

A UTILIZAÇÃO DE UM SOFTWARE DE GESTÃO DE CONHECIMENTO: O CASO DE UMA EMPRESA DO SETOR DE TECNOLOGIA

THE USE OF A KNOWLEDGE MANAGEMENT SOFTWARE: THE CASE OF A COMPANY OF THE TECHNOLOGY SECTOR

Alisson Aparecido Gonçalves Lemos¹; Francisco Antônio Pereira Júnior²;
Gilberto Domingues Jr³

RESUMO

Com um mercado altamente competitivo e globalizado as empresas têm investido cada vez mais em um recurso essencial para se destacar: O Conhecimento. Porém, um dos grandes desafios para as organizações é como realizar a gestão desse conhecimento, como garantir que o conhecimento adquirido pelos colaboradores fique na organização e como garantir que esse conhecimento seja passado a novos colaboradores. A Tecnologia da Informação (TI) é certamente uma das responsáveis por esse mercado altamente competitivo, mas, a TI também é uma das soluções para a gestão do conhecimento. Esse trabalho tem como objetivo analisar o caso de uma empresa do setor de tecnologia que utiliza um software para Gestão de Conhecimento e quais foram os resultados obtidos através da implementação do software.

Palavras-chave: Gestão do Conhecimento. Análise. Software. Dados

¹ Discente do curso de Engenharia de Produção no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro – SP. E-mail: alissonlemons_@hotmail.com

² Discente do curso de Engenharia de Produção no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro – SP. E-mail: juniorjuninhotr@hotmail.com

³ Graduado em Engenharia de Produção pela UFSCar; Mestre em Engenharia Mecânica pela UFA. Docente no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro – SP. E-mail: gilberto.domingues.junior@gmail.com

ABSTRACT

With a highly competitive and globalized market, companies have invested more and more in an essential resource to stand out: The Knowledge. However, one of the great challenges for organizations is how to manage this knowledge, how to ensure that the knowledge acquired by employees is in the organization and how to ensure that knowledge is passed on to new employees. Information Technology (IT) is certainly responsible for this highly competitive market, but IT is also one of the solutions for knowledge management. This paper aims to analyze the case of a technology company that uses Knowledge Management software and what the results were obtained through the implementation of the software.

Keywords: Knowledge Management. Analyze. Software. Data

1 INTRODUÇÃO

Em um mercado cada vez mais competitivo e globalizado, não somente os profissionais precisam se manterem atualizados, as organizações, também, precisam acompanhar o mercado, suas mudanças, se adaptar a essas mudanças e destacando-se por meio delas.

O modo como fazemos a gestão de prazos, estoque e pessoas é um diferencial competitivo importante, porém, uma área nova em comparação as demais, visa a gestão de um ativo muito importante em uma organização, o conhecimento.

Segundo a SBGC (Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento) o termo “Gestão do Conhecimento” provém do inglês “Knowledge Management” (KM), e trata-se de uma área de atuação transversal entre as diversas disciplinas relacionadas, sobretudo, à gestão estratégica, teoria das

organizações, sistema de informação, gestão da tecnologia, e às áreas mais tradicionais como a economia, sociologia, psicologia, marketing, entre outras.

A gestão de conhecimento amplia a vantagem competitiva e concorrencial da empresa, reduz custos com P&D (Planejamento e Desenvolvimento), geração de novos modelos de negócio, melhor aproveitamento e desenvolvimento do capital intelectual da empresa, suporte às tomadas de decisão e melhorias na produção e na prestação de serviços.

Para Teixeira e Facini (2016), uma importante aliada para a gestão do conhecimento é a tecnologia, mas não como um fim mas sim como um meio para integração, compartilhamento e utilização do conhecimento em toda a organização, processo esse que é muito valioso considerando os avanços ocorridos, como por exemplo, a globalização da economia.

Por isso a importância desse tema, Gestão do Conhecimento, ser discutido e aplicado nas empresas, independente do porte ou setor da economia, visando o desenvolvimento através do capital humano.

Portanto, esse trabalho tem como objetivo mostrar como a Gestão do Conhecimento, suas ferramentas e tecnologias, podem ser utilizadas, justamente, para otimizar os processos de uma empresa, aumentando assim sua competitividade, em um mercado que demanda cada vez mais agilidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Estudamos diferentes autores para referenciar 3 (três) importantes assuntos que, diretamente, fazem parte do tema estudado, são eles: Capital Humano, Conhecimento e Gestão do Conhecimento.

