MODELO MULTICRITÉRIO DE APOIO À DECISÃO PARA PRIORIZAÇÃO DE AÇÕES VOLTADAS PARA MELHORIAS NA GESTÃO DO CONHECIMENTO EM EMPRESAS DE COMÉRCIO DIGITAL

Jean Gomes Turet
Morgana Giorgia Costa
Centro Universitário Vale do Ipojuca - UNIFAVIP/DEVRY
R. Adjar da Silva Casé, 800 - Indianópolis, 55024-740, Caruaru - PE
jturet@unifavip.edu.br; msantos55@unifavip.edu.br

Daniel Herculano Cruz Neto
Universidade Federal de Pernambuco
Rodovia BR-104, Km 59, s/n - Nova Caruaru, Caruaru - PE, 55002-970
dannielcruznt@gmail.com

RESUMO

Com a necessidade de adoção de estratégias mais eficazes e ágeis para manter-se em um mercado competitivo, empresas necessitam, constantemente, se adaptarem ao ambiente mercadológico nos quais estão inseridas. Estes ambientes, graças às constantes inovações tecnológicas, bem como a forte concorrência, mudam com muita frequência, trazendo para estas empresas grandes desafios e importantes tomadas de decisões. Dentro deste contexto, mais do que obter e realizar a gestão da informação, vem a necessidade das organizações na realização da gestão do conhecimento empresarial. Com um eficiente gerenciamento do conhecimento, os gestores poderão tomar decisões mais eficientes, com a possibilidade de garantir que tais decisões tragam importantes resultados para a empresa em questão. Deve-se salientar que com esta visão, o conhecimento será disseminado para todos, trazendo uma importante coletividade empresarial. Desta forma, tem-se como a gestão do conhecimento um processo através do qual as organizações procuram obter valor a partir de seus recursos intelectuais e de conhecimento. Frequentemente obter valor destes recursos significa compartilhá-los com funcionários e departamentos em um esforço contínuo para obter as melhores práticas no mercado. Quando trata-se de empresas de comércio digital, a captação de dados, o tratamento destes dados para se transformar em informação, bem como a disseminação do conhecimento a partir destas informações, são fatores imprescindíveis para o sucesso empresarial, dado que são empresas que trabalham constantemente com Tecnologia da Informação (TI). Nestes tipos de empresas, que não possuem lojas físicas, não há o contato físico com os consumidores, necessitando, assim, de um nível maior de preocupação com as tomadas de decisões que serão realizadas. Assim, estas empresas necessitam providenciar uma correta gestão do conhecimento para providenciar um processo sistemático de identificação, criação e inovação de estratégias e ações perante um mercado de extrema competitividade. Entretanto, muitas empresas acabam não executando corretamente a gestão do conhecimento, produzindo, um contínuo de ineficazes ações para tal propósito, sendo, assim, um modelo multicritério de apoio à decisão ideal para este contexto. Desta forma, este trabalho tem como objetivo propor um modelo multicritério de apoio à decisão para a problemática da ordenação, utilizando-se do método PROMETHEE II para apoiar uma estratégia de ação que permita melhorias na gestão do conhecimento realizadas por empresas de comércio digital. São ações que têm como finalidade prover a correta disseminação e gerenciamento do conhecimento tácito (aquele pertencente aos colaboradores, ou seja, adquirido ao longo da vida) neste tipo de organização. O método PROMETHEE II foi escolhido dado que neste contexto tem-se uma problemática da ordenação. Além disto, trata-se de um cenário onde a atribuição de peso é mais adequada, devido ao fato que não há compensação entre os critérios (*trade-off*). Como resultado, tem-se um modelo capaz de

providenciar e priorizar ações para um eficiente gerenciamento do conhecimento tácito em empresas de comércio digital (*m-commerce* e e-commerce).

PALAVRAS CHAVE. Gestão do Conhecimento; PROMETHEE II; Comércio Digital.
Tópico: ADM - Apoio à Decisão Multicritério