



Gestão do Conhecimento  
gerando resultados

**KM Brasil 2003** (ISSN1678-1546)

Esta é uma publicação da Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento

**Presidente**

Marcelo Corrêa

**Vice-Presidente**

Terezinha Angeloni

**Diretor de Conteúdo**

Heitor José Pereira

**Projeto Gráfico e Editorial  
Capa e ilustrações**

Tina Andrade - Editora

Fenaj 15.480/95/38- ABI 2238

**Subeditor**

Yukio Spinosa

Fenaj 37.451/169/74

**Diagramação**

Wallace Vianna

**Revisão**

Pedro Aurélio Teixeira

**Marketing**

Rose Oliveira

Caixa Postal 12.881-SP

CEP 04.009-970

tel/fax: +55 11 3063-4360

**Impressão**

Grafitto

**Colaboram nesta edição:**

Angela Scavuzzi, Cinthia Mendes, Elisabeth Gomes, Eduardo Lapa, Fernando Gualberto, Heitor José Pereira, Jorge Cataldo, Juliano Benatti, Luis Freire, Lourdes Martins, Marcelo Corrêa, Mauro Martins, Norton Moreira, Rose Oliveira, Sérgio Storch, Sonia Goulart, Sonia Wada, Terezinha Angeloni, Tina Andrade, Yukio Spinosa.

**Importante**

Artigos assinados refletem a opinião de seus autores. Não necessariamente a da SBGC ou da jornalista responsável.

Tiragem: 5 mil exemplares de distribuição gratuita e dirigida

**websites**

[www.kmbrasil.com](http://www.kmbrasil.com)

[www.sbgc.org.br](http://www.sbgc.org.br)



## Gestão do Conhecimento gerando resultados

Foco da Edição 2003 do KM Brasil, a **“Gestão do Conhecimento Gerando Resultados”** reuniu ao redor da mesa redonda moderada por Juliano Benatti, diretor-presidente do Pólo São Paulo da Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento (SBGC), renomadas empresas que apresentaram suas experiências práticas na implantação de metodologias e/ou sistemas para a Gestão do Conhecimento (GC).

“O propósito foi apresentar os casos de aplicação dos conceitos de Gestão do Conhecimento que trouxeram resultados efetivos para as empresas”, explica Juliano, que, preocupado com as regras impostas pelos países que controlam o comércio mundial, acredita que para ganhar nosso quinhão precisamos ser criativos e inovadores.

Juliano está convicto de que as organizações do século XXI serão mais dependentes da agregação de inteligência aos seus processos, produtos e serviços, e por esta razão, terão sucesso aquelas que souberem gerenciar o conhecimento como um pré-requisito essencial dos seus negócios.

“A palavra chave é conexão”. A frase dita por Geralda Paulista, do **CNPq**, causou impacto positivo na apresentação do painel **“O Espaço Emocional e a Gestão do Conhecimento no CNPq”**. Citando os autores Nonaka e Takeuchi, ela afirmou “que embora o indivíduo seja necessário, não é suficiente. O que deflagra o processo são as interações do indivíduo com o ambiente interno e exter-



no, com fontes de informação e experiências anteriores”.

Na opinião de Geralda, o *Meta Learning* (um modelo matemático), permite tratar da conexão dos indivíduos nas organizações e seu desempenho. “Ele classifica as equipes em alto, médio ou baixo desempenho, a partir da capacidade de seus indivíduos fazerem conexão”. Para que a Gestão do Conhecimento não seja abandonada com a tarja de “modismo”, o modelo citado pela assessora de planejamento e estudos estratégicos tem sido a referência para implementar no CNPq uma gestão baseada no conhecimento.

A Datasul (desenvolvedora de software para Gestão Empresarial) decidiu apostar no e-learning como forma de garantir a distribuição do conhecimento atualizado de seus produtos a 2,5 mil profissionais. Este foi o case apresentado por Alice Feuser, gerente-geral da Universidade Corporativa da empresa durante o painel **“A utilização do e-learning na Gestão da Aprendizagem”**. O desafio enfrentado, segundo Alice, foi o de realizar esta tarefa com o menor custo sem perder a eficácia do processo. Os resultados têm sido excelentes, sendo um dos pontos fortes a interatividade, já que é possível trocar conhecimento em tempo real com pessoas espalhadas pelo Brasil.

**“Uma metodologia para a Gestão do Conhecimento na Engenharia”** foi mais uma importante contribuição, especialmente para o ramo da Engenharia, levada pela construtora Camargo Corrêa e apresentada por José Renato Santiago, gerente de Inovação Tecnológica. “Para incrementar a utilização da experiência e do conhecimento adquiridos pela empresa, a Camargo Corrêa desenvolveu e implantou uma metodologia para GC que serve de base para o desenvolvimento de seus projetos”, disse José Renato. Ele reconheceu que o resultado da aplicação desta metodologia trouxe, para a empresa, significativas melhorias na qualidade dos serviços e melhor uso do tempo programado para o desenvolvimento dos projetos e resultou, ainda, na criação de um aplicativo de sistema de informação chamado “Memória Técnica”, que recuperou com sucesso mais de 10 mil documentos técnicos, fotos e vídeos sobre metodologias construtivas, inovações

“A palavra chave é conexão”.