Esses assuntos se “interligam” e para explicar qual a linha de raciocínio utilizada como base para “alicerçar” o trabalho em questão. São autores que estudam a tempo cada uma das áreas envolvidas e contribuíram para o embasamento teórico para o desenvolvimento desse artigo.

2.1. Capital Humano

O capital humano é o maior ativo de uma organização, não somente a inteligência ou base de competências dos funcionários, pois, a inteligência tomada isoladamente não garante qualquer valor para empresa. O colaborador, por inexistência de motivação, pode não colocar sua inteligência à disposição para organização, por exemplo. (CARBONE, 2005)

Segundo Ponchirolli (2003) o capital humano é o ativo de maior importância e significado a longo prazo para a empresa. Frente a era da informação, onde as empresas estão integradas, é necessário que as organizações realmente entendam o contexto de que o capital é o mais importante, visto que essa ideia é, ainda, mal implementada na prática.

Com a junção do conhecimento de indivíduos que compõe a equipe de uma empresa gera um capital intelectual, isso se dá a partir de trocas que se estabelece entre o capital humano, o capital estrutural e o cliente. Partindo do princípio que o capital intelectual inserido no indivíduo seja a plataforma de “exploração” da equipe de gestão do conhecimento da empresa, essa troca de conhecimento entre as pessoas gera resultados onde esse material somado com ferramentas partindo de tecnologias pode ser filtrado e aplicado para o bem geral da organização. (SANTOS, A.R.2001)

Sendo assim podemos entender a importância do capital humano, sendo esse o início e final do processo e o principal ativo na organização, e torna-se extremamente importante que as organizações entendam a importância dessa capital, para aumentar sua competitividade no mercado e se destacar.

2.2. Conhecimento

Com tudo que se busca, uma organização para obter êxito no mercado competitivo deve priorizar a inovação. A palavra de ordem é a busca pelo conhecimento, uma riqueza intangível que está dentro de pessoas que trabalham na empresa, o verdadeiro diferencial nos dias atuais, as vezes

dispersos na empresa mais que está ali, só esperando para ser aproveitado de maneira como um xeque mate nos negócios (KLEIN, DAVID A, 2012).

Se as empresas, mais do que nunca, estão considerando de maneira acentuada seu capital intelectual, dimensionando esse recurso para se manter mais competitivas no mercado, na maioria das vezes, esse ativo vem de forma bruta e tem que ser modelado pelas empresas, pois o desafio de fazer mais com menos requer cuidados e muita estratégia (KLEIN, DAVID A, 2012)

Uma nova maneira de uma empresa criar e desenvolver projetos do zero, ou que já estão em andamento a partir de inovações vindas de conhecimento adquirido do seu capital intelectual, reorganizando as operações com características novas, com métodos que as vezes não estão armazenados em pastas, arquivos ou em papéis mais sim com as de pessoas, em forma de conhecimento. Já está sendo executado em algumas empresas projetos de diferentes formas de como aproveitar algo, que muitas vezes, está adormecido ou só precisando de um incentivo para vir à tona, alguns gestores já apresentam estruturas para gerenciar e conseguir captar esse conhecimento inserido ao longo do tempo dentro de suas organizações (KLEIN, DAVID A, 2012).

O conhecimento convencional, ou seja, que está explícito a sociedade pode ser distribuído de várias maneiras, em arquivos, e-mails, visualmente e outras muitas maneiras. O conhecimento explícito é distribuído de maneira muito fácil e se propaga com rapidez onde é inserido (TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

O conhecimento explícito, é visível, palpável e objetivo, é facilmente comunicado e entendido por meio de palavras e imagens que podem ser expressas em linguagens, gráficos e metodologias e podem ser transmitidos por diversos meios existentes possíveis.

Já o conhecimento que está implícito, já não tem essa facilidade de ser explicado e visto no indivíduo, é algo de cada um dentro de si, pessoal, e difícil de colocar em evidencia, tornando tudo mais difícil. O conhecimento tácito não

é algo muitas vezes que sai verbalizado, mais sim está no comportamento, ideias e ações (TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

Pode se dizer que existe duas extensões para o conhecimento implícito, a primeira é a extensão “técnica”, que envolve muitas das vezes os movimentos involuntários, altamente difícil de se captar, só acontece mesmo no jeito único do indivíduo fazer ou manipular tal experiência. A outra extensão é a “cognitiva”, ela consiste em algo que está em nós, são ideias, percepções e sentimentos naturais mais não podendo ser manuseado com muita facilidade. (TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

Essas duas dimensões de conhecimento podem ser tanto uma como a outra, pode ser explícito ou tácito, são duas extremidades que se opõem. O conhecimento existente implícito é paradoxal, o indivíduo possui tal mais e indetectável aos olhos de gestores (TAKEUCHI; NONAKA,2008).

