

O USO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS NO ACESSO A INFORMAÇÕES PARA A GESTÃO DE NEGÓCIOS

Santo André – SP – maio/ 2015

Rita Vucinic Teles – Universidade Federal do ABC – rita.vucinic@ufabc.edu.br

Classe: Investigação Científica

Setor Educacional: Educação Continuada em Geral

Classificação Nível Meso: Tecnologia Educacional

Natureza: Relatório de Estudo Concluído

Resumo

Os dispositivos móveis têm se apresentado como dispositivos capazes de buscar informações em várias aplicações para a gestão dos negócios. As pesquisas realizadas pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (Sebrae-SP) indicam que os empresários não realizam o planejamento adequado para a gestão empresarial, principal motivo de fechamento das empresas em seu primeiro ano de vida. Nesse contexto, esta pesquisa concentrou-se em verificar o uso e a facilidade dos dispositivos móveis no acesso às informações ou orientações para melhorar a gestão de negócios. O estudo realizou como objetivo específico um processo de coleta e tratamento de informações sobre planejamento e gestão de negócios, que foram organizadas em um protótipo de aplicativo denominado Sebrae Responde (SR), disponibilizado e difundido através de dispositivos móveis aos empresários para se estudar os benefícios do aplicativo no acesso às informações. O resultado da pesquisa realizada comprovou que os dispositivos móveis facilitam o acesso às informações e dentre os principais benefícios do aplicativo SR observou-se que os maiores índices de satisfação apurados estão na faixa de 80 a 85%, que resultam do grupo de quesitos relativos à confiabilidade nas informações e utilidade das informações para a gestão de negócios.

Palavras-chave: Dispositivos móveis. Tablets. Smartphones. Notebook. Difusão de Informação. Difusão. Aplicativos. Informação. Gestão de Negócios.

Orientadora de mestrado – Prof. Itana Stiubiener – Universidade Federal do ABC – itana@ufabc.edu.br

1- Introdução

Atualmente presenciamos a emergência de uma sociedade móvel e conectada a uma variedade de repositórios de informação e meios de comunicação interligados, que se encontram disponíveis nas residências, no trabalho, nas escolas e nas comunidades, de uma forma geral.

A sociedade se utiliza de telefones celulares que incorporam, além dos serviços de voz, informações textuais e conexão com a Internet, cada vez mais presente na paisagem urbana.

Os *tablets* são equipamentos portáteis que possuem as funções de um computador pessoal, como o *notebook*. Pozzebon (2011) define *tablet* como:

“[...] um computador em forma de prancheta. O teclado está localizado na tela, essa que é sensível ao toque. Para tanto você pode digitar, enviar mensagens, conectar-se à Internet, enfim, tudo o que um computador normal faz.”

Segundo PERES, TRIBUG, GERALDO (2010), *smartphones* são "telefones inteligentes" que oferecem capacidades avançadas, geralmente encontradas em computadores maiores. Os *smartphones*, além do acesso à internet, têm uma tecnologia que permite a instalação de aplicativos, como se fossem computadores.

Computadores portáteis, *tablets* e *smartphones* tornam-se mais difundidos, sendo incorporados ao cotidiano de executivos que demandam um acesso constante a informações, sejam elas de cunho profissional ou pessoal (POZZEBON,2011).

Os *tablets* e os *smartphones* possibilitam que as pessoas, principalmente jovens, empresários e executivos acessem suas informações pessoais e a Internet com muito mais velocidade por serem dispositivos móveis menores. O crescimento do uso de *tablets* certamente é uma grande tendência tecnológica para os próximos anos superando os notebooks (POZZEBON, 2011).

A pesquisa realizada pelo IDC¹, de 2013, indica que os números crescentes comprovam que a sociedade está utilizando a Internet em dispositivos móveis, demonstrado pelo aumento do uso dos *smartphones* em 2013 em 10,4 milhões. A pesquisa informa ainda que o ano de 2013 foi considerado o ano da expansão do

¹ *Smartphones in Brazil – Forecast and Analysis, 2013.*

uso dos *smartphones* no Brasil. Em contrapartida, os *features phones* (aparelhos convencionais de voz) tiveram uma queda de 33% em 2013 em relação ao ano de 2012.

1.1- Problema de Pesquisa

A partir da exposição do cenário de crescimento da internet, de novas tecnologias e dos dispositivos móveis utilizados pelos profissionais e empresários, o presente trabalho pretende estudar a contribuição dos dispositivos móveis para o acesso de informações relativas à gestão de negócios.

Esta pesquisa busca responder à seguinte pergunta: O uso de dispositivos móveis contribui para o acesso a informações, a partir de aplicações para a gestão de negócios?

1.2- Objetivos da Pesquisa

O objetivo principal desta pesquisa é verificar se o uso dos dispositivos móveis facilita o acesso às informações ou orientações para a gestão de negócios.

Como objetivos específicos da pesquisa, pretende-se:

- Apresentar um processo de coleta, tratamento e difusão de informações de gestão de negócios.
- Observar os benefícios do uso do aplicativo Sebrae Responde (SR) no acesso a informações para gestão de negócios.

1.3- Justificativa da Pesquisa

O comércio de novas tecnologias móveis cresce rapidamente em nosso país. No Brasil, segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), já em 2013 existiam 273,6 milhões de celulares, significando 135,2 celulares por 100 (cem) habitantes, naquele ano. Dos 5,7 milhões de empresários brasileiros, 96% possuem um celular pessoal conforme pesquisa realizada pelo Sebrae em 2012.

O número de pessoas que utiliza a Internet através de seus dispositivos móveis tem crescido e, em consequência disto, o número de aplicativos cresce também. Uma reportagem no portal *Época Negócios* divulgou que nos EUA, 42% dos usuários de telefone móvel baixam aplicativos e 25% dessas pessoas os

² Pesquisa de necessidades do comportamento empreendedor- Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), 2012.

utilizam diariamente, passando a ter papel de destaque na vida dos usuários (RODRIGUES, 2011).

Os dispositivos móveis criam hábitos, dependência da tecnologia, necessidades e novas formas de relacionamento entre as pessoas. Neste sentido, também as organizações praticam diferentes formas de relacionamento com os seus clientes, sem necessariamente ter de fazer uso do contato pessoal “olho no olho” (ABDALA, 2004). As organizações cada vez mais fazem uso de aplicativos para levar aos seus clientes produtos e serviços com maior praticidade e velocidade, indo ao encontro da necessidade dos internautas conectados.

Assim sendo, pretende-se observar esse cenário crescente do uso de tecnologia móvel para os negócios. A pesquisa Doze Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas, realizada pelo Sebrae-SP (2010), indica que os empresários, gestores de empresas não realizam o planejamento adequado para a gestão empresarial, principal motivo de fechamento das empresas em seu primeