

## **O USO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E AS PRÁTICAS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO NAS EMPRESAS BRASILEIRAS - DADOS DA PESQUISA CETIC.br (2010).**

Suely da Silva Carreira – Faculdade Adventista Paranaense – FAP - [sscarreira@gmail.com](mailto:sscarreira@gmail.com)  
Gregório Varvakis – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC [grego@egc.ufsc.br](mailto:grego@egc.ufsc.br)  
Manoel Francisco Carreira – Universidade Estadual de Maringá – UEM - [mfcarreira@uem.br](mailto:mfcarreira@uem.br)

### **Resumo:**

Este artigo consiste em uma análise dos dados apresentados na pesquisa realizada pelo Centro de Estudos sobre Tecnologias e Comunicação no Brasil – CETIC.br – a respeito do uso das tecnologias da informação e comunicação no Brasil em 2010. A pesquisa foi aplicada numa amostra de cinco mil empresas brasileiras com dez ou mais colaboradores e traz informações sobre o uso da internet nas empresas, incluindo dados gerais sobre os sistemas TIC (Tecnologia de Informação e Comunicação), governo eletrônico, segurança na rede, comércio eletrônico e habilidades no uso das TICs. Em 2010, os resultados da TIC *Empresas* apresentam um cenário de estabilidade em comparação ao que vinha sendo observado nos anos anteriores. A presença de computadores nas empresas investigadas permanece no patamar de 97%. Os indicadores do uso das TICs encontrados nas empresas pesquisadas apontam que ainda são pouco aplicadas as práticas de gestão do conhecimento, no tocante à disseminação e compartilhamento do conhecimento nestas empresas

**Palavras chave:** Empresas brasileiras; TICs; gestão do conhecimento.

## **USE OF INFORMATION TECHNOLOGY AND COMMUNICATION AND KNOWLEDGE MANAGEMENT PRACTICES IN THE BRAZILIAN - RESEARCH DATA CETIC.br (2010).**

### **Abstract**

The present study consists on an analysis of the data presented in the survey accomplished by the Center of Studies on Technologies and Communication in Brazil (CSTC) - CETIC.br - on the use of the technologies of the information and communication in Brazil in the year 2010. The research was applied on a sample of five thousand Brazilian companies with ten or more collaborators and provides information on the penetration and use of the internet in the Brazilian companies, including general data on the systems ICT, e-government, network safety, electronic trade and skills in the use of ICTs. In 2010, the results in ICT Companies present scenery of stability in comparison to what had been observed in the previous years. The presence of computers in the investigated companies remains at a level of 97%. The indicators of the use of the communication and information technologies among the surveyed companies point that they are still little applied to the practices of knowledge management, concerning the dissemination and sharing of knowledge in those companies.

**Key-words:** Brazilian companies; Internet; Knowledge management.

## 1. Introdução

O desenvolvimento representa uma ideia-força que se traduz na possibilidade de desencadear, pela ação inovadora, os processos através dos quais se materializa a liberação do ser humano do império das necessidades. Representa a expressão moderna do conceito de progresso, constituindo condição essencial para o exercício pleno da liberdade e da cidadania e como tal deve ser tratado como meta prioritária, quase uma cruzada.

O ritmo vertiginoso das mudanças tecnológicas sacode as sociedades economicamente desenvolvidas. Essa nova economia tecnologicamente avançada consiste de uma sociedade globalizada, pautada na informação, e tem suas principais atividades produtivas organizadas em escala, seja no consumo, seja na circulação, seja ainda nos seus componentes, como o capital, o trabalho, a tecnologia e os mercados.

A produtividade e a competitividade dos agentes desta economia sejam estas as empresas, as regiões ou as nações, dependem da sua capacidade de gerar, processar e aplicar a informação baseada em conhecimentos. Somente zelando pela eficiência produtiva e pela competitividade dos produtos esses agentes conseguirão uma consistente inserção nessa economia mundial globalizada, e isso exige um enorme esforço de adequação.

As empresas brasileiras, para crescer, terão de aplicar tecnologias ainda recentes mesmo nos países desenvolvidos, muitas ainda resguardadas por patente ou outras formas de proteção. As informações tecnológicas, a transferência de tecnologia e o *know how* adquirido são instrumentos poderosos de política industrial e determinantes para o desenvolvimento de qualquer país.

