE APARELHOS EM GARANTIA P.O – 03.01.02



TIPO: PROCEDIMENTO OPERACIONAL	REVISADO POR: <hr/> Juarez Nunes	RESPONSÁVEL <hr/> Carla Aparecida Pacheco	APROVADO POR: <hr/> Juarez Nunes
1 – OBJETIVO: Descrever as etapas do processo de abertura de ordens de serviço em garantia de uma empresa de assistência técnica.			
2– Quem: Técnicos	3– Quando: Entrada de Aparelhos para Conserto	4– Onde: Laboratório Técnico	
3 – Condições e Recursos necessários: Nº da Ordem de Serviço, localização do aparelho, acesso ao sistema Bee			
4 – Cuidados especiais: <ol style="list-style-type: none"> Conferir se o produto descrito na Ordem de Serviço corresponde ao aparelho que está sendo analisado; Verificar se as condições físicas do aparelho correspondem a descrição inserida pela recepção; Verificar se o aparelho possui etiqueta de reparo anterior, caso positivo, remove-lá para que não haja confusão na localização e posicionamento do aparelho; Descrever o defeito e o serviço a ser efetuado; Posicionar o aparelho após análise; 			

5 – DESCRIÇÃO DO PROCEDIMENTO

Seq.	Ação Princ.	Ações Secund.	Quem?	Fluxo	Imagem	Doc?	Caminho no sistema
1º	Recepção do cliente		Recepção	<pre> graph TD A[Cliente trás o aparelho] --> B[Verificar a marca do aparelho] B --> C{Assist. é Autorizada?} C -- Não --> D[FIM] C -- Sim --> E[] </pre>		RG/CPF	
2º	Abriu Ordem de Serviço, preencher os campos obrigatórios.	Anexar NF digitalizada	Recepção	<pre> graph TD A[Solicitar a NF de compra do cliente] --> B[Digitalizar a NF de compra do cliente] B --> C[Iniciar abertura da O.S no sistema] C --> D{Cliente possui cadastro?} D -- Não --> E[] D -- Sim --> F[Verificar e atualizar as informações] </pre>		NF de compra do cliente	Assistência => Ordem de Serviço
3º	Verificar se o cliente possui cadastro, se possuir, conferir e ou atualizar as informações.	Efetuar o cadastro do cliente, solicitar Doc. do cliente	Recepção	<pre> graph TD A[/Nome comp. CPF, Tel. End./] --> B[Cadastrar o cliente] B --> C[/Informar os dados do aparelho/] C --> D[/Marca, Modelo NF de serie, Valor/] </pre>			Cadastro => Pessoas

Continuação.

Continuação.

Seq.	Ação Princ.	Ações Secund.	Quem?	Fluxo	Imagem	Doc?	Caminho no sistema
4º	Coletar informação do defeito com o cliente e efetuar o teste na recepção	Verificar as condições físicas do aparelho Ex. Aparelho arranhado	Recepção	<pre> graph TD A[Testar o aparelho para verificar o defeito reclamado] --> B[Verificar as condições do aparelho] B --> C[Descrever com o Max. de detalhes no sistema] C --> D[Informar o defeito do aparelho no sistema] D --> A </pre>		-	Ordem de Serviço => Defeito
5º	Descrever os acessórios que acompanham o aparelho. Ex. Fonte, bateria, base.		Recepção	<pre> graph TD A[Descrever no sistema os acessórios que acompanham o ap.] --> B{Têm acessórios?} B -- Sim --> A B -- Não --> C[Imprime etiqueta de identificação] C --> D[Cola no aparelho] </pre>		-	Ordem de Serviço => Periféricos
6º	Coletar assinatura do cliente na Ordem de Serviço gerada		Recepção	<pre> graph TD A[Solicitar a assinatura do cliente] --> B[Imprimir Ordem de Serviço gerada] B --> A A --> C[Entregar a 2ª via da O.S. ao cliente e informar a data da previsão de análise] C --> D[/Arquivar a 1ª via da O.S./] </pre>		Ordem de Serviço	Ordem de serviço => Imprimir => Ordem de Serviço
7º	Imprimir etiqueta(s) de identificação do aparelho e acessório(s)	Colar a(s) etiqueta(s) no aparelho e no(s) acessório(s)	Recepção				Ordem de serviço => Imprimir => Etiqueta
8º	Posicionar o aparelho		Expedição				Ordem de serviço => Alterar local

APÊNDICE III – PROCEDIMENTO OPERACIONAL LABORATÓRIO: P.O – 03.03.01

TIPO: PROCEDIMENTO OPERACIONAL	REVISADO POR: <hr/> Juarez Nunes	RESPONSÁVEL <hr/> Carla Pacheco	APROVADO POR: <hr/> Juarez Nunes
1 – OBJETIVO: Descrever as etapas do processo de análise e reparo de aparelhos de uma empresa de assistência técnica.			
2– Quem: Técnicos	3– Quando: Entrada de Aparelhos para Conserto	4– Onde: Laboratório Técnico	
3 – Condições e Recursos necessários: Nº da Ordem de Serviço, localização do aparelho, acesso ao sistema Bee			
4 – Cuidados especiais: <ul style="list-style-type: none"> a) Conferir se o produto descrito na Ordem de Serviço corresponde ao aparelho que está sendo analisado; b) Verificar se as condições físicas do aparelho correspondem a descrição inserida pela recepção; c) Verificar se o aparelho possui etiqueta de reparo anterior, caso positivo, remove-lá para que não haja confusão na localização e posicionamento do aparelho; d) Descrever o defeito e o serviço a ser efetuado (atentar-se para não usar termos técnicos) ; e) Posicionar o aparelho após análise. 			

