

RESUMO

A geração de conteúdo não estruturado nas empresas tem crescido significativamente nos últimos anos. Assim, conteúdos não estruturados têm sido criados, editados e armazenados em repositórios na rede ou na própria máquina do usuário. Para se gerenciar esses conteúdos não estruturados visando a correta gestão das informações e conhecimentos inerentes, muitas empresas têm implantado Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo Corporativo (ECM – *Enterprise Content Management*). Normalmente os ECM são implementados em grandes empresas. Porém ainda que consideradas as restrições típicas de pequenas e médias empresas (PMEs), estas também podem se beneficiar da implantação de sistemas ECM voltados à gestão do conhecimento corporativo. Face ao exposto, esta pesquisa tem como objetivo estabelecer quais adaptações são necessárias ao processo de implantação de sistema ECM proposto por Hullavrad, O'Hare e Roy (2015) para aplicação à realidade de uma PME. Foi realizada pesquisa exploratória qualitativa com o emprego de pesquisa-ação em estudo de caso único numa empresa de médio porte. Foram utilizados como instrumentos de pesquisa um roteiro de entrevista semiestruturada, a observação direta e a análise de documentação existente. Os principais resultados auferidos pela pesquisa evidenciaram o modelo adaptado às PMEs, no qual se estipula as etapas mais críticas ao processo de implantação do sistema ECM numa PME. Assim, as etapas diagnosticadas com elevado grau de criticidade ao sucesso da implantação foram: a) Estágio 1 - *ECM Roadmap Strategy*: etapas '*Business need*', '*Need assessment*' e '*Stakeholder buy-in*'; b) Estágio 2 - *ECM Development*: etapa '*Test solution*' e c) Estágio 3 - *ECM Deployment*: etapa '*Confirm benefits*'.

Palavras-chave: Gerenciamento de conteúdo corporativo. *Enterprise content management*. ECM. Gestão do conhecimento. Pequena e média empresa.