

6

Referências Bibliográficas e Bibliografia

6.1.

Referências bibliográficas

- ALLAN, E. M. **An inquiry into the strategic rationale for implementing knowledge management.** Canada, 2002. Thesis submitted to Master of Arts in Distributed Learning - Royal Roads University
- BARNEY, J. B. **Gaining and sustaining competitive advantage.** 2.ed., Upper Saddle River, Prentice Hall, 2002
- BENNIS, W.G.; SLATER, P.L. **The Temporary Society,** New York: Hamper&Row, 1968
- BERDROW, I ; LANE, H. W. International joint ventures: creating value through successful knowledge management, **Journal of World Business**, v.38, p. 15-30, 2003
- BOONE, L. E. & KURTZ, D.L. **Contemporary Marketing.** 10ªed. South-Western - Ohio, Thomson Learning, 2001
- BROWN, John Seely ; DUGUID, Paul. **A vida social da informação.** São Paulo : Makron Books, 2001
- BURKE, P **Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003
- CAPRA, F. **O ponto de mutação : a ciência , a Sociedade e a Cultura Emergente.** 16. ed., São Paulo: Cultrix., 1994
- CHOI, B.; LEE, H. - An Empirical investigation of KM styles and their effect on corporate performance. **Information & Management**, v. 40, p. 403-417, 2003
- COLLIS, D.J. ; MONTGOMERY, C. A. Creating Corporate Advantage. **Harvard Business Review** (May-June), 1998
- CROSSAN, M.; LANE, H. ; WHITE, R. Organizational Learning: Toward Theory. **Working paper (London, Ontario: Richard Ivey School of Business),** University of Western Ontario), 1997
- DAVENPORT, T. H.; THOMAS, R. J. ; CANTRELL, S. The Mysterious Art and Science of Knowledge-Worker Performance, **MIT Sloan Management Review**, p. 23-30, Fall / 2002
- DAVENPORT, Thomas H ; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial : como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Métodos e aplicações práticas.** Rio de Janeiro : Campus, 1998
- DAY, G. S. **A dinâmica da estratégia competitiva.** Rio de Janeiro: Campus, 1999
- DESHPANDE, R ; JARLEY, U. ; WEBSTER, F. Corporate culture, customer orientation and innovativeness in Japanese firms : a quadrat analysis. **Journal of Marketing** 57, p. 23-37, 1993

- DIEPSTRATEN, J. Knowledge in Action. **Triam kennisaward 1996**. Dordrecht: Triam, p. 21-26, 1996
- DREW, S. From knowledge to action: the impact of benchmarking on organizational performance, **Long Range Planning** 30 (3), p. 427-441, 1997
- DRUKER, P. F. Sociedade pós-capitalista. 7. ed. São Paulo: Pioneira, 1999
- GRANT, R. M. Towards a knowledge based theory of the firm. **Strategic Management Journal**, 17, p. 109-122, 1996
- EARL, Michael. Knowledge Management Strategies: Toward a Taxonomy. **Journal of Management Information Systems**, v. 18, nº 1, p. 215-233, 2001
- EBOLI, M. - **Desenvolvimento e alinhamento dos talentos humanos às estratégias empresariais: o surgimento das Universidades Corporativas**, São Paulo: Schmukler Editores Ltda, 1999
- FLEURY, M.T.L. A gestão de competência e a estratégia empresarial. In: **As pessoas na organização**. São Paulo: Editora Gente, 2002
- FRID, R. J. Infrastructure for Knowledge Management. **San Jose: Writers Club Press**, 2000
- GARVIN, D. A. Construção da organização que aprende. In: **Gestão do Conhecimento**. **Harvard Business Review**, Rio de Janeiro: Campus, p. 50-81, 2000
- GIDDENS, A. **new rules of sociological method**, 2. ed., London: Hutchinson, 1993
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1987
- GRANT, R. M. Towards a knowledge based theory of the firm. **Strategic Management Journal**, v.17, p. 109-122, 1996
- GRANT, R. M. **Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications**. Oxford: Blackwell Publishers, 1998
- GURTEEN, D. Knowledge, creativity and innovation. **Journal of Knowledge Management**, v. 2 (1), p. 5-13, 1998
- HAMEL, G. ; PRAHALAD, C.K **Competindo pelo Futuro**. Rio de Janeiro: Campus, 1995
- HAMEL, G. ; PRAHALAD, C.K. Competindo pelo Futuro. **Harvard Business Review**, (Jul-Ago), p. 1-8, 1994
- HAMEL, G. **Liderando a Revolução**. Rio de Janeiro: Campus, 2000
- HARRIS, K. et al The impact of Knowledge Management on Enterprise Architecture. **Strategic Analysis Report-Gartner Group**. RAS Services Copyright. R-09-6188, 1999
- JONASH, R. S. & SOMMERLATTE, T. **O valor da inovação: como as empresas mais avançadas atingem alto desempenho e lucratividade**. Rio de Janeiro: Campus, 2001
- KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. : **Organização orientada para a estratégia : como as empresas que adotaram o balanced scorecard prosperam no novo ambiente de negócios**. Rio de Janeiro : Campus, 2000
- KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. : **A estratégia em ação – Balanced Scorecard** . Rio de Janeiro : Campus, 1997
- LA BOTERF, G, **De la compétence - Essai sur un attacteur étrange**. Les Éditions D'Organizations. Quatrième tirage, Paris, 1995
- LOPEZ, K. How to Measure the value of Knowledge Management. **Knowledge Management Review**. v.4 (2), p. 20-23

- MACEDO-SOARES, T. D. L. v A. An integrative Model for strategic management analysis: application to organizations in Brazil, **Proceedings of Informs / Korms International Conference**, Seoul, Korea, p. 46-59, 2000
- MACEDO-SOARES, T. D. L. v A. et al.(2001) website: www.strategy-research.com
- MACEDO-SOARES, T. D. L. v A. Strategic Alliances and Networks: Conceptual tools for strategic assessments, **Proceedings of Global Business and Technology Association Conference (GBATA)**, CD-ROM, Rome, 2002
- MARABILE, R. J. Everything you wanted to know about competency modeling. **Training and Development**, v. 51, n.8, p. 73-77, Aug. 1997
- MARSICK, V. J. & WATKINS, K. E. **Facilitating Learning Organizations: Making Learning Count**. Aldershot: Gower, 1999
- MCGEE, J. ; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como ferramenta estratégica**. Rio de Janeiro: Campus, 1994
- MCLANGAN, P. A. Competencies : the next generation. **Training and Development**, p. 40-47, May 1997
- MILLER, D. ; FRIESEN, P.H Structural Change and Performance: Quantum Versus Piece, meal-Incremental Approaches. **Academy of Management Journal**, v. 254. p. 867-892, 1982
- MILLER, D. ; FRIESEN, P.H. Archetypes of Organizational Transition. **Administrative Science Quarterly** , v.25, p. 268-299, 1980
- MILLER, D. ; FRIESEN, P.H. **Organizations: A Quantum View**, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1984
- MINTZBERG, H. **O Processo da Estratégia**. São Paulo: Bookman, 2001
- MINTZBERG, H. **Safari de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. São Paulo: Bookman, 2000
- MORGAN, G. **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 1996
- NADLER, D. A.; GERSTEINMS, M. S.; SHAW, R. B. & Assoc. **Organizational Architecture: Designs for Changing Organizations**. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1992
- NALEBUFF, B. J. ; BRANDENBURGER, A. M. **Co-opetição**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996
- NONAKA, I. ; TOYAMA, R. ; KONNO, N. SECI, Ba and Leadership: a unified model of dynamic knowledge creation. **Long Range Planning**, Elsevier Science Ltd, v. 33, p. 5-34, 2000
- NONAKA, Ikujiro ; TAKEUCHI, Hirotaka . **Criação de Conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997
- PORTER, M. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1986
- PORTER, M. Estratégia e Internet. In_ **Planejamento Estratégico - Harvard Business Review on Advances in Strategy** , Rio de Janeiro: Campus, p. 9-54, 2002
- QUINN, J. B.; ANDERSON, P.; FINKELSTEIN - Gerenciando o intelecto Profissional. Extrairdo o máximo dos melhores. In: __ **Gestão do Conhecimento. Harvard Business Review**, Rio de Janeiro: Campus, p. 174-196, 2000
- RABEN, C. S. Building Strategic Partnerships: Creating and Managing Effective Joint Ventures. In:_ NADLER, D. A.; GERSTEINMS, M. S. ; SHAW, R. B. &

- Assoc. **Organizational Architecture: Designs for Changing Organizations**. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1992
- RASTOGI, P.N. Knowledge management and intellectual capital as a paradigm of value creation. **Human Systems Management**, v.21, p. 229-240, 2002
- ROWLEY, J. From Learning Organization to Knowledge Entrepreneur. **Journal of Knowledge Management**. v. 4 (1), p. 7-15, 2000
- SAINT-JEAN, M. **Le bilan de compétences. Des caractéristiques individuelles à l'accompagnement de l'implication dans le projet**. Paris : L'Harmattan, 2002
- SAWHNEY, M. ; PARIKH, D. Onde está o valor em um mundo em rede. In **Planejamento Estratégico - Harvard Business Review on Advances in Strategy**, Rio de Janeiro, : Campus, Schoemaker, P. J.H. p. 162-183, 2002
- SENGE, P. **A Quinta Disciplina**. 12. ed., São Paulo: Editora Nova Cultura, 2002
- SHARP, D. Knowledge Management today: challenges and opportunities. **Information Systems Management**, p. 32-37, Spring/ 2003
- SINCICH, T. **Business Statistics by Example**. 5ª ed. New York: Prentice Hall, 1995
- SKYRME, D. J. New Metrics: does it all add up? In **Knowledge Horizons: The present and the Promise of Knowledge Management**, Boston, C. Depres & D. Chauvel, p. 307-323, 2000
- SNYDER, W & CUMMINGS, T. Organizational Learning Disorders: Conceptual Model and Intervention Hypotheses. **Human Relations**, v.51, n.7, p. 873-895, 1998
- SPEK, R. van der ; SPIJKERVET, A. Knowledge Management: Handling Knowledge with Intelligence. **Handboek Effectief Opleiden**, 9, 13.9-2, p. 1-32, 1995
- SPENCER, L ; SPENCER, S. M. **Competence at work: models for superior performance**. New York: John Wiley & Sons, 1993
- SPRENGER, C. C. **Four Competences of the Learning Organization**. Gravenhage: Delwel, 1995
- STEWART, Thomas A . **A riqueza do conhecimento : o capital intelectual e a nova organização**. Rio de Janeiro : Campus, 2002
- STEWART, Thomas A . **Capital Intelectual : a nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro : Campus, 1998
- SULLIVAN, P. **Value-driven intellectual capital: how to convert intangible corporate assets into market value**. New York: Jonh Wiley & Sons, Inc., 2000
- SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações : gerenciando e avaliando patrimônios do conhecimento**. 4. ed. Rio de Janeiro : Campus, 1998
- TAUHATA, T.L. **Implicações Estratégicas das redes de relacionamento: Estudo de Caso da Área de Minério de Ferro da Cia. Vale do Rio Doce**, Tese M.Sc., Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração de Empresas / IAG, 2002
- TIENNE, K. B. & JACKSON, A. Knowledge Management: understanding theory and developing strategy. **CR**, v.11(1), p.1-11, 2001
- TOFFLER, A. **Future Shock**. New York: Bantam Books, 1970
- TRÉPOS, J. **Sociologie de la compétence professionnelle**. Nancy: PUN, 1992
- VOLLMANN, T. E. **The Transformation Imperative: Achieving Market Dominance through Radical Change**, Boston, MA: Harvard Business School Press, 1996

- WEGGEMAN, M. **Knowledge Management**. Schiedam: Scriptum, 1997
- WENGER, E. Supporting communities of practice a survey of community-oriented technologies **Publicação Eletrônica**, disponível em <http://www.ewenger.com/tech>, acesso em março/2001
- WHEATLEY, M.J. The Real Work of Knowledge Management. **IHRIM Journal**, v. 5, p29-33, 2001
- WIIG, K.M. Knowledge Management: An Emerging Discipline Rooted in a Long History. In **Knowledge Horizons: The present and the Promise of Knowledge Management**, Boston, C. Depres & D. Chauvel, p. 3-26, 2000
- ZACK, M.H. Developing a knowledge strategy. **California Management Review**, v. 41, 3, p. 125-134, 1999
- ZARIFAN, P. Objectif compétence. Paris: Liaisons, 1999
- ZOLINGEN, SJv & STREUMER, JN & STOOKER, M. Problems in knowledge management: a case study of a knowledge-intensive company. **International Journal of Training and Development**, 5:3, p. 168-184, 2001

6.2.

Bibliografia

- AUSTIN, J. E. **Managing in developing countries: strategic analysis and operating techniques**. New York: The Free Press, 1990
- BARROS, B. T. **Fusões e Aquisições no Brasil. Entendendo as razões dos sucessos e dos fracassos**. São Paulo: Atlas, 2003
- BIRKINSHAW, J. ; SHEEHAN, T. Managing the Knowledge Life Cycle. **MIT Sloan Management Review**, p. 75-83, 2002
- BUKOWITZ, W. R.; WILLIAMS, R. **Manual de Gestão do Conhecimento. Ferramentas e técnicas que criam valor para a empresa**. Porto Alegre; Bookman, 2002
- CAPRA, Fritjof **A teia da vida**. São Paulo: Cultrix, ,1996
- CAVALCANTI, M. et al., **Gestão de empresas na sociedade do conhecimento. Um roteiro para ação**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001
- COLLINS, J. C. ; PORRAS, J. I. **Feitas para durar – práticas bem-sucedidas de empresas visionárias**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995
- DEMERS, C. - De la gestion du changement à la capacité de changer: l' évolution de la recherche sur le changement organisationnel. **Gestion – Revue International de Gestion**. Montreal:HEC – École des Hautes Études Commerciales. V.24, n.3, Automne 1999. (Tradução José Roberto Gomes da Silva – IAG/PUC-Rio)
- GIBSON, R. (Ed.) **Repensando o futuro**, São Paulo: Makron Books Ltda., 1998
- GIORDANO, Y. Comunicação e organizações: uma reconsideração pela teoria da estruturação. Texto traduzido e adaptado por José Roberto Gomes da Silva, **IAG-PUC Rio**, 2003
- HAMMER, Michael ; CHAMPY, J : **Reengenharia**. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1994
- HANDY, Charles - **A Era da Irracionalidade**. São Paulo: Edições Ctop, 1991
- HARVARD BUSINESS REVIEW. **Aprendizagem Organizacional**. Rio de Janeiro, Campus, 2001

- HENDERSON, H. **Transcendendo a Economia**. São Paulo: Cultrix, 1991
- ING, D. Studying the Sense & Respond Model for Designing Adaptive Enterprises and the Influence of Russel Ackoff's System of Thinking. **Russell. Ackoff Conference**, Villanova University, p. 2-10, 1999
- JAW, J. **Sincronicidade. O caminho interior para a liderança**. São Paulo: Editora Best Seller, 2000
- JUNIOR, Moacir M. O. Linking Strategy and the knowledge of the firm. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v.39 (4), p.29-37, 1999
- KING, W. R. Strategies for creating a learning organization. **Information Systems Management**, p. 12-20, 2001
- LASTRES, Helena M.M. ; ALBAGLI, Sarita (Organizadoras) - **Informação e Globalização na Era do Conhecimento**, Rio de Janeiro: Campus, 1999
- LASZLO, Ervin – **Macrotransição, o desafio para o terceiro milênio**. São Paulo: Axis Mundi: Antakarana/Willis Harman House, 2001
- LEITE, E. Compétences Humaines et Organisationnelles: impératifs pour l'adoption de la perspective de la Gestion de la Connaissance comme source d'innovation et d'avantage compétitif. "In:" XIV Congresso Anual da AGRH e da ANDCP - Grenoble, França, 22-22 de novembro de 2003 - GRH : Innovons!
www.rhgrenoble2003.org
- LEV, B. **Intangibles : management, measurement and reporting**. Washington, D.C.: The Booking Institution, 2001
- LÉVY, P. **A conexão planetária**. São Paulo: Editora 34, 2001
- LÉVY, P. **A Inteligência coletiva – por uma antropologia do ciberespaço**. 2. ed. São Paulo : Edições Loyola, 1999
- LÉVY, P. **Cibercultura**. 2ª ed. São Paulo : Editora 34, 2000
- LIMA, F. O. **A Sociedade Digital. O impacto da tecnologia na sociedade, na cultura, na educação e nas organizações**. Rio de Janeiro: Qualimark, 2000
- MORGAN, G. - **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 1996
- PRAHALAD, C. K. ; RAMASWAMY, V. Co-opting Customer Competence. **Harvard Business Review**, p.79-87, 2000
- PROBST, Gilbert; RAUB, Steffen; ROMHARDT, Kai - **Gestão do Conhecimento: os elementos construtivos do sucesso**. Porto Alegre: Bookman, 2002
- ROBERT, M. **Strategy pure and simple: how winning CEOs outthink their competition**. New York: Mc Graw-Hill, Inc., 1993
- SÁ CARVALHO, L. C.; RODRIGUES, M. E. ; PARET, B. D. Tacit and Formal Knowledge and Learning in Small Business: An Exploratory Study on the Perceptions of Successful Businessmen, Pontifícia Universidade Católica - Departamento de Administração - **PUC-Rio / IAG** , 2000
- SCHERMERHORN, Jr. J.R. 2 ed. **Fundamentos de comportamento organizacional**. Porto Alegre: Bookman, 1999
- SCHWABE, D. ; SALIM, C. S. Integrating Knowledge Management Applications in the Enterprise - The Xerox Knowledge Portal Project, Pontifícia Universidade Católica - Departamento de Informática, **PUC - Rio**, 2000
- SENGE, P. Creating the world anew, **The Systems Thinker**, v.13 (3), p.2-6, 2002
- SENGE, Peter - **A Dança das Mudanças**. Rio de Janeiro: Campus, 2000