Já o conhecimento Tácito, é aquele que está na mente do profissional, é um conhecimento pessoal e individual. Tácito vem do latim e significa "silencioso" ou "não expresso em palavras" e difícil de expressar esse conhecimento, pois, ele está com a pessoa, ou seja, não está explícito de uma maneira objetiva. O conhecimento Tácito está ligado as experiências, memórias, habilidades e sentimentos de cada um, é um conhecimento que pertence ao funcionário, muito desse conhecimento acaba se perdendo com o profissional por não poder ser minado ou percebido pelo gestor.

Toda empresa querendo ou não oferece aprendizagem a qualquer pessoa que nela está inserida, algumas de forma mais acentuada outras nem tanto, mais de forma natural é possível adquirir conhecimentos. Pesquisas que envolvem a tentativa de compreender como a mente humana individualmente possam desenvolver o aprendizado, mais tudo isso ainda está longe de se chegar a um acordo, mais o fato é que empresas tem em seu chão de fábrica grandes ideias a serem exploradas, que podem desenvolver novas ferramentas e formas de aprendizagem.

2.3. Gestão do Conhecimento

A gestão do conhecimento revela que o sucesso da empresa está relacionado em saber aproveitar seu capital intelectual, e que está nas pessoas o recurso valioso da organização, e se chama conhecimento. A gestão do conhecimento é um processo que facilita a partilha de conhecimentos, tendo uma fusão de tecnologia para aprimorar a gestão e a tomada de decisão nas empresas (KLEIN; DAVID, 2012).

Entretanto, para Santos (2000) as organizações encontram dificuldade em processar a informação de maneira que ela se torne competitiva e por isso, em alguns casos, ela fica arquivada.

A gestão do conhecimento tem como pressuposto que o recurso mais valioso das organizações reside nas pessoas e é seu conhecimento. Portanto, à medida que uma organização tem sucesso, irá depender, entre outras coisas, em como efetivamente o seu pessoal poderá gerar novos conhecimentos, compartilhá-los com a organização e usá-los para melhorar o resultado organizacional (SERVIN, 2005).

Para TEIXEIRA e FACINI (2016, p. 45)

[...] a gestão do conhecimento associa criação, integração, identificação, recuperação, compartilhamento e utilização do conhecimento dentro da organização, processo muito valioso considerando as mudanças ocorridas: globalização da economia e o avanço tecnológico. A tecnologia, nesse caso, torna-se um meio e não um fim, e objetiva o sucesso de uma estratégia

Cada vez mais, a gestão do conhecimento é um valioso recurso estratégico para a longevidade da empresa que se torna mais ágil e rápido quando consideram que a principal fonte de conhecimento já está na própria empresa. Diante disso, o conhecimento, na empresa, não a torna mais competitiva, mas é o seu gerenciamento que faz a diferença. (TEIXEIRA; FACINI, 2016).

Dados e informações ajudam a entender o conhecimento, fatos alinhados, mostrando uma situação em específica, uma situação, missão ou uma oportunidade, estão englobado dentro do contexto de informação. Com

conhecimento, tem como determinar o que uma situação pede e a forma de lidar com ela (VALENTIN, 2016).

Com a gestão do conhecimento aplicadas no dia a dia, as respostas deixam de ser construídas a partir do zero, e com o tempo começam a fluir de forma normal entre os indivíduos sem que eles percebam isso (VALENTIN, 2016).

As empresas têm que ter a visão de capturar o conhecimento mais aprimorado que necessita de evidência, a fusão da gestão do conhecimento com a parte de planejamento aumenta as possibilidades de que a organização utiliza o conhecimento rentável à sua operação (VALENTIN, 2016).

A gestão do conhecimento é a administração do conhecimento que existe em uma empresa. É integrar a tecnologia como ferramenta para aprimorar, integrar e identificar esse ativo existente nas empresas, renovando o conceito de desenvolvimento e crescimento de uma organização (VALENTIN, 2016).