5 – DESCRIÇÃO DO PROCEDIMENTO

Seq.	Ação Princ.	Ações Secund.	Quem?	Fluxo	Imagem	Doc?	Caminho no sistema
1º	Analisar o aparelho	Deixar em teste	Técnicos	<pre> graph TD A([Analisar o produto]) --> B{Tém defeito?} B -- Não --> C[Finalizar o reparo] B -- Sim --> D{Precisa de peça?} </pre>	-	-	Assistência → Ordem de Serviço → Aparelhos para conserto
2º	Identificar o código da peça	Inserir peça no sistema	Técnicos	<pre> graph TD A[Deixar em teste] --> B{Apresentou defeito?} B -- Não --> C[Finalizar o reparo] B -- Sim --> D{Precisa de peça?} D -- Não --> C D -- Sim --> E{Tém estoque?} </pre>	-	-	-
3º	Requisitar peça ao estoque		Técnicos	<pre> graph TD A{Tém estoque?} -- Sim --> B[insere a peça no sistema/coloca ao estoque] A -- Não --> C[Informar Adm. para efetuar pedido de peça] C --> D[Aguarda peça] D --> B </pre>	-	-	Almoarifado → Itens
4º	Aplicar a peça	Finalizar reparo	Técnicos	<pre> graph TD A[Receber a peça] --> B[Finalizar o reparo] B --> C[Concluir a O.S e no sistema descrever o reparo efetuado.] C --> D([Fim]) </pre>	-	-	Assistência → Ordem de Serviço → Situação

APÊNDICE IV – PROCEDIMENTO OPERACIONAL GESTORES DE ORDEM DE SERVIÇO: P.O – 03.04.01

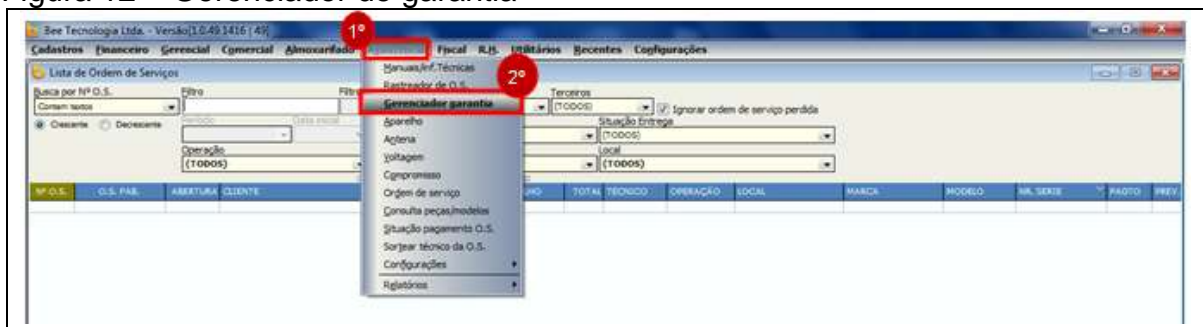
TIPO: PROCEDIMENTO OPERACIONAL	REVISADO POR: <hr/> Juarez Nunes	RESPONSÁVEL <hr/> Carla Ap. Pacheco	APROVADO POR: <hr/> Juarez Nunes
1 – OBJETIVO: Orientar os Gestores de Ordem de Serviço a utilizar a ferramenta: Gerenciador de Garantia			
2– Quem: Gestores de Ordem de Serviço		3– Quando: Durante as etapas do conserto	4– Onde: Assistência Técnica
3 – Condições e Recursos necessários: Nota Fiscal de compra do cliente ou NF de remessa para conserto, Acesso ao sistema Bee.			
4 – Cuidados especiais: <ul style="list-style-type: none"> a) Abrir e atualizar O.S no fabricante; b) Conferir se o defeito será coberto pela garantia; c) Verificar e priorizar O.Ss recorrentes; 			

5 – DESCRIÇÃO DO PROCEDIMENTO

Gerenciamento de Ordens de Serviço em Garantia :

Para controle das ordens de serviço em garantia, o sistema possui um gerenciador de garantia. Esta ferramenta é atualizada conforme o andamento da Ordem de Serviço em garantia. No sistema Bee, acesse: Assistência → Gerenciador de garantia.

Figura 12 – Gerenciador de garantia



Fonte: Sistema Bee

As ordens de serviços que constam no gerenciador indicam pendência de atualização no site do fabricante. Ex. Aparelhos que ainda não foram analisados pelo técnico, estarão no gerenciador para alertar os gestores de que a ordem de serviço não possui ordem de serviço do fabricante, ou seja, a ordem de serviço não foi aberta no site do mesmo.

A Figura 2 explica os campos do gerenciador de garantia

Figura 2 – Interface do Gerenciador de Garantia

The screenshot displays the 'Gerenciador de Garantia' interface. At the top, there are navigation tabs: 'Início', 'Novos', 'Consultar', 'Arquivado', 'Assistência', 'Fiscal', 'R.J.', 'Utilitários', 'Recentes', and 'Configurações'. Below the tabs, there are search filters for 'Filtro no campo fabricante' and 'Filtro final'. The main area is a table with the following columns: 'Número OS', 'OS Fab.', 'Abertura', 'Marca', 'Modelo', 'Fornecedor Garantia', 'Operação', and 'Posição Fabricante'. The table contains multiple rows of data for various brands like Philips, Panasonic, and Samsung. Red callouts with numbers 1 through 6 point to specific fields in the table and interface elements. Callout 1 points to the 'Número OS' column. Callout 2 points to the 'OS Fab.' column. Callout 3 points to the 'Abertura' column. Callout 4 points to the 'Marca' column. Callout 5 points to the 'Operação' column. Callout 6 points to the 'OS, atualizada no Fab.' button in the bottom toolbar. A text box with a red border and arrow points to this button, containing the text: 'Após atualizar a O.S no site do fabricante clique no comando OS, atualizada no Fab. para que a mesma saia do gerenciador.' The bottom of the interface shows user information: 'EMPRESA: CENTER PANAVISION', 'USUÁRIO: CARLA', and 'ÚLTIMAS TELAS ACESSADAS'. The date and time are 'Terça-feira, 9 de Abril de 2014 15:11'.

