



**HUBRH+**  
abprh

# CULTURA E GESTÃO DO CONHECIMENTO

UM CAMINHO PARA O SUCESSO  
DAS ORGANIZAÇÕES

PATROCINADORES



AGÊNCIA PARCEIRA



## INTRODUÇÃO

---

Quando criamos o Squad de Marketing & Comunicação ele foi pensado em atuar em duas frentes, uma seria atuar fortemente junto ao HUBRH+ promovendo um avanço em nosso posicionamento e fortalecimento da nossa marca, incluindo várias ações contínuas para isso, e a outra seria para atuar junto as empresas, lideranças e RHs.

Afinal, nesse novo normal em que estamos vivendo, a colaboração e cooperação mútua vêm em primeiro lugar.

As organizações, o RH, área de marketing e comunicação, e outras áreas, devem estar prontas para avançar e desempenhar um papel importante, as integrações dessas áreas fazem toda a diferença atuando como agentes de mudança, para recuperar a confiança das pessoas no retorno ao trabalho, nas atividades rotineiras e na vida.

Mas isso acontece, geralmente, quando se têm uma estratégia de comunicação muito bem definida.

A comunicação eficiente desde a admissão até a demissão impacta muito junto as pessoas que vão e as que ficam. Tratar o capital humano como estratégia na cultura organizacional é sem dúvida um diferencial competitivo para manter profissionais e fortalecer a marca de sua empresa.

Esse e-book escrito por especialistas tem esse objetivo de trazer um cenário positivo, boas práticas e mostrar como podemos fazer a diferença através do Marketing & Comunicação.

Boa Leitura!



PRESIDENTE DO HUBRH+

# INTRODUÇÃO

---

Esse E-book aborda um assunto vital para empresas que querem crescer, se diferenciar e conquistar a liderança.

Organizações devem investir em endomarketing positivo, as empresas devem compartilhar informações positivas com os seus colaboradores, assim cria-se um clima de harmonia e confiança na empresa.

O objetivo é fazer com que os colaboradores de determinada empresa se engajem e trabalhem motivados, felizes e alinhados a cultura organizacional, desta forma cria-se o que chamamos de atração e retenção. A comunicação para os colaboradores pode ocorrer por diversos motivos, o importante é atuar com transparência e fazer com que os profissionais se sintam fazendo parte do todo.

Por exemplo, pode-se comunicar ações sociais de uma empresa e esse movimento faz com que mais pessoas queiram participar e fazer parte. Uma empresa que ajuda pessoas, atrai pessoas boas e que queiram fazer a diferença na vida de outras pessoas. Outro exemplo, divulgar prêmios e conquistas, quem não gosta de fazer parte de um time que está ganhando? Podemos dar inúmeros exemplos, o importante é entender que desta forma criamos vínculos entre colaborador e empresa, e assim, ocorre o alinhamento estratégico entre ambos.

A organização que melhor se comunica e se relaciona de forma transparente com seus colaboradores, é a que recebe em troca a lealdade nas relações, esse sentimento se multiplica, e pessoas contagiam outras pessoas de forma positiva, sendo que, isso se reflete e é percebido pelo público externo, fazendo com que a empresa se valorize perante o mercado e se diferencie em relação aos seus concorrentes.

É assim que somos aqui no HUBRH+, trabalhamos para atrair e fidelizar pessoas que querem participar e desejam fazer a diferença, venha nos conhecer e nos acompanhar em nossas redes.

Boa Leitura!



**HIRAM BAROLI**

VICE-PRESIDENTE DO SQUAD DE  
MARKETING & COMUNICAÇÃO  
DO HUBRH+

As empresas têm investido cada vez mais em ferramentas capazes de influenciar seus colaboradores a participar ativamente do compartilhamento de ideias para o ambiente corporativo. Isso porque, a troca de informações entre os dois lados é de extrema importância para manter a boa relação entre organização e colaborador.

Qual o tipo de pensamento você tem ao escutar a palavra motivação? Perguntado assim, tenho certeza que uma infinidade de ideias vão surgir. O que é muito bom, claro. Agora, pense nesta palavra dentro do ambiente corporativo, cheio de pessoas e ideias a serem compartilhadas. A gama de possibilidades continua ampla, não é? Trabalhar isso é papel da gestão de conhecimento, a responsável por elaborar formas de transformar conhecimento em resultados efetivos.



Mas, afinal, o que é gestão do conhecimento? Para os autores Nonaka e Takeuchi, em resumo, trata-se de todo o processo que envolve a capacidade que uma empresa tem de criar conhecimento e disseminá-lo na organização, ou seja, desde incorporá-lo a produtos, até serviços e sistemas. Portanto, é fundamental garantir um ambiente assertivo para que esse processo funcione corretamente. Quanto mais informações úteis forem compartilhadas junto aos times, mais ideias e soluções vão surgir e assim, a motivação se tornará constante.

Hoje em dia, temas referentes à comunicação nas empresas, tornaram-se muito comuns. Isso porque é necessário trabalhar melhorias dentro do assunto. Não existe segredo para entender o significado deles. Gestão é o mesmo que administração. E a intenção é administrar ideias, mas o desafio está em conseguir uma forma de estruturar tudo o que é produzido, garantindo que os valores e a missão da empresa realmente façam parte das rotinas dos funcionários.

Muitas são as discussões e quais as formas de conseguir implantar métodos eficazes e meios que proporcionem uma produção ampliada no desenvolvimento das organizações.



Isso devido ao fato de que cuidar das pessoas é bem mais difícil do que pensamos, justamente por se tratar de indivíduos com diferentes crenças, diversas formas de pensar e comportamentos. E dentro das empresas, essa responsabilidade é muito maior. É preciso ter cuidado com falas, aproximações e exposição de pensamentos. Qualquer situação que não seja vista como correta, tende a prejudicar o nome da empresa, mesmo não se tratando dos valores que ela busca passar.

Há sempre a ajuda do time de recursos humanos, mas muitas situações são imprevisíveis. Fazer com que os funcionários sintam-se valorizados e tenham confiança para compartilhar suas ideias é um dos papéis principais da gestão de conhecimento. Para tanto, manter os olhos bem atentos a todos os comportamentos faz a diferença, afinal de contas, um colaborador desmotivado tem a tendência de não participar, não se envolver e conseqüentemente, não compartilhar seus ideais por medo de não ser ouvido ou porque acha que de alguma forma isso irá prejudicá-lo ou ser malvisto pelos outros.





Segundo dados do Relatório de Criatividade Global, realizado pelo Cannes Lions de 2021, o Brasil é um dos países mais criativos do mundo, ficando em terceiro lugar no ranking mundial, atrás somente do Reino Unido e dos Estados Unidos.

É possível mudar esse cenário se as empresas estiverem dispostas a investir não apenas em ferramentas, mas em processos que unam seus times. Todos sabemos o poder que uma boa comunicação tem e a importância de se debater assuntos relacionados à saúde mental dentro das organizações, para que os cuidados corretos sejam implementados. Antes de mais nada, é necessário que as pessoas sintam-se bem em seu ambiente para que desenvolvam seu papel corretamente e, assim, as aproximações irão acontecer de forma natural.

Vale ressaltar o papel importantíssimo dos gestores nessa jornada.

A comunicação precisa ser simples para ser entendida por todas as partes.



Claro, momentos de crise fazem parte da jornada de trabalho de todos, pensar em uma empresa que não precise lidar com crises ou desafios é viver em uma utopia.

Mas quando se existe uma comunicação eficaz e pessoas focadas em resolver os problemas ao invés de apenas encontrar o culpado, situações assim tendem a se encerrar sem criar medo ou receio aos funcionários.

E novamente, as próprias pessoas irão oferecer soluções, trazer ideias e tentar ajudar como podem.

Alguns procedimentos que englobam, de fato, uma boa gestão são:

- Dar a devida atenção aos colaboradores;
- Cuidar de todos os setores de forma igualitária;
- Garantir a chance de diálogo aberto;
- Prezar pela integridade de todos;
- Não descuidar da movimentação interna;
- Deixar as oportunidades visíveis.





Mudanças foram notadas nos ambientes de trabalho ao longo dos anos. É muito mais comum empresas investirem em experiência, tanto é que contratam especialistas capacitados para lidar com os mais diversos tipos de assunto. Esse novo paradigma deu espaço para os sistemas de conhecimento se ampliarem e a possibilidade de analisar o corporativo aumentar com formas de administrá-lo estrategicamente e de tornar processos mais ágeis.



Imagine uma empresa de médio porte, por exemplo. Aqui estamos falando sobre um local com duzentos colaboradores, em média. É quase impossível pensar na quantidade de conhecimento produzido numa organização assim. Por isso, é preciso haver colaboração, mas novamente, isso só acontece se as pessoas possuírem a sensação de confiança. Pode ser definida como o trabalho coletivo aqueles que compartilham conhecimento e aprendem uns com os outros. Isso ocorre porque todos (funcionários, gestores e clientes) são responsáveis por gerar dados e informações capazes de facilitar e ajudar a criação de soluções melhores.

Incluir as expectativas das pessoas, proporcionar espaço para que suas experiências sirvam de inspiração, e alinhar a filosofia da organização, bem como seus valores, são pequenos passos capazes de alcançar sucesso e melhora no funcionamento interno, nas interações e nas expectativas futuras. O sucesso de uma empresa, independentemente do seu porte ou ramo de atuação, está vinculado à prática de transformar seu conhecimento em resultados efetivos.

A cultura organizacional envolve um conjunto de elementos de análise (ALVES, 1997), considerados responsáveis por dar suporte e coerência ao estilo gerencial, mantendo o equilíbrio entre as necessidades do indivíduo e os interesses da empresa.



É necessário estar atento e aberto às mudanças. Estabelecer uma cultura organizacional, é um desafio, pois as pessoas tendem a crer que compartilhar conhecimento significa perder a propriedade intelectual da ideia. E isso não é verdade. Mais uma vez, precisamos destacar a atuação dos times de Recursos Humanos neste quesito. A motivação no ambiente de trabalho acontece naturalmente quando as pessoas se sentem psicologicamente seguras, respeitadas em suas necessidades e orientadas.





Com o avanço da tecnologia, muitos softwares se tornaram populares, servindo de grande auxílio na quebra de barreiras existentes nos processos de transformação da organização, trazendo simplicidade e maior intuição, incentivando a criação e, assim, fazendo todos os setores trabalharem em sintonia.

A Gestão do Conhecimento com seu processo de implantação nas empresas pressupõe uma mudança cultural, visando ao comprometimento de toda a organização em conjunto com essas ferramentas de tecnologia que proporcionam uma vantagem estratégica.

É necessária a construção do ambiente organizacional, que forme a base para a criação e disseminação desses valores organizacionais, que constituem bases para tudo o que é realizado pela empresa em sua própria cultura. Além de deixar claro a conscientização sobre manter os colaboradores que já fazem parte daquele ambiente, assim as novas pessoas tendem a se espelhar e seguir os bons passos que já se encontram na empresa.

A cultura organizacional é fundamental para que a gestão do conhecimento possa ser uma realidade. Além disso, ela possibilita uma dinâmica positiva ao fortalecimento da ética, estabelecendo princípios, valores e crenças essenciais para a motivação e o relacionamento humano prevalecer nas empresas.

O ser humano utiliza todas as suas habilidades para dialogar. Manter a cultura organizacional baseada em comunicação transparente e que gere incentivos, tem o poder de descobrir muito mais.

O conhecimento é o caminho para a liderança.

Como vimos, todo tipo de negócio é movido pelo conhecimento, no entanto, são poucas as organizações que aproveitam ao máximo seu potencial para a geração de valor. A Gestão do Conhecimento permite gerenciar de forma efetiva os fluxos de saber capazes de gerar resultados, inovação e até mesmo a mudança de paradigmas da empresa.



## Gostou da leitura?

Acompanhe todos os materiais disponíveis em nosso site!