3 METODOLOGIA

Nesta etapa serão descritos quem são os participantes do trabalho, quais dados serão utilizados, como será realizada a coleta desses dados e quais ferramentas serão utilizadas para análise.

A empresa analisada está a mais de 15 anos no mercado de desenvolvimento de software para o varejo farmacêutico e conta com mais de 100 funcionários na sua filial em Bebedouro/SP.

3.1 Participante

A participante será a própria empresa, que fornecerá os dados referente a ferramenta de Gestão do Conhecimento, tempo de atendimento ao cliente desde o instante em que cliente entra em contato e aguarda para ser atendimento (fila de atendimento) até o momento que é finalizado o

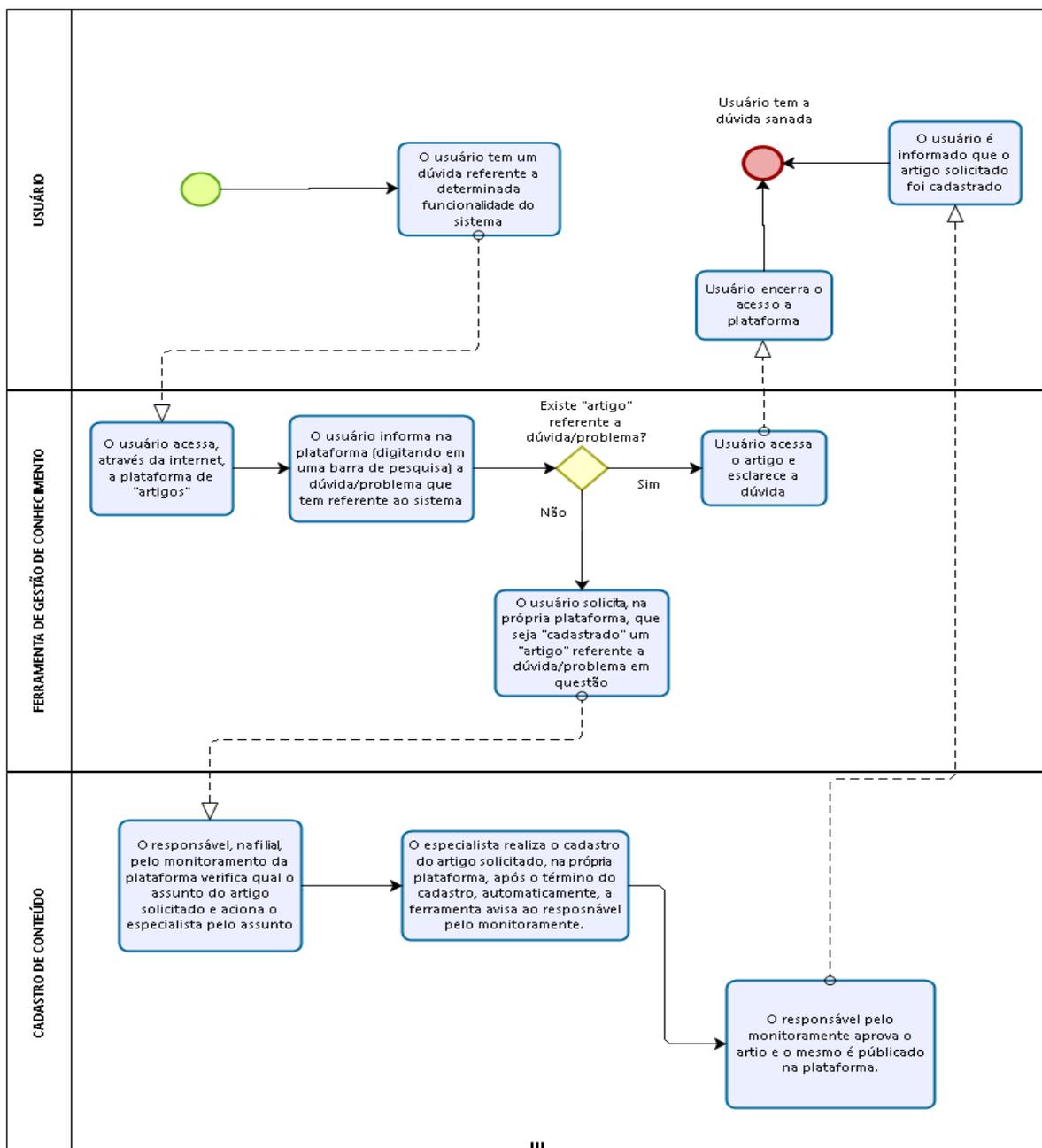
atendimento com o analista, além de fornecer informações referente ao total de acessos a plataforma, para que possamos realizar as análises.