O presente artigo tem por objetivo realizar uma análise dos dados da pesquisa realizada pelo CETIC.br em empresas brasileiras no ano de 2010 sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação e verificar se existe relação do uso de tecnologias com a gestão do conhecimento nas empresas pesquisadas.

## 2. TICs e a gestão do conhecimento

Entre as principais características de uma organização gerenciada estrategicamente está a de ser orientada pelo pensamento estratégico. Assim, como os ativos do conhecimento são os componentes do novo fator de produção de riqueza da nova economia, tem-se que buscar uma alocação racional de tais recursos para que a organização dirija suas ações para o objetivo preestabelecido, e que este coadune com a contingência do ambiente de atuação da empresa.

Que o conhecimento é o novo fator de produção que impulsiona o mundo dos negócios, já se pode considerar quase um senso comum. Mas como as empresas brasileiras elaboram esse conceito e o traduzem no seu dia a dia é o grande diferencial de estratégia competitiva de algumas empresas. De acordo com o Paradigma (2011) em pesquisa realizada com executivos de grandes organizações mostra que há avanços nessa área, porém restam "territórios a ocupar".

O cenário no mundo dos negócios e na sociedade em geral é demasiadamente complexo. Os fenômenos econômicos e sociais, como globalização das empresas e das pessoas, aliados ao processo acelerado das inovações tecnológicas, têm contribuído para uma reestruturação nas empresas constituem uma realidade da qual quem está no meio não tem como fugir sem o risco de ser banido por falta de competitividade.

É nesse sentido que o conhecimento, ou melhor, que a gestão do conhecimento (KM, do inglês Knowledge Management) se transforma em um valioso recurso estratégico para a vida das pessoas e das empresas. Não é de hoje que o conhecimento desempenha papel fundamental na história. Na realidade, sua aquisição e aplicação sempre representaram estímulo para as conquistas de inúmeras civilizações; no entanto, apenas "saber muito" sobre alguma coisa não proporciona, por si só, maior poder de competição para uma organização. É quando aliado à sua gestão que ele faz diferença. A criação e a implantação de processos que gerem, armazenem, gerenciem e disseminem o conhecimento representam o mais novo desafio a ser enfrentado pelas empresas. Termos como "capital intelectual", "capital humano", "capacidade inovadora", "ativos intangíveis" ou "inteligência empresarial" já fazem parte do dia a dia de muitos executivos.

De acordo com Sveiby (1998, p.3), “[...] o conceito de Gestão do Conhecimento surgiu no início dos anos 90 e, não contempla mais apenas uma forma momentânea de apresentar eficiência operacional, mas sim um forte componente de estratégia empresarial”. Surge como uma metodologia de gerenciamento que atua não apenas no processo de inovação, mas também em fatores que determinam vantagens competitivas para a organização, tais como produtos, processos e serviços. Assim, é a gestão eficaz dos ativos de conhecimento das organizações que lhes permite organizar de forma mais sistemática e eficaz todo o seu conhecimento. Sveiby (1998) afirma que é preciso enxergar a organização como uma estrutura de conhecimento, e não de capital.

Para Clarke (2004, p. 30), a Gestão do Conhecimento pode proporcionar um círculo de evolução do conhecimento, a fim de que este possa contribuir com todos os níveis da organização. Tendo-se em conta essa afirmação, pode-se compreender que o conhecimento na organização é um processo contínuo, que vai sendo compartilhado e alcança todos os níveis sempre de forma a crescer e evoluir.

Bhatt (2001) tem sobre o conhecimento uma visão mais abrangente, pois considera que este tem que envolver pessoas, processos e tecnologia. O autor refere que as organizações podem focar nas pessoas, nas tecnologias ou nos processos, mas somente um destes fatores não tem como dar certo, sendo necessária a interação entre eles. Salienta que para isso é importante haver um equilíbrio na cultura organizacional entre tecnologias e processos

Para Nonaka, Toyama e Hirata (2008), o conhecimento somente é efetivado quando ocorre a interação entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito, mediante quatro processos de conversão desse conhecimento: socialização, externalização, combinação e internalização (Modelo SECI). A socialização gera o conhecimento compartilhado; a externalização gera o conhecimento conceitual; a combinação dá origem ao conhecimento sistêmico; e a internalização produz o conhecimento operacional; e “[...] para viabilizar a criação do

conhecimento organizacional, o conhecimento tácito acumulado precisa ser socializado com os outros membros da organização, iniciando assim uma nova espiral de criação do conhecimento.” (NONAKA, TOYAMA e HIRATA, 2008).