- SENGE, Peter et al - **A quinta disciplina: caderno de campo: estratégias e ferramentas para construir uma organização que aprende**. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2000
- SOO, C. et al. Knowledge Management: Philosophy, Process and Pitfalls. **California Management Review**. v. 44 (04), p. 129-150, 2002
- STARKEY, Ken et all - **Como as organizações aprendem. Relato do sucesso das grandes empresas**. São Paulo: Futura, 1997
- STOELHORST, J. W. & RAAIJ, E. M. On explaining performance differentials Marketing and the managerial theory of the firm. **Journal of Business Research**, 5721, p. 1-16, 2002
- SVYANTEK , D. J. ; BROWN, L. L. A Complex-Systems Approach to Organizations. **Current Directions in Psychological Science**, v.9 (2), p. 69-74, 2000
- TEXEIRA FILHO, J. **Comunidades Virtuais: como as comunidades de práticas na Internet estão mudando os negócios**. Rio de Janeiro: SENAC, 2002
- TEXEIRA FILHO, J. **Gerenciando o Conhecimento: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento de negócios**. Rio de Janeiro: SENAC, 2000
- VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1997
- WARDMAN, K. T. **Criando organizações que aprendem**. São Paulo : Futura, 1996
- WHEATLEY, Margaret J. - **Liderança e a nova ciência. Aprendendo organização com um universo ordenado**. São Paulo: Editora Cultrix, 1992
- YIN, R. K. **Estudo de Caso. Planejamento e Métodos**. 2. ed., Porto Alegre: Bookman, 2001

7 Anexos

7.1. Questionário Preliminar - Pré-teste

As relações entre Gestão do Conhecimento e Estratégia Empresarial, Gestão de Competências e de Resultados e o impacto na performance de negócio nas empresas brasileiras

O objetivo desta pesquisa é verificar nas empresas brasileiras as relações entre Gestão do Conhecimento e estratégia empresarial, gestão de competências e de resultado e como se refletem estas relações na performance das organizações.

Mesmo que a sua organização não tenha um projeto específico de Gestão do Conhecimento, certamente ela gerencia conhecimento. Assim, o que queremos identificar são as relações desta gestão dentro da sua empresa.

A confidencialidade das informações será preservada. O estudo divulgará, apenas, os resultados agregados.

Se desejar, podemos lhe enviar os resultados da pesquisa. Para que seja endereçada diretamente a você, solicitamos preencher o campo “Identificação do Respondente” no final do questionário.

A pesquisa requer apenas 20 minutos da sua atenção. As respostas deverão ser baseadas na sua primeira impressão, sem consultas adicionais.

Obrigada pela sua contribuição.

Gestão do Conhecimento e Estratégia Empresarial

1. Na sua organização, a Gestão do Conhecimento é considerada um processo contínuo e cíclico significando uma rede de valor que inclui: determinar os conhecimentos de acordo com a estratégia, identificar os conhecimentos disponíveis, desenvolver e compartilhar conhecimento e aplicar e avaliar o valor do conhecimento para o negócio.

<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente
--	--	--	--	--

2. Na sua empresa, a importância e o valor do conhecimento estão claramente explicitados na declaração de propósito, visão ou missão da companhia, se constituindo em uma das suas forças direcionadoras.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

3. A sua empresa, ao analisar a sua performance, considera que a definição e o estabelecimento das formas de adquirir, distribuir e usar e proteger o conhecimento podem ajudar a alcançar os patamares de resultado desejados.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

4. Na sua empresa, o conhecimento relativo a know-how, tecnologia inerente ao negócio, ou métodos de resolução de problemas são documentados.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

5. Na sua empresa, o conhecimento pode ser adquirido facilmente através de documentos formais e manuais disponíveis na organização.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

6. Na sua empresa, os resultados de projetos e de reuniões devem ser documentados como via de regra.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

7. Na sua empresa, o conhecimento é compartilhado através de formas documentadas tais como manuais ou outros tipos de documentos.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

8. Na sua empresa, o conhecimento de qualquer empregado pode ser capturado, podendo ser usado por especialistas ou por seus pares de trabalho.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

9. Na sua empresa, os empregados têm facilidade em adquirir conhecimento através de contatos diretos e pessoais com os especialistas e pares de trabalho.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

10. Na sua empresa, os diálogos, as conversas informais e as reuniões são usadas para compartilhar conhecimento.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

11. Na sua empresa, o conhecimento pode ser adquirido através de mentores individuais designados para esta finalidade.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

12. A sua empresa busca constantemente criar novas competências organizacionais, a partir da combinação de competências já existentes, para alavancar sua competitividade e performance.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

Gestão do Conhecimento e Gestão de Competências

13. A sua empresa procura reagrupar diferentes conhecimentos com objetivo de criar novos processos de negócio.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

14. A sua empresa incentiva a criação de ativos de conhecimento de alto valor, como por exemplo: processos mais enxutos de manufatura, novas cadeias de valor para o negócio, processos e práticas de negócios inovadoras, customização, configuração de produtos, soluções de serviços à cliente, entre outros.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

15. Na sua empresa, os processos de negócio são conhecidos por toda a				
---	--	--	--	--

organização e explicitamente focados nas competências essenciais da empresa ou nos objetivos declarados do negócio.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

16. Na sua empresa, todas as unidades da organização, mesmo as não dedicadas à pesquisa e desenvolvimento, são regularmente vistas e consideradas como fontes potenciais de inovação.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

17. Na sua empresa, os critérios para a contratação de pessoas incluem conhecimentos específicos que são facilmente correlacionados com os conhecimentos estratégicos para o negócio.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

18. A sua empresa espera que os seus empregados se desenvolvam continuamente, aprimorando, consolidando e aumentando suas competências. Este processo procura correlacionar as competências humanas a serem desenvolvidas às competências do negócio e, de um modo geral, investimentos são desencorajados quando não garantem este alinhamento.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

19. A sua empresa possui uma Universidade Corporativa, formalmente constituída, para conduzir seus programas de desenvolvimento de competências.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

20. A sua empresa utiliza o Elearning e a Educação à Distância para executar seus programas de desenvolvimento de competências.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

21. Na sua empresa, o conceito de competência humana é entendido como o				
---	--	--	--	--

resultado do conjunto de conhecimentos que uma pessoa pode ter, adicionado das suas habilidades, atitudes e os resultados alcançados através da sua ação no trabalho.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

22. A sua empresa possui mecanismos para reter e explorar o capital humano e ativos intelectuais durante os processos de mudança, turbulência econômica, fusões e aquisições e quando desenvolve novos relacionamentos estratégicos.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

Gestão do Conhecimento e Gestão de Resultados

23. Na sua empresa, o modelo de avaliação de performance organizacional adotado assegura a eficácia dos canais de comunicação da empresa, horizontal e verticalmente, de forma que todos os empregados, em qualquer nível da estrutura hierárquica, conheçam e compreendam a estratégia traçada.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

24. Na sua empresa, o modelo de avaliação de performance organizacional tem instrumentos que facilitam o desdobramento dos objetivos estratégicos e das diretrizes e metas deles resultantes, de forma que qualquer empregado é capaz de perceber a contribuição que está dando para que a estratégia seja cumprida.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

25. Na sua empresa, o modelo de avaliação de performance organizacional estimula a contribuição individual e de equipes, com idéias, sugestões e ações que ajudam a empresa a alcançar resultados superiores.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

26. Na sua empresa, o modelo de avaliação de performance organizacional cria condições para que cada empregado possa avaliar as competências que necessita para desempenhar seu papel na implementação da estratégia. Esta avaliação serve de insumo para o processo de desenvolvimento de competências da empresa.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

27. Na sua empresa, o modelo de avaliação de performance organizacional inclui indicadores além dos econômico-financeiros, tais como: clientes, processos internos e de aprendizagem e crescimento.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

28. Na sua empresa, o modelo de avaliação de performance organizacional permite que os indicadores estabelecidos sejam adequadamente desdobrados, tornando possível medir a performance individual, em linha com os objetivos do negócio.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

29. Na sua empresa, o modelo de avaliação de performance organizacional utiliza os resultados da performance individual para estabelecer critérios para a remuneração variável e reconhecimento individual.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

Gestão do Conhecimento: barreiras, restrições e recursos

30. Na sua empresa, a Gestão do Conhecimento conta com apoio da cúpula, ou seja, de um modo geral, os líderes formais da empresa compreendem, defendem e apóiam as iniciativas para a gestão do conhecimento.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

31. A sua empresa possui uma orientação positiva para o conhecimento. Ou seja, os empregados sentem-se livres para explorar e compartilhar o conhecimento, não receando que isto possa reverter em algum tipo de penalização.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

32. A sua empresa possui clareza do propósito da gestão do conhecimento e percebe sua contribuição para a performance do negócio.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

33. Na sua empresa, a linguagem e a terminologia usadas na gestão do				
--	--	--	--	--

conhecimento são compreendidas por todos os empregados.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

34. A sua empresa possui indicadores e métricas específicas para acompanhar o projeto de gestão do conhecimento, sendo eles tanto de natureza quantitativa quanto qualitativa.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

35. Na sua empresa, a concepção e a implementação dos projetos de gestão do conhecimento encerram em si uma concepção de processo. Ou seja, os mecanismos para o seu gerenciamento estabelecem uma visão clara de quem são os clientes, seu grau de satisfação, produtividade e qualidade esperada.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

36. Na sua empresa, os projetos de gestão do conhecimento contemplam elementos incentivadores não-triviais na sua implementação, de forma que os empregados se sintam motivados a criar, compartilhar e usar o conhecimento. Ou seja, existem ações deliberadamente estabelecidas que reforçam a mudança para uma cultura de criação, uso e compartilhamento do conhecimento.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

37. A sua empresa possui infra-estrutura técnica em linha com a gestão do conhecimento, ou seja, a tecnologia da informação da empresa dispõe de processos de comunicação e recursos de hardware e software orientados para o conhecimento.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

38. A sua empresa possui uma infra-estrutura organizacional para gestão do conhecimento, ou seja, funções, estrutura organizacional e qualificações específicas, como por exemplo: pessoas especialmente designadas para desenvolver e implementar o projeto de gestão do conhecimento.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

39. Na sua empresa, os projetos de gestão do conhecimento possuem orçamento				
---	--	--	--	--

especificamente estabelecido para esta finalidade.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

40. A sua empresa compreende que a tecnologia da informação por si só não é capaz de gerenciar o conhecimento, mas reconhece a importância deste recurso para viabilizar os projetos de gestão do conhecimento. Em linha com este direcionador, a área de Tecnologia da Informação se integra ao projeto de gestão do conhecimento, auxiliando na identificação de soluções.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

Resultado de Negócio

41. Comparada com os competidores-chave da indústria na qual está inserida, sua empresa é a de maior sucesso entre os concorrentes.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

42. Comparada com os competidores-chave da indústria na qual está inserida, sua empresa é a que tem o maior market-share.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

43. Comparada com os competidores-chave da indústria na qual está inserida, sua empresa é a que está crescendo mais rapidamente.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

44. Comparada com os competidores-chave da indústria na qual está inserida, sua empresa é a mais lucrativa.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

45. Comparada com os competidores-chave da indústria na qual está inserida, sua				
---	--	--	--	--

empresa é a mais inovativa e criativa.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

46. Comparada com os competidores-chave da indústria na qual está inserida, sua empresa é a de maior tamanho em termos de receita.				
<input type="checkbox"/> Discordo totalmente	<input type="checkbox"/> Discordo em parte	<input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo	<input type="checkbox"/> Concordo em parte	<input type="checkbox"/> Concordo totalmente

Identificação da Empresa	
Nome da Empresa	
Indústria (Setores e Sub-setores) (*)	(colocar classificação)
Origem do Capital	<input type="checkbox"/> Estatal <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Estrangeiro
Se multinacional, local de origem	<input type="checkbox"/> América do Norte <input type="checkbox"/> América Central <input type="checkbox"/> América do Sul <input type="checkbox"/> Europa <input type="checkbox"/> Ásia <input type="checkbox"/> África <input type="checkbox"/> Oceania
Localização geográfica da sede, no Brasil	<input type="checkbox"/> Sudeste <input type="checkbox"/> Nordeste <input type="checkbox"/> Sul <input type="checkbox"/> Centro-Oeste <input type="checkbox"/> Norte
Receita	(por faixas, para caracterizar se Mi, P, M, G)
Número de Empregados Diretos	(por faixas, em linha com o porte: Mi, P, M,G)
Número de Empregados Terceirizados e Contratados	Idem anterior

Para que possamos enviar o resultado desta pesquisa, solicitamos preenchimento dos dados a seguir

Identificação do Respondente			
Nome:			
Nível do cargo:	<input type="checkbox"/> Presidente <input type="checkbox"/> Diretor	<input type="checkbox"/> Gerente <input type="checkbox"/> Chefe / Supervisor	<input type="checkbox"/> Técnico ou Analista
Área Funcional?	<input type="checkbox"/> Presidência <input type="checkbox"/> Marketing <input type="checkbox"/> Vendas	<input type="checkbox"/> Pesquisa e Desenvolvimento <input type="checkbox"/> Fabricação <input type="checkbox"/> Finanças	<input type="checkbox"/> Recursos Humanos <input type="checkbox"/> Administrativa <input type="checkbox"/> Sistemas de Informação <input type="checkbox"/> Tecnologia
Email:	Telefone:	Fax:	

(*) Setores e Sub-setores

Indústria		
Autopeças Borracha Couro e Calçados Eletrodomésticos Equipamentos Elétricos Farmacêuticos	Higiene e Limpeza Madeira e Móveis Material de Escritório Material Eletrônico Mecânica Metalurgia Mineração	Minerais não metálicos Papel e Celulose Petróleo e Gás Petroquímica Plásticos Química Têxtil Veículos
Serviços		
Comunicação Construção Energia Elétrica Informática e Tecnologia da Informação	Logística Saneamento e Limpeza Saúde Serviços especializados	Telecomunicações Turismo, Alimentação e Hospedagem
Comércio		
Atacado Comércio Exterior	Distribuidores de Veículos e Autopeças	Franquias Varejista
Agribusiness		
Agricultura Alimentos	Bebidas e Fumo Cana, Açúcar e Alcool	Cooperativas Pecuária
Finanças		
Banco Capitalização	Cartões de Crédito Corretora de Valores Holding	Sociedade de Arrendamento Mercantil Sociedade de Crédito Imobiliário
Seguros		
Corretoras	Corretoras	Previdência Privada Seguradoras

7.2.**Questionário de Pesquisa Aplicado - versão documento Word para simples consulta****As relações entre Gestão do Conhecimento e Estratégia Empresarial, Gestão de Competências e de Resultado e o impacto no desempenho do negócio nas empresas brasileiras**

O objetivo desta pesquisa é verificar nas empresas brasileiras as relações entre Gestão do Conhecimento e estratégia empresarial, gestão de competências e de resultado e como se refletem estas relações no desempenho das organizações.

Mesmo que a sua organização não tenha um projeto específico de Gestão do Conhecimento, de alguma forma ela gerencia o conhecimento. Assim, o que queremos identificar são as relações desta gestão dentro da sua empresa.

A pesquisa requer apenas 20 minutos da sua atenção.

Recomendamos que, antes de começar a responder, assegure-se que poderá concluir o questionário. Entretanto, caso necessite recomeçar, para não perder as informações anteriormente respondidas, utilize o e-mail registrado para que o questionário possa reiniciar a partir das questões de onde parou desde o último acesso.

As respostas deverão ser baseadas na sua primeira impressão, sem consultas adicionais.

As perguntas estão organizadas em etapas. Ao avançar para uma nova etapa, não é possível retornar para efetuar alterações nas anteriores.

A confidencialidade das informações será preservada. O estudo divulgará, apenas, os resultados agregados.

Obrigada pela sua contribuição.

Identificação

E-mail :

Etapa 2

Identificação da Empresa	
Nome da Empresa	
Indústria (Setores e Sub-setores)	(* classificação abaixo)
Origem do Capital	1 Estatal 2 Nacional 3 Estrangeiro
Se multinacional, local de origem	0 Nenhum 1 América do Sul 2 América Central 3 América do Norte África Ásia Europa 7 Oceania
Localização geográfica da sede, no Brasil	1 Centro-Oeste 2 Nordeste 3 Norte Sudeste 5 Sul
Receita Anual	(por faixas, como abaixo *)
Número de Empregados Diretos	(por faixas, como abaixo *)
Número de Empregados Terceirizados e Contratados	(por faixas, como abaixo *)

	(*) Receita Anual	(*) Nº Empregados	(*) Nº Empregados Terceirizados
Agricultura	até R\$ 100 milhões	até 100	nenhum
Comercio	entre R\$ 100 milhões a R\$ 500 milhões	entre 100 e 500	até 10 % do quadro efetivo
Concessionário de serviço público	entre R\$ 500 milhões a R\$ 1 Bilhão	entre 500 e 1.500	até 20 % do quadro efetivo
Construção civil	entre R\$ 500 milhões a R\$ 1 Bilhão	entre 1.500 e 5.000	até 30 % do quadro efetivo
Educação	entre R\$ 1 Bilhão a R\$ 5 Bilhões	acima de 5.000	até 30 % do quadro efetivo
Finanças	entre R\$ 5 Bilhões a R\$ 10 Bilhões		acima de 30 % do quadro efetivo
Governo (administração direta)	entre R\$ 10 Bilhões a R\$ 50 Bilhões		
Industria	entre R\$ 50 Bilhões a R\$ 100 Bilhões		
Serviços (os não cobertos acima)	acima de R\$ 100 Bilhões		
Transporte			
Outros			

Etapa 3

As perguntas a seguir revelam se a prática se aplica ou não à sua empresa. Numa escala de 1 a 5, como você classifica sua empresa:

1 = Não se aplica à empresa	2 = Se aplica pouco à empresa	3 = Se aplica parcialmente à empresa	4 = Se aplica muito à empresa	5 = Se aplica totalmente à empresa
-----------------------------	-------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------	------------------------------------

Relação com a Estratégia Empresarial

1 - Na sua empresa, a importância do conhecimento está claramente explicitada. Por exemplo, consta da declaração de propósito ou do conjunto de valores ou da visão ou da missão da companhia.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