3.2 Coleta de dados

Os dados de acesso foram coletados pela própria ferramenta de Gestão do Conhecimento. A seguir, figura 1, ilustra como ocorre o fluxo de acesso do usuário a plataforma.

A plataforma citada, é o domínio web onde o usuário acesso para esclarecer sua dúvida ou verificar se há algum conteúdo cadastrado, que solucione o problema.

Figura 1: Fluxo de acesso do usuário a plataforma



III

Fonte: Elaboração Própria

O fluxo de acesso do usuário a plataforma ocorre em 3 etapas, são elas:

- **Usuário:** Ao se deparar com um problema ou dúvida o usuário acessa a plataforma.
- **Ferramenta de Gestão do Conhecimento:** Já na plataforma o usuário pode procurar dentro da “página” específica do produto que utiliza (Farma, Postos, Moda, E-commerce, etc), ou se preferir pode digitar na

barra de pesquisa a dúvida ou erro que está no momento e no final, utilizando como “filtro” o nome do sistema que utiliza (semelhante a uma pesquisa realizada no *Goggle*). Se o usuário encontrar o “artigo” que sana sua dúvida/problema o mesmo faz a abertura do artigo e segue os passos nele descrito (ou assiste o vídeo, caso o artigo contar com um), porém, se o usuário não encontrar nenhum artigo referente ao assunto em questão, o mesmo pode, através da própria plataforma, solicitar que seja incluído o artigo referente aquele assunto.

- **Cadastro de Conteúdo:** Nesta etapa o responsável pelo monitoramento da plataforma, identificando que há uma solicitação para inclusão de artigo, verifica referente a qual módulo/tela do sistema se referente a solicitação e aciona o especialista no assunto em questão, para que o mesmo crie um “artigo” referente ao assunto. Após criar o artigo solicitado (a criação do artigo é realizado na própria plataforma) o responsável pelo monitoramento da plataforma é avisado, através de notificação da plataforma, que existe um novo artigo cadastrado pendente para publicação, o responsável realizar a publicação do artigo e o usuário que solicitou o cadastro do artigo é informado, através de notificação, que o artigo solicitado já se encontra disponível.

É monitorado em tempo real todo o fluxo de acessos a plataforma, dias e o horários de maior acesso, os assuntos/dúvidas mais pesquisados e os artigos mais acessados. Essas informações, principalmente o de assuntos mais pesquisado e artigos mais acessados, é utilizada como indicador sobre quais funcionalidades, telas, menus ou módulos do sistema precisa ser melhorado, ou até mesmo alterado, desde que não infrinja nenhuma legislação vigente.

Os dados de acessos referente a ferramenta de Gestão do Conhecimento, são obtidos através do contato dos usuários (colaboradores ou clientes) a plataforma. Já em relação aos conteúdos cadastros na plataforma é somente realizado pelos colaboradores da empresa, mediante iniciativa do próprio colaborador em criar algum conteúdo referente ao sistema ou por solicitação, pelo responsável por monitorar a plataforma ou por solicitação do

cliente (desde que constatado que se referente a um conteúdo que seja solicitado por uma determinada quantidade de clientes). Todos esses dados são monitorados pelo responsável pela plataforma na filial e pelo setor de Engenharia de Software, que fica na Matriz.

Já os dados referentes ao tempo médio de atendimento e tempo médio de espera, são obtidos através do próprio software que faz o gerenciamento e controle dos atendimentos (via Chat e via Voz) e é monitorado pelos coordenadores e gerente do setor de suporte técnico.

3.3 Análise dados

Foram analisados os dados fornecidos pelo setor de Engenharia de Software e coordenação de Suporte, os seguintes dados

- TME (Tempo Médio de Espera);
- TMA (Tempo Médio de Atendimento);
- Quantidade de conteúdo (artigos) cadastrados na plataforma;
- Total de acessos a plataforma (Filial e toda empresa).

Em relação a TME e TMA foram fornecidos os dados antes e após a implantação da ferramenta, para que fosse identificado as, eventuais, alterações.

Foi utilizado o software Excel, da Microsoft, para realizar uma análise comparativa desses dados, em formato de gráficos.