CNPq

Apostar no e-learning como forma de garantir a distribuição do conhecimento atualizado.

Datasul

“Memória Técnica”, recuperou com sucesso mais de 10 mil documentos técnicos, fotos e vídeos sobre metodologias construtivas, inovações tecnológicas e equipamentos”.

Camargo Corrêa

“A prioridade é gerenciar e colocar em rede seu conhecimento, de forma a torná-lo ainda mais eficiente e proporcionar maiores benefícios aos clientes”.

Siemens

“Somente a motivação intrínseca das pessoas garante a adesão verdadeira ao projeto de GC”.

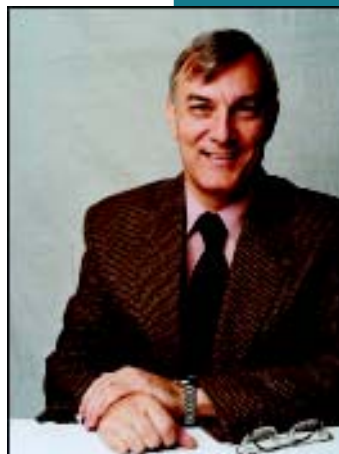
IOB Thompson



tecnológicas e equipamentos.

Após anos de melhoria dos processos internos e das práticas de GC, a Siemens está certa de que, para trazer retorno efetivo a uma organização, é necessário um forte comprometimento da liderança com o tema, além de um sólido modelo organizacional para sua implementação e acompanhamento. Este relato foi apresentado por Filipe Cassapo, gerente de TI, durante o painel **“O Desafio Global de uma Empresa Inovadora”**. A Siemens, com cerca de 410 mil colaboradores alocados em mais de 190 países, tem hoje 70% do seu faturamento proveniente de produtos lançados a menos de 3 anos. “Entre 60% e 80% do valor agregado pela empresa está diretamente vinculado ao seu Capital Intelectual; por este motivo a prioridade é gerenciar e colocar em rede seu conhecimento, de forma a torná-lo ainda mais eficiente e proporcionar maiores benefícios aos clientes”, conclui Filipe.

Fabiano Cardoso, gerente de consultoria da IOB Thomson falou que a implantação da GC veio da necessidade de compartilhar os conhecimentos entre os seus 220 consultores. No painel **“IOB Thomson: Alavancas para implantar a GC”**, o gerente contou que as alavancas utilizadas para a Gestão do Conhecimento na IOB foram o patrocínio da alta direção e integração do projeto aos objetivos estratégicos da organização comprometida com os clientes, acionistas, colaboradores e sociedade. “Organograma e hierarquia devem ser esquecidos; a tecnologia deve ser vista sempre como meio, jamais como fim; o envolvimento das pessoas deve preceder a quaisquer outras iniciativas; somente a motivação intrínseca das pessoas garante a adesão verdadeira ao projeto de GC”, disse Fabiano, enfatizando ainda, a importância de um ambiente tecnológico de colaboração amigável e convidativo.



**por Juliano Benatti**  
juliano.benatti@sbgc.org.br  
é diretor presidente do Pólo São Paulo engenheiro civil, com especialização em Administração de Empresas, Controladoria e Gestão do Conhecimento. Consultor em Gestão Empresarial.

*“As empresas percebem que os ativos intangíveis superam em muito os tangíveis, pois a demanda de produtos e serviços intensivos em conhecimento é cada vez maior.”*



Consagrado como o maior evento de Gestão do Conhecimento da América Latina, a Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento apresentou à academia, setor público, privado e seus associados, os resultados do grande movimento pela democratização do conhecimento no País.

“Geralmente os resultados de GC se dão a médio e longo prazos. Como é quantificada essa melhoria no capital intelectual da empresa derivada de projetos de GC? Pela relação entre o valor da empresa no mercado e o valor de seus ativos tangíveis. Quanto mais alta é essa relação, mais capital intelectual a empresa possui. Por exemplo, empresas líderes de mercado possuem, muitas vezes, capital intelectual equivalente a 80% do valor total da empresa. E nós nos preocupamos normalmente só com os 20% dos ativos tangíveis

que a empresa possui. As empresas maiores, as mais listadas na bolsa dos EUA, geralmente possuem essa relação: o capital intelectual vale quatro vezes mais o capital imobilizado. Então, fazer uma análise de projeto de GC tendo exclusivamente o retorno a curto prazo é perder de vista a grande vertente do capital intelectual, que é gerar uma vantagem competitiva sustentável, ou seja, uma vantagem competitiva de longo prazo.

A SBGC pretende que a divulgação desses resultados aumente sua base de apoio para continuar disseminando a valorização do Capital Intelectual, da Inteligência Competitiva e da Gestão do Conhecimento nas organizações, contribuindo com o compartilhamento de conceitos, técnicas e métodos que promovam a socialização do conhecimento, visando o aumento da efetividade das organizações, a competitividade do país e a qualidade de vida das pessoas, sua verdadeira missão.

Trechos da entrevista exclusiva de Marcelo Corrêa, presidente da SBGC, disponível em vídeo no endereço [www.coletivaonline.com.br](http://www.coletivaonline.com.br)



Patrocínio Master:



Patrocínio:



Apoio Master



Apoio:



Media Partner:



Organização:

