

ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CONHECIMENTO E DA ÉTICA EMPRESARIAL EM UMA EMPRESA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO NO MUNICÍPIO DE BAGÉ/RS

DELGADO, Melissa Tavares¹
ECHEVERRIA, Raiane Vitória Pedrotti Muniz¹
FAGUNDES, Sarah Victória Rodrigues¹
MORAES, Érick de Leão¹
OLIVEIRA, Luciane Rosa de²
PRESTES, Caroline Soares²
SAGGIONO, Dirnei Kaupp²

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo analisar e verificar como é realizado o processo de gestão de conhecimento e a ética empresarial em uma empresa de materiais de construção no município de Bagé/RS, foi utilizado um método de pesquisa bibliográfica seguida de um roteiro de entrevista qualitativa e descritiva contendo perguntas abertas. A pesquisa buscará analisar estratégias de aprendizado organizacional, uso de tecnologias, desenvolvimento de habilidades, competências dos funcionários, valores éticos e morais em suas operações diárias, também serão identificados desafios e oportunidades enfrentadas pela empresa de material de construção.

Palavras-chave: Ética empresarial, Gestão do conhecimento, conhecimento tácito, conhecimento explícito.

ABSTRACT: The present article aims to analyze and verify how the process of knowledge management and business ethics is carried out in the construction materials company in the municipality of Bagé/RS, a bibliographic research method was used followed by a qualitative and descriptive interview script containing open questions. The research will seek to analyze organizational learning strategies, use of technologies, skills development, employee competencies, ethical and moral values in its daily operations and will also identify challenges and opportunities faced by the building material company.

Keywords: Business Ethics, Knowledge Management, tacit knowledge, Explicit knowledge.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A gestão do conhecimento tem se destacado como uma área essencial no cenário das empresas contemporâneas, motivada pela necessidade de coletar, distribuir e utilizar saberes para alcançar uma vantagem competitiva duradoura. Conforme a administração do conhecimento engloba a geração, propagação e aplicação de saberes dentro das organizações. Eles salientam que o conhecimento pode ser categorizado em dois tipos principais: tácito e explícito (TERRA, 2005).

O conhecimento tácito é subjetivo e individual, dificilmente expressável, enquanto o conhecimento explícito é formal e organizado, facilmente compartilhável por meio de documentos e bases de dados. É correto afirmar que o conhecimento tácito é altamente

¹ Discentes do Curso Administração, Nível 3 2024/3- Faculdade IDEAU – Bagé/RS.

² Docentes do Curso Administração, Nível 3 2024/3 - Faculdade IDEAU – Bagé/RS.

*E-mail para contato: meltavares2003@gmail.com

peçoal e difícil de formalizar, o que torna complicado compartilhá-lo com os outros, já enquanto o conhecimento explícito pode ser expresso em palavras e números, sendo facilmente comunicado e compartilhado na forma de dados, fórmulas científicas, especificações e manuais. A integração eficaz desses tipos de conhecimento é vital para a inovação e a melhoria contínua nas organizações (CASSAPO,2004).

Simultaneamente, a ética nos negócios e a responsabilidade social corporativa têm se consolidado como elementos fundamentais para a sustentabilidade das organizações. Descrever a ética nos negócios como uma prática de reflexão crítica sobre a moralidade das ações empresariais e a aplicação de normas éticas nas decisões empresariais. A responsabilidade social abrange responsabilidades econômicas, legais, éticas e filantrópicas, defendendo que cada empresa deve atuar com responsabilidade em relação aos diversos stakeholders (DE ALMEIDA e GOVATTO, 2002).

Nesse contexto o objetivo desse artigo é analisar a orientação de gestão de pessoas em relação a gestão de conhecimento em uma empresa de material de construção na cidade de Bagé-RS, observar as relações éticas envolvendo colaboradores e gestores tendo em vista o planejamento estratégico da empresa e avaliando o grau de alinhamento entre os objetivos individuais e organizacionais através desses objetivos identificar as áreas de melhorias para fortalecer os investimentos em capital intelectual para que assim também seja possível fortalecer o capital da empresa, ter novos estudos tecnológicos e avanços na parte de compra e vendas de produtos e prestação de serviço.

Nesse artigo também será visto como é a relação da empresa com o código de ética que ajuda na formação de um ambiente ético entre colaboradores e gestores assim refletindo suas atitudes e valores para seus clientes. Será pesquisado a missão da empresa no ciclo organizacional, os valores que a empresa e seus colaboradores possuem, e qual é a visão de futuro da organização..

