

A INFLUENCIA DA GESTÃO DO CONHECIMENTO NA MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES: UM ESTUDO DE CASOS NA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA X

Lídia Fernanda de Campos, graduanda em Administração
Instituto de Ensino Superior "Presidente Tancredo de Almeida Neves" – IPTAN
Endereço eletrônico: lidinhafernanda@yahoo.com.br

RESUMO

O mercado de trabalho está cada vez mais competitivo, exigindo que os colaboradores estejam motivados a desempenhar seu trabalho dentro das organizações, pois o bom desempenho é a garantia da permanência na empresa. Além disso, a atual sociedade da informação demonstra que o conhecimento é a principal ferramenta competitiva das empresas, demonstrando assim a necessidade de uma boa gestão do conhecimento nas organizações. Existe uma relação da gestão do conhecimento com a motivação que reflete na empresa fazendo com que as mesmas consigam condições propícias para a inovação, criatividade e aprendizado organizacional. O objetivo central deste trabalho é abordar as formas que a gestão do conhecimento influencia na motivação dos colaboradores. A metodologia utilizada, em primeiro momento, foi através de pesquisa referencial em livros, artigos e publicações, utilizando-se de autores como Chiavenato, Rossini & Palmisano, Vergara e Gil dentre outros. Em segundo momento foi realizada uma entrevista com colaboradores da Instituição Financeira X. Através desta pesquisa foi possível perceber como a gestão do conhecimento influencia positivamente na motivação dos colaboradores, além de perceber a necessidade da organização abandonar antigos meios de administrar o ativo intelectual que possui e se transformar em uma organização que “aprende”, que está em constante aprendizado, alinhadas a gestão do conhecimento. Percebe-se a importância das organizações investirem na motivação de seu capital humano tornando-o um diferencial competitivo nos negócios fazendo com que a empresa se mantenha sempre à frente no mercado.

Palavras-chave: Gestão do Conhecimento; motivação; colaboradores; Instituição Financeira X.

ABSTRACT

Considering that the labor market is increasingly more competitive, demanding that employees are motivated to perform their jobs in the organizations. Bearing in mind that good performance is the guarantee of the survival of the company. Furthermore, the current information society shows that knowledge is the key competitive tool for companies, thus demonstrating the need of relevant knowledge management in organizations. There is a relationship between knowledge management and motivation that reflects in the company making them better able to improve innovation, creativity

and organizational learning. The main objective of this study is to discuss the ways that knowledge management influence on employee motivation. The methodology used at first, was by reference research in books, articles and publications, using authors as Chiavenato, Rossini & Palmisano, Vergara and Gil among others. Moreover, an interview was conducted with employees of the Financial Institution X. Taking this research into consideration, it was possible to see how the knowledge management influences positively the motivation of employees, and besides that, realizes the need for the organization to abandon old ways of managing intellectual assets you have and turn into an organization that "learns" which is constantly learning, together with knowledge management. It is clearly seen the importance of organizations to invest in the motivation of their human capital making it a competitive advantage in business, making the company always keeping ahead of the market.

Keywords: Knowledge Management; motivation; contributors; Financial Institution X.

INTRODUÇÃO

Colaboradores motivados buscam desenvolver seu potencial de forma a atingir os objetivos da organização, além disso, quando o funcionário reconhece sua importância dentro da empresa ele se sente mais comprometido com as atividades e procura compartilhar seu conhecimento com os demais trabalhadores. Aliada à motivação a gestão do conhecimento visa principalmente valorizar o capital intelectual da empresa, aprimorando cada vez mais o conhecimento que cada colaborador possui, conhecimento este que apesar de ser um bem intangível é de extrema importância para a organização.

A motivação é a força compulsória que induz os colaboradores a produzirem, sua falta torna as pessoas meros cumpridores de tarefas. Por sua vez, o capital intelectual se tornou o principal recurso para o desenvolvimento das organizações demonstrando assim a importância da Gestão do Conhecimento nas empresas. Assim sendo, este artigo nos leva a questionar: de que formas a gestão do conhecimento pode influenciar na motivação dos colaboradores?

Justifica-se tratar no projeto sobre o tema gestão do conhecimento e motivação, pois, as organizações bem-sucedidas são as que valorizam seu capital intelectual. Bens materiais, equipamentos de última geração, boas estruturas são importantes, porém de nada valem se a empresa não possui colaboradores que sabem trabalhar com esses recursos. A gestão do conhecimento procura otimizar o conhecimento organizacional de forma a ajudar a empresa a se manter competitiva em um mercado cada vez mais concorrido.

O objetivo principal deste artigo é o compartilhamento da informação entre os colaboradores e, nesse caso, entra outro importante tópico da administração de recursos humanos a “Motivação”, pois o colaborador que detém o conhecimento é quem decide se vai compartilhá-lo ou não com os demais colaboradores.

É um processo no qual a organização aumenta seus lucros e os colaboradores buscam reconhecimento pelo bom trabalho realizado. É necessário que a organização supere as expectativas dos colaboradores de forma que eles sintam que sua dedicação ao trabalho está sendo reconhecida e procurem compartilhar todo seu saber com os demais colaboradores na busca pelos melhores

resultados para a empresa. Está aí a importância de motivar e envolver os funcionários no processo de formação da gestão do conhecimento.

Diante desse contexto, este estudo possui como objetivo geral analisar a influência da gestão do conhecimento motivação dos colaboradores. De forma mais específica, conceituar gestão do conhecimento e identificar o que são dados, informação e conhecimento. Elencar os tipos de conhecimento e diferenciá-los, mostrando suas etapas de transformação e sua importância nas empresas. Definir motivação e o ciclo motivacional do indivíduo; apresentar as principais teorias motivacionais e sua aplicabilidade nas organizações e pessoas e; trazer ao leitor um estudo de caso na Instituição Financeira X para melhor entendimento das teorias abordadas e analisar os dados coletados na pesquisa para maior conhecimento da real situação da empresa.

O estudo foi realizado em duas etapas, onde na primeira realizou-se uma revisão bibliográfica através de livros sobre o tema, periódicos, sites especializados e artigos científicos. Já a segunda etapa caracterizou-se por um estudo de caso na Instituição Financeira X, onde um questionário estruturado foi aplicado aos colaboradores, com a finalidade de levantar pontos que sejam positivos e negativos na gestão do conhecimento e na motivação dos colaboradores da empresa, para maior entendimento do cenário organizacional e respondendo ao problema de pesquisa proposto.

A seguir, no referencial teórico, apresentam-se alguns entendimentos sobre a gestão do conhecimento, diferenciação de dados, informação e conhecimento, além dos tipos de conhecimento, e sua importância nas organizações. Versa-se ainda sobre a motivação, etapas do ciclo motivacional, bem como a importância da motivação no ambiente de trabalho. Em um último momento, apresenta-se um estudo de caso na Instituição Financeira X, com foco em sua forma de gestão do conhecimento em sua forma de motivar os colaboradores.

1. Entendimentos Sobre Gestão do Conhecimento

As organizações devem aprender que o conhecimento se tornou um ativo mais importante, e indispensável, que elas dispõem por ser a principal matéria-prima

com a qual todas utilizam. A partir disso, observar-se o quanto ele é mais valioso que qualquer outro ativo físico ou financeiro.

Chiavenato (2004, p. 613) afirma que o conhecimento está em constante mudança e rapidamente o que antes era algo inovador torna-se obsoleto, fazendo necessário que a organização esteja sempre em processo de aprendizado/reciclagem procurando se manter competitiva no mercado.

A troca de informações entre os colaboradores é uma forma prática e de extrema valia dentro das organizações, pois, o conhecimento é o único ativo dentro das empresas que o efeito depreciador funciona de maneira inversa ao efeito realizado em ativos tangíveis, quanto mais é usado mais é valorizado como afirma Santiago J. (2004, p. 23):

Convém ressaltar que uma das grandes características do conhecimento é o fato dele ser altamente reutilizável. Quanto mais utilizado e difundido o conhecimento, maior o seu valor. Ao contrário dos recursos materiais, o efeito depreciação funciona de maneira inversa, pois ela ocorre exatamente quando o conhecimento não é utilizado.

Quanto mais utilizado mais valor o conhecimento adquire, pois cada vez que um colaborador passa uma informação ao seu colega de trabalho ele a interpreta de maneira diferente, agregando valor a ela e, além disso, o modo de trabalho é padronizado dentro da organização, agregando qualidade ao produto final.

Desta forma como afirma Souza (2006, p.2) a gestão do conhecimento torna-se uma proposta de compartilhamento de conhecimentos dentro das organizações, acabando por criar uma disposição favorável para o aprendizado constante e a valorização do capital intelectual nas empresas.

A gestão do conhecimento torna-se peça fundamental nas organizações, pois ela é capaz de criar um ambiente favorável para a troca de conhecimento entre os colaboradores, fazendo com que a empresa esteja em constante aprendizado.

Para uma abordagem mais aprofundada sobre a gestão do conhecimento faz-se necessário alguns entendimentos sobre dados, informação e conhecimento.

1.1 Diferenciando Dados, Informação e Conhecimento

Os dados são as menores partes da informação, são símbolos qualitativos ou quantitativos que agrupados geram significado, conforme explica Rossini & Palmisano (2003, s.p.) que definem dados como elemento que representa eventos ocorridos na empresa ou circunstâncias físicas, antes de serem organizados de maneira que as pessoas possam entender e usar. Para Beal (2004 p. 12) “Dados podem ser entendidos como registros ou fatos em sua forma primaria, não necessariamente físicos.”

As informações são os dados organizados atribuindo significado aos mesmos. Segundo Beal (2004 p.12) *apud* Mc e Prusak (1994) “Informação consiste em dados coletados, organizados, orientados, aos quais são atribuídos significados e contexto.”

Informações podem ser consideradas ainda como conjuntos de dados que podem ser comparados/analísados com outros dados do mesmo tipo, Rossini & Palmisano (2003, s.p.) consideram informação como dado configurado de forma adequada ao entendimento e à utilização pelo ser humano.

Assim sendo se o detentor da Informação for capaz de explicitar aos demais colaboradores os dados que ele aprendeu fazendo com que os mesmos adquiram a informação correta e consigam aplicá-la no seu dia -a- dia a organização será beneficiada, pois deixara de ser dependente do funcionário que detentor do conhecimento e além disso os processo de trabalho se tornarão mais homogêneos e rápidos.

Para Davenport e Prusak (1998, p. 6):

O conhecimento nas organizações costuma estar embutido não só em documentos, mas também em processos, práticas e normas organizacionais ele deriva da informação, da mesma forma que a informação deriva dos dados.

O conhecimento, ativo intangível, pode ser encontrado nas práticas diárias realizadas informalmente entre os colaboradores, sem nenhum tipo de registro em manuais, dificultando assim a mensuração do valor desse conhecimento pela organização, muitas empresas não dão valor a esse bem e tão pouco investem em

cursos e treinamentos para seus colaboradores fazendo com que esse ativo se torne obsoleto ao longo do tempo.

O item 1.2 trará de forma detalhada os dois tipos de conhecimento existentes, facilitando assim sua compreensão.

1.2 Os Tipos de Conhecimentos

O conhecimento tácito é adquirido ao longo da vida, apresenta uma certa dificuldade de ser formalizado ou passado para outras pessoas por ser muito subjetivo é difícil também de ser codificado, é prático e é geralmente fruto de uma longa experiência. “Conhecimento tácito é aquele difícil de registrar, documentar ou ensinar a outras pessoas.” (BEAL 2004, p. 13). Esse tipo de conhecimento é considerado mais valioso por ser difícil de ser encontrado, registrado e repassado, exatamente por depender muito da pessoa que o possui da sua vontade de repassá-lo ou não.

Cabe a organização valorizar seus colaboradores, pois eles são os ativos mais valiosos da empresa são eles que detêm o conhecimento tácito, formado por conceitos, idéias, práticas, processos e produtos que formam a organização em geral.