Fonte: Sistema Bee.

Após atualizar a informação no site do fabricante clique no comando [OS, atualizada no Fab.](#). Ao informar o sistema de que a Ordem de Serviço foi atualizada no fabricante ou inserir a informação pendente no sistema Bee, automaticamente a Ordem de Serviço sairá do gerenciador. Ex. Ordens de serviço nova estarão pendentes do nº da Ordem de Serviço do fabricante, ou seja, o número que será gerado no site do mesmo.

Após a chegada da peça e reparo do aparelho, a O.S retornará ao gerenciador para que o gestor informe ao fabricante que o produto foi reparado. Quando aparelho for entregue, novamente a O.S retornará ao gerenciador.

A Figura3 mostra como filtrar as ordens de serviço por marca, esta operação facilita a visualização de todas as ordens de serviço com pendência do mesmo fabricante.

Figura 3 – Filtro de marcas

The screenshot shows the 'Bee Tecnologia Ltda. - Versão 1.0.49.1416 (49)' application window. The menu bar includes 'Cadastro', 'Bancário', 'Geral', 'Almoxarifado', 'Apresentação', 'Fiscal', 'Rel.', 'Utilitários', 'Recentes', and 'Configurações'. The main window displays a search filter for brands. A search input field is at the top left, with a red callout box labeled '1°' pointing to it, containing the text: 'Digite o cód. do fabricante ou clique na tecla F3 do teclado para pesquisar.' Below the search field is a table with columns: 'Número OS', 'OS. Fab.', 'Abertura', 'Marca', 'Modelo', 'Fabricante Garantia', 'Operação', and 'Posição Fabricante'. The table lists various records, with 'Panasonic' highlighted in green. A red callout box labeled '2°' points to the 'Panasonic' entry with the text: 'Digite a marca desejada Ex. Panasonic.' Below the table is a search button with a magnifying glass icon and the text 'F3'. A red callout box labeled '3°' points to this button with the text: 'Aperte a tecla enter do teclado ou no comando para que o sistema inicie a pesquisa.' Below the search button is a table with columns: 'Número OS', 'OS. Fab.', 'Abertura', 'Marca', 'Modelo', 'Fabricante Garantia', 'Operação', and 'Posição Fabricante'. A red callout box labeled '4°' points to a row in this table with the text: 'De dois (2) cliques para selecionar.' The bottom of the window shows a status bar with 'EMPRESA: CENTER PARA ESDION', 'USUÁRIO: GERAL', '187943 TELAS ACESSORIAS', and 'Terça-feira, 9 de Abril de 2014 13:13'.

Fonte: Sistema Bee.

Para acessar a ordem de serviço através do gerenciador, é necessário que o gestor informe sua senha. Esta operação é solicitada uma única vez enquanto o gestor se manter na interface do gerenciador.

Figura 4 – Acesso a Ordem de Serviço

Gerenciador Garantia

Marca: @PANASONIC

Filtro por número de: Filtro Fim:

Centenas: Total de registros: 22

Número	OS. Fab.	Abertura	Marca	Modelo	Fornecedor Garantia	Operação	Posição Fabricante
508491	BR08031910	05/12/2013 17:28	PANASONIC	TC-L2088	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	PRONTO ENTREGUE
3089500		10/13/2013 17:36	PANASONIC	SA-877190	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	AGUARDA PEÇA
177381	BR08031910	07/11/2013 10:06	PANASONIC	TC-L2408	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	VOLTA (GARANTIA)	AGUARDA PEÇA
1764304	BR08031910	28/10/2013 14:26	PANASONIC	SC-AK03LEK	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	AGUARDA PEÇA
2051806		18/11/2013 11:42	PANASONIC	NA-8732WRLK	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	ABERTO
2062077	BR08031910	34/10/2013 11:02	PANASONIC	KV-T033ELBH	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	ESTOQUE DE LOÇA	PRONTO ENTREGUE
2068100	BR08031910	11/10/2013 09:15	PANASONIC	TC-L2408	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	PRONTO
2013400	BR08031910	07/11/2013 10:36	PANASONIC	TC-PSU7108	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	PRONTO
2040601		13/11/2013 08:40	PANASONIC	TC-PSU7108	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	PRONTO
3727860		13/11/2013 13:58	PANASONIC	SA-877190	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	PRONTO
4840200	BR08031910	07/11/2013 10:59	PANASONIC	TC-L2408B	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	PRONTO
5487309		07/02/2013 10:22	PANASONIC	NA-SP68WRLK	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	ESTOQUE DE LOÇA	PRONTO
5487308		23/06/2013 10:37	PANASONIC	KV-T033ELBH	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	ESTOQUE DE LOÇA	PRONTO ENTREGUE
6048200		14/11/2013 13:51	PANASONIC	TC-L2088	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	GARANTIA	ABERTO
7434956	BR08031910	07/11/2013 08:28	PANASONIC	KV-T0401LST	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	ESTOQUE DE LOÇA	PRONTO ENTREGUE
7434957	BR08031910	07/11/2013 08:49	PANASONIC	KV-T033ELBH	PANASONIC DO BRASIL LIMITADA	ESTOQUE DE LOÇA	PRONTO
8467400	BR08031910	28/10/2013 14:18	PANASONIC			GARANTIA	PRONTO ENTREGUE
8786902	BR08031910	07/11/2013 15:40	PANASONIC			VOLTA (GARANTIA)	AGUARDA PEÇA
898960		13/11/2013 17:48	PANASONIC			GARANTIA	ABERTO
987404	BR08031910	26/11/2013 10:23	PANASONIC			GARANTIA	AGUARDA PEÇA
9647100		11/11/2013 08:28	PANASONIC			GARANTIA	PRONTO ENTREGUE
9024913	BR08031910	04/11/2013 14:16	PANASONIC			ESTOQUE DE LOÇA	PRONTO

Código de identificação do usuário:

Código de identificação: []

Digite a senha de acesso ao sistema

Cada usuário possui uma senha única e intransferível. Ela é usada para acesso ao sistema e acessos restritos.

Legenda: Editar O.S. OS. atualizada no Fab. Dados cliente

Total de registros: 0

Gerenciador Garantia

USUARIO: CARLA

ÚLTIMAS TELAS ACESSADAS

Sábado, 12 de Abril de 2014 12:03

Fonte: Sistema Bee.

Após digitar a senha na interface da Figura 4 o sistema permitirá que o gestor visualize todas as informações contidas na ordem de serviço. Nas Figuras 5, 6, 7 e 8 serão apresentadas as principais interfaces da ordem de serviço.

Figura 5 – Ordem de Serviço (parte1)

The screenshot shows the 'Ordem de Serviço' form in the Bee system. The 'Técnico conserto' tab is active. The form includes the following fields and data:

- Técnico: LEANDRO GREGORIO PULCENO
- Número OS: 1688500
- Cliente: 30492 HENRIQUE LOSSO
- Operação: GARANTIA
- Posição: AGUARDANDO POSIÇÃO DA FABR. (COM O TECNICO(A))
- Aparelho: HDPE THEATER
- Marca: PANASONIC
- Modelo: SA-ETTEM
- Rede elétrica: CELESC
- Valor mão-de-obra: 0,00
- Defeito: NÃO FUNCIONA
- Perfences: CABO AC
- Serviços executados: (Empty field, highlighted with a red box)

A red callout box points to the 'Serviços executados' field with the text: "Contém as informações sobre o serviço executado pelo técnico."

Fonte: Sistema Bee.

Na aba **Técnico conserto** contém informações de uso do Técnico, bem como a descrição dos serviços que o mesmo realizou.

Figura 6 – Ordem de Serviço (parte2)

The screenshot shows the 'Ordem de Serviço' form in the Bee system, with the 'Peças utilizadas' tab active. The table below lists the parts used in the service:

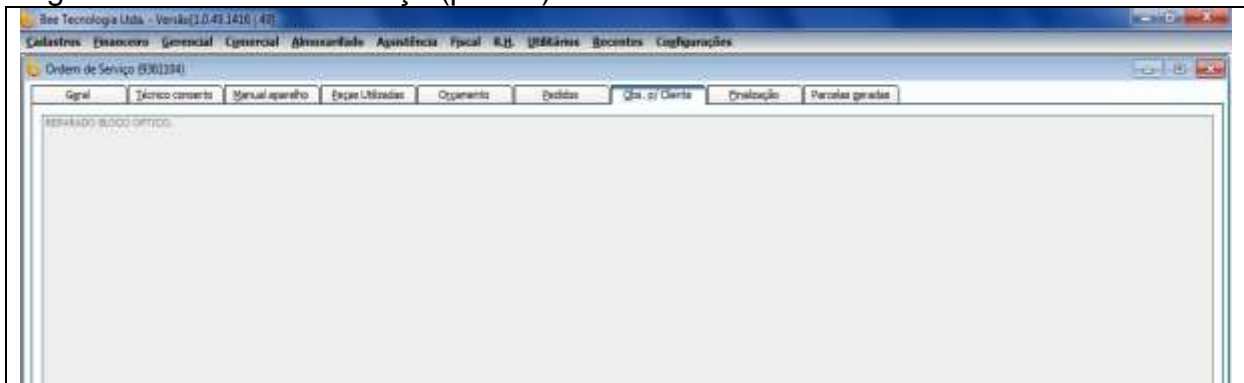
Cód. Peças	Item	Descrição	UF	Local	Qtd	Preço Unitário	Desconto	Total	Est. Disp.	Est. Fm.	Custo	Margem O.S	Especiê
704456	FLAT CABLE	OSTURADOR COLYMPUS FE330, FE340, 844	UF	6273	1,00	43,00	0,00	43,00	0,00	0,00	15,10	283,27	Espeido

A red callout box points to the first row of the table with the text: "Peças utilizadas na ordem de serviço."

Fonte: Sistema Bee.

Na aba **Peças utilizadas** contém informações sobre as peças que foram utilizadas para realizar o conserto do aparelho.

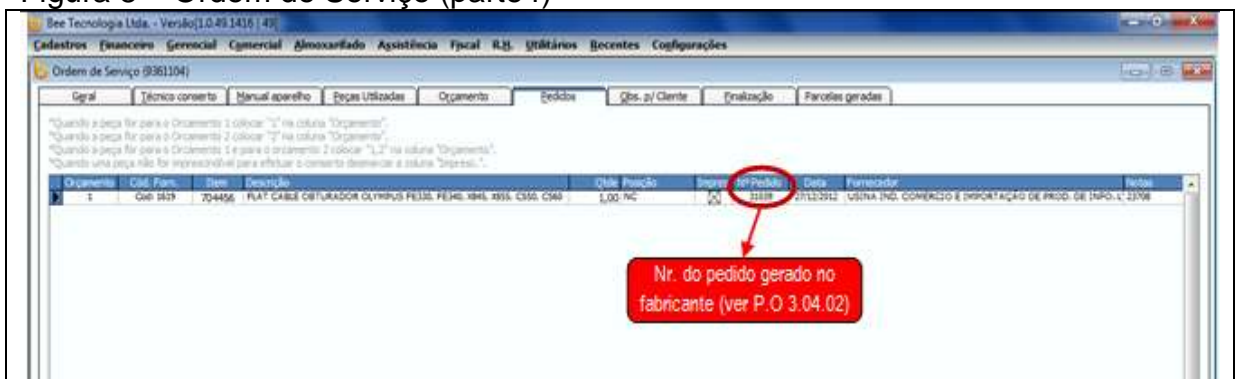
Figura 7 – Ordem de Serviço (parte3)



Fonte: Sistema Bee.

Na aba “**Obs. p/ o cliente**” contem informações sobre o conserto e ou outras informações a serem descritas ao cliente.

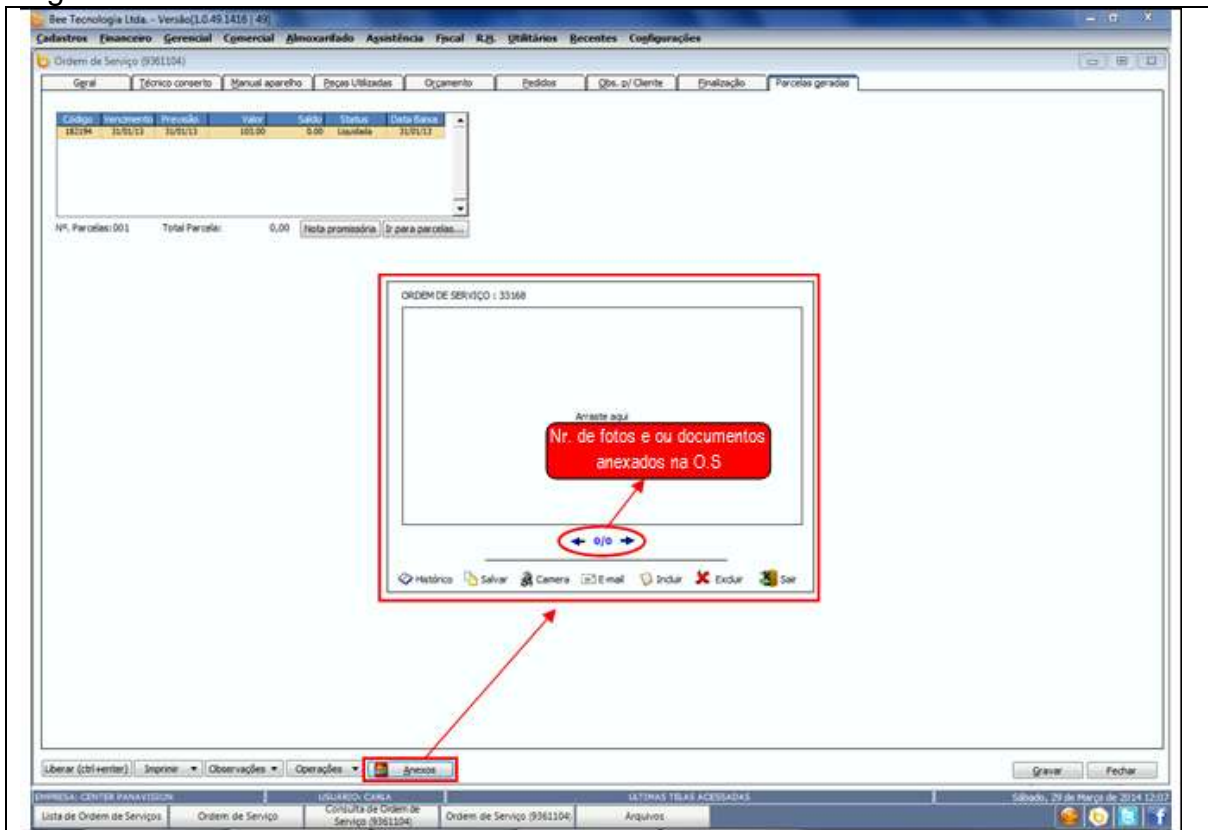
Figura 8 – Ordem de Serviço (parte4)



Fonte: Sistema Bee.

Na Figura 9 é apresentado como acessar os anexos (documentos e ou fotos) da ordem de serviço.

Figura 9 – Anexos



Fonte: Sistema Bee.

No anexo, quando a ordem de serviço for garantia, obrigatoriamente deverá estar anexado a nota fiscal de compra do cliente, também poderão conter no anexo as fotos do defeito inseridas pelo técnico.