Para o desenvolvimento deste artigo, foi realizada uma pesquisa através de uma entrevista , que ao decorrer deste artigo serão exibidos os seguintes temas e como são aplicados esses assuntos que são: gestão de conhecimento, conhecimento tácito e explícito, ética empresarial e responsabilidade social, em uma empresa de materiais de construção na cidade de Bagé-RS.

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1.1 Gestão do Conhecimento

Antes de definir o que é Gestão do Conhecimento, é preciso caracterizar os seguintes conceitos: Dados, Informações e Conhecimentos. “Dados” são registros de um evento, os elementos brutos, sem significado e desvinculados da realidade. Já, as “informações”, é o fluxo de mensagens por meio do qual o conhecimento pode ser extraído e construído (Nonaka e Takeuchi, 2008).

O “conhecimento”, no entanto, é um conceito que requer uma inserção para ser desenvolvido, não sendo facilmente “transferido”. Podendo-se dizer que os vínculos significativos que cada indivíduo constrói entre informações e sua aplicação em um dado contexto representa um conhecimento (Wittgenstein, 1999).

A gestão do conhecimento pode ser definida como a habilidade de gerenciar, encontrar, gerar, multiplicar e memorizar conhecimento com eficiência e eficácia, para que uma ordem se coloque em posição de vantagem competitiva em relação às concorrentes (Drucker, 1999).

Morey e Frangioso (1997) dizem que a gestão do conhecimento é aclamada como uma abordagem holística da gerência de informação. Entretanto, se pretendemos gerir conhecimento, é melhor entendermos o que queremos gerir antes de prosseguir. Dessa forma, cada nova informação que alguém obtém, em compensação, gera muitas outras dúvidas, de tal forma que cada informação produz de 5 a 10 novas perguntas. Estas questões acabam se acumulando a uma taxa muito maior do que o próprio conhecimento. Desse modo, quanto mais uma pessoa aprende, maior é o seu nível de ignorância (Barclay e Murray, 1997).

De acordo com Ann Macintosh (1997), “ativos do conhecimento” são o conhecimento de mercados, produtos, tecnologias e organizações que uma empresa tem ou precisa ter e que possibilita a seus processos de negócio gerarem lucros, conquistar clientes, agregar valor etc. A gestão do conhecimento não se trata apenas dos ativos do conhecimento, mas inclui também, sobre os processos que atuam sobre esses ativos. Esses procedimentos incluem desenvolver, preservar, utilizar e compartilhar conhecimentos. Por tal motivo, a gestão do conhecimento envolve a identificação e análise dos ativos de conhecimento disponíveis e desagradáveis, além dos processos com eles relacionados.

2.1.2 Conhecimento Tácito

Nonaka e Von Krogh (2009) indicam que o conhecimento tácito é um marco na teoria de criação do conhecimento. A noção de conhecimento tácito a qual se baseia este artigo foi desenvolvida inicialmente por Michael Polanyi, cientista e filósofo húngaro que viveu entre 1891 e 1976.

Para ele, conhecimento e conhecimento são inseparáveis, mesmo no cientista que acredita manter a neutralidade em suas descobertas. Dessa forma, contrapõe-se ao modelo de objetividade plena e incontestável adquirido na Revolução Científica do século XVIII, que, para ele, contribui fortemente para o desenvolvimento de totalitarismos.

Essa integração tácita do conhecimento tem dois níveis que a compõem: o subsidiário (ou proximal) e o focal (ou distal). Polanyi afirma que podemos identificar o conhecimento tácito com “o entendimento da entidade abrangente constituída pelo termo proximal e pelo distal” (Polanyi, citado por Saiani, 2004, p. 55).

A aquisição de conhecimento tácito é ajudada por conter o máximo de experiência possível das atividades físicas, materiais e de processo de domínio (RIBEIRO, 2007). O tácito o conhecimento que pode ser acessado por meio da consciência conectado aos sentidos, experiências táteis, habilidades de movimentos, intuições, modelos mentais inarticulados, ou regras de ouro implícitas (NONAKA e Von KROGH, 2009). O conhecimento passa a ser uma fonte de informações importantes à empresa e esta, por sua vez, tem que encontrar maneiras de reconhecer, utilizar, compartilhar, adquirir, ensinar e mensurar o conhecimento tácito na atividade de trabalho.

Matias-Pereira (2011, p. 45), a respeito do conhecimento tácito, declara:

Difícil de ser articulado na linguagem formal, é aceito como um tipo de conhecimento mais importante. É o conhecimento pessoal incorporado à experiência individual e envolve fatores intangíveis, como por exemplo, crenças pessoais, perspectivas, sistemas de valor, insights, intuições, emoções, habilidades. É considerado como uma fonte importante de competitividade entre as organizações. Só pode ser avaliado por meio da ação.

