

O CRM sob a ótica da gestão de conhecimento: uma avaliação de soluções

FERREIRA, Laura Aguiar. *O CRM sob a ótica da gestão de conhecimento: uma avaliação de soluções*. 2003. 102f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Escola de Ciência da Informação da UFMG, Belo Horizonte.

Era da informação, sociedade do conhecimento, nova economia e economia do conhecimento são termos que têm sido atribuídos ao momento atual, no qual aparece uma nova realidade no que diz respeito à produção de riquezas. Na sociedade do *conhecimento*, os fatores básicos de produção não se restringem à terra, capital e trabalho, pois entra em cena o conhecimento, que passa a ocupar um papel de destaque. A inovação que se dá através da criação e uso de informação e conhecimento estratégicos passa a ser aspecto central das decisões e do crescimento econômico. Diante desta nova realidade socioeconômica aparecem diversos estudos na tentativa de se criarem modelos de gestão do conhecimento. Estes modelos incluem um conjunto de atividades, tais como: aquisição, geração, organização, compartilhamento e uso do conhecimento. Na área de *marketing* tem-se discutido a importância de se conhecer e manter um relacionamento mais próximo com os clientes, o que tem sido denominado *marketing* de relacionamento ou *Customer Relationship Management* - CRM. Apesar da ligação inerente entre o CRM e a gestão do conhecimento, poucos estudos têm sido realizados sobre a importância da integração dos dois conceitos gerenciais. Pretende mostrar a importância dessa integração e verificar se os *softwares* de CRM implantam a gestão do conhecimento sobre os clientes através de um ambiente de armazém de dados.