

# **A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DO CONHECIMENTO NO PROCESSO DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA ORGANIZACIONAL.**

Heide Miranda da Silva, Marta Ligia Pomim Valentim. – Área: Ciência da Informação – Curso de Biblioteconomia – Departamento de Ciência da Informação – Faculdade de Filosofia e Ciências – Campus de Marília.

As exigências do mercado globalizado somadas aos avanços das tecnologias de informação e comunicação (TIC's), levam as organizações a investirem e buscarem vantagem competitiva. A informação e o conhecimento passam a ser condição básica de sobrevivência das organizações, sendo o conhecimento o grande diferencial e principal capital corporativo, visto que subsidia o processo de tomada de decisão.

De acordo com Valentim (2002, p.1) a sociedade da informação traz paradigmas da economia, como produtividade e qualidade, cria novos caminhos para o desenvolvimento e exige uma nova postura diante das mudanças sociais. Gerar, obter e aplicar conhecimento passa a ser item básico para enfrentar essas mudanças.

As pessoas são consideradas ativos importantes, uma vez que geram conhecimento individual que ao ser compartilhado/socializado no âmbito corporativo, traz benefícios importantes e resulta em mais competência e efetividade organizacional.

Nesse contexto, busca-se maximizar todos os elementos que compõem o processo de inteligência competitiva organizacional (I.C.O.). A gestão do conhecimento no âmbito corporativo é fundamental para o processo de I.C.O., assim como o uso de tecnologias de informação e comunicação que apoiem esse modelo de gestão, porquanto são as TIC's que auxiliam as pessoas nos processos de internalização e externalização, atuando como um instrumento contribuidor para a interação entre as pessoas, assim como para a construção de conhecimento coletivo.

O que caracteriza uma sociedade como 'sociedade da informação' basicamente é a economia alicerçada na informação e na telemática, ou seja, informação, comunicação/telecomunicação e tecnologias da informação. A informação, aqui entendida como matéria-prima, como insumo básico do processo, a comunicação/telecomunicação entendida como meio/veículo de disseminação/distribuição e as tecnologias da informação entendidas como infra-estrutura de armazenagem, processamento e acesso (VALENTIM, 2002, p.1).

No entanto, o papel da tecnologia como agente de interação entre os indivíduos da organização, não deve ser entendido como o único catalisador dos processos de transferência de informação e conhecimento. Os recursos tecnológicos podem auxiliar nos processos que envolvem a comunicação, mas não substituem a convivência que ocorre internamente ao grupo, indispensável para que o conhecimento tácito/explicito seja disseminado e transformado em recurso estratégico, elemento fundamental para a formulação de ações competitivas.

No contexto atual, a economia influencia os modelos de sociedade. A sociedade da informação é, portanto, um modelo de sociedade, que atende a ideologia dominante, tanto política quanto econômica. As tecnologias de informação e comunicação são instrumentos utilizados para viabilizar essa sociedade e no ambiente empresarial, isso não é diferente.

A gestão do conhecimento está voltada aos fluxos informais existentes no âmbito corporativo, visto que cada unidade de trabalho desenvolve processos, atividades e tarefas, visando atingir os objetivos organizacionais. Esses processos, atividades e tarefas são desenvolvidos por pessoas, por isso a gestão do conhecimento é importante.

Esse projeto pretende focar, através da gestão do conhecimento, o ambiente interno à organização, mais especificamente os fluxos informais gerados pelas pessoas que nela atuam, visando estudar os métodos, técnicas e instrumentos que viabilizam um comportamento positivo nas pessoas, em relação à geração/construção, compartilhamento/socialização e disseminação/uso de dados, informação e conhecimento no ambiente corporativo. Além disso, a gestão do conhecimento apoia os processos de criação de conhecimento tácito, bem como apoia a explicitação do conhecimento construído aos outros indivíduos da organização, contribuindo, assim, para que o processo de inteligência competitiva organizacional (I.C.O.) seja realmente eficaz. A gestão do

conhecimento torna-se um elemento essencial para a implementação do processo de inteligência competitiva organizacional.

As organizações são alicerçadas em informação e conhecimento, mas é necessário que essas informações e conhecimentos possuam valor agregado e, para isso, é necessário que sejam analisados e contextualizados adequadamente, a fim de propiciar a geração de idéias, a solução de problemas e a tomada de decisão.

O mercado consumidor está cada vez mais competitivo e, é nesse contexto, que as organizações utilizam a inteligência competitiva organizacional, pois analisa o meio em que a empresa atua, buscando oportunidades, visando o crescimento da organização.

A inteligência competitiva é o processo que investiga o ambiente onde a empresa está inserida, com o propósito de descobrir oportunidades e reduzir os riscos, bem como diagnostica o ambiente interno organizacional, visando o estabelecimento de estratégias de ação a curto, médio e longo prazo (VALENTIM et al., 2003, p.2).

A pesquisa de natureza qualitativa, do tipo descritiva exploratória coletará os dados e informações, por meio da aplicação de uma entrevista estruturada. A entrevista será elaborada, aplicada e analisada utilizando a análise de conteúdo de L. Bardin. O universo de pesquisa refere-se às indústrias do setor alimentício da região de Marília, Estado de São Paulo, mais especificamente as associadas à Associação das Indústrias de Alimentos de Marília (ADIMA). Os procedimentos metodológicos serão divididos em duas etapas. A primeira etapa constará da leitura e análise de textos, visando à fundamentação teórica; levantamento das indústrias do setor alimentício da região de Marília, identificando as que são competitivas no referido setor; elaboração do instrumento de coleta de dados, que neste caso é a entrevista estruturada. Na segunda etapa, os dados e as informações coletados nas indústrias pesquisadas serão analisados, como o objetivo de estabelecer indicadores quanto ao nível de competitividade das indústrias, especificamente os indicadores relacionados à gestão do conhecimento.

A partir da análise dos dados coletados, pretende-se obter um diagnóstico sobre a gestão do conhecimento nessas organizações e o impacto sobre a competitividade organizacional. Além disso, pretende-se observar de que forma a gestão do conhecimento contribui para o processo de inteligência competitiva organizacional. Identificar-se-á os modelos de gestão do conhecimento (G.C.) utilizados, bem como as condições necessárias para sua implantação nas organizações. Finalizando, propor um plano de ação, visando à aplicação do modelo de I.C.O. no setor pesquisado, de forma a fortalecer a gestão do conhecimento nesse setor.

## Referências

VALENTIM, M. L. P. Inteligência competitiva em organizações: dado, informação e conhecimento. **DataGramaZero**, Rio de Janeiro, v.3, n.4, p.1-13, ago. 2002. Disponível em: <[http://www.dgz.org.br/ago02/Art\\_02.htm](http://www.dgz.org.br/ago02/Art_02.htm)>. Acesso em: 30 de ago. 2002.

\_\_\_\_\_ et al. O processo de inteligência competitiva em organizações. **DataGramaZero**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 3, p. 1-23, jun. 2003. Disponível em: <[http://www.dgz.org.br/jun03/Art\\_03.htm](http://www.dgz.org.br/jun03/Art_03.htm)>. Acesso em: 03 de jul. 2003.

**Bolsa: PAE**