2.1.3 Conhecimento Explícito

O conhecimento explícito pode ser combinado como uma linguagem formal, sendo compreendido a ser codificado e conduzido aos demais indivíduos. O conhecimento explícito pode ter seu modelo formal e também sistemático. Assim, naturalmente o comunicado é compartilhado por meio de fatores de produtos, fórmulas científicas ou programas de computador (FIGUEIREDO e FIGUEIREDO, 2005).

Numerosos indivíduos têm a capacidade de integrar elementos distintos do conhecimento manifesto para a formação de uma entidade inovadora. Por exemplo, quando o gestor de contabilidade de uma corporação reúne dados de toda a estrutura organizacional e os

apresenta sob a forma de relatórios financeiros, esses registros representam novos entendimentos, já que consolidam informações de diversas origens (SILVA, 2004).

No entanto, essa fusão também não expande a fundação de conhecimento já estabelecida. A integração (transformação do conhecimento implícito em conhecimento explícito) e a incorporação (aproveitamento do conhecimento explícito para a expansão da própria base de conhecimento implícito) são etapas cruciais da espiral de conhecimento (SILVA, 2004). A razão é que ambas requerem o engajamento ativo do indivíduo - ou seja, o comprometimento pessoal. Transformar conhecimento implícito em conhecimento explícito envolve encontrar maneiras de expressar o indescritível. Infelizmente, uma das ferramentas de gestão mais eficazes para realizar essa tarefa também está entre as mais subestimadas: reservatório de linguagem figurada e de simbolismo que os gestores utilizam para articular suas intuições e percepções (NONAKA, 1991).

Obtenção de Conhecimento Evidente e Explícito, onde a extração de sabedoria é conduzida por especialistas em um campo específico (indivíduo escolhido pela sua experiência em uma área específica e pela sua capacidade de transmitir informações). Algumas abordagens: Entrevista, Tempestade de Ideias, Análise de Registros, Mapeamento de Processos, Estudo de Casos, Reflexão Interna, Grade de Repertório, Análise de Tarefas (GLADCHEFF, 2003). A aquisição de Conhecimento Evidente ou Explícito, caracterizada pela extração de sabedoria realizada por especialistas em um determinado campo (indivíduos escolhidos pela sua proficiência em uma área específica e pela sua habilidade de transmitir informações), é apenas uma das formas de ampliação do entendimento. Além das técnicas mencionadas, outras abordagens incluem Observação Participante, Experimentação, Pesquisa Documental, Análise de Dados Quantitativos e Qualitativos, entre outras (CASSAPO, 2004).

2.1.4 Ética empresarial e responsabilidade social

A ética, significa a conduta humana, e a forma que o ser humano se relaciona entre si. As relações humanas são representadas por um conjunto de princípios ou padrões, nem sempre consensuais, mas que permitem a interação entre as pessoas. Até agora, não foi possível conseguir termos universais aceitos por todos igualmente (COSENZA, CHAMOVITZ, 2007). Já a ética empresarial é o termo de ética que trata-se especificamente, da relação das empresas públicas, privadas ou mistas, com todos os demais segmentos que estão no seu campo de ação: colaboradores, clientes, público, concorrentes, comunidade, etc. A ética empresarial é rodeada

por princípios jurídicos, de natureza legal, e por princípios de boa convivência, de natureza social, em conformidade com os valores da organização, que dizem respeito à responsabilidade individual de seus integrantes e aos valores sociais que dizem respeito à cultura social em que a empresa está inserida (COSENZA e CHAMOVITZ, 2007).

Assim como o ser humano aprende os valores humanos ao longo da vida, isso é possível no também no mundo organizacional através de normas e regras comportamentais de cada organização, ou seja, cada organização adota seus tipos de valores e comportamentos organizacionais (ALENCASTRO, 2010).

Atualmente, as pessoas não buscam apenas remuneração em um ambiente profissional, mas também buscam valorização, principalmente um ambiente que esteja de acordo com os seus objetivos e valores. A grande maioria das empresas já entende e reconhece os benefícios de uma melhor conduta ética e associam isso bem mais ao elo que existe com o desempenho financeiro das organizações. Com base nisso, foram criados alguns instrumentos que desempenham o papel de orientação ética, são os chamados Códigos de ética empresarial, que são um acordo que estabelece os deveres e direitos de uma empresa, instituições e organizações (BITTENCOURT, 2019).

Visto que a responsabilidade social não é somente uma obrigação da administração de estabelecer diretrizes, tomar decisões e seguir rumos de valores e objetivos da sociedade. Funciona também como um meio de conseguir maior credibilidade organizacional. Nota-se que esta ideia tem mobilizado as organizações. Prova disso é a existência de cargos especiais ou departamentos voltados para a ação social. (TEIXEIRA, TEIXEIRA e FONSECA, 2006). Se manter no mundo dos negócios está cada vez mais difícil, por isso, é de extrema importância hoje em dia que os gestores observem que as empresas precisam não só de investimentos em tecnologia, comunicação e marketing, mas também em responsabilidade social. Torna-se necessário que as empresas entendam que todos vão se beneficiar com a ética praticada dentro da organização, desde os fornecedores e funcionários até os clientes e a sociedade como um todo (BITTENCOURT, 2019).

2.2 METODOLOGIA

Para maior aprofundamento do assunto foi realizado um levantamento da literatura através da pesquisa bibliográfica que, conforme Severino (2007, p. 122) “utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados”. Portanto podem ser utilizados livros, artigos, teses, documentos eletrônicos,

revistas entre outros. esse material está sendo apresentado através de um referencial teórico sobre gestão do conhecimento com ênfase no conhecimento tácito e explícito, para analisar a gestão de pessoas em relação a gestão do conhecimento em uma empresa de material de construção no município de Bagé/RS, e analisar a visão do colaborador sobre planejamento estratégico da empresa, com um tópico do referencial teórico focado também no tema de ética empresarial e responsabilidade social para analisar relações éticas entre colaboradores e gestores.

Foi utilizado um método de pesquisa qualitativa que de acordo com Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem. uma pesquisa com natureza descritiva que de acordo com Pedrosa, Silva e Santos (2018), uma pesquisa descritiva tem como objetivo descrever um fenômeno ou situação em detalhe, permitindo abranger com clareza as características de um indivíduo, um grupo ou uma situação, bem como desvendar a relação entre os eventos. Tem por finalidade observar, registrar os fenômenos sem se aprofundar. Neste caso, a pesquisa deverá apenas descobrir a frequência que funciona o sistema, método, processo ou realidade operacional para obter um resultado mais aprofundado do tema abordado no artigo. Como instrumento de pesquisa foi elaborado um roteiro de entrevista com perguntas abertas para chegar aos resultados desejados.

A entrevista foi executada no dia 15 de maio de 2024, no período da noite, realizada presencialmente com uma das gestoras da empresa pesquisada, através de um roteiro de entrevista contendo perguntas sobre éticas focadas em analisar sobre código de ética, missão, valores e visão da empresa, e também perguntas com foco na gestão do conhecimento para analisar qual o grau de importância o gestor e a empresa dá ao estudo do avanço tecnológico dos produtos vendidos na empresa, se a empresa preza pelo investimento em capital intelectual para seus colaboradores entre outras.

2.3 RESULTADO E DISCUSSÃO

2.3.1 Ética Empresarial: Valores e Condutas

Na entrevista sobre a empresa, a qual foi escolhida, a gestora explica como é feita a socialização do trabalhador. Explicitou que foi contratada uma empresa terceirizada que faz toda a parte de Recursos Humanos. Uma das vantagens do RH terceirizado é a diminuição dos erros nas questões trabalhistas e o gerenciamento de pessoal aumentando a produtividade e

minimizando prejuízos ocasionados pelos riscos da atividade. A empresa tem um código de Cultura que faz toda parte de admissão, valores, missão, visão, princípios e normas da empresa, como: o uso do uniforme, horários, benefícios, descontos de funcionários e o que precisa para manter um bom ambiente de trabalho. Segundo a entrevistada, quando um colaborador é admitido, a empresa terceirizada faz um treinamento padrão, com até cinco admitidos no grupo, onde é feito a socialização do colaborador junto ao diretor financeiro da empresa.

Abreu e Sorj (1994, p.64) sobre formas distintas de subcontratação:

“A primeira [modalidade de subcontratação] [...] envolve uma terceirização da produção motivada pelas necessidades de alcançar níveis de qualidade e produtividade superiores. As inovações tecnológicas e de gestão da produção obtidas ao nível da empresa subcontratante são transferidas para as empresas subcontratadas. O segundo caso, que pode ser chamado de "terceirização por contingência", significa a externalização da produção como mecanismo de redução de custos de produção. Transferir para o trabalhador os custos de energia, equipamento e espaço e apoiar-se numa força de trabalho sem o ônus da legislação trabalhista são as motivações principais da subcontratação no segundo modelo.”

A empresa não contém apenas um código de ética mas sim, um código de ética e cultura. É importante uma empresa ter um código de ética, pois, entre as principais vantagens pode-se citar o fortalecimento da imagem do negócio, a transparência e a padronização dos procedimentos, não esquecendo a redução de fraude e corrupção. A instituição, antigamente, usava somente o código de ética até perceberem que a cultura organizacional está muito em voga no momento. Foi transformado o manual de normas e procedimentos e o código de ética unificando os dois, onde foi atualizado em 2023 e a empresa resolveu contratar uma consultoria de gestão e foi reformulado, tornando-se o código de cultura da empresa.

Os valores de uma empresa servem para dar identidade organizacional entre colaboradores e a instituição. Eles influenciam no comportamento dos membros e direcionam a vida da empresa. Já a missão serve para dar uma direção estratégica, permitindo que o empregador analise sobre o papel do seu negócio e o futuro da empresa tendo como objetivo trazer um benefício a seu público-alvo. E por fim, a visão de uma empresa é responsável por toda a elaboração do planejamento estratégico. É onde a empresa deseja chegar com um período de tempo definido tendo um objetivo a curto, médio e longo prazo. Observamos na figura 1 um quadro com valores, missão e visão da empresa analisada:

Figura 01: Valores, missão e visão da empresa pesquisada



VALORES

- Ética e credibilidade nos relacionamentos;
- Diferenciação como vantagem competitiva;
 - Lucro como fator de competência e crescimento;
- Qualidade dos produtos e serviços;



MISSÃO

Oferecer aos nossos clientes soluções em materiais de construção, acabamentos e móveis projetados com produtos de qualidade e um atendimento personalizado e diferenciado.



VISÃO

Ser reconhecida, em Bagé e região, como a empresa referência em construção e reforma até 2025.

Fonte: Autores,(2024).

Com isso, vimos o quão importante é a empresa ter uma definição dos valores, missão e visão, servindo como um direcionamento para as decisões a serem tomadas pelos gestores no dia a dia.

De acordo com Maximiano (2011, p. 62):

“Escolha de uma missão ou negócio, dentro de uma área de atuação ou ramo de negócios – especificamente, a escolha de um produto ou serviço destinado a um mercado ou tipo de cliente. A missão é também chamada proposição de valor – como o nome indica, é a proposta que você faz aos clientes e mercados para que eles se motivem a oferecer dinheiro em troca.

Definição de objetivos específicos de desempenho dentro da estratégia como ser o líder de vendas no ramo de negócios, ser a empresa mais lembrada quando os consumidores pensam em adquirir o produto ou serviço.”

A empresa tem normas diferentes quando o assunto é a conduta de ética para cada tipo de stakeholder. Segundo a gestora, a empresa segue a norma geral da CLT, o que garante aos colaboradores uma série de direitos, como: descanso semanal remunerado, férias, hora extra, jornada de 8 horas diárias, 13º salário, entre outros. A entrevistada explica que, em relação

aos colaboradores da empresa, primeiro vem a advertência verbal, depois por escrito, posteriormente a suspensão e sendo preciso uma demissão por justa causa. A organização também pratica a avaliação de desempenho, onde não visualizamos somente novos talentos, mas também pode se dar um feedback para seus colaboradores, aumentando seu desempenho e resultados, tendo um crescimento e uma evolução organizacional. Isso é feito após os três meses quando fecha o contrato de experiência, através de um formulário que vem do departamento pessoal. Normalmente, o gerente dá o feedback para o colaborador, mas caso seja um cargo maior como de auditor, a direção também participa.

2.3.3 Evolução tecnológica na gestão empresarial

Na entrevista, a gestora destacou os métodos da empresa para evoluir constantemente com as novas tecnologias. A empresa na área comercial adapta um padrão de treinamento com os fornecedores, com aprendizado contínuo, enfatizando a capacidade de adaptação às mudanças do mercado. Incentivando a colaboração e o pensamento criativo em toda a empresa, onde está sempre buscando inovação, sustentabilidade e as novas tecnologias. Incentivar os funcionários a participar de eventos do setor, conferências para se manterem atualizados sobre as últimas tendências e tecnologias e expandirem sua rede de contatos.

A empresa tem um planejamento estratégico em analisar concorrência, regulamentações e condições econômicas, onde analisam os fornecedores que são essenciais para o sucesso da empresa e estabelece parcerias estratégicas com eles, onde contém novos produtos, ideias e soluções inovadoras que possam beneficiar a empresa, isso inclui a incorporação de novos materiais e técnicas de construção, quanto a ampliação de sua presença em diferentes segmentos do mercado. Onde precisa investir no setor onde elas aprendem a praticar e ter conhecimento e investindo no crescimento e na modernização, preparando-se para um ano de expansão e inovação tecnológica.

A gestora afirma que a empresa torna-se um formador de pessoas em vez de um retentor de pessoas, a empresa não tem plano de carreira, onde adota uma abordagem mais flexível em relação ao desenvolvimento de carreira dos funcionários, focando mais em capacitá-los e inspirá-los para crescerem em suas carreiras, mesmo que eventualmente eles possam buscar oportunidades fora da empresa.

Os autores Maldonato e Dell'Orco (2010, p. 5) trazem uma clara definição de inovação que prevê: “é a capacidade de administrar o conhecimento para gerar vantagens competitivas mediante a produção de novos bens, processos e sistemas organizacionais”.

O autor Drucker (2005,p.46 – 7) no seu livro de Inovação e espírito empreendedor, apresenta relevantes fontes de oportunidades para as organizações que compreendem a representatividade da inovação e preocupam-se com a manutenção de sua vantagem competitiva.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que com o presente artigo foi possível realizar uma análise mais aprofundada sobre como a empresa de materiais de construção lida com o processo de gestão de pessoas e a ética empresarial envolvendo os colaboradores e gestores com o planejamento estratégico da empresa e como é feita a socialização do trabalhador. A organização optou por terceirizar uma empresa de RH , facilitando o trabalho com questões trabalhistas e o gerenciamento de colaboradores, priorizando a produtividade e minimizando prejuízos. O fortalecimento da imagem do negócio, a transparência e a padronização dos procedimentos, são vantagens da empresa por seguirem um código de ética e cultura, não esquecendo os valores da empresa, que serve para dar uma identidade organizacional entre colaborador e instituição, tendo influência no comportamento dos colaboradores. Para que uma empresa tenha um objetivo e um direcionamento de onde querem chegar, é preciso ter valores, missão e visão bem definidos.

A abordagem que a empresa tem em relação ao desenvolvimento tecnológico e ao treinamento de seus colaboradores garante um planejamento estratégico detalhado e adaptação de novas tecnologias, materiais e técnicas de construção, prepara a empresa para as inovações tecnológicas, desafios e oportunidades, onde a empresa está constantemente procurando melhorias, no desenvolvimento de carreira dos funcionários, a empresa não só melhora as operações internas mas também fortalece suas relações externas, incentivando a participação em eventos, permite que os funcionários se desenvolvam, focando em crescer profissionalmente, beneficiando tanto a organização quanto os funcionários mesmo que suas trajetórias for além da empresa, esta visão de crescimento adaptável assegura que a empresa está sempre procurando o melhor para clientes e funcionários, a empresa está sempre posicionada para buscar novas oportunidades tecnológicas, assim tomando sua posição no mercado.

Sugere-se que a empresa siga seus estudos tecnológico, assim poderá fortalecer seu capital intelectual e melhorar suas vendas ao adotar novas tecnologias ou ferramentas como por exemplo: blockchain, geminação digital (Digital Twin) e 5G, além de optar por usar IA,

chatbots e AR nas estratégias de vendas. Ao passar de alguns anos, poderiam realizar novos estudos para saber como está o avanço da tecnologia e como a empresa se adaptou com as novas ferramentas de vendas que ajudaram a se adaptar e a maximizar os benefícios. Para garantir que essas inovações estejam alinhadas com os valores da empresa, é fundamental manter um código de ética atualizado, oferecer treinamento contínuo em ética e proporcionar uma cultura de transparência e integridade. Isso não só melhora a imagem da empresa, mas também assegura que ela esteja preparada para os desafios e oportunidades futuras garantindo um crescimento maior e mais sustentável e ético no mercado.

REFERÊNCIAS

ALENCASTRO, Mario Sergio Cunha. **Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa**. Editora Ibepex, 2010. Disponível em:

https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=p82ddA4wrz0C&oi=fnd&pg=PA9&q=%C3%A9tica+empresarial+responsabilidade+social&ots=Xe2UCXQC_p&sig=euFrOqvUDU2feSC2KYyvWjqR068&redir_esc=y#v=onepage&q=%C3%A9tica%20empresarial%20responsabilidade%20social&f=false Acesso em: 31 de março de 2024

BRASIL. Ministério da Economia. Inovações financeiras. 2019. Disponível

em: <<http://www.fazenda.gov.br/assuntos/politica-microeconomica/atuacao-spe/inovacoes-financeiras>> Acesso em: 21 de maio de 2024