Já o conhecimento explícito, aquele que é qualificado como objetivo, fácil de ser codificado com palavras, números e fórmulas, é transmitido rapidamente com clareza. “Conhecimentos explícitos são aqueles que podem ser transformados em documentos, roteiros e treinamentos.” (BEAL 2004, p 13).

O Conhecimento explícito é considerado formal, regado, fácil de ser compartilhado, geralmente é registrado em textos, manuais, livros e documentos.

Assim sendo a cabe neste artigo ressaltar a importância de gestão do conhecimento dentro das empresas, procurando aproveitá-la de forma a agregar valor a organização.

1.3 Importância da Gestão do Conhecimento nas organizações

Nos dias atuais as empresas estão se voltando para seu capital intelectual, que são as competências comportamentais e técnicas, habilidades criativas e

motivações, que se tornaram grandes geradoras de resultados e fator fundamental para uma empresa se manter competitiva no mercado. Assim sendo conforme afirma Júnior e Pisa (2010, p. 180) é importante que as empresas reservem um percentual do orçamento para investir na capacitação e melhoria das habilidades técnicas do pessoal, pois o treinamento é o recurso que mais rapidamente apresenta retorno sobre o investimento.

As empresas que querem continuar competitivas em um cenário globalizado afetado pelo avanço tecnológico e pela facilidade de comunicação terão que abandonar antigos conceitos e estarem prontas para mudanças ou tornarão obsoletas e ultrapassadas.

Objetivando aperfeiçoar o processo de aprendizado e melhoria contínua do capital intelectual nas organizações é implantando a gestão do conhecimento, o que facilita o controle e acesso das informações do ambiente organizacional.

Manter uma gestão do conhecimento eficiente dentro das organizações é mais vantajoso que manter um extenso acervo de manuais e políticas, pois como afirma Davenport e Prusak (1998, p 28) quando os gerentes/administradores precisam tomar algum tipo de decisão importante a tendência é que os mesmos procurem pessoas que eles respeitam e que possuem informações esclarecedoras sobre o assunto ao invés de consultar o banco de dados da empresa.

As pessoas procuram esclarecimentos primeiramente com seus colegas de trabalho antes de recorrerem a manuais explicativos, sendo assim boa parte do conhecimento organizacional é difundido através de conversas informais entre os colaboradores, pois, ainda segundo Davenport e Prusak (1998, p 28) dois terços do conhecimento adquirido pelos colaboradores é adquirido através de reuniões face a face ou em ligações telefônicas e apenas um terço é adquirido através de leitura de documentos.

Após os esclarecimentos apresentados sobre o conhecimento é importante tratar alguns itens sobre a motivação nas empresas, procurando acima de tudo verificar sua importância para a realização de uma efetiva gestão do conhecimento.

2. Uma Abordagem Sobre Motivação

A motivação dos colaboradores é considerada peça chave para o bom funcionamento das organizações nos dias atuais, por isso cabe a cada gestor dar atenção os níveis de motivação de seus colaboradores, procurando direcionar esforços para mantê-los satisfeitos procurando alcançar as metas da empresa.

Mesmo Vergara (2006, p.42) afirmando que “Motivação é um processo intrínseco e individual, ninguém motiva ninguém. Nós é que nos motivamos ou não. Tudo o que os de fora podem fazer é estimular, incentivar, provocar nossa motivação”, cabe às empresas identificarem as expectativas dos funcionários e sobretudo supri-las procurando conseguir que eles se voltem a cumprir os objetivos da organização.

Conforme cita a pirâmide de Maslow no topo das necessidades humanas estão as necessidades de auto realização sendo assim é valido ressaltar que motivar os colaboradores é ir além de oferecer a eles bons salários, benefícios o desejo muita das vezes dos funcionários é de reconhecimento pelo seu trabalho prestado, oferecimento de um cargo de maior responsabilidade Chiavenato (1998, p.76), defende que a:

Motivação funciona em termos de forças ativas e impulsionadoras, traduzidas por palavras, funciona como “desejo” e “receio”; o indivíduo deseja posse, deseja *status*, receia o ostracismo social, receia as ameaças à sua auto-estima. Além disso, a motivação aberta determina meta, para cujo alcance o seu humano gasta energia.