Nesta análise iremos mostrar um panorama em relação ao TME e TMA antes e após a implantação da ferramenta de Gestão de Reconhecimento, para verificar qual o impacto gerado pela ferramenta.

O TME e TMA estão, diretamente, ligados ao nível de satisfação do cliente em relação ao atendimento prestado pela empresa, já que o cliente busca um atendimento mais ágil sem abrir mão da eficiente, ou seja, deseja ser atendido o mais rápido possível e que seu problema seja solucionado, ou que sua dúvida seja sanada.

4 RESULTADO

4.1. Empresa Estudada

É uma empresa do setor de tecnologia situada na cidade de Bebedouro, foi fundada em 2003 e atualmente conta com 142 funcionários.

Desenvolve softwares para o varejo farmacêutico, atualmente é filial de uma multinacional que fornece softwares para vários segmentos do varejo, desde postos de combustíveis a e-commerce.

4.2. Resultados Obtidos

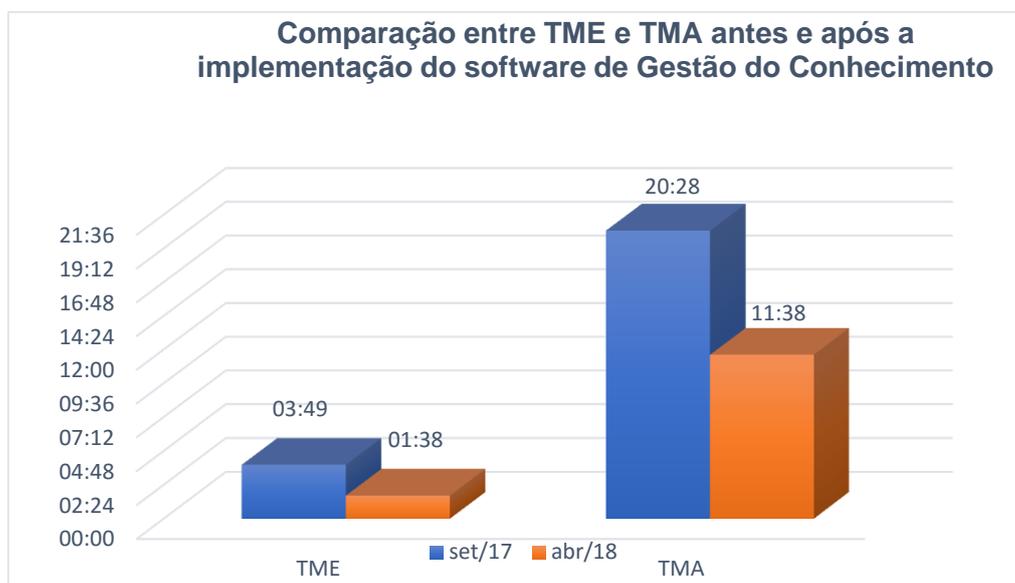
Os resultados foram dispostos no software Excel para uma análise gráfica. Seguem os dados obtidos, em relação ao TME e TMA antes e depois da implementação do software, conforme figura 2 e gráfico 1:

Figura 2: TME e TMA antes e após a implementação do software de Gestão do Conhecimento

TME e TMA antes e após a implementação do software de Gestão do Conhecimento		
Mês / Ano	Setembro 2017 (em min.)	Abril de 2018 (em min.)
TME	03:49	01:38
TMA	20:28	11:38

Fonte: Elaboração Própria

Gráfico 1: Comparação entre TME e TMA antes e após a implementação do software de Gestão do Conhecimento



Fonte: Elaboração Própria

Os resultados foram analisados desde setembro de 2017, pois, foi nessa data que ocorreu a *rollout* (implementação) na filial analisada, pois, na Matriz e em outras filiais o software de gestão de conhecimento foi implantado em períodos diferentes a essa data.

Já em relação ao mês escolhido, após a implementação do software, para análise foi o mês de Abril devido a ser o mês do ano de maior acesso dos clientes ao suporte, pois, nesse mês ocorre, no varejo farmacêutico, a liberação da lista de atualização anual de preço dos medicamentos, ou seja, como impacta todos os clientes desse setor, há um aumento de acesso ao suporte com dúvida de como realizar a importação da lista e atualização do preço no sistema.