BITTENCOURT, Renato Nunes. Ética empresarial e responsabilidade social no vórtice das estratégias de marketing social. **Revista EDUC**, v. 6, n. 1, 2019. Disponível em: https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20200910104501.pdf Acesso em: 30 de Março de 2024

Carneiro, V. T., Caldas, M. T., & Sampaio, S. M. R. (2011). O conhecimento tácito e a supervisão na formação do psicólogo. *Psicologia em Revista*, 17(1), 146-160. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/per/v17n1/v17n1a11.pdf>

CARVALHO, Eduardo da N.; SANTOS, Rita Maria G. dos. AS DIRETRIZES ORGANIZACIONAIS: uma análise prática da missão, visão e valores em uma pequena empresa em Mossoró-RN. *Revista Foco*, v. 9, n. 1, p. 23-36, 2016. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/50460383/165-865-1-PB.pdf>

CASSAPO, Filipe M. O que entendemos exatamente por conhecimento tácito e conhecimento explícito. **SOCIEDADE BRASILEIRA DE GESTÃO DO CONHECIMENTO**. Disponível em: < <http://www.portalsbgc.org.br/sbgc/portal/>>. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=CASSAPO%2C+Filipe+M.+O+que+entendemos+exatamente+por+conhecimento+t%C3%A1cito+e+conhecimento+expl%C3%ADcito.+SOCIEDADE+BRASILEIRA+DE+GEST%C3%83O+DO+CONHEC

[IMENTO.+Dispon%3C%ADvel+em%3A%3C+http%3A%2F%2Fwww.+portalsbgc.+org.+br%2Fsbgc%2Fportal%2F%3E.+Acesso+em%2C+v.15%2C+2004.&btnG=](http://portal.fsbgc.org.br/portal/3E+Acesso+em%2C+v.15%2C+2004.&btnG=) Acesso em: 04 de abril de 2024.

COSENZA, Orlando Nunes; CHAMOVITZ, Ilan. Ética, ética empresarial e responsabilidade social: reflexões e recomendações. **Associação Brasileira de Engenharia de Produção. XXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, p. 1-9, 2007.

Disponível

em:https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/98287409/enegep_7-libre.pdf?1675655729=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEtica_Etica_Empresarial_e_Responsabilidade.pdf&Expires=1712275363&Signature=NTmjGB9DHVcgTzkkbkya3z4QVFp1RBS3lLFpU ZGYbsU9feTUGiPHlao5s8wUkMgrjwZZxpQBloVIWKtMAwNj8W~h93jrPGmk0NCIfZVw Mg3O5MqX1xeydyScii0D5bnoG0UOoKo-C2lTKVHSYCKf2QiEE14ugw-BNjQfLTWbXw Vpeh8-dW1FxFNoBcJwO6DOcp-xFhy43DOct68vingWdp7mPA66eF5hezMjvatEW9I3N2H MPtvDxsFqH5hNIPBekczmZ0JVg7yyPcnfje5PvS1t77LCSmEPRTaOQlAgeTHJcYSLaJ23w wcXd1OxUnLCVtoglnDI0MMC6a01F10fLA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4Z A Acesso em: 01 de abril de 2024

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Artmed, 2006. Disponível em:<https://bds.unb.br/handle/123456789/863> Acesso em: 23 de maio de 2024

DE SOUSA, Angélica Silva; DE OLIVEIRA, Guilherme Saramago; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021. Disponível em:<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336> Acesso em: 20 de maio de 2024

DE SOUZA PEDROSO, Júlia; DA SILVA, Kauana Soares; DOS SANTOS, Laiza Padilha. Pesquisa descritiva e pesquisa prescritiva. **JICEX**, v. 9, n. 9, 2017. Disponível em:<https://unisantacruz.edu.br/revistas-old/index.php/JICEX/article/view/2604> Acesso em: 15 de maio de 2024

DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): práticas e princípios. Pioneira Thomson Learning. São Paulo, 2005.