Assim sendo satisfeitas as necessidades primárias de sobrevivência o ser humano deseja ser estimado, deseja ser reconhecido pelo trabalho que pratica, sentindo-se valorizado pela organização dificilmente o colaborador irá buscar outra empresa para trabalhar.

Desta forma ambas as partes saem beneficiadas, os colaboradores se sentem motivados a trabalhar em tal organização e com isso dão o seu melhor na realização das tarefas fazendo com que a empresa obtenha um enorme ganho em produtividade. Conforme sintetiza (Costa motivação no trabalho, 2010) “Para trabalhar o capital humano de modo a maximizar o seu desempenho, é necessário que os indivíduos se sintam motivados, satisfeitos e felizes no exercício das suas

funções, só assim desenvolverão com melhor qualidade as suas atividades e atingirão os objetivos com maior eficácia.”

A motivação ainda tem o poder de fazer com que os funcionários desprendam energia para realizar tal atividade, pois conforme afirma (Gil 2006, p. 202) a “Motivação é a força que estimula as pessoas a agir.” Cabe a organização estimular o colaborador a compartilhar seu conhecimento com os demais a fim de todos juntos alcançarem os objetivos organizacionais.

O Ciclo motivacional é dividido em etapas iniciando a partir do surgimento de uma necessidade, veremos a fundo no próximo item.

2.1 Etapas do Ciclo Motivacional

Os seres humanos buscam continuamente satisfazer suas necessidades fisiológicas, de segurança, de pertencer a um grupo social, de estima e auto-realização como afirma Chiavenato (1998, p. 78) “Os Seres humanos estão continuamente engajados no ajustamento a uma variedade de situações, no sentido de satisfazer suas necessidades e manter o equilíbrio emocional.”

O ciclo motivacional se divide em etapas começa com o surgimento de uma necessidade. “A necessidade é uma força dinâmica e persistente que provoca comportamento.” (Chiavenato 1998, p.77). O individuo sai do estado de equilíbrio, causando um estado de tensão, ou ação. Se o comportamento for eficaz, o individuo encontrará a satisfação da necessidade, o organismo volta ao estado de equilíbrio anterior, à sua forma de ajustamento ao ambiente.

Segundo Chiavenato (2005, p. 91):

As Necessidades ou motivos não são estáticos; ao contrário, são forças dinâmicas e persistentes que provocam comportamentos. Com a aprendizagem e a repetição (reforço positivos), os comportamentos tornam-se gradativamente mais eficazes na satisfação de certas necessidades. Por outro lado, quando uma necessidade satisfeita não é motivadora de comportamento, já não causa tensão ou desconforto.

Após satisfazer uma necessidade o individuo retorna ao seu estado de conforto, temporariamente, pois surgiram novas necessidades, o ser humano esta sempre a procura de realização de algum desejo.

As etapas do Ciclo motivacional são: Equilíbrio interno, Estímulo ou Incentivo, Necessidade, Tensão, Comportamento ou ação e Satisfação.

2.2 A Importância da Motivação no Ambiente de Trabalho

Motivação é um estado psicológico de disposição, interesse ou vontade de perseguir ou realizar uma tarefa ou cumprir uma meta. Dizer que uma pessoa está motivada para o trabalho significa dizer que essa pessoa apresenta disposição favorável ou positiva para realizar o trabalho Bossi (2011, s.p.).

Portanto para que o colaborador esteja disposto ao trabalho à organização também precisa começar a motivá-lo desde seu primeiro dia de trabalho procurando apresentá-lo aos demais colegas, mostrar a ele quem é seu superior e informar acima de tudo quais são as normas e regras da empresa. É importante também conforme cita Júnior e Pisa (2010, p. 179) que o salário e a divisão de tarefas sejam feitos de forma igualitária entre os funcionários que desempenham a mesma função evitando assim alguém se sinta injustiçado.

Sendo assim, manter os colaboradores motivados faz com que a organização alcance melhores resultados conforme afirma Gil (2006, p. 201):

O mundo cada vez mais competitivo nos negócios exige altos níveis de motivação das Pessoas. Empregados motivados para realizar seu trabalho, tanto individualmente como em grupo, tendem a proporcionar melhores resultados. A motivação pode ser entendida como o principal combustível para a produtividade da empresa.