2 - A sua empresa, ao analisar o seu desempenho de negócio, considera que as formas de adquirir, distribuir, usar e proteger o conhecimento podem ajudar a alcançar os patamares de resultado desejados.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

3 - A sua empresa se assegura que todos os empregados, em qualquer nível da estrutura hierárquica, conhecem e compreendem a estratégia traçada.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

4 - Na sua empresa, os conhecimentos relativos a know-how ou tecnologia inerente ao negócio são documentados.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

5 - Na sua empresa, o conhecimento pode ser adquirido facilmente através de documentos formais que estão disponíveis na organização.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

6 - Na sua empresa, os resultados de projetos são documentados.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

7 - Na sua empresa, o conhecimento é compartilhado internamente, através da utilização de material documental disponível.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

8 - Na sua empresa, o conhecimento de qualquer empregado pode contribuir para utilização por especialistas ou por pares de trabalho.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

9 - Na sua empresa, os empregados têm facilidade em adquirir conhecimento através de contatos diretos com os especialistas e pares de trabalho.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

10 - Na sua empresa, os diálogos ou as conversas informais ou as reuniões são usadas para compartilhar conhecimento.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

11 - Na sua empresa, o conhecimento pode ser adquirido através de mentores designados para esta finalidade.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Etapa 4

As perguntas a seguir revelam se a prática se aplica ou não à sua empresa. Numa escala de 1 a 5, como você classifica sua empresa:

1 = Não se aplica à empresa	2 = Se aplica pouco à empresa	3 = Se aplica parcialmente à empresa	4 = Se aplica muito à empresa	5 = Se aplica totalmente à empresa
-----------------------------	-------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------	------------------------------------

Relação com a Gestão de Competências

12 - A sua empresa procura reagrupar diferentes conhecimentos com objetivo de criar novos processos de negócio.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

13 - A sua empresa incentiva a criação de novos processos e práticas baseados no conhecimento.

Estes podem ser, por exemplo: processos mais enxutos de manufatura, processos e práticas de negócios inovadoras, customização, configuração de produtos, soluções de serviços à cliente, entre outros.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

14 - Na sua empresa, os processos são explicitamente focados nos objetivos do negócio.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

15 - Na sua empresa, os critérios para a contratação de pessoas levam em conta os conhecimentos específicos correlacionados com os conhecimentos estratégicos para o negócio.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

16 - Na sua empresa, o processo de treinamento e desenvolvimento procura correlacionar as competências humanas a serem desenvolvidas às competências estratégicas do negócio.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

17 - A sua empresa possui uma Universidade Corporativa, formalmente constituída, para conduzir seus programas de desenvolvimento de competências.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

18 - Na sua empresa, o conceito de competência humana é entendido como o resultado do conjunto de quatro elementos: conhecimentos que uma pessoa pode ter, adicionado das suas habilidades, atitudes e os resultados alcançados através da sua ação no trabalho.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

19 - A sua empresa possui mecanismos para utilizar o capital humano durante processos de mudança, tais como: turbulência econômica ou fusões e aquisições ou mudanças na estratégia.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Etapa 5

As perguntas a seguir revelam se a prática se aplica ou não à sua empresa.

Numa escala de 1 a 5, como você classifica sua empresa:

1 = Não se aplica à empresa	2 = Se aplica pouco à empresa	3 = Se aplica parcialmente à empresa	4 = Se aplica muito à empresa	5 = Se aplica totalmente à empresa
-----------------------------	-------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------	------------------------------------

Relação com a Gestão de Resultados

20 - Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio tem instrumentos que facilitam o desdobramento dos objetivos estratégicos e das diretrizes e metas deles resultantes, de forma que qualquer empregado é capaz de perceber a contribuição que está dando para que a estratégia seja cumprida.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

21 - Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio cria condições para que cada empregado possa avaliar as competências que necessita para desempenhar seu papel na implementação da estratégia.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

22 - Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio inclui indicadores além dos econômico-financeiros, tais como: clientes, processos internos e de aprendizagem e crescimento.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

23 - Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio permite que os indicadores estabelecidos sejam adequadamente desdobrados, tornando possível medir o desempenho individual, em linha com os objetivos da organização.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

24 - Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio permite estabelecer critérios para definir o valor a ser concedido aos empregados a título de participação nos resultados.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

Etapa 6

As perguntas a seguir revelam se a prática se aplica ou não à sua empresa. Numa escala de 1 a 5, como você classifica sua empresa:

1 = Não se aplica à empresa	2 = Se aplica pouco à empresa	3 = Se aplica parcialmente à empresa	4 = Se aplica muito à empresa	5 = Se aplica totalmente à empresa
-----------------------------	-------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------	------------------------------------

Ações para a Gestão do Conhecimento

25 - Na sua organização, gerenciar o conhecimento significa um processo contínuo. Ou seja, envolve as ações que determinam os conhecimentos de acordo com a estratégia, identificam os conhecimentos disponíveis, desenvolvem e compartilham conhecimento e aplicam e avaliam o valor deste conhecimento ao negócio.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

26 - Na sua empresa, as ações que envolvem gerenciar o conhecimento contam com apoio da cúpula, ou seja, de um modo geral, os líderes formais da empresa compreendem, defendem e apóiam as iniciativas.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

27 - Na sua empresa, a linguagem e a terminologia usadas em gestão do conhecimento são compreendidas por todos os empregados.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

28 - Na sua empresa, as ações relacionadas ao gerenciamento do conhecimento encerram em si uma concepção de processo. Ou seja, os mecanismos para a sua gestão estabelecem uma visão clara de quem são os clientes, seu grau de satisfação, produtividade e qualidade esperada.

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

29 - A sua empresa possui indicadores e métricas específicas para acompanhar ações relacionadas ao gerenciamento do conhecimento.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

30 - Na sua empresa, as ações decorrentes do gerenciamento do conhecimento contemplam iniciativas deliberadamente estabelecidas que reforçam uma cultura de criação, uso e compartilhamento do conhecimento.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

31 - A sua empresa possui pessoas especialmente designadas para implementar ações relativas ao gerenciamento do conhecimento.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

32 - Na sua empresa, as ações para gerenciar o conhecimento possuem orçamento especificamente estabelecido para esta finalidade.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

33 - A sua empresa compreende que a tecnologia da informação por si só não é capaz de gerenciar o conhecimento.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

34 - A sua empresa possui infra-estrutura de tecnologia em linha com as ações de gerenciamento do conhecimento. Ou seja, a tecnologia da informação da empresa dispõe de processos de comunicação e recursos de hardware e software orientados para o conhecimento.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Etapa 7

Resultado de Negócio

As perguntas a seguir posicionam a sua empresa com relação ao mercado onde esta atua.

Numa escala de 1 a 5, onde 1 representa o pior desempenho do setor e 5 o melhor como você classifica a sua empresa com relação à :

35 - Sucesso, de forma geral.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

36 - Participação de mercado (market share).				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

37 - Crescimento ano sobre ano.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

38 - Lucratividade.				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

39 - Inovação e criatividade				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

40 - Receita				
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Etapa 8 - Preenchimento Opcional

Para que possamos enviar o resultado desta pesquisa, solicitamos preenchimento dos dados a seguir:

Identificação do Respondente			
Nome:			
Nível do cargo:	1 Presidente 2 Diretor	3 Gerente 4 Chefe / Supervisor	5 Técnico ou Analista
Área Funcional?	1 Presidência 2 Marketing 3 Vendas	4 Pesquisa e Desenvolvimento 5 Fabricação 6 Finanças	7 Recursos Humanos 8 Administrativa 9 Sistemas de Informação 10 Tecnologia
Telefone:		Fax:	

Finalizar

Agradecimentos

A publicação do questionário que você acaba de responder foi viabilizada através da parceria com a **Interface TI**, uma empresa de soluções para e-learning, incubada no Instituto Genesis da PUC-Rio.

(link para o site)

Link para a pesquisa:

http://www.learningstudio.com.br/surveymanager/engine/mainaction.asp?guidsurvey=O_DF7A046ADE2543508CDB693EA9CD9370

7.3.

Questionário Aplicado - versão disponibilizada através da Internet

INTERFACE
INSTITUTO DE INVESTIGACÃO DE MARKETING

Questionário

As relações entre Gestão do Conhecimento e Estratégia Empresarial, Gestão de Competências e de Resultado e o impacto no desempenho do negócio nas empresas brasileiras

O objetivo desta pesquisa é verificar nas empresas brasileiras as relações entre Gestão do Conhecimento e estratégia empresarial, gestão de competências e de resultado e como se refletem estas relações no desempenho das organizações.

Mesmo que a sua organização não tenha um projeto específico de Gestão do Conhecimento, de alguma forma ela gerencia o conhecimento. Assim, o que queremos identificar são as relações desta gestão dentro da sua empresa.

A pesquisa requer apenas 20 minutos da sua atenção.

Recomendamos que, antes de começar a responder, assegure-se que poderá concluir o questionário. Entretanto, caso necessite recomeçar, para não perder as informações anteriormente respondidas, utilize o e-mail registrado para que o questionário possa reiniciar a partir das questões de onde parou desde o último acesso.

As respostas deverão ser baseadas na sua primeira impressão, sem consultas adicionais.

As perguntas estão organizadas em etapas. Ao avançar para uma nova etapa, não é possível retornar para efetuar alterações nas anteriores.

A confidencialidade das informações será preservada. O estudo divulgará, apenas, os resultados agregados.

Obrigada pela sua contribuição.

Identificação

E-mail:

Copyright 2003 Interface Tecnologia de Informação Ltda. Todos os direitos reservados.

INTERFACE
Instituto de Administração

Questionário

Identificação da Empresa

Nome da Empresa	
<input type="text"/>	
Indústria (Setores e Sub-setores)	<input type="text" value="Selecione"/>
Origem do Capital	<input type="text" value="Selecione"/>
Se multinacional, local de origem	<input type="text" value="Nenhum"/>
Localização geográfica da sede, no Brasil	<input type="text" value="Selecione"/>
Receita Anual	<input type="text" value="Selecione"/>
Número de Empregados Diretos	<input type="text" value="Selecione"/>
Número de Empregados Terceirizados e Contratados	<input type="text" value="Selecione"/>

Copyright 2003 Interface Tecnologia de Informação Ltda. Todos os direitos reservados.

Questionário

As perguntas a seguir revelam se a prática se aplica ou não à sua empresa.

Numa escala de 1 a 5, como você classifica sua empresa:

1 = Não se aplica à empresa 2 = Se aplica pouco à empresa 3 = Se aplica parcialmente à empresa 4 = Se aplica muito à empresa 5 = Se aplica totalmente à empresa

Relação com a Estratégia Empresarial

01. Na sua empresa, a importância do conhecimento está claramente explicitada. Por exemplo, consta da declaração de propósito ou do conjunto de valores ou da visão ou da missão da companhia.

1 2 3 4 5

02. A sua empresa, ao analisar o seu desempenho de negócio, considera que as formas de adquirir, distribuir, usar e proteger o conhecimento podem ajudar a alcançar os patamares de resultado desejados.

1 2 3 4 5

03. A sua empresa se assegura que todos os empregados, em qualquer nível da estrutura hierárquica, conhecem e compreendem a estratégia traçada.

1 2 3 4 5

04. Na sua empresa, os conhecimentos relativos a know-how ou tecnologia inerente ao negócio são documentados.

1 2 3 4 5

05. Na sua empresa, o conhecimento pode ser adquirido facilmente através de documentos formais que estão disponíveis na organização.

1 2 3 4 5

06. Na sua empresa, os resultados de projetos são documentados.

1 2 3 4 5

07. Na sua empresa, o conhecimento é compartilhado internamente, através da utilização de material documental disponível.

1 2 3 4 5

08. Na sua empresa, o conhecimento de qualquer empregado pode ser capturado, podendo ser usado por especialistas ou por seus pares de trabalho.

1 2 3 4 5

09. Na sua empresa, os empregados têm facilidade em adquirir conhecimento através de contatos diretos com os especialistas e pares de trabalho.

1 2 3 4 5

10. Na sua empresa, os diálogos ou as conversas informais ou as reuniões são usadas para compartilhar conhecimento.

1 2 3 4 5

11. Na sua empresa, o conhecimento pode ser adquirido através de mentores individuais designados para esta finalidade.

1 2 3 4 5

Copyright 2003 Interface Tecnologia de Informação Ltda. Todos os direitos reservados.

Questionário

As perguntas a seguir revelam se a prática se aplica ou não à sua empresa.

Numa escala de 1 a 5, como você classifica sua empresa:

1 = Não se aplica à empresa 2 = Se aplica pouco à empresa 3 = Se aplica parcialmente à empresa 4 = Se aplica muito à empresa 5 = Se aplica totalmente à empresa

Relação com a Gestão de Competências

12. A sua empresa procura reagrupar diferentes conhecimentos com objetivo de criar novos processos de negócio.

1 2 3 4 5

13. A sua empresa incentiva a criação de novos processos e práticas baseados no conhecimento. Estes podem ser, por exemplo: processos mais enxutos de manufatura, processos e práticas de negócios inovadoras, customização, configuração de produtos, soluções de serviços à cliente, entre outros.

1 2 3 4 5

14. Na sua empresa, os processos são explicitamente focados nos objetivos do negócio.

1 2 3 4 5

15. Na sua empresa, os critérios para a contratação de pessoas levam em conta os conhecimentos específicos correlacionados com os conhecimentos estratégicos para o negócio.

1 2 3 4 5

16. Na sua empresa, o processo de treinamento e desenvolvimento procura correlacionar as competências humanas a serem desenvolvidas às competências estratégicas do negócio.

1 2 3 4 5

17. A sua empresa possui uma Universidade Corporativa, formalmente constituída, para conduzir seus programas de desenvolvimento de competências.

1 2 3 4 5

18. Na sua empresa, o conceito de competência humana é entendido como o resultado do conjunto de quatro elementos: conhecimentos que uma pessoa pode ter, adicionado das suas habilidades, atitudes e os resultados alcançados através da sua ação no trabalho.

1 2 3 4 5

19. A sua empresa possui mecanismos para utilizar o capital humano durante processos de mudança, tais como: turbulência econômica ou fusões e aquisições ou mudanças na estratégia.

1 2 3 4 5

Copyright 2003 Interface Tecnologia de Informação Ltda. Todos os direitos reservados.



Questionário

As perguntas a seguir revelam se a prática se aplica ou não à sua empresa.

Numa escala de 1 a 5, como você classifica sua empresa:

1 = Não se aplica à empresa	2 = Se aplica pouco à empresa	3 = Se aplica parcialmente à empresa	4 = Se aplica muito à empresa	5 = Se aplica totalmente à empresa
-----------------------------	-------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------	------------------------------------

Relação com a Gestão de Resultados

20. Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio tem instrumentos que facilitam o desdobramento dos objetivos estratégicos e das diretrizes e metas deles resultantes, de forma que qualquer empregado é capaz de perceber a contribuição que está dando para que a estratégia seja cumprida.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

21. Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio cria condições para que cada empregado possa avaliar as competências que necessita para desempenhar seu papel na implementação da estratégia.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

22. Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio inclui indicadores além dos econômico-financeiros, tais como: clientes, processos internos e de aprendizagem e crescimento.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

23. Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio permite que os indicadores estabelecidos sejam adequadamente desdobrados, tomando possível medir o desempenho individual, em linha com os objetivos da organização.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

24. Na sua empresa, o modelo de avaliação de resultado do negócio permite estabelecer critérios para definir o valor a ser concedido aos empregados a título de participação nos resultados.

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

Limpar	Para a Etapa 6/9
--------	------------------

Copyright 2003 Interface Tecnologia de Informação Ltda. Todos os direitos reservados.

Questionário

As perguntas a seguir revelam se a prática se aplica ou não à sua empresa.

Numa escala de 1 a 5, como você classifica sua empresa:

1 = Não se aplica à empresa	2 = Se aplica pouco à empresa	3 = Se aplica parcialmente à empresa	4 = Se aplica muito à empresa	5 = Se aplica totalmente à empresa
-----------------------------	-------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------	------------------------------------

Ações para a Gestão do Conhecimento

25. Na sua organização, gerenciar o conhecimento significa um processo contínuo. Ou seja, envolve as ações que determinam os conhecimentos de acordo com a estratégia, identificam os conhecimentos disponíveis, desenvolvem e compartilham conhecimento e aplicam e avaliam o valor deste conhecimento ao negócio.

1 2 3 4 5

26. Na sua empresa, as ações que envolvem gerenciar o conhecimento contam com apoio da cúpula, ou seja, de um modo geral, os líderes formais da empresa compreendem, defendem e apoiam as iniciativas.

1 2 3 4 5

27. Na sua empresa, a linguagem e a terminologia usadas em gestão do conhecimento são compreendidas por todos os empregados.

1 2 3 4 5

28. Na sua empresa, as ações relacionadas ao gerenciamento do conhecimento encerram em si uma concepção de processo. Ou seja, os mecanismos para a sua gestão estabelecem uma visão clara de quem são os clientes, seu grau de satisfação, produtividade e qualidade esperada.

1 2 3 4 5

29. A sua empresa possui indicadores e métricas específicas para acompanhar ações relacionadas ao gerenciamento do conhecimento.

1 2 3 4 5

30. Na sua empresa, as ações decorrentes do gerenciamento do conhecimento contemplam iniciativas deliberadamente estabelecidas que reforçam uma cultura de criação, uso e compartilhamento do conhecimento.

1 2 3 4 5

31. A sua empresa possui pessoas especialmente designadas para implementar ações relativas ao gerenciamento do conhecimento.

1 2 3 4 5

32. Na sua empresa, as ações para gerenciar o conhecimento possuem orçamento especificamente estabelecido para esta finalidade.

1 2 3 4 5

33. A sua empresa compreende que a tecnologia da informação por si só não é capaz de gerenciar o conhecimento.

1 2 3 4 5

34. A sua empresa possui infra-estrutura de tecnologia em linha com as ações de gerenciamento do conhecimento. Ou seja, a tecnologia da informação da empresa dispõe de processos de comunicação e recursos de hardware e software orientados para o conhecimento.

1 2 3 4 5

Limpar Pers a Etapa 7/9

Copyright 2003 Interface Tecnologia de Informação Ltda. Todos os direitos reservados.

INTERFACE
Tecnologia de Informação

Questionário

Resultado de Negócio

As perguntas a seguir posicionam a sua empresa com relação ao mercado onde atua, numa escala de 1 a 5, onde 1 representa o pior desempenho do setor e 5 o melhor, como você classifica a sua empresa com relação à:

25. Sucesso de forma geral	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
26. Participação de mercado (market share)	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
27. Crescimento ano sobre ano	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
28. Lucratividade	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
29. Inovação e criatividade	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
30. Receita	<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5

Copyright 2003 Interface Tecnologia de Informação Ltda. Todos os direitos reservados.

INTERFACE
Tecnologia de Informação

Questionário

Se deseja receber o resultado da pesquisa, por favor, preencha os campos abaixo.

Nome:

Nível de cargo:

Área Funcional:

Telefone:

Fax:

Copyright 2003 Interface Tecnologia de Informação Ltda. Todos os direitos reservados.

INTERFACE
Tecnologia de Informação

Obrigado por responder essa pesquisa

A publicação do questionário que você acaba de responder foi viabilizada através de parceria com a Interface IT, uma empresa de soluções para e-learning, localizada no Instituto Demétrio da PUC-Rio.



7.4. Empresas participantes da pesquisa

	Nome da Empresa
1	Abbott Laboratórios
2	Accor Brasil
3	AEA - Associação Brasileira de Engenharia Automotiva
4	AGA Healthcare
5	Avon Cosméticos
6	Banco BVA S/A
7	Banco do Brasil S.A
8	Banco do Nordeste do Brasil S A
9	Belcosa Distribuidora de Cosméticos Ltda. (Wella Brasil)
10	Belgo
11	BHP Billiton
12	BNDES
13	BRSCAN BRASIL
14	Centro de Comunicação e Artes do SENAC Rio
15	Centro de Educação em Saúde do Senac Rio
16	Centro de Integração Empresa-Escola do Rio de Janeiro
17	CERNET Tecnologia e Sistemas Importação Exportação Ltda
18	Cia Brasileira de Petróleo IPIRANGA
19	Cia Ultragaz S A
20	Cimaf Cabos S A
21	Claro
22	Coca- Cola
23	Companhia Brasileira e Trens Urbanos
24	Companhia Vale do Rio Doce
25	Consulado Britânico do Rio de Janeiro
26	DBA Engenharia de Sistemas
27	DBM Brasil
28	Dermatus Cosmética Medica
29	EBID - Editora Páginas Amarelas Ltda
30	Eletronbras
31	EMBRATEL
32	Empresas CONCREMAT - Engenharia e Tecnologia
33	Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro
34	Essilor Brasil
35	Faculdades Associadas de São Paulo - FASP
36	Faculdades Radial
37	Fiação e Tecelagem São José S/A
38	Flextronics International Equipamentos e Serviços S/C Ltda
39	Furnas Centrais Elétricas S.A.
40	Gerdau
41	Globex Utilidades SA
42	Globo.com

43	Hospital Copa D'Or
44	IBGE
45	IBM Brasil
46	Infoglobo Comunicações Ltda
47	InteligTelecom
48	Johnson Controls do Brasil Automotive Ltda.
49	KFC - Kentuchy Fried Chicken
50	KPMG
51	Laboratorios B.Braun S.A.
52	Lafarge - Cimento Mauá S. A.
53	Light - Serviços de Eletricidade S.A.
54	LINHA AMARELA SA
55	Losango
56	MED RIO CHECK-UP
57	Mercer Human Resource Consulting
58	Metrô Rio
59	Microsoft Informática Ltda
60	Miscela Forte Importação Ltda
61	Multi-Óptica Distribuidora Ltda.
62	Nationwide Marítima Vida e Previdência
63	Novo Nordisk Farmacêutica do Brasil Ltda
64	Oracle
65	Orbitall
66	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco
67	Oxiteno S/A Indústria e Comércio
68	Pepsico do Brasil Ltda.
69	Perdigão Agroindustrial S.A.
70	Personalizados Ind. Com.
71	PETROBRAS
72	PROMON
73	SAP Brasil
74	Scama Comunicações
75	Senac Rio
76	SERPRO
77	Serviço Geológico do Brasil
78	Shell
79	Silimed
80	Sistema Globo de Rádio
81	Soc. Michelin de Participações Ind e Com Ltda
82	Sociedade Brasileira de Cultura Inglesa
83	Souza Cruz
84	Star One
85	Subsea7 do Brasil Serviços Ltda
86	Sul América Seguros
87	Telefônica Empresas
88	Telemar
89	Tetras

90	Texaco Brasil Ltda
91	Top Down
92	TV Globo Ltda
93	Unimed-Rio
94	Unisys do Brasil
95	Varig
96	VIVO
97	Volkswagen
98	Wilson, sons
99	Xerox

7.5. Total Variance Explained para as variáveis EE

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,466	49,688	49,688	5,466	49,688	49,688	3,761	34,195	34,195
2	1,471	13,370	63,058	1,471	13,370	63,058	3,175	28,863	63,058
3	,858	7,796	70,854						
4	,681	6,191	77,045						
5	,575	5,226	82,272						
6	,456	4,149	86,421						
7	,429	3,901	90,321						
8	,393	3,576	93,898						
9	,277	2,518	96,415						
10	,213	1,937	98,353						
11	,181	1,647	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

7.6. Total Variance Explained para as variáveis GC

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,833	47,914	47,914	3,833	47,914	47,914	3,730	46,627	46,627
2	1,018	12,719	60,633	1,018	12,719	60,633	1,120	14,006	60,633
3	,858	10,721	71,354						
4	,738	9,219	80,573						
5	,576	7,202	87,775						
6	,436	5,444	93,219						
7	,326	4,074	97,293						
8	,217	2,707	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

7.7. Total Variance Explained para as variáveis GR

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,776	75,526	75,526	3,776	75,526	75,526
2	,499	9,979	85,505			
3	,450	9,005	94,509			
4	,152	3,046	97,556			
5	,122	2,444	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

7.8. Total Variance Explained para as variáveis CO

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,390	63,903	63,903	6,390	63,903	63,903
2	,969	9,693	73,596			
3	,712	7,122	80,718			
4	,444	4,443	85,160			
5	,375	3,754	88,914			
6	,307	3,074	91,989			
7	,268	2,678	94,667			
8	,203	2,034	96,701			
9	,180	1,802	98,503			
10	,150	1,497	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

7.9. Total Variance Explained para as variáveis RN

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,846	64,098	64,098	3,846	64,098	64,098
2	,797	13,283	77,382			
3	,539	8,981	86,363			
4	,357	5,948	92,311			
5	,257	4,281	96,592			
6	,204	3,408	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

7.10. Multivariate Tests - Relações da Gestão do Conhecimento

Multivariate Tests^c

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	,972	523,125 ^a	6,000	91,000	,000
	Wilks' Lambda	,028	523,125 ^a	6,000	91,000	,000
	Hotelling's Trace	34,492	523,125 ^a	6,000	91,000	,000
	Roy's Largest Root	34,492	523,125 ^a	6,000	91,000	,000
QCL_3	Pillai's Trace	,352	3,274	12,000	184,000	,000
	Wilks' Lambda	,656	3,555 ^a	12,000	182,000	,000
	Hotelling's Trace	,511	3,834	12,000	180,000	,000
	Roy's Largest Root	,485	7,443 ^b	6,000	92,000	,000

a. Exact statistic

b. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

c. Design: Intercept+QCL_3

7.11. Post Hoc Tests - Bonferroni - variáveis RN - Relações da Gestão do Conhecimento

Multiple Comparisons

Bonferroni

Dependent Variable	(I) Cluster Number of Case	(J) Cluster Number of Case	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
RN1	1	2	,1135	,20473	1,000	-,3854	,6124
		3	-,4717*	,18988	,044	-,9343	-,0090
	2	1	-,1135	,20473	1,000	-,6124	,3854
		3	-,5852*	,19174	,009	-1,0524	-,1180
	3	1	,4717*	,18988	,044	,0090	,9343
		2	,5852*	,19174	,009	,1180	1,0524
RN2	1	2	,0546	,25066	1,000	-,5562	,6654
		3	-,4425	,23248	,180	-1,0090	,1240
	2	1	-,0546	,25066	1,000	-,6654	,5562
		3	-,4971	,23476	,110	-1,0691	,0749
	3	1	,4425	,23248	,180	-,1240	1,0090
		2	,4971	,23476	,110	-,0749	1,0691
RN3	1	2	,1686	,20631	1,000	-,3341	,6713
		3	-,7251*	,19134	,001	-1,1914	-,2589
	2	1	-,1686	,20631	1,000	-,6713	,3341
		3	-,8937*	,19322	,000	-1,3645	-,4229
	3	1	,7251*	,19134	,001	,2589	1,1914
		2	,8937*	,19322	,000	,4229	1,3645
RN4	1	2	,1585	,26415	1,000	-,4851	,8022
		3	-,8356*	,24499	,003	-1,4325	-,2386
	2	1	-,1585	,26415	1,000	-,8022	,4851
		3	-,9941*	,24739	,000	-1,5969	-,3913
	3	1	,8356*	,24499	,003	,2386	1,4325
		2	,9941*	,24739	,000	,3913	1,5969
RN5	1	2	,5254	,21958	,056	-,0097	1,0604
		3	-,6819*	,20365	,003	-1,1782	-,1857
	2	1	-,5254	,21958	,056	-1,0604	,0097
		3	-,12073*	,20565	,000	-1,7084	-,7062
	3	1	,6819*	,20365	,003	,1857	1,1782
		2	1,2073*	,20565	,000	,7062	1,7084
RN6	1	2	,2445	,23984	,931	-,3399	,8290
		3	-,5300	,22244	,057	-1,0720	,0120
	2	1	-,2445	,23984	,931	-,8290	,3399
		3	-,7745*	,22463	,003	-1,3219	-,2272
	3	1	,5300	,22244	,057	-,0120	1,0720
		2	,7745*	,22463	,003	,2272	1,3219

Based on observed means.