Conforme os autores acima mencionados, o conhecimento tácito, que é representado pela experiência das pessoas (saber fazer), e o conhecimento explícito, que é o conhecimento formalizado, devem interagir dentro da organização para permitir um rápido crescimento do conhecimento da organização, num círculo contínuo, pois isto possibilitará aos colaboradores desenvolver múltiplas tarefas dentro da organização. Ademais, segundo Raisch (2009), a possibilidade de os indivíduos, dentro das organizações, poderem assumir diversas tarefas gera uma série de contradições e desafios, os gestores precisam de uma visão ambidestra para que as metas possam ser alcançadas.

Para Smith e Tushman (2005), é um paradoxo pensar e compreender múltiplos papéis. Floyd e Lane (2000) sugerem que os indivíduos que se concentram na criatividade e exploração diferem, até mesmo quanto à personalidade, dos que enfatizam atividades de execução ou exploração.

Neste sentido é importante compreender que, para os colaboradores desenvolverem atividades voltadas para um processo de gestão em que o conhecimento agregue valor aos produtos e serviços, as TICs podem ser definidas como tecnologias e instrumentos usados para compartilhar, distribuir e reunir informação, bem como para se comunicar umas com as outras, individualmente ou em grupo, mediante o uso de computadores e redes.

Assim, entende-se que o desafio da gestão do conhecimento é árduo e longo, pois o conhecimento só cresce quando compartilhado, e o conhecimento tácito e explícito devem caminhar em paralelo. Neste processo os indivíduos desenvolvem capacidades e habilidades que devem ser direcionadas para o alcance das metas e estratégias da organização, ficando à responsabilidade do gestor do conhecimento criar condições de compartilhamento mediante o uso de tecnologias de ponta, pois não existe retrocesso: o novo fator produtivo é o conhecimento.

### **3. Inovação tecnológica**

Para compreender adequadamente a gestão das inovações tecnológicas faz-se necessário conhecer dois importantes aspectos, a saber:

- i) O ciclo de vida tecnológico, e
- ii) A difusão da inovação.

Para tal objetivo, existem modelos específicos propostos por autores como Rogers (1995) e Tornastsky e Fleischer (1990). O primeiro aponta duas variáveis principais que devem ser avaliadas no processo de inovação tecnológica:

- i) uma atitude positiva para a mudança por parte dos líderes, e
- ii) a identificação e compreensão das características internas da estrutura organizacional.

Para Tornastsky e Fleischer (1990), são três as variáveis interdependentes que orientam o processo de inovação tecnológica: 1) o ambiente externo (características empresariais e estrutura do mercado, tecnologia de suporte e infra-estrutura e regulamentações); 2) tecnologia (características e disponibilidade); e 3) organização (vinculação entre estrutura formal e informal, processo de comunicação, tamanho e disponibilidade de recursos). Ainda para esses autores, é importante compreender que a organização está inserida num ambiente que ela influencia e do qual também sofre influência.

Sankar (1991) defende que o processo de inovação deve ser implementado a partir de um conjunto de etapas subsequentes, quais seja definição das características da inovação, definição de princípios para gerenciar a mudança e mecanismos para incentivar o envolvimento e o comprometimento mediante a participação dos diversos atores envolvidos.

O processo de inovação é bastante complexo, e a acirrada concorrência existente entre as organizações acaba dificultando as fronteiras entre os tipos de inovação. Para alavancar a vantagem competitiva decorrente do desenvolvimento de novo produto no mercado, muitas vezes se exige que inovações de processo sejam realizadas para que se possa produzir o novo bem e colocá-lo no mercado em tempo adequado.

As inovações organizacionais não são apenas um fator de apoio para as inovações de produto e processo; elas mesmas podem ter um impacto importante sobre o desempenho da empresa. Inovações organizacionais podem também melhorar a qualidade e a eficiência do trabalho, acentuar a troca de informações e refinar a capacidade empresarial de aprender e utilizar conhecimentos e tecnologias.