Mostrar aos colaboradores reconhecimento pelo seu trabalho prestado como oferecer prêmios por boa produtividade, oferecer a eles cargos que exigem maior confiança, mostra que os seus serviços estão sendo valorizados causando satisfação ao colaborador.

Ferreira (2015, p. 15) salienta que: “Cabe à empresa conhecer seus empregados para identificar os estímulos prováveis de desencadear a motivação, o que deve ser feito de forma constante e avaliado periodicamente.”

As empresas bem-sucedidas tratam seus colaboradores como parceiros, possuidores de conhecimento, habilidades e competências essenciais para o bom rendimento da organização e procuram acima de tudo oferecer aos colaboradores um bom ambiente de trabalho, procurando uma boa convivência entre os

colaboradores, Chiavenato (1998, p. 78) afirma que “O Clima Organizacional está intimamente ligado com o grau de motivação de seus participantes. Quando há elevada motivação entre os membros o clima motivacional se eleva e se traduz em relações de satisfação, de animação, interesse, colaboração.”

Davenport e Prusak (1998, p.39) afirmam que existem nas empresas colaboradores motivados, sempre prontos a ajudar os demais sem se preocupar em receber algo em troca, eles sentem-se felizes em compartilhar o próprio conhecimento sempre que possível. Na grande maioria esses funcionários são apaixonados pelo assunto e se preocupam com o bem da empresa.

Cabe aos gestores orientar e promover ao máximo essa transferência de conhecimento principalmente entre colaboradores de meia-idade prestes a se aposentar é importante que eles passem adiante o que foi aprendido na empresa, conforme afirma Tortorette (2010, s.p.) “É uma dinâmica extremamente enriquecedora que ajuda os dois, o antigo aprende coisas que desconhece visita novas formas de pensar e se abre para tentar e ousar mais. O novo passa a conhecer a empresa e seu modo de trabalhar e começa a navegar na história da organização” fortalecendo assim o ativo intangível da organização.

Procurando demonstrar de forma prática esses conceitos abordados anteriormente foi realizado um estudo de casos que será detalhado no próximo item deste artigo.

3. Metodologia do Estudo de Caso

A pesquisa realizada foi de natureza exploratória, do tipo estudo de caso, de caráter qualitativo, visando trazer ao leitor o real cenário de atuação da empresa para posterior análise e discussão frente ao tema, onde foi realizada uma entrevista com os colaboradores da Instituição Financeira X com a finalidade de levantar pontos que sejam positivos e negativos na gestão do conhecimento e na motivação.

O objetivo principal foi averiguar se a empresa está utilizando de forma favorável o conhecimento de seus colaboradores conforme afirma Chiavenato (2005, p 41) “...a aplicação do conhecimento e sua adequada aplicação permite captar e informação disponível para todos e transformá-las rapidamente em oportunidade de novos produtos e serviços.” Respondendo ao problema de pesquisa proposto. Não

foi objetivo da pesquisa a criação de padrões matemáticos, numéricos ou estatísticos.

3.1 Análise e Discussão das Entrevistas

A partir dos dados coletados nas entrevistas e de toda a teoria abordada nesse artigo científico, espera-se responder o problema de pesquisa propósito: De que formas a gestão do conhecimento pode influenciar na motivação dos colaboradores?

Para se concretizar o estudo de caso deste artigo, foi feita uma entrevista com dois colaboradores responsáveis pelo setor de cadastro da instituição financeira X, através das respostas pode ser notado que a instituição proporciona constantes treinamentos aos funcionários e sempre que possível direciona os mesmos a cursos na central, além disso, a empresa oferece uma bolsa de estudo na qual ela paga metade da mensalidade de cursos de graduação e pós-graduação que estão relacionados com a área de atuação da organização.

Nota-se também que a organização proporciona aos colaboradores uma rotatividade entre os setores das agências fazendo com que os mesmos aprendam as diversas atividades realizadas. Assim sendo há uma troca de experiência/informações na empresa.

É possível afirmar que apesar o clima organizacional tenso pela pressão do cumprimento das metas os colaboradores estão abertos a troca de informações e quando questionados procuram repassar o conhecimento que possuem aos novos integrantes de organização.

Porém foram encontrados dentro da empresa que dificultam a troca de informações entre os colaboradores como a própria rotina na instituição que afeta no repasse do conhecimento ou execução da tarefa, por se tratar de uma instituição financeira a rotina interna se torna um pouco conturbada, imprevistos podem surgir a cada momento e alguns casos tratados de formas diferentes.

Verifica-se que os colaboradores sabem da importância da gestão do conhecimento dentro da empresa e a consideram elemento chave para o alcance do sucesso da organização.

Sobre motivação ambos os entrevistados reconhecem que ela é algo essencial na instituição, pois faz com que as pessoas trabalhem satisfeitas, além de ser importante para manter um bom clima organizacional e assim contribuir para melhores resultados.

Porém existem alguns problemas que causam desmotivação nos colaboradores como: rotinas que ficam com algum detalhe para resolver e que depende de outras pessoas para finalizá-las e estas não dão importância; Muita burocratização nos processos que poderiam ser mais simples de resolver.

Assim sendo foi possível analisar, através das respostas dos questionários que a gestão do conhecimento pode influenciar na motivação dos colaboradores na forma de melhor organizar o conhecimento presente na empresa, otimizando as rotinas de trabalho. A organização passa a ter um quadro profissional mais capacitado, há agilidade nos processos internos e externos, menos erros nas rotinas em geral ocasionando menor desgaste.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a realização desta pesquisa foi possível notar a importância da motivação aliada à gestão do conhecimento na eficiência da organização, pois o conhecimento organizacional é formado pela soma dos conhecimentos individuais dos colaboradores e está nas mãos dos funcionários à decisão de compartilhar ou não o conhecimento que detém com os demais colegas, motivando a buscar os melhores resultados para a organização fica mais fácil a troca de conhecimento.

A gestão do conhecimento possibilita o somatório de saberes individuais na construção de um conhecimento coletivo que se torna um diferencial de mercado da organização.

Ressalta-se a importância do ambiente organizacional favorável ao compartilhamento das informações dentro da empresa, é importante que haja um clima organizacional propício, com bom relacionamento entre os colaboradores, bom relacionamento com os superiores.

Foi possível concluir que o sucesso da instituição pode estar relacionado à manutenção das fontes de conhecimento existentes na empresa, procurando dissipá-la a todos os colaboradores fazendo com que todos priorizem suas forças de trabalho de modo que a instituição alcance seus objetivos.

Desta forma ressalta-se também que clima organizacional influencia na troca ou não de informações, pois a motivação é uma força interior que é desenvolvida ou não por estímulos externos, assim sendo quando o colaborador recebe tais estímulos positivos do ambiente de trabalho que está inserido ele se sentirá satisfação pelo trabalho e procurará fazer o que for possível para que a empresa alcance seus objetivos e buscará ensinar aos outros colaboradores tudo que ele sabe.

Motivar acima de tudo é valorizar e aquele que se sente valorizado produz mais e melhor, apresenta reações positivas a organização, oferece o melhor de si gerando lucratividade para a empresa.

Reconhecer o esforço do colaborador, demonstrar confiança em seu trabalho, incentivá-lo dando espaço para que ele cresça dentro da organização são fatores que influenciam na motivação e no comportamento positivo dos funcionários dentro das empresas.

Cada colaborador deve ter suas funções bem definidas na empresa e trabalhar com responsabilidade, compartilhando o conhecimento que possuem com os demais como forma de ajuda mútua onde todos pensam, trabalham e buscam as melhores soluções para a empresa.

Espera-se com a realização desta pesquisa que o interesse das pessoas nesta área aumente cada vez mais e que novos estudos voltados a motivação e gestão do conhecimento sejam realizados, a fim de contribuir com uma maior disseminação do tema, aumentando o número de referências do mesmo no meio acadêmico e profissional.