Além dos dados referente a TME e TMA foram obtidos os dados referentes ao número de acessos que a plataforma teve (*contabilizando os acessos de clientes e colaboradores*) na empresa como um todo e na filial de Bebedouro, conforme evidenciado na figura 3 e gráfico 2, essa informação é muito importante para identificar o alcance que a plataforma está tendo, pois, quanto maior o número de acessos a plataforma tende a diminuir o número de

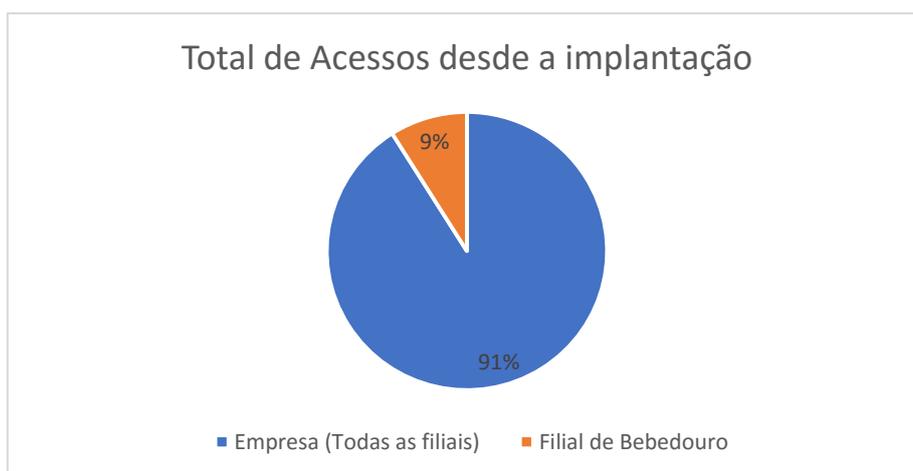
acessos ao suporte, assim sendo, a empresa consegue otimizar seus processos, uma vez que o setor estará menos sobrecarregado.

Figura 3: Número de acessos a plataforma

Número de acessos a plataforma	
Empresa (todas as filiais)	1.685.205
Filial de Bebedouro	165.901

Fonte: Elaboração Própria

Gráfico 2: Total de acessos desde a implantação



Fonte: Elaboração Própria

Apesar de a filial estudada ter sido uma das últimas a serem implantadas a ferramenta de Gestão do Conhecimento, é uma das que teve o maior número de acessos, totalizando quase 10% de todos os acessos (considerando as demais filiais). O volume de acessos dos clientes a plataforma está diretamente ligado com a diminuição de TME e TMA, uma vez que o cliente acessando a plataforma há uma possibilidade maior de o mesmo realizar o autoatendimento,

deixando, por sua vez, de acessar o suporte técnico da empresa, ou seja, diminui-se o tempo da fila de espera para atendimento.

Além dos dados já apresentados, foi obtido a informação que na filial de Bebedouro foram cadastrados 2.717 artigos (*como são chamados os conteúdos cadastrados na plataforma*).

O custo pago pela empresa, pela licença de uso do software foi de U\$ 25.600. A empresa desenvolvedora do software é australiana e tem entre seus clientes o *Departamento de Defesa dos EUA* e a *NASA*.

De acordo com os dados apresentados é possível identificar que houve uma queda significativa no tempo de espera e tempo de atendimento, diminuição de quase 60% no TME e 44% no TMA

A diminuição do TME e TMA impacta, diretamente, na satisfação do cliente uma vez que o cliente espera menos na fila de atendimento (TME), já que para as dúvidas mais comuns entre os clientes já possui artigos cadastrados na plataforma, sendo assim o acesso ao suporte é feito, em sua maioria, devido a dúvidas para as quais ainda não possuem artigos cadastrados. Já em relação ao tempo de atendimento (TMA), também impacta na satisfação, uma vez que o atendimento é realizado de maneira mais ágil, pois, se cliente acionando o suporte técnico com uma dúvida para a qual já existe um artigo cadastrado, é enviado ao cliente o “artigo” esclarecendo a dúvida em questão, sendo assim, o cliente não precisará ficar no chat de atendimento, podendo ele mesmo realizar um autoatendimento.

Além da plataforma de Gestão do Conhecimento ser importante para o atendimento ao cliente é importante, também, para o treinamento de novos colaboradores, e aperfeiçoamento de antigos colaboradores. Na plataforma é possível acessar materiais para leitura, assim como vídeos que vão desde dicas de usabilidades (entre 1 e 3 minutos) ou treinamentos de módulos específicos do sistema (podendo chegar a 01:30 h).