DE ALMEIDA, Patrícia Ashley; GOVATTO, Ana Claudia Marques. Ética e responsabilidade social nos negócios. **Comunicação & Inovação**, v. 3, n. 5, 2002. Disponível em:

http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/download/512/357
Acesso em: 22 de maio de 2024

DE OLIVEIRA BARROSOQ, Antonio Carlos; GOMES, Elisabeth Braz Pereira. Tentando entender a gestão do conhecimento. Revista de administração pública, v. 33, n. 2, p. 147 a 170-147 a 170, 1999. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Joao-Fonseca-10/publication/375050934_Saude_Mental_e_Trabalho/links/65400a383cc79d48c5bc5d2b/Saude-Mental-e-Trabalho.pdf#page=175
Acesso em: 01 de abril de 2024

FIGUEIREDO, Vítor; FIGUEIREDO, Michelle. Gestão do conhecimento. CONSELHO EDITORIAL, p. 174, 2005. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=+FIGUEIREDO%2C+Vi+tor%3B+FIGUEIREDO%2C+Michelle.+Gest%C3%A3o+do+conhecimento.+CONSELHO+EDITORIAL%2C+p.+174%2C+2005.&btnG= Acesso em: 03 de abril de 2024

GLADCHEFF, Ana Paula. Entrevista estruturada: uma eficiente técnica de aquisição de conhecimento explícito. **Pensamento & Realidade**, v. 13, 2003. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=GLADCHEFF%2C+Ana+Paula.+Entrevista+estruturada%3A+uma+eficiente+t%C3%A9cnica+de+aquisi%C3%A7%C3%A3o+de+conhecimento+expl%C3%ADcito.+Pensamento+%26+Realidade%2C+v.+13%2C+2003.&btnG=
Acesso em: 02 de abril de 2024

MALDONATO, Mauro. DELL'ORCO, Silvia. Criatividade, pesquisa e inovação: o caminho surpreendente da descoberta. Disponível em <http://www.senac.br/BTS/361/artigo1.pdf> Acesso em 20 maio 2024

MARCELINO, Paula; CAVALCANTE, Sávio. Por uma definição de terceirização. Caderno crh, v. 25, p. 331-346, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/fhfJskqTQhv5T5Zd8PRwT3D/?format=html>

MATIAS-PEREIRA, José. Administração estratégica: foco no planejamento estratégico. São Paulo: Atlas, 2011.

NONAKA, Ikujiro. A empresa criadora de conhecimento. **Harvard Business Review**, v. 11, 1991. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=NONAKA%2C+Ikujiro.+A+empresa+criadora+de+conhecimento.+Harvard+Business+Review%28em+negrito%29%2C+v.+11%2C+1991.&btnG= Acesso em: 05 de abril de 2024

RIBEIRO, L.; CARDOSO, P. Para uma revisão da teoria do conhecimento de Michael Polanyi. Revista Portuguesa de Pedagogia, 2007.

RIBEIRO, A.; VON KROGH, G. Conhecimento tácito e conversão de conhecimento: controvérsia e avanço na teoria da criação do conhecimento organizacional. Organização Ciência, maio–Junho de 2009

SILVA, Sergio Luis da. Gestão do conhecimento: uma revisão crítica orientada pela abordagem da criação do conhecimento. **Ciência da informação**, v. 33, p. 143-151, 2004.

Disponível em:

https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=SILVA%2C+Sergio+Luis+da.+Gest%C3%A3o+do+conhecimento%3A+uma+revis%C3%A3o+cr%C3%ADtica+orientada+pela+abordagem+da+cria%C3%A7%C3%A3o+do+conhecimento.+Ci%C3%AAncia+da+informa%C3%A7%C3%A3o%2C+v.+33%2C+p.+143-151%2C+2004.&btnG= Acesso

em: 04 de abril de 2024

TEIXEIRA, Ivandi Silva; **TEIXEIRA**, RCFS; **FONSECA**, EAF. Comprometimento social das empresas uma questão de ética empresarial. **Simpósio de Engenharia de Produção, XIII**, 2006. Disponível em: https://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/797.pdf
Acesso em: 04 de abril de 2024

TERRA, José Cláudio Cyrineu. Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial. 2005. Disponível em: https://www.inesul.edu.br/professor/arquivos_alunos/doc_1409867924.pdf
Acesso em: 23 de maio de 2024

ANEXO 1- Roteiro de entrevista

- 1- como é feita a socialização do trabalhador?
- 2- a empresa possui um código de ética formal?
- 3- qual a missão, visão e valores da empresa?
- 4- como a organização trata assuntos relacionados a conduta de ética perante os colaboradores, fornecedores e clientes?
- 5- Qual seria a sua avaliação sobre o conhecimento da equipe com relação a mercados e novas tecnologias?
- 6- A equipe desenvolve estudos de produtos com a constante evolução tecnológica?
- 7- Se no seu entendimento o desenvolvimento de estudos poderia melhorar o ganho de lucratividade da empresa e como pode quantificar esse ganho?
- 8- Quanto está disposto a gastar para formar pessoas diferentes no mercado?
- 9- De que forma a empresa pode reter talentos desenvolvidos através do investimento no conhecimento de mercados, produtos, tecnologias e organizações?