REFERÊNCIAS

ANTONIO E BEATRIZ, Barbosa Lemes Júnior e Jackiu Pisa. Administrando Micro e Pequenas Empresas. Elsevier Editora Ltda, 2010.

BEAL, Adriana. Gestão Estratégia da informação. São Paulo: Atlas Editora, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos – Edição Compacta. São Paulo: Atlas Editora, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas – Elsevier Editora Ltda, 2005.

FERREIRA, Patrícia Itala. Clima Organizacional e qualidade de vida no trabalho. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

GIL, Antonio Carlos. Gestão de Pessoas – Enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas S.A. Editora, 2006.

VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de Pessoas. São Paulo: Atlas Editora, 2009

REFERÊNCIAS ELETRONICAS

BOSSI, Aline. Motivação para o Trabalho. Disponível em <<http://alinebossi.com/2011/07/26/motivacao-para-o-trabalho/>> Acesso em 01. dez .2015.

CHIAVENATO, Idalberto Administração – Teoria, Processo e Prática. Disponível em <<https://books.google.com.br/books?id=0j1NJ69Zm0kC&printsec=frontcover&dq=Administra%C3%A7%C3%A3o++Teoria,+Processo+e+Pr%C3%A1tica+Chiavenato&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjMkOiDjqvNAhVik5AKHe4kC3IQ6AEIOjAB#v=onepage&q=Administra%C3%A7%C3%A3o%20Teoria%2C%20Processo%20e%20Pr%C3%A1tica%20Chiavenato&f=false>>_. Acesso em 01 dez 2015.

CHIAVENATO, Idalberto Teoria Geral da Administração. Disponível em <https://books.google.com.br/books?id=p1v6UEVixy8C&printsec=frontcover&dq=Pela+sua+import%C3%A2ncia,+o+conhecimento+est%C3%A1+sendo+Chiavenato&hl=pt-BR&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Pela%20sua%20import%C3%A2ncia%2C%20o%20conhecimento%20est%C3%A1%20sendo%20Chiavenato&f=false>. Acesso em 24 fev 2016.

COSTA, Paula Cristina. Motivação no Trabalho. Disponível em <http://www.rhportal.com.br/artigos/rh.php?rh=Motivacao-no-Trabalho&idc_cad=x9oif4v7j>. Acesso em 29 nov 2015.

DAVENPORT e PRUSAK, Thomas H., Laurence, conhecimento empresarial. Disponível em

<<https://books.google.com.br/books?id=p4n9TZ9J3bAC&pg=PA6&dq=conhecimento+%C3%A9+mais+amplo,+mais+profundo+e+mais+rico&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwj4prwjYfLAhVGH5AKHRJDAiUQ6AEIHDA#v=onepage&q=conhecimento%20%C3%A9%20mais%20amplo%2C%20mais%20profundo%20e%20mais%20rico&f=false>>. Acesso em 24 jan 2016.

ESEDH. Disponível em
<http://www.esedh.pr.gov.br/arquivos/File/dado_info_conhecimento.pdf>. Acesso em 24 fev 2016

SANTIAGO JR., José Renato Satiro. Gestão do Conhecimento a chave para o sucesso empresarial. Disponível em
<http://www.martinsfontespaulista.com.br/anexos/produtos/capitulos/143111.pdf>>. Acesso em 29 nov 2015.

SICOOB CREDIVERTENTES. Disponível em
<<http://www.credivertentes.com.br/paginas.php?pag=5>>. Acesso em 01 dez 2015

TADEUCCI, Marilsa de Sá Rodrigues, editora IESDE Brasil S.A. Disponível em
<https://books.google.com.br/books?id=rLnXwpphkBUC&printsec=frontcover&dq=motiva%C3%A7%C3%A3o&hl=pt-BR&sa=X&sqi=2&redir_esc=y#v=onepage&q=motiva%C3%A7%C3%A3o&f=false>. Acesso em 24 fev 2016.

TORTORETTE, Maria, A importância dos veteranos nas organizações. Disponível em <<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/gestao-rh/mercado-gestao-rh/a-importancia-dos-veteranos-nas-organizacoes>>. Acesso em 08 maio 2016.