Uma inovação tecnológica que, por exemplo, tenha resultado em novo produto, pode exigir o desenvolvimento de novas tecnologias para efetivar-se, o que certamente contribui decisivamente para o desenvolvimento tecnológico da empresa inovadora, assim como das empresas que fornecem peças, componentes, acessórios e novas embalagens. Nessa perspectiva, os quatro tipos de inovação (de produtos, de processos, de marketing e organizacional) descritos no Manual de Oslo tornam-se complementares, e suas fronteiras, menos rígidas.

#### **4. Procedimentos metodológicos**

Para o desenvolvimento deste estudo foi utilizada a pesquisa realizada pelo CETIC.br sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação em empresas brasileiras. A amostra selecionada pela pesquisa contempla um universo de 5.000 (cinco mil) empresas brasileiras com 10 ou mais colaboradores. A pesquisa foi aplicada por meio de questionários semi-estruturados. A análise dos dados será do tipo qualitativo. Segundo Triviños (1987), esse tipo de análise procura uma espécie de representatividade do grupo maior dos sujeitos que participarão do estudo, enquanto para Moreira (2008), este método de análise abdica, total ou quase totalmente, de abordagens matemáticas no tratamento dos dados, trabalhando preferencialmente com a palavra oral e escrita.

#### 4.1 Apresentação dos dados

A amostra da pesquisa contempla um universo de 5.000 (cinco mil) empresas brasileiras com 10 (dez) ou mais colaboradores e traz informações sobre o uso da Internet nas empresas, incluindo dados gerais sobre os sistemas TICs, governo eletrônico, segurança na rede, comércio eletrônico, além de habilidades no uso das TICs. A tabela 01 apresenta questões aplicadas ao uso das TICs referentes a 2010.

**TABELA 01 – USO DAS TICs**

<b>Empresas que usam computadores</b>	
10 a 49 colaboradores	96%
50 a 249 colaboradores	100%
acima 250 colaboradores	100%
<b>Número de computadores por empresa</b>	
<b>até 05 computadores</b>	
10 a 49 colaboradores	46%
50 a 249 colaboradores	11%
acima 250 colaboradores	1%
<b>de 06 a 10 computadores</b>	
10 a 49 colaboradores	26%
50 a 249 colaboradores	13%
acima 250 colaboradores	3%
<b>acima de 30 computadores</b>	
10 a 49 colaboradores	3%
50 a 249 colaboradores	44%
acima 250 colaboradores	84%
<b>Colaboradores que usam PC</b>	
10 a 49 colaboradores	49%
50 a 249 colaboradores	47%
acima 250 colaboradores	41%
<b>Empresas com rede (LAN, Intranet, Extranet)</b>	
10 a 49 colaboradores	78 %
50 a 249 colaboradores	92%
acima 250 colaboradores	98%
<b>Empresas que utilizam softwares “ERP” integração (sistema único)</b>	
10 a 49 colaboradores	31%
50 a 249 colaboradores	51%
acima de 250 colaboradores	72%
<b>Empresas que utilizam aplicativos “ERM” (gerenciamento clientes)</b>	
10 a 49 colaboradores	31%
50 a 249 colaboradores	37%
acima 250 colaboradores	41%
<b>Uso celular corporativo</b>	
10 a 49 colaboradores	61 %
50 a 249 colaboradores	82%
acima 250 colaboradores	93%

Fonte: CETI.br (2011)

Em 2010, os resultados da pesquisa TIC Empresas apresentam um cenário que demonstra que as empresas brasileiras têm investido em tecnologias para melhoria do seu processo de gestão de negócio. A presença de computadores nas empresas investigadas permanece no patamar de 97%.

O número de computadores por empresa é maior nas empresas com mais de 250 colaboradores, de forma que 84% das empresas com este número de colaboradores têm mais de 30 computadores. Considerando-se que, atualmente, a maioria das atividades necessita de um computador, este índice indica que as empresas têm investido em tecnologia para manterem-se competitivas na execução das suas atividades operacionais; por outro lado, o índice de colaboradores que usam o computador é de apenas 48%, o que demonstra que muitas atividades ainda não são realizadas com uso de tecnologias da informação.