*. The mean difference is significant at the ,05 level.

7.12.

Post Hoc Tests - Bonferroni - RESULTADO COMBINADO - Relações da Gestão do Conhecimento**Multiple Comparisons**

Dependent Variable: RESULTADO COMBINADO

Bonferroni

(I) Cluster Number of Case	(J) Cluster Number of Case	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,2624984	,23238415	,784	-,3037413	,8287381
	3	-,7991851*	,21552543	,001	-1,3243459	-,2740242
2	1	-,2624984	,23238415	,784	-,8287381	,3037413
	3	-1,0616835*	,21763848	,000	-1,5919930	-,5313739
3	1	,7991851*	,21552543	,001	,2740242	1,3243459
	2	1,0616835*	,21763848	,000	,5313739	1,5919930

Based on observed means.

* . The mean difference is significant at the ,05 level.

7.13.**Total Variance Explained para as variáveis EE4, EE5, EE6 e EE7****Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,757	68,926	68,926	2,757	68,926	68,926
2	,521	13,021	81,947			
3	,450	11,253	93,201			
4	,272	6,799	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

7.14.**Total Variance Explained para as variáveis EE8, EE9, EE10 e EE11****Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,582	64,545	64,545	2,582	64,545	64,545
2	,716	17,888	82,434			
3	,430	10,761	93,195			
4	,272	6,805	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

7.15. Multivariate Tests - Estilos de Gestão do Conhecimento

Multivariate Tests^c

Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	,956	322,113 ^a	6,000	90,000	,000
	Wilks' Lambda	,044	322,113 ^a	6,000	90,000	,000
	Hotelling's Trace	21,474	322,113 ^a	6,000	90,000	,000
	Roy's Largest Root	21,474	322,113 ^a	6,000	90,000	,000
QCL_1	Pillai's Trace	,384	2,248	18,000	276,000	,003
	Wilks' Lambda	,658	2,257	18,000	255,044	,003
	Hotelling's Trace	,457	2,252	18,000	266,000	,003
	Roy's Largest Root	,255	3,916 ^b	6,000	92,000	,002

a. Exact statistic

b. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

c. Design: Intercept+QCL_1

7.16. Post Hoc Tests - Bonferroni - variáveis RN - Estilos de Gestão do Conhecimento

Multiple Comparisons

Bonferroni							
Dependent Variable	(I) Cluster Number of Case	(J) Cluster Number of Case	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
RN1	1	2	,4643	,32795	,961	-1,3480	,4194
		3	-,1660	,33229	1,000	-1,0614	,7294
		4	-,1105	,31821	1,000	-,9680	,7469
	2	1	,4643	,32795	,961	-,4194	1,3480
		3	,2983	,22509	1,000	-,3083	,9048
		4	,3538	,20374	,514	-,1952	,9028
	3	1	,1660	,33229	1,000	-,7294	1,0614
		2	-,2983	,22509	1,000	-,9048	,3083
		4	,0555	,21066	1,000	-,5122	,6231
	4	1	,1105	,31821	1,000	-,7469	,9680
		2	-,3538	,20374	,514	-,9028	,1952
		3	-,0555	,21066	1,000	-,6231	,5122
RN2	1	2	-,8036	,38047	,224	-1,8288	,2217
		3	-,0727	,38551	1,000	-1,1115	,9661
		4	-,4789	,36918	1,000	-1,4738	,5159
	2	1	,8036	,38047	,224	-,2217	1,8288
		3	,7309*	,26115	,037	,0272	1,4346
		4	,3246	,23637	1,000	-,3123	,9616
	3	1	,0727	,38551	1,000	-,9661	1,1115
		2	-,7309*	,26115	,037	-1,4346	-,0272
		4	-,4063	,24440	,598	-1,0649	,2523
	4	1	,4789	,36918	1,000	-,5159	1,4738
		2	-,3246	,23637	1,000	-,9616	,3123
		3	,4063	,24440	,598	-,2523	1,0649
RN3	1	2	-,8304	,34772	,114	-1,7673	,1066
		3	-,7598	,35233	,201	-1,7092	,1896
		4	-,5831	,33740	,523	-1,4923	,3261
	2	1	,8304	,34772	,114	-,1066	1,7673
		3	,0705	,23867	1,000	-,5726	,7136
		4	,2472	,21603	1,000	-,3349	,8294
	3	1	,7598	,35233	,201	-,1896	1,7092
		2	-,0705	,23867	1,000	-,7136	,5726
		4	,1767	,22336	1,000	-,4252	,7766
	4	1	,5831	,33740	,523	-,3261	1,4923
		2	-,2472	,21603	1,000	-,8294	,3349
		3	-,1767	,22336	1,000	-,7786	,4252
RN4	1	2	-,7232	,44023	,622	-1,9095	,4630
		3	-,2752	,44606	1,000	-1,4771	,9268
		4	-,4318	,42716	1,000	-1,5828	,7192
	2	1	,7232	,44023	,622	-,4630	1,9095
		3	,4480	,30216	,849	-,3662	1,2623
		4	,2914	,27350	1,000	-,4456	1,0284
	3	1	,2752	,44606	1,000	-,9268	1,4771
		2	-,4480	,30216	,849	-1,2623	,3662
		4	-,1566	,28279	1,000	-,9186	,6054
	4	1	,4318	,42716	1,000	-,7192	1,5828
		2	-,2914	,27350	1,000	-1,0284	,4456
		3	,1566	,28279	1,000	-,6054	,9186
RN5	1	2	-1,4375*	,35902	,001	-2,4049	-,4701
		3	-1,3055*	,36378	,003	-2,2857	-,3253
		4	-,7906	,34837	,153	-1,7293	,1482
	2	1	1,4375*	,35902	,001	,4701	2,4049
		3	,1320	,24643	1,000	-,5320	,7960
		4	,6469*	,22305	,028	,0459	1,2480
	3	1	1,3055*	,36378	,003	,3253	2,2857
		2	-,1320	,24643	1,000	-,7960	,5320
		4	,5149	,23062	,167	-,1065	1,1364
	4	1	,7906	,34837	,153	-,1482	1,7293
		2	-,6469*	,22305	,028	-1,2480	-,0459
		3	-,5149	,23062	,167	-1,1364	,1065
RN6	1	2	-,7232	,38824	,393	-1,7694	,3229
		3	-,5968	,39338	,795	-1,6569	,4632
		4	-,6072	,37672	,662	-1,6223	,4079
	2	1	,7232	,38824	,393	,3229	1,7694
		3	,1264	,26648	1,000	-,5917	,8444
		4	,1160	,24120	1,000	-,5340	,7659
	3	1	,5968	,39338	,795	-,4632	1,6569
		2	-,1264	,26648	1,000	-,8444	,5917
		4	-,0104	,24939	1,000	-,6824	,6616
	4	1	,6072	,37672	,662	-,4079	1,6223
		2	-,1160	,24120	1,000	-,7659	,5340
		3	,0104	,24939	1,000	-,6616	,6824

Based on observed means.

*. The mean difference is significant at the ,05 level.

7.17.

**Post Hoc Tests - Bonferroni - RESULTADO COMBINADO - Estilos
Gestão do Conhecimento****Multiple Comparisons**

Dependent Variable: RESULTADO COMBINADO

Bonferroni

(I) Cluster Number of Case	(J) Cluster Number of Case	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-1,0449520	,39135198	,054	-2,0994996	,0095956
	3	-,6665177	,39653567	,576	-1,7350334	,4019981
	4	-,6291760	,37973656	,605	-1,6524243	,3940724
2	1	1,0449520	,39135198	,054	-,0095956	2,0994996
	3	,3784343	,26861435	,973	-,3453811	1,1022498
	4	,4157760	,24313162	,543	-,2393730	1,0709250
3	1	,6665177	,39653567	,576	-,4019981	1,7350334
	2	-,3784343	,26861435	,973	-1,1022498	,3453811
	4	,0373417	,25139044	1,000	-,6400618	,7147452
4	1	,6291760	,37973656	,605	-,3940724	1,6524243
	2	-,4157760	,24313162	,543	-1,0709250	,2393730
	3	-,0373417	,25139044	1,000	-,7147452	,6400618

Based on observed means.