

GESTÃO DO CONHECIMENTO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO NO ATUAL MERCADO DE TRABALHO FRENTE A GLOBALIZAÇÃO

RESUMO

Giovana Martins Alves
giovanamartins07@hotmail.com
UNICERP, Patrocínio, Minas Gerais, Brasil

Fátima Yukari Akiyoshi França
fyaf@unicerp.edu
UNICERP, Patrocínio, Minas Gerais, Brasil

INTRODUÇÃO: A Gestão do Conhecimento pode ser vista como uma coleção de processos que governa a criação, disseminação e utilização dos saberes para atingir plenamente os propósitos da organização. É necessário, para o presente trabalho, redigir o processo pelo qual uma empresa consciente e sistemática coleta, cria, organiza, compartilha e qualifica seu acervo de aprendizados e, ainda, une políticas de recursos humanos, culturais e tecnologias adequadas para atingir os objetivos estratégicos.

OBJETIVO: Analisar a forma como uma boa Gestão do Conhecimento pode contribuir com o diferencial competitivo da organização, junto às ferramentas capazes de melhorar o desempenho das empresas e seus resultados de forma positiva.

MATERIAL E MÉTODOS: O trabalho está pautado em uma pesquisa básica, descritiva, bibliográfica e de abordagem qualitativa. Reuniu-se um conjunto de dados provenientes de diversos periódicos, a fim de ampliar a reflexão teórica para auxiliar na discussão sobre o assunto.

RESULTADOS: A Gestão do Conhecimento, alinhada a Gestão de Pessoas, proporciona subsídios as empresas para a tomada de decisões eficazes e benéficas a todos os interessados. Observou-se o quanto o conhecimento é importante para os profissionais, visto que ele já é um fator de diferencial para o mercado de trabalho.

CONCLUSÃO: A forma como a comunicação vem ganhando força nas empresas por meio de avanços obtidos pelos meios de comunicação é pertinente e, portanto, a utilização da Gestão do Conhecimento, análise do perfil e das habilidades dos profissionais são relevantes para o sucesso da organização congruentes à era digital relacionada ao contexto de globalização.

PALAVRAS-CHAVE: aprendizado; ferramentas; informação; processos; sucesso.

Recebido em: 24/09/2021
Aprovado em: 25/03/2022

DOI: <http://dx.doi.org/10.17648/2525-278X-v1n6-8>

Correspondência:

Giovana Martins Alves
Rua Sóstenes Santos Souza, nº 672 – Bairro
Enéas Ferreira de Aguiar – CEP: 38741-072,
Patrocínio, MG, Brasil

Direito autoral:

Este artigo está licenciado sob os termos da
Licença Creative Commons-Atribuição 4.0
Internacional.

KNOWLEDGE MANAGEMENT AS A COMPETITIVE DIFFERENTIAL IN THE CURRENT LABOR MARKET FRONT OF GLOBALIZATION

ABSTRACT

INTRODUCTION: Knowledge Management can be seen as a collection of processes that govern the creation, dissemination and use of knowledge to fully achieve the organization's purposes. It is necessary, for the present work, to write the process by which a conscious and systematic company collects, creates, organizes, shares and qualifies its collection of learning and, furthermore, unites human resources, cultural and appropriate technology policies to achieve strategic objectives.

OBJECTIVE: Analyze how good Knowledge Management can contribute to the organization's competitive differential, together with tools capable of improving the performance of companies and their results in a positive way.

METHODS: The research is based on a basic, descriptive, bibliographical and qualitative approach research. A set of data from various journals was gathered in order to broaden the theoretical reflection to assist in the discussion on the subject.

RESULTS: Knowledge Management, in line with People Management, provides subsidies for companies to make effective decisions that are beneficial to all interested parties. It is observed how important knowledge is for professionals, as it is already a differentiating factor for the labor market.

CONCLUSION: The way in which communication has been gaining strength in companies through advances made by the means of communication is pertinent and, therefore, the use of Knowledge Management, analysis of the profile and skills of professionals are relevant to the success of the organization congruent to the era digital related to the context of globalization.

KEYWORDS: learning; tools; information; process; success.

INTRODUÇÃO

Durante a existência de toda a humanidade, de acordo com as civilizações, o conhecimento sempre foi um fator predominante para a evolução dos seres e de tudo o que existe. Para que o mundo seja o que é, precisou-se do conhecimento de cada pessoa que vivenciou as transformações ocorridas no nosso planeta, para explanação de todos os aspectos e mudanças que sabemos até os dias atuais.

As organizações estão enxergando que, o que as mantém competitivas e com um grande diferencial são as pessoas que nela trabalham, dessa forma o papel delas é reconhecer quem são os talentos que ali estão, para fazer com que eles, sem nenhum esforço a mais, tragam os maiores e melhores resultados.

Dessa forma é preciso que esses profissionais estejam em constante evolução no que diz respeito ao conhecimento, do saber aprender a aprender e a reaprender. É pertinente saber se manter em dia, sempre reconstruindo seu capital intelectual, observando que tudo muda a cada instante, pois estamos na era da informação e, com a globalização, isso se tornou acessível a todos.

As empresas e a sociedade em si precisam fomentar por inovação e criatividade, para que isso ocorra, as corporações carecem de gerir todo o conhecimento que se encontra disponível. Destarte, é necessário compreender a relevância da Gestão do Conhecimento, pois ela proporciona possibilidades para os empreendimentos tornarem-se diferenciados em praticamente todos os setores.

É necessário analisar as possíveis ferramentas que auxiliam as empresas a se destacarem em seu ramo de atuação, visto que a globalização apresenta-se cada dia mais acelerada. Evidencia-se, portanto, que o Capital Intelectual; a Tecnologia e Comunicação e a Gestão Estratégica do Conhecimento, são fatores que podem tornar essas corporações ainda mais fortalecidas, visando sua adaptação às possíveis alterações, de acordo com as novas exigências do mercado.

O presente artigo trata em trazer indicadores de melhoria continua para as organizações, mediante os aspectos que dizem respeito à Gestão do Conhecimento. Para que tais melhorias ocorram é necessário definir boas estratégias, saber identificar e formar profissionais do conhecimento e fazer da comunicação o meio mais eficaz para transformar uma empresa por

meio da Gestão do Conhecimento. Estes indicadores podem alavancar resultados frente ao mercado globalizado, conseqüentemente, espera-se que haja um aumento do lucro e, de acordo com o planejado, chegar ao sucesso que as organizações almejam.

Na atualidade, observa-se que as pessoas e empresas estão cada vez mais conectadas, seja de forma pessoal ou virtual e, por consequência, vieram as necessidades de constante aprimoramento do conhecimento de toda natureza. Por essa razão, viu-se a necessidade de investir na capacidade de inovar e criar, pois, as conexões são os “insumos” que devem ser utilizadas continuamente para o crescimento nos contextos existentes. Assim, é indispensável estar atentos na rapidez com que tudo está acontecendo, para poder tomar decisões estruturadas e com base eficaz.

Para se preparar pelo que vem pela frente, no mercado de trabalho é importante que o profissional foque em conhecimentos e informações necessárias, de acordo com o momento que esteja vivendo. É conveniente ter a capacidade para entender os movimentos que estão ocorrendo e os que estarão por vir. Por essa razão, é sempre fundamental pensar na valorização do conhecimento dos profissionais dentro das empresas.

Conforme visto ao longo das décadas, como na Revolução Agrícola e Industrial, o que era intitulado um fator de importância, como exemplo, o trabalho braçal dos funcionários, hoje tornou-se algo muito escasso. Na verdade, o profissional do século XXI deve estar preocupado em manter ligação do conhecimento com a tecnologia, entendendo seu papel e objetivo dentro da organização, tanto individual como em grupo.

Diante do que foi embasado anteriormente, surge um questionamento: qual a importância da Gestão do Conhecimento diante das mudanças que estão ocorrendo no mercado de trabalho frente a globalização?

Para obter resposta a tal questionamento é necessário avaliar os próximos focos e as tendências de mercado, pois, é notório a necessidade cada vez mais habitual e, quiçá aos olhos da atualidade, o uso excessivo da internet, especificamente na indústria 4.0, que se avança em pouco espaço de tempo na era da globalização. Sem preceitos de antecipação, mas como estratégias de estimativas, é necessário que haja planejamento e preparo para aplicar a Gestão do Conhecimento nas empresas que fomentam estar sempre à frente de seus concorrentes.

Para fundamentar teoricamente sobre o tema proposto, foram necessários os seguintes autores, Bueno, et al. (2004); Longo, et al. (2014); Terra e Kruglianskas (2003) e Xavier

(1998), dessa forma as informações tornam-se relevantes para explicar sobre a Gestão do Conhecimento como diferencial competitivo no atual mercado de trabalho frente a globalização.

A estrutura do presente artigo apresenta-se da seguinte forma: no primeiro capítulo mostrou-se evidenciar a aplicabilidade da Gestão do Conhecimento e sua contribuição nas organizações como diferencial competitivo na era da informação frente a globalização. Já no segundo capítulo, apresentou-se parte das ferramentas capazes de melhorar o desempenho das empresas, aumentando assim seus resultados de forma positiva. No terceiro capítulo destacou-se a importância do conhecimento para os profissionais de uma corporação, tendo-os como um fator de diferencial para o mercado de trabalho. No quarto e último capítulo, retratou-se a forma que a comunicação e os meios comunicativos se posicionam, frente à globalização, e a forma das empresas se destacarem através desses meios.

MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia utilizada na construção deste trabalho foi fundamentada em pesquisa básica, descritiva, de abordagem qualitativa e revisão bibliográfica, baseando-se em livros e artigos já publicados sobre o tema, dessa forma, foram levantados pensamentos e pontos divergentes, a fim de ampliar a reflexão teórica e auxiliar na discussão sobre o assunto. Reuniu-se um conjunto de dados provenientes de diversos periódicos que apresentaram argumentos que contribuíram para o desenvolvimento do presente artigo.

A metodologia é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade, segundo Prodanov e Freitas, (2013). Ainda segundo Prodanov e Freitas (2013), a metodologia é compreendida como uma disciplina baseada no estudo, compreensão e avaliação dos vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. Pode-se examinar, descrever e avaliar os métodos e técnicas que possibilitam a coleta e o processamento de informações e levar ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação.

Os principais autores utilizados para uma sistemática reflexão sobre a Gestão do Conhecimento como diferencial competitivo no mercado frente a globalização, estão sintetizados em Bueno, et al. (2004); Longo, et al. (2014); Terra e Kruglianskas (2003) e Xavier (1998). Dessa forma, possibilitou-se analisar a sustentação de conceitos para o trabalho e, assim, agregou-se aprendizado sobre o assunto proposto.

Foram pertinentes apresentar a forma como começou o conhecimento e o porquê de sua relevância do início dos tempos e, também, nos dias de hoje. Na sociedade atual, o conhecimento é a constituição mínima do ser humano para que este continue inserido nos meios sociais existentes, pois, vive-se na era do conhecimento, sendo este considerado como “poder”.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Gestão do Conhecimento e os impactos da globalização

A Gestão do Conhecimento envolve gerir o conhecimento dos processos do negócio da empresa, assim, busca-se promover a melhoria constante dos mesmos, por meio da utilização do seu capital humano estrutural, aumentando continuamente a competência organizacional. Dessa forma, transforma-se o capital intelectual em informações que, aumenta a produtividade, e assim, geram-se valores e elevam a competitividade.

As empresas precisam estimular a inovação e a criatividade, para tanto, precisam gerir todo o conhecimento que se encontra disponível. O gerenciamento do conhecimento é uma questão de bom senso, diz Longo et al, pois, na atualidade, a era da informação digital encontra-se cada dia mais disponível de forma ampla, mas ao mesmo tempo, personalizada e portátil. O conhecimento representa um recurso que pode ser um importante ativo, além de um constante desafio para a empresa.

A Gestão de Conhecimento se dá principalmente pela estruturação da globalização e demanda de uma comunicação eficaz para o bom funcionamento nas empresas. As transformações advindas do processo de globalização abrangem todos os seguimentos que constituem uma sociedade, principalmente a atual que é regida pela busca de informações e

construção do conhecimento, sendo considerados como recursos necessários aos indivíduos para o seu estabelecimento profissional e sua interação social, de acordo com Santos e Passos, (2005).

Santos e Passos (2005), ainda diz que o fenômeno da globalização já se concretizou em nossa realidade social e econômica, e que a disseminação e o desenvolvimento de novas tecnologias são fatores determinantes que possibilitam a sua expansão. “Na sociedade global a moeda forte é a informação disponibilizada de forma universalmente acessível, ‘just in time’” (JAMBEIRO, 1998, p. 3)

“Um mergulho nas angustias organizacionais do século XXI, demonstram o novo contexto que as organizações estão inseridas, um cenário de muitas incertezas, de mutações e de constantes necessidades de reposicionamento e diferenciações” segundo as definições de Longo, et al. (2014).

O autor ainda traz uma definição breve de Gestão do Conhecimento, “é um conjunto de valores, políticas, processos e ferramentas que permite à organização administrar os fatores que fazem com que essa capacidade de realização – o conhecimento – surja, seja propagado, evolua e seja aplicado aos negócios”, Longo, et al. (2014).

A Gestão do Conhecimento se torna cada dia mais importante no contexto de conexões em que se vive hoje, justamente devido a rapidez das mudanças e acontecimentos do mundo. Para enfrentar a globalização em si é necessário estar integrados com tudo o que acontece e passar a entender de forma precisa essa nova era da informação.

Longo (2014) destaca que:

No novo contexto socioeconômico globalizado, veloz e hipercompetitivo, o imperativo da inovação torna-se ainda mais claro. Empresas de todos os portes e todos os setores têm efetivamente sido desafiadas a buscar um dinamismo estratégico de diferenciação e uma constante capacidade de reposicionamento nunca antes vistos (LONGO, 2014. p. 9).

Observa-se que, provavelmente daqui a umas duas décadas, a empresa que trabalha de forma tradicional, considerada de grande porte, terá a metade dos níveis gerenciais e um terço da quantidade de gerentes, em comparação com as de hoje. O trabalho será executado por especialistas reunidos em forças-tarefas que permearão os departamentos tradicionais. A coordenação e o controle dependerão, em grande parte, da disposição dos empregados para a autodisciplina, de acordo com os estudos de Serra (2000).

Longo define que:

Nos dias de hoje já é um fato aceito, quase que por unanimidade, que a sobrevivência efetiva das organizações, em face das condições de mudanças contínuas nos cenários nacionais e internacionais, só será possível se a organização tiver a capacidade de aprender a aprender e de se reinventar constantemente (LONGO, 2014, p. 20).

Portanto, percebe-se que é necessário o uso de tecnologias, inclusive voltadas a informação e comunicação, para que as organizações consigam desenvolver o processo com a amplitude desejada. Porém, para que isso ocorra de forma harmoniosa, faz-se necessário investir no capital humano, referentes ao conhecimento das pessoas e aos resultados advindos desse conhecimento.

De acordo com as definições de Bueno et. al. (2004), “as maiores dificuldades das empresas, estão na identificação e valorização do capital intelectual, na ausência de uma política de incentivo a ideias, de uma cultura organizacional em favor do conhecimento, bem como de investimentos em tecnologia para atuação em nível estratégico”. A reestruturação organizacional, aliada a uma mudança em favor de uma nova cultura, cria empresas do conhecimento.

É necessário que, antes de tudo, as empresas coloquem seu planejamento em ação e alinhem com a área de gestão de pessoas, pois, sabe-se que ainda é um dos maiores desafios da empresa do conhecimento, visto que a alterações da estrutura organizacional pode inviabilizar o processo, isso acontece porque os profissionais não têm facilidade em se adaptar às mudanças do mercado, porém, se faz necessárias. Constata-se, portanto, que essa área acaba sendo a responsável, juntamente com os membros da alta administração, por promover a mudança de comportamento e ensinar uma cultura voltada para a gestão do conhecimento aos colaboradores, segundo Bueno et. al, (2004).

Oliveira complementa que:

A gestão de pessoas evoluiu ao longo dos tempos passando seu foco de gerenciamento e orientação no local de trabalho, para um modelo humanista com atenção no treinamento gerencial, relações interpessoais, processo de avaliação de desempenho com estímulo ao desenvolvimento de perfis gerenciais coerentes com o processo de gestão de pessoas desejado pela organização (OLIVEIRA, 2017, p. 35).

A identificação de trabalhadores-chave visa identificar os trabalhadores detentores de conhecimentos específicos para o desenvolvimento de atividades afins ao trabalho a ser executado, podendo ser uma ferramenta de mapeamento de conceitos ou mapas do conhecimento, documentando e avaliando o perfil do conhecimento de uma organização.

O sistema deverá servir ao administrador em tempos de uso crescente da tecnologia. As competências e habilidades de cada indivíduo propiciam a organização conhecimentos necessários e eficazes para o processo de diferenciação no mercado competitivo, Bueno et. al, (2004).

A gestão da inovação deve ser considerada como princípio básico para o desenvolvimento dos negócios, devido a velocidade da transformação do mercado estar cada vez maior. Surge assim, a necessidade de criação de uma cultura onde as ideias requerem atenção, especialmente, aquelas que podem ser transformadas em poderosas vantagens competitivas, segundo Bueno et. al, (2004).

Ainda, de acordo com Bueno et. al, (2004), a utilização da tecnologia em favor da Gestão do Conhecimento tem por objetivo evidenciar a tecnologia como facilitadora da criação e disseminação do conhecimento, de maneira a aproveitar o máximo possível dos seus recursos. Um ponto negativo da tecnologia é que ela nos proporciona o recebimento de muitas informações e maioria das vezes são irrelevantes não só para o indivíduo como para as organizações.

E de forma sucinta e breve, é pertinente apresentar que, dentro do aspecto tecnologia, a CRM (Customer Relationship Management); Balanced Scorecard (BSC); Business Intelligence e os Portais Corporativos, são ferramentas necessárias e que estão disponíveis no mercado, porém, deve-se levar em consideração o quanto a empresa está disposta a investir na área de tecnologia e quais ferramentas serão viáveis para o negócio, de acordo com Bueno et. al, (2004).

Conhecimento do indivíduo e os desafios tecnológicos

Nos últimos tempos percebeu-se, a partir do trabalho de economistas e sociólogos, que o conhecimento e a informação são privilegiados geradores de riqueza, equivalendo a ativos como máquinas, dinheiro, prédios, terra e estoques. Mais que isso, são ativos que geram

vantagem, em uma era em que tudo muda rápido e intensamente e os grandes aparatos econômicos de ontem, hoje passam a não oferecer nenhum valor estratégico (Xavier, 1998).

Subjacente a essas mudanças está a tecnologia da informação, onde os computadores se comunicam com mais rapidez e mais eficácia do que as camadas de gerentes de nível médio e, também, demandam usuários dotados de experiência e conhecimentos, capazes de transformar seus dados em informação, segundo (Serra, 2000). São pelos meios de comunicação, proporcionados pela tecnologia, que as empresas vão demonstrar a rapidez no seu crescimento.

É notório cada vez mais que o trabalho em equipe é significativo nas corporações e, mais ainda, quando se trata de compartilhamento do conhecimento. É indispensável o melhoramento da comunicação diante desse turbilhão de mudanças na forma de se comunicar no meio empresarial. É necessário que a equipe esteja preparada para lidar com o que está por vir, pois os acontecimentos chegam de forma instantânea e, conseqüentemente, as tecnologias voltadas às informações são elaboradas de forma veloz.

A tecnologia já é algo incontrolável, pois sabe-se que já não se trata mais de um diferencial, ela se tornou um fator essencial nas organizações. Porém, o conhecimento pode ser medido e aprimorado sempre que se mostrar necessário. O mercado e o mundo se transformam, as empresas necessitam adaptar-se a essas mudanças e, dessa forma, demandam de profissionais que estejam constantemente focados em buscar desenvolvimento pessoal e profissional.

É fato que as tecnologias da informação e os acontecimentos chegam de forma instantânea na atualidade, o investimento relacionado na área do conhecimento deve ser renovado e reestruturado na mesma velocidade, para que assim, as estratégias e as tomadas de decisões sejam realizadas de forma consistente, pois, caso contrário, as informações e as tecnologias utilizadas podem tornar-se obsoletas.

A adoção de novas perspectivas sobre os resultados na Gestão do Conhecimento, tem sido articulada no que diz respeito à coordenação sistêmica de esforços em vários planos: organizacional e individual; estratégico e operacional; normas formais e informais, segundo os estudos de (Terra e Kruglianskas, 2003). A organização precisa deixar claro, quais serão suas estratégias formais e informais para alavancar a competitividade no mercado de atuação e trazer o foco para o que será necessário fazer para alcançar as metas propostas, assim, o

colaborador terá que entender quais serão as atividades a serem executadas para atingir o que a empresa está planejando.

A estratégia organizacional é o método pelo qual a empresa interage com o contexto ambiental que está inserida definindo seu comportamento em um mundo extremamente competitivo e dinâmico onde as mudanças ocorrem em velocidade cada vez mais acelerada. E nas estratégias são definidos pontos importantes como missão, visão e valores, segundo Oliveira, (2017).

Ainda, de acordo com o autor citado, podemos encontrar três tipos de conhecimento: o tácito (o mais complexo, contido em cada ser humano), o explícito (pode ser transmitido, comunicado, preservado, compreendido e assimilado por outras pessoas) e o potencial (pode ser extraído através de técnicas que possibilitam deduzir ou inferir), Oliveira, (2017, p. 139). Ainda, diz que o conhecimento pode ser classificado em:

Conhecimento empírico – faz parte da realidade humana e surge a partir da análise sensorial; formação de ideias a partir da experiência. Conhecimento filosófico – procura respostas a tudo que envolve o ser humano. Conhecimento teológico - preocupação com a verdade absoluta, através da fé e da religião. Conhecimento científico – precisa ser provado através de ferramentas e métodos comprobatórios. (OLIVEIRA, 2017, p. 139).

É necessário avaliar vários aspectos como:

O papel da alta administração; Novas práticas de organização do trabalho; Desenvolvimento de processos; Práticas e políticas de administração de recursos humanos; Novas tecnologias de informação e comunicação; Novas formas de medir resultados empresariais; Novas formas de aprendizado com o ambiente (TERRA e KRUGLIANSKAS, 2003. p. 15-17).

Assim, compreende-se que o papel da alta administração é definir metas desafiadoras, bem como criar uma cultura organizacional voltada à inovação, à experimentação, ao aprendizado contínuo e ao comprometimento com os resultados de longo prazo e com a otimização de todas as áreas da empresa e, também, mostrar em quais áreas os funcionários devem focalizar seus esforços de aprendizado.

No que diz respeito às novas práticas de organização do trabalho, as empresas estão adotando práticas que tendem a enfatizar noções de equipes e habilidades multidisciplinares,

autonomia e estruturas tradicionais com foco exclusivo na inovação e troca de experiências. Surge assim, empresas que se organizam sob a forma de redes ou cooperativas de empresas.

Oliveira (2017) diz que, para adaptar-se as mudanças que estão acontecendo no âmbito mundial, as pessoas precisam reciclar, construir e desenvolver novas competências constantemente. Assim, outras práticas como desenvolvimento de processos específicos para facilitar a geração, organização, disseminação e reutilização de conhecimentos organizacionais, são pertinentes que as mudanças ocorram.

Por conseguinte, as práticas e políticas de recursos humanos associados ao desenvolvimento de competência individual e à aquisição de conhecimentos externos e internos à empresa, assim como a geração, à difusão e ao armazenamento de conhecimentos na empresa são pontos relevantes para inserir na prática das corporações.

Nesse sentido os princípios básicos que deveriam estar norteando às várias políticas de administração de RH, seriam, melhorar a capacidade de atrair e manter pessoas com habilidades, comportamentos e competências que contribuam para o aumento dos estoques e fluxos de conhecimento (de valor) da empresa. Estimular comportamentos alinhados com os requisitos dos processos individual e coletivo de aprendizado e trabalhar em conjunto com os funcionários para o planejamento conjunto da evolução de suas competências e habilidades.

Novas tecnologias de informação e comunicação estão afetando de alguma maneira os processos de geração, difusão e armazenamento de conhecimentos nas organizações. A associação entre tecnologia de informação e Gestão do Conhecimento está relacionada ao uso de sistemas de informação para compartilhamento de informações e/ou para a aproximação de pessoas que possuem conhecimento expressivo. Infelizmente, a maioria dessas ferramentas para uso da Gestão de Conhecimento nas empresas tem custo elevado e deveriam haver mudanças culturais necessárias para que as pessoas usem eficazmente as ferramentas.

Vale a pena ressaltar quais são as ferramentas referidas: repositório de materiais de referências onde o conhecimento explícito pode ser facilmente acessado e evita duplicações de esforços; *Expertise maps* é um banco de dados com listas e descrições das competências dos indivíduos dentro e fora da organização, facilitando o compartilhamento de conhecimento tácito; *Just-in-time knowledge* são ferramentas de informática e comunicação que reduzem as barreiras de tempo e distância no acesso dos conhecimentos.

Novas formas de medir resultados empresariais, a mensuração do capital intelectual e dos resultados empresariais sob diversas perspectivas e em sua comunicação por toda a organização são temas bastante emergentes e na pauta das principais organizações mundiais. Os gestores precisam saber onde reside o valor de suas empresas, para isso necessitam ampliar o uso de indicadores relacionados à valorização do seu capital intelectual.

As empresas têm necessidade de se engajarem em processos de aprendizado com o ambiente, a melhor forma é estabelecer parcerias com empresas da mesma cadeia produtiva para estruturar execução sistematizada e internalizar o conhecimento do vasto meio que o circunda. Ao mesmo tempo que essa junção é uma precisão real, ela também se torna uma oportunidade.

Assim, observou-se que o conhecimento sempre foi e será o mais notório instrumento que está ao alcance das pessoas e da sociedade para solucionar seus problemas e atingir seus objetivos, incluindo os econômicos. Ele é a base da civilização e é o elemento-chave que distingue o homem dos animais, um homem de outro, uma nação de outra, sendo o único bem que não se perde (XAVIER, 1998).

Constata-se que o conhecimento, relacionado à Gestão do Conhecimento está vinculado ao conceito de Capital Intelectual, pois, este emerge na sociedade atual fomentando uma discussão sobre a sua relevância para a riqueza das organizações. Antunes e Martins admitem o conhecimento como um recurso econômico que impõe novos paradigmas na forma de valorização do ser humano e na forma de avaliação das empresas, pois esse conhecimento, o Capital Intelectual, tem produzido benefícios intangíveis que alteram seu valor (Antunes e Martins, 2007). Portanto, trata-se de um processo melindroso, porém é necessário que a empresa busque estratégias diferenciadas para alcançar seus objetivos por meio do investimento relativo ao conhecimento.

Capital humano e Capital intelectual como estratégia

Alguns fatores são determinantes para a atuação do novo profissional do século XXI e posterior aos próximos. Seriam eles: capacidade de inovar, criar, desenvolver soluções para resoluções de problemas, multifuncional, atuante, competente e possuir diferentes abordagens para manter suas estratégias alinhadas com o propósito da empresa.

Devido ao ambiente externo e interno influenciarem dentro das organizações é preciso elaborar processos e buscar ferramentas que promovam e alavanquem os resultados empresariais junto a Gestão do Conhecimento e da tecnologia da informação. Cada empresa deve elaborar o seu planejamento de forma estratégica com base no seu ramo de atuação, quantidade de funcionários e de todos os recursos disponíveis.

Até a década de 1980, os principais fatores para a gestão eram o acesso a mão de obra barata, aos recursos naturais e ao capital financeiro. As características de gestão que se destacam hoje, decorrentes da década de 1990 estão relacionadas ao gerenciamento de processos que tornam o conhecimento organizacional um elemento gerador de valor. Ou seja, o verdadeiro diferencial competitivo se concentra na Gestão do Conhecimento organizacional (FREIRE et. al. 2013).

De acordo com Oliveira (2017, p. 21), cabe aos gestores, gerenciar com as pessoas, nesse sentido eles devem estimular a participação dos indivíduos no processo decisório, assumindo posição de líderes orientadores e incentivadores, capazes de agregar valor e conhecimento a organização. Apesar de toda e qualquer situação que o mundo está vivenciando, seja de crise ou não, tem sempre empregos no mercado, porém, nem sempre os profissionais da área de recursos humanos não encontram candidatos que se encaixem no perfil desejado, ou seja, não possuem as habilidades e competências desejadas. Por outro lado, as empresas estão sempre buscando capacitar o seu colaborador para eficácia dos resultados, incentivando-os na busca do conhecimento.

Assim, é necessário compreender que a Gestão do Conhecimento é um processo que concilia tecnologias da informação e processos de comunicação com o desenvolvimento sistemático de aprendizado dentro das corporações. Desse modo, as corporações precisam investir em processos que permitam seus colaboradores e todos os envolvidos buscarem formas eficazes de informação, conhecimento e tecnologias, principalmente.

Para que a corporação obtenha resultados exitosos é notório que a Gestão do Conhecimento esteja bem estruturada. Assim, investir no capital humano e capital estrutural é propício e real no planejamento da empresa. Edvinsson e Malone (1998), apresenta o conceito de que o capital intelectual de uma empresa resulta da soma do capital humano com o capital estrutural.

Portanto, compreende-se que o capital humano está associado ao conhecimento das pessoas e aos resultados advindos desse conhecimento, em contrapartida o capital estrutural é resultante do capital de clientes e organizacional. Desse modo, o capital organizacional se desdobra em um montante equivalente a soma do capital de inovação e de processos e, desse modo, a mensuração de resultados no ambiente organizacional, para os autores, deve considerar indicadores separados para cada capital, diz (Souza, 2006).

Ainda segundo (Edvinsson, 1998), o capital humano é conhecimento, experiência, poder de inovação e habilidade dos colaboradores de realizar as tarefas do dia a dia. Incluindo também os valores, a cultura e a filosofia da empresa. E o capital estrutural é composto pelos equipamentos de informática, softwares, bancos de dados, patentes, marcas registradas, incluindo o capital e o relacionamento desenvolvido com os clientes. Segundo Xavier, (1998), capital intelectual seria definido como o conjunto dos conhecimentos e informações possuídos por uma pessoa ou instituição e colocado ativamente a serviço da realização de objetivos econômicos.

Longo (2014) diz que na prática, o domínio de um foco estratégico claro, sustentado por uma gestão precisa do capital intelectual, é parte da terceira onda da nova disciplina organizacional, conhecida como economia do conhecimento, que substitui as economias agrícolas ou tradicionalmente baseadas em mão de obra, máquinas e capital. O principal fator de produção do novo contexto conectado, veloz e com redução às barreiras de entrada de novos competidores é o próprio conhecimento.

“Vive-se em ambiente de mudanças profundas e velozes, com níveis de complexidade cada vez maiores, onde a incerteza e a ansiedade tomam conta da maioria das pessoas em todas as instâncias sociais. A imprevisibilidade é uma realidade dos tempos atuais”, diz Longo, et al. (2014).

Na era do conhecimento, caminha-se para a desmaterialização. Assim, a manutenção de burocracias e apenas rotinas, são barreiras à inovação e, para liberar o capital humano, é preciso minimizar o trabalho inútil. É necessário usar mais o que as pessoas sabem, e não se pode dar ao luxo de usar talentos, conhecimentos, ideias e opiniões advindas do capital humano de forma ineficiente (XAVIER, 1998. p. 121).

Na era capitalista as empresas tinham seu foco total no capital financeiro, já com o surgimento das revoluções tecnológicas elas passaram a voltar sua base para a informação,

como fonte de atração para cliente/consumidores e também como instrumento gerencial. Dessa forma, compreende-se que se resultou o surgimento do capital intelectual.

Os desafios são constantes em uma organização, assim, acredita-se que se as bases da Gestão do Conhecimento estiverem bem projetadas, de forma que se planeje os riscos e que haja estratégias para minimizar os riscos, seguramente os ganhos serão satisfatórios, porém, vale ressaltar que a Gestão do Conhecimento está presente nas organizações há pouco menos de duas décadas e, por essa razão, os resultados encontram-se em andamento em várias organizações.

CONCLUSÃO

Apresentou-se, no presente artigo, ferramentas que são capazes de melhorar o desempenho das empresas, aumentando assim, seus resultados de forma positiva. Para isso, é necessário compreender que a base é o conhecimento, portanto, é indispensável nas corporações para a obtenção de resultados favoráveis nas aplicações estratégicas sobre a competitividade no mercado. Infere-se que a aplicabilidade da Gestão do Conhecimento contribui nas corporações, inclusive, na atualidade, quando diz respeito à era da informação frente a globalização.

As ferramentas que as empresas podem utilizar são identificação dos trabalhadores-chave, aplicação da gestão de pessoas, utilização correta da tecnologia, é preciso haver uma reestruturação organizacional, mudança da cultura voltada para o compartilhamento de informação e gestão da inovação. É necessário reter o conhecimento relevante de todas as informações que são disponibilizadas e investir em capital humano e capital estrutural.

É pertinente reconhecer o valor dos profissionais de uma organização, pois, é um diferencial para o mercado de trabalho, já que a atualidade propõe viver em uma sociedade de modo globalizado, porém, acima de tudo de forma humanizada, apta para receber os investimentos e recursos no que diz respeito aos conhecimentos pessoais para agregar à vida profissional. Dessa forma, retratar a forma que o capital humano e o capital intelectual se posicionam como estratégia de avaliação dos seus resultados são estratégias utilizadas nas organizações vivenciada nestas últimas décadas.

As transformações que vêm ocorrendo na sociedade, onde informação e conhecimento têm tido valor significativo, têm levado pessoas e organizações a reformularem seus comportamentos e estratégias, visando manterem-se competitivas e sustentáveis. Neste sentido, o trabalho demonstra ao final que, a análise da Gestão do Conhecimento, do perfil e das habilidades dos profissionais, de hoje e do futuro, pode obter resultados imprescindíveis para o sucesso da organização, frente a era digital que o mundo vive, de acordo com o contexto da globalização.

Frente aos desafios encontrados hoje, principalmente referente à competitividade, é necessário compreender que as organizações precisam assegurar-se, preparar-se para enfrentar as questões estruturais, pensar na formação e olhar pontual nas lideranças que podem ser formadas dentro da própria corporação, a forma como compartilhar o conhecimento, manuseio e preparo para lidar com as tecnologias e inteirar-se dos seus significados e funções.

Em suma, todos os resultados obtidos nas empresas são estruturados com base em conhecimentos, portanto, é notório e imprescindível que a equipe corporativa esteja preparada para lidar com as informações e gerenciá-las, de maneira que as tomadas de decisões sejam precisas. São ações desafiadoras e por isso todo e qualquer conhecimento são agregados aos valores da corporação e, assim, a Gestão do Conhecimento é só um passo para alcançar os resultados que a organização almeja.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Maria Tereza Pompa. MARTINS, Elizeu. Capital Intelectual: seu entendimento e seus impactos no desempenho de grandes empresas brasileiras. Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNININOS (em linha). 2007, 4 (1) p. 2. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/3372/337228631002.pdf>> Acessado em: 22 mar 2020.

BUENO, Giovatan de Souza. BENEVIDES, Marcus Vinícius de Sá e. ALBIERO, Mônica Beatriz. VAZ, Sandro Roberto. Gestão Estratégica do Conhecimento. Rev. FAE, Curitiba, jan./jun. 2004.

EDVINSSON, Lei£. Michael S. Malone. Capital Intelectual I. Tradução: Roberto Galman; revisão técnica Petros Katalifos - São Paulo: Makran Books, 1998 p. 13.

FREIRE, Patricia de Sá. UENO, Alexandre T. DIAS, Marco Antonio Harms. SANTOS, Neri dos. Ferramentas de avaliação de gestão do conhecimento: um estudo bibliométrico. Int. J. Knowl. Eng. Manag. Florianópolis, p. 18, jul/out 2013.

JAMBEIRO, O. Gestão e tratamento da informação na sociedade tecnológica. São Paulo em perspectiva, São Paulo, v. 12, n. 4 1998. p. 3; 10.

LONGO, Rose Mary Juliano. QUEIROZ, Cecília. SANTOS, Priscila dos. CAMACHO, Fabíola. PAULINELLI, Regina. FEDELE, Duílio. Gestão do conhecimento: a mudança de paradigmas empresariais no século XXI. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2014.

OLIVEIRA, Luciano Oliveira de. Gestão de Pessoas Aplicada ao Setor Público. [recurso eletrônico] Porto Alegre. Sagah. 2017. p. 18; 21; 26-27; 30; 43; 137; 139; 145; 221.

PRODANOV, Cleber Cristiano, FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul – Brasil. 2013. p. 14. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>> Acessado em: 27 jun 2020.

ROXO, Francisco Velez; GONÇALVES, Humberto Fernandes. Portal do Marketing. 16/05/2007. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Marketing_como_filosofia_de_gestao.htm> . Acessado em: 25 out 2020.

SANTOS, Gildenir Carolino. PASSOS, Rosemary. Em tempos de globalização e mudança: a identificação da cidadania na sociedade de informação. Campinas. 2005. p. 1-2.

SERRA, Afonso Celso da Cunha. Gestão do Conhecimento. Harvard Business Review; tradução Afonso Celso da Cunha Serra - Rio de Janeiro: Elsevier, 2000 10º reimpressão.

SOUZA, Daniela Borges Lima de - Gestão do Conhecimento nas Organizações: desafios e oportunidades - Estação Científica, Juiz de Fora, 2006.

TERRA, José Cláudio Cyrineu. KRUGLIANSKAS. Isak. Gestão do Conhecimento em pequenas e medias empresas. Rio de Janeiro: Campus. 2003. p. 15-17

XAVIER, Ricardo de Almeida Prado. Capital Intelectual: administração do conhecimento como recurso estratégico para profissionais e organizações. São Paulo: Editora STS, p. 8. 121-122. 1998.