Através da plataforma de Gestão de Conhecimento são gerados indicadores de possíveis melhorias e mudanças a serem realizadas no sistema,

uma vez que identificado que há um volume, significativo, de acessos a plataforma referente a determinado assunto ou módulo do sistema, cabe a equipe de analistas de negócios verificar se são acessos devido a dúvidas/problemas pontuais ou se precisa ser realizada uma mudança ou melhoria no sistema, referente a tela/módulo em questão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve como objetivo principal evidenciar a importância e as vantagens geradas a partir de uma Gestão do Conhecimento, realizada de modo eficiente.

Este objetivo foi concretizado, uma vez que ficou evidente pelos resultados que foram atingidos com a implantação da ferramenta, e hoje a ferramenta é uma grande força da empresa, pois, impacta diretamente na diminuição do TME e TMA, que por sua vez, impactam diretamente na satisfação do cliente, além de contribuir para desenvolvimento dos colaboradores, já que os mesmos podem recorrer a plataforma quando tiverem alguma dúvida em relação ao sistema, uma vez que as informações não ficam mais centralizadas em pessoas específicas, ou seja, é a disseminação do conhecimento.

Deste modo é possível realizar, de maneira eficiente, a Gestão do Conhecimento, principalmente, pelas facilidades que a tecnologia proporciona: acessibilidade, monitoramento em tempo real, compartilhamento de conteúdo e informações, entre muitas outras, sendo assim a tecnologia se torna uma grande aliada das empresas que buscam fazer uma boa Gestão do Conhecimento para desenvolver o capital intelectual, fazendo desse um diferencial para se destacar no mercado.

Destacamos a importância da Gestão do Conhecimento, aliada a tecnologia, para aumentar a competitividade das organizações em um mercado altamente diversificado, complexo e globalizada. O capital humano tem se

tornado um dos bens mais importante de uma empresa pois esse concentra o conhecimento referente aos trabalhos desenvolvidos. Sendo assim, é de suma importância para empresa uma gestão eficiente desse capital, para manter na empresa o conhecimento adquirido pelos colaboradores e transmiti-lo a novos colaboradores.

Portando, o investimento em Gestão do Conhecimento pela empresa analisada, além de melhorar o desempenho da empresa e impactar na satisfação do cliente ajuda a empresa a diminuir custos, uma vez que, quanto maior o número de clientes acessando a plataforma e realizando um “autoatendimento” é possível manter uma equipe de suporte técnico “mais enxuta” e cada vez mais especializada, já que para assuntos de menor complexidade possuem conteúdos cadastrados na plataforma.

REFERENCIAS

CARBONE, P. P. **Gestão por competências e gestão do conhecimento**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

DRUCKER, Peter. **Sociedade Pós-Capitalista**. 3. Ed. São Paulo: Pioneira,2002

KLEIN, David A. **A Gestão Estratégica do Capital Intelectual (Recursos para a Economia Baseada em Conhecimento)**, publicado pela Butterworth-Heinemann. Rio de Janeiro: Qualitymark, Ann B.Graham e Vicent G.Pizzo.p.15-39.2012.

PONCHIROLI, Osmar; Fialho, Francisco António Pereira. **Gestão estratégica do conhecimento como parte da estratégia empresarial**. Rev. FAE, v. 8, nº 1, p. 127 – 138, Curitiba Jan- Jun. 2005;

SERVIN, Géraud. **ABC of Knowledge Management**. NHS National Library for Health, july 2005

TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. **A Gestão do conhecimento**, publicado pela Editora BOKMAN COMPANHIA. 20.V. 2008

SANTOS, Raimundo Nonato Macedo dos. **Métodos e ferramentas para gestão de inteligência e do conhecimento**. *Perspectivas em ciência da informação*, Belo Horizonte, v. 5, n. 2, p. 205-215, jul./dez. 2000.

TEIXEIRA, Gylmar; FACINI, Marcio Alexandre. **Gestão do Conhecimento**. Paraná, 2016.

SANTOS, A.R. (org.) **Gestão do conhecimento: uma experiência para o sucesso empresarial**. Curitiba: Champagnat, 2001.

VALENTIM.CELSO N.S. **Gestão do Conhecimento**. Disponível em: <<https://universidade.humantech.com.br/lp-e-book-gestao-do-conhecimento>>. Acesso em: 13 ago. 2018.