Em relação aos pacotes de software ERP, o índice ainda é baixo nas empresas com menos de 250 colaboradores, em torno de 40%, e somente as empresas com mais de 250 colaboradores apresentam a média de 72% de uso desse sistema. Vale salientar que a integração de sistemas permite compartilhamento de informações entre todos os setores, proporcionando muitas vezes redução de custos e evitando que algumas atividades sejam realizadas mais de uma vez, por falta de comunicação entre setores.

O sistema CRM que gerencia informações de clientes também é relativamente baixo, cerca de 36%. Isto significa que mesmo as empresas com mais de 250 colaboradores não têm investido neste recurso, o que pode indicar gestão sem foco em controle de informações de clientes.

Quanto ao uso do celular corporativo, o índice é interessante: 78% das empresas fazem uso desta tecnologia, indicando que as empresas procuram proporcionar a comunicação entre seus colaboradores por meio de celular, e não pelo sistema, como mostram os resultados apresentados da integração entre os sistemas.

**TABELA 02 USO DA INTERNET**

<b>Empresas que usam internet</b>	
10 a 49 colaboradores	94 %
acima 50 colaboradores	100%
<b>Colaboradores que usam Internet</b>	
10 a 49 colaboradores	40 %
50 a 249 colaboradores	38 %
acima 250 colaboradores	34 %
<b>Empresas com conexão por link dedicado</b>	
10 a 49 colaboradores	20 %
50 a 249 colaboradores	42 %
acima 250 colaboradores	76 %
<b>Empresas que possuem Website</b>	
10 a 49 colaboradores	51 %
50 a 249 colaboradores	77 %
acima 250 colaboradores	90 %
<b>Empresas com política de restrição de acessos aos colaboradores a sites específicos na internet</b>	
10 a 49 colaboradores	62 %
50 a 249 colaboradores	82%
acima 250 colaboradores	95 %

Fonte: CETI.br (2011)

Quanto ao uso da internet nas empresas, o índice atingiu quase 100%. A grande maioria das empresas faz uso da internet, mas quando se pergunta sobre o percentual de colaboradores que têm acesso a ela, o percentual de é 36%, considerado relativamente baixo. Percebe-se que este índice está relacionado ao uso de colaboradores que usam o PC, que ficou em torno de 48%; ou seja, dos colaboradores que usam PC, uma parcela não tem acesso à internet.

Vale salientar que este patamar de 36% é um forte indicativo da falta de comunicação compartilhada e integrada nestas empresas. Quanto à conexão com link dedicado, a diferença entre empresas com até 10 e aquelas com 250 ou mais colaboradores é bastante significativa, indicando que nas empresas de menor porte a tecnologia não está sendo utilizada; e com relação às empresas que utilizam website, as que têm acima de 250 colaboradores apresentam um índice de 90% de utilização.

A utilização de website, normalmente, proporciona a comunicação da empresa com os clientes e os internautas em geral, transformando-se num meio interessante para a empresa oferecer seus produtos, assim como para verificar o nível de satisfação de seus clientes em relação aos produtos que oferece, e principalmente ao atendimento oferecido.

Quanto à política de restrição aos acessos à internet, 95% das empresas com 250 ou mais colaboradores informaram que têm algum tipo de restrição e se utilizam da tecnologia para limitar seu uso quando isto for necessário.

**TABELA 03 – MEDIDAS DE SEGURANÇA**

<b>Empresas que adotam tecnologia de segurança</b>	
10 a 49 colaboradores	97%
acima de 50 colaboradores	99%
<b>Empresas que adotam tecnologias de segurança de dados</b>	
10 a 49 colaboradores	77%
50 a 249 colaboradores	88%
acima de 250 colaboradores	94%

Fonte: CETI.br (2011)

Os índices de medida de segurança e o uso de tecnologias para a proteção de dados apontam que as empresas têm se preocupado em investir em tecnologias que proporcionem segurança aos seus dados assim como aos dos clientes.

**TABELA 04 – COMÉRCIO ELETRÔNICO**

<b>Empresas que fazem compras pela internet</b>	
10 a 49 colaboradores	53%
50 a 249 colaboradores	64%
acima de 250 colaboradores	62%
<b>Empresas que fazem vendas pela internet</b>	
10 a 49 colaboradores	35%
50 a 249 colaboradores	39%
acima de 250 colaboradores	39%

Fonte: CETI.br (2011)

A pesquisa apontou que as compras pela internet ainda apresentam um índice inferior ao que poderia apresentar: em média, apenas 60% das empresas pesquisadas fazem compra pela internet. De certa forma este índice demonstra a falta de confiabilidade dos gestores destas empresas na tecnologia relacionada com o comércio eletrônico. O índice ainda é pior com relação às vendas realizadas pela internet, que ficam na média de 37% do total de vendas do comércio.