APÊNDICE V – PROCEDIMENTO OPERACIONAL GESTORES DE ORDEM DE SERVIÇO: P.O – 03.04.02

TIPO: PROCEDIMENTO OPERACIONAL	REVISADO POR: <hr/> Juarez Nunes	RESPONSÁVEL <hr/> Carla Ap. Pacheco	APROVADO POR: <hr/> Juarez Nunes
1 – OBJETIVO: Orientar os Gestores de Ordem de Serviço a inserir os pedidos realizados no fabricante no sistema Bee.			
2– Quem: Gestores de Ordem de Serviço	3– Quando: Durante as etapas do conserto	4– Onde: Assistência Técnica	
3 – Condições e Recursos necessários: Nota Fiscal de compra do cliente ou NF de remessa para conserto, Acesso ao sistema Bee.			
4 – Cuidados especiais: a) Efetuar o pedido de peça no fabricante conforme a solicitação do técnico; b) Imprimir o pedido gerado; c) Inserir o número do pedido correto no sistema.			

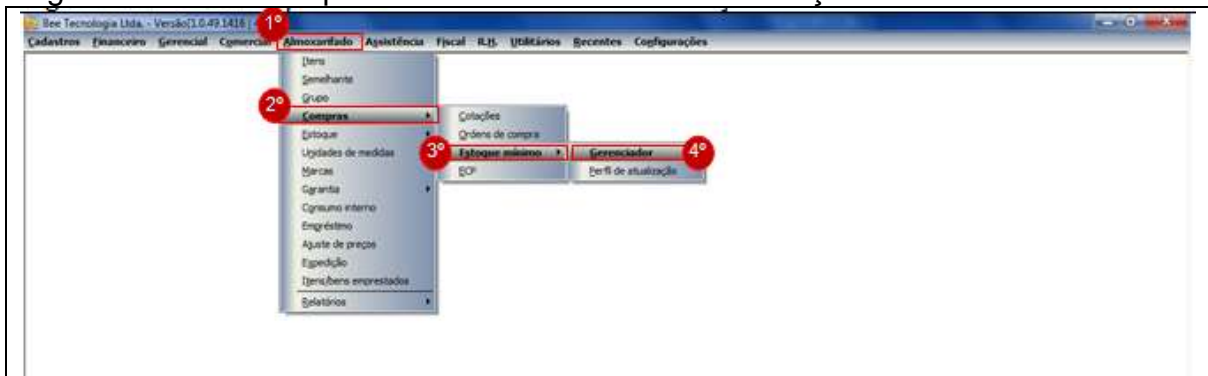
5 – DESCRIÇÃO DO PROCEDIMENTO

Cadastro de pedidos de peças em Garantia:

Se o técnico necessitar de peça para reparo do aparelho, esta O.S retornará ao gerenciador com a pendência de pedido de peça, que por sua vez, só sairá do gerenciador após a inserção do nº do pedido gerado no fabricante, porém o cadastro de pedidos não é feito no gerenciador de garantia, existe outra interface no sistema exclusivo para o cadastro de pedidos que será apresentada na Figura 1.

Para cadastrar os pedidos gerados acesse: Almoxarifado → Compras → Estoque mínimo → **Gerenciador**, conforme a imagem abaixo:

Figura 1 – Cadastrar pedido vinculado à ordem de serviço



Fonte: Sistema Bee

Obs. O gestor de ordem de serviço só utilizará esta ferramenta após ter efetuado o pedido de peça no fabricante e ter o documento impresso em mãos.

Após acessar o caminho acima, abrirá a interface da Figura 2.

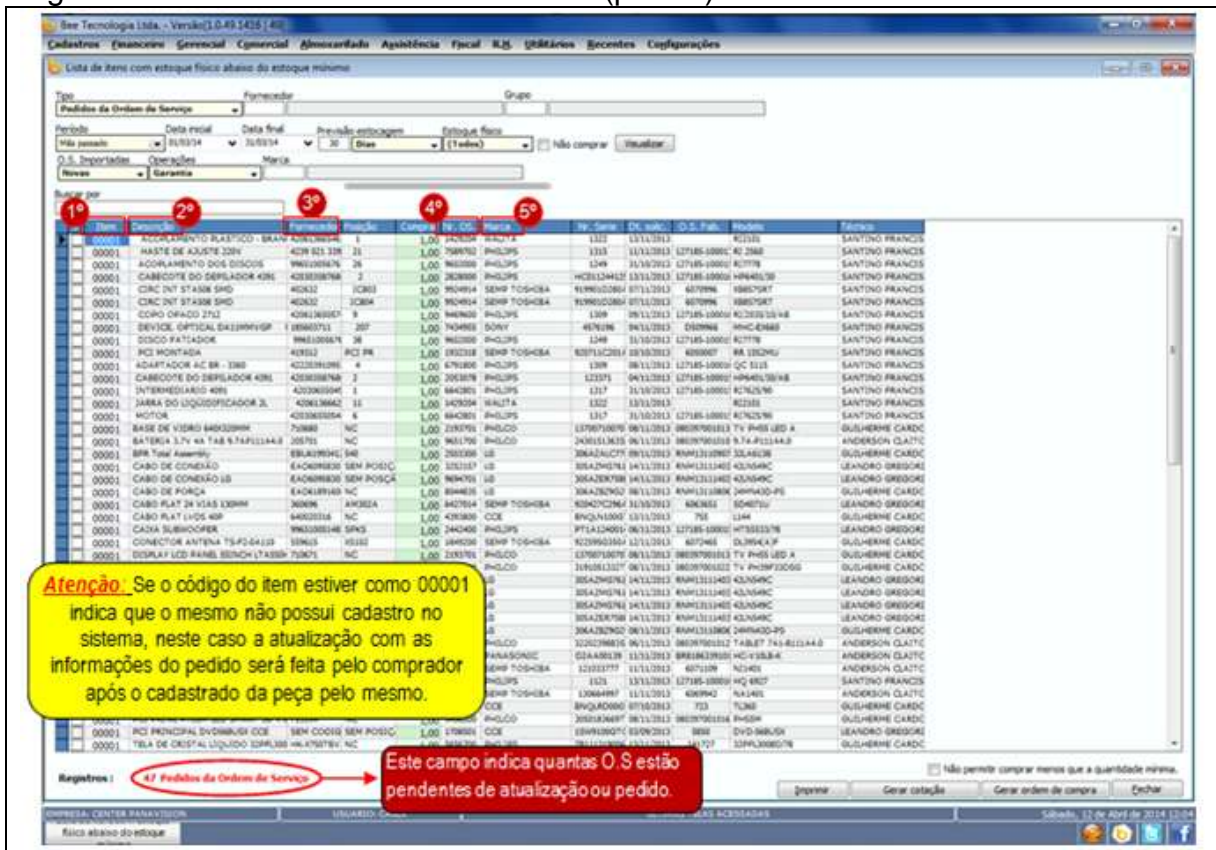
Figura 2 – Tela de Pedidos Sistema Bee (parte1)