Considerando-se a comodidade de comprar e vender produtos pela internet, estes resultados apontam que o recurso deve sofrer mudanças para gerar mais confiabilidade e segurança, tanto para quem quer comprar como para quem quer vender seus produtos via internet.

**TABELA 05 – GOVERNO ELETRÔNICO**

<b>Empresas que usam a internet para interagir com órgãos públicos</b>	
10 a 49 colaboradores	88%
50 a 249 colaboradores	95%
acima de 250 colaboradores	98%

Fonte: CETI.br (2011)

Os índices de utilização da internet para interagir com órgãos públicos registram quase 100%. Tal índice pode ser explicado pelo fato de muitos informes exigidos por esses órgãos serem obrigatoriamente entregues via on line. Exemplo disso são as declarações de imposto de renda, inclusive as de pessoa física, que somente podem ser entregues a Receita Federal por meio eletrônico. Até mesmo o processo de abertura de empresas é feito por meio eletrônico, o que está bem representado no percentual encontrado nesta questão.

**TABELA 06 – HABILIDADES EM TICs**

<b>Empresas que com especialista em TICs.</b>	
10 a 49 colaboradores	21%
50 a 249 colaboradores	29%
acima de 250 colaboradores	41%
<b>Empresas que oferecem treinamento em TICs para colaboradores.</b>	
10 a 49 colaboradores	30%
50 a 249 colaboradores	44%
acima de 250 colaboradores	50%

Fonte: CETI.br (2011)

Com relação às habilidades em TICs, o número de empresas que tentaram contratar colaboradores especialistas nessa área é relativamente baixo, em torno de 30% das empresas, o que talvez se deva a uma falta de gestão em TICs para melhor aproveitamento do que os recursos tecnológicos podem oferecer em termos de comodidade e redução de custos para as empresas. Além disso, somente 40% das empresas pesquisadas mostraram preocupação em treinar seus colaboradores para o uso das tecnologias.

## 5. Análises e discussões

A universalização do computador e da Internet nas empresas brasileiras e o avanço da conectividade não refletem maior nível de apropriação da tecnologia. Sabe-se que o custo do computador baixou significativamente nos últimos anos, mas isso não ficou demonstrado na pesquisa, pois o número de computadores por empresa é relativamente baixo em relação ao número de colaboradores.

Os avanços da tecnologia permitem às empresas substituírem os controles manuais (papeis) pelo controles em forma digital (computador). A utilização de todo o potencial das TICs proporciona uma interatividade maior nas relações entre empresas, clientes e governo por meio, principalmente, da Internet.

O que se percebe nos dados desta pesquisa é que as empresas têm investido em computadores, a maioria com acesso à internet, mas o trabalho em rede ainda não é o forte nestas empresas, fazendo um link com a gestão do conhecimento, fica claro que nestas empresas não existe uma gestão voltada para o compartilhamento e crescimento do conhecimento. Vale salientar que esta é uma conclusão baseada apenas nos indicadores apresentados na pesquisa realizada.

O número reduzido de computadores em relação ao número de colaboradores, o baixo índice de colaboradores que têm acesso ao uso da internet, a falta de treinamento para o uso das novas tecnologias, a falta de integração entre os sistemas e a falta de foco na gestão dos clientes levam a concluir que não existe nas empresas pesquisada uma gestão focada no conhecimento e não se busca compartilhamento de informações. Isto sugere a necessidade uma larga e ampla discussão sobre a questão, pois o conhecimento cresce quando compartilhado e isto não foi representado pelos dados apresentados na pesquisa realizado pelo CETIC.br.

Tecnologias estão sendo criadas e inovadas a cada dia, e os recursos tecnológicos têm proporcionado comodidade e conforto em muitas situações dentro das organizações. Facilidades como e-mail, MSN, trabalho em rede e software de gerenciamentos, ferramentas oferecidas pela internet, possibilitam às empresas acesso a informações corretas em tempo hábil para as tomadas de decisão, mas percebe-se que a cultura organizacional destas empresas está mais centrada em adquirir novas tecnologias do que em como tirar proveito delas, afirmativa que fica bem confirmada pelo baixo índice de treinamento oferecido aos colaboradores para uso das TICs.