Fonte: Sistema Bee

Clique no comando [Visualizar](#) para carregar a lista de peças pendentes de pedidos e ou de atualização com as informações do pedido gerado.

Figura 3 – Tela de Pedidos Sistema Bee (parte2)



Fonte: Sistema Bee

Na legenda abaixo a descrição dos campos mais importantes

Legenda	Funcionalidade
01	Item: Este campo refere-se ao código interno do item
02	Descrição: Nome do item Ex. Placa da Fonte
03	Fornecedor: Refere-se ao código do fornecedor
04	Nr. OS: Ordem de serviço interna
05	Marca: Fornecedor da peça

Para cadastrar as informações do pedido selecione um item e clique no comando **Gerar ordem de compra**, o sistema abrirá uma janela com a pergunta: “Deseja criar uma ordem de compra de acordo com o item selecionado?” clique no comando **Sim** para continuar.

Figura 4 – Tela de Pedidos Sistema Bee (parte3)

Seleção de item para criação de ordem de compra

Deseja criar uma ordem de compra de acordo com os itens selecionados?

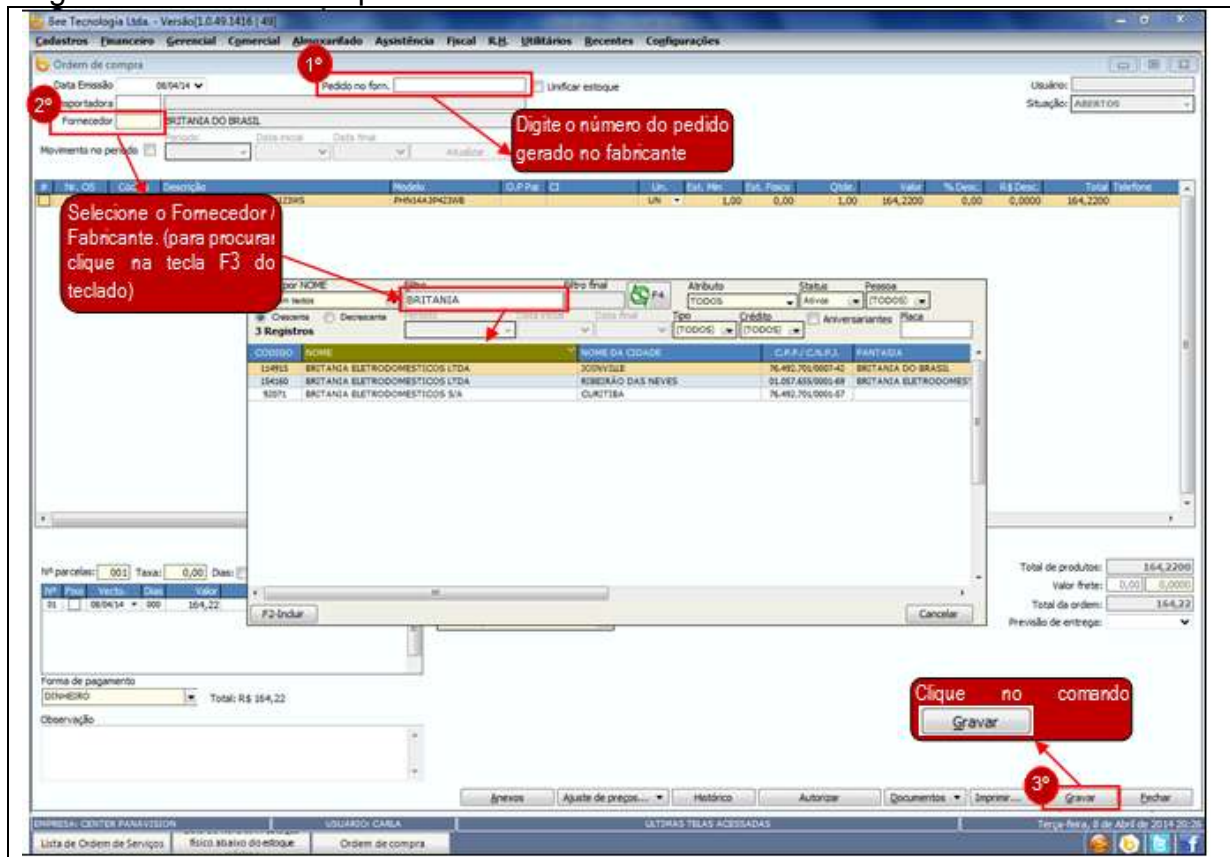
Clique no comando Sim para continuar

Clique no comando Gerar ordem de compra para cadastrar as informações do pedido.

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor Total	Unidade	Fornecedor	Nome
704523	PCI PHILCO PRINCIPAL TA-811144.0	20645	NC	1,00	742500	PHILCO	ANDERSON CLAYTON DIAS
704281	PLACA M8E PHILCO 100V12120	20624	NC	1,00	477800	PHILCO	ANDERSON CLAYTON DIAS
701902	HD PHILCO HD10008 SATA2 2.5" 840 20198	NC	1,00	707400	PHILCO	ANDERSON CLAYTON DIAS	
53252	DISPLAY LCD PHILCO PWH 188-V129	203790	NC	1,00	418100	PHILCO	ANDERSON CLAYTON DIAS
51303	A.PAL. PHILIPS 439L3750/78 SAR 11	9667000872	NC	1,00	686200	PHILIPS	GUILHERME CARDOSO DA SILVA
00001	FITA POLIESTER LG	8483305687	SEM POSIÇÃO	1,00	332137	LG	LEANDRO GREGÓRIO PULCENO
00001	GAB FRONT TABLET TA1811144.0 DT. 20642	NC	1,00	340200	PHILCO	ANDERSON CLAYTON DIAS	
00001	FONTE DE ALIMENTAÇÃO DA LG 19V 8A16280504	NC	1,00	804830	LG	GUILHERME CARDOSO DA SILVA	
00001	FITA POLIESTER LG	8483305687	SEM POSIÇÃO	1,00	332137	LG	LEANDRO GREGÓRIO PULCENO
00001	GABINETE LATERAL	VYK9K25	19	1,00	678900	PANASONIC	ANDERSON CLAYTON DIAS
00001	FITA POLIESTER LG	8483305687	SEM POSIÇÃO	1,00	332137	LG	LEANDRO GREGÓRIO PULCENO
00001	FITA POLIESTER LG	8483305687	SEM POSIÇÃO	1,00	332137	LG	LEANDRO GREGÓRIO PULCENO
00001	DISPLAY FRONT LVF306CHTM 8H03M7	713790	NC	1,00	3062820203	88112013	ANDERSON CLAYTON DIAS
00001	DISPLAY LCD PAINEL 8810CH LT4850P	710671	NC	1,00	3062820203	88112013	GUILHERME CARDOSO DA SILVA
00001	PCI FONTE TV LCD TL360 (E)	827291101	NC	1,00	3062820203	88112013	GUILHERME CARDOSO DA SILVA
00001	HD SATA 880G/160G/8000RPM/7	811349	NC	1,00	3062820203	88112013	ANDERSON CLAYTON DIAS
00001	LAMINAS	42233618431	3	1,00	3062820203	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	LCD 14" C/AM W/CAMHD S/COVER	523328	3	1,00	3062820203	88112013	ANDERSON CLAYTON DIAS
00001	PCI PRINCIPAL DVD884USV CCE	SEM POSIÇÃO	SEM POSIÇÃO	1,00	3062820203	88112013	GUILHERME CARDOSO DA SILVA
00001	TELA LED 14"	48110004	NC	1,00	3062820203	88112013	LEANDRO GREGÓRIO PULCENO
00001	UNIDADE ÓPTICA	8A21244802	1049	1,00	3062820203	88112013	LEANDRO GREGÓRIO PULCENO
00001	ACORDAMENTO PLÁSTICO - BRAN	42061388481	3	1,00	1426204	WALITA	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	CAIXA SUBWOOPER	9961003248	SPK3	1,00	244020	PHILIPS	LEANDRO GREGÓRIO PULCENO
00001	OSFO ÓFACO 2712	42613638274	8	1,00	948900	PHILIPS	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	ADAPTADOR AC ER - 386	42233910983	4	1,00	3062820203	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	PCI MONTADA	418312	PCI FR	1,00	3062820203	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	DISCO 3.5" 160GB	9961006768	28	1,00	3062820203	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	DEVIDE OPTICAL DALLMMPV8P	189603711	257	1,00	407656	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	CABECOTE DO DEPILADOR 4291	42020358740	2	1,00	133371	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	CIRC INT STASS8 SHD	404832	10084	1,00	9990102864	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	CIRC INT STASS8 SHD	404832	10083	1,00	9990102864	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	CABECOTE DO DERIVADOR 4291	42020358740	2	1,00	133371	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	ACORDAMENTO DOS DISCOS	9961006768	28	1,00	3062820203	88112013	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	HASTE DE AJUSTE 220V	4239 821 33967	21	1,00	798970	PHILIPS	SANTINO FRANCISCO BATISTA
00001	CONNECTOR ANTENA TS-P2-64115	159615	FS32	1,00	184920	SEMP TOSHIBA	GUILHERME CARDOSO DA SILVA
00001	CABO DE CONEÇÃO	8A20989883	SEM POSIÇÃO	1,00	332137	LG	LEANDRO GREGÓRIO PULCENO
00001	CABO FLAT LVDS 40P	440202316	NC	1,00	479300	CCE	GUILHERME CARDOSO DA SILVA
00001	CABO PLAT 24 VIAS 138MM	366896	AM322A	1,00	642754	SEMP TOSHIBA	LEANDRO GREGÓRIO PULCENO
00001	CABO DE FORÇA	8A20989883	NC	1,00	3062820203	88112013	GUILHERME CARDOSO DA SILVA

Fonte: Sistema Bee

Figura 5 – Cadastro do pedido no sistema Bee



Fonte: Sistema Bee

Obs. Não é necessário o preenchimento dos demais campos, como: Transportadora, valores etc...