## 6. Considerações finais

O presente artigo apresentou os dados de pesquisa realizada sobre o uso de tecnologias de comunicação e informação por parte das empresas brasileiras no ano de 2010 em que se procurou verificar se existe relação entre o uso de tecnologias e as práticas de gestão do conhecimento.

Foi possível perceber que os conceitos de gestão do conhecimento que envolvem o compartilhamento e a troca de informações não vêm sendo postos em prática nestas empresas,

pois o número reduzido de colaboradores com acesso aos equipamentos e a restrição ao uso da internet deixam subentendido que não existe uma gestão voltada para o conhecimento e que essa prática, talvez por uma questão cultural, encontra-se restrita aos meios acadêmicos.

É possível que haja uma pouca de ousadia nesta afirmativa, mas vale lembrar que essa conclusão refere-se ao universo de 5000 (cinco mil) empresas que fazem parte da amostra, e, embora não se possa afirmar que esse distanciamento entre uso de tecnologias e gestão do conhecimento seja uma realidade entre as empresas brasileiras, acredita-se na representatividade da amostra, o que gera uma angústia pelo distanciamento existente entre a academia e o meio empresarial.

Salienta-se a necessidade de a academia traçar caminhos que minimizem esse distanciamento e busquem estreitar essa relação entre teoria e prática, para que a gestão do conhecimento possa acontecer valendo-se do novo fator de produção, o conhecimento, cumpri lembrar que o conhecimento aqui mencionado é o conhecimento compartilhado.

### Referências

- BHATT, G.D.** *Knowledge management me organizations: examining the interaction between technologies, techniques, and people.* Journal of Knowledge management. Kempton, 2001 vol 5. N.1
- CLARKE, Reginald.** *Knowledge management in the thrmain library, the university of the west indies.* Trinidad. Information Development V. 20. N1. 2004
- FLOYD, S.W.; LANE, P.J.** *Strategizing throughout the organization: managing role conflict in strategic renewal...* Academy of Management Review, v 25, 154-177, 2000.
- MOREIRA, Daniel A.** *Método Fenomenológico na Pesquisa.* Ed. Thomson Pioneira, 2008
- NONAKA, I. & TAKEUCHI, H.** *Criação do Conhecimento na Empresa.* Ed. Campus, Rio de Janeiro, 1997.
- PRANGE, Christiane.** *Strategic Alliance Capability: Bringing the Individual Back into Inter-Organizational.* In: *JEMIELNIAK, Dariusz; KOCIATKIEWICZ, Jerzy. Handbook of Research: Knowledge-Intensive Organizations.* Hershey, Pa, Usa: Igi Global, 2009. Cap. 24, p. 394-413.
- Raisch, Sebastian.** *Organizational Ambidexterity: Balancing Exploitation and Exploration for Sustained Performance.* Vol. 20, No. 4, July–August 2009, pp. 685–695
- Rogers, E. M.** *Diffusion of innovations.* New York: FreePress, 1995
- Sankar, Y.** *Management of technology chage.* New York: Wiley-Interscience, 1991
- Smith. Wendy K. Tushman Michael.** *Organizational Designs and Innovation Steams.* Hareard Business Schooo, 2006
- SVEIBY, K. E.,** *A Nova Riqueza das Organizações* Ed. Campus, Rio de janeiro, 1998.
- Tavares, Emanuella Melo** *Inovação tecnológica, gestão do conhecimento e competitividade nas pequenas e médias empresas: um estudo exploratório na indústria calçadista em Campina Grande – Pb,* Universidade Federal de campina Grande, 2006
- Tornatzky, L.G. Fleischer, M.** *The process of technological innovation.* Massachusetts: Lexington Books, 1990
- TRIVIÑOS, A N.S.** *Introdução à pesquisa em ciências sociais.* São Paulo/SP: Atlas, 1987.
- [WWW.cetic.br/empresas2010](http://WWW.cetic.br/empresas2010) capturado em 05/05/2011
- [WWW.paradigma.com.br](http://WWW.paradigma.com.br) artigo publicado na revista HSM Management, n. 42 janeiro de 2004. capturado em 08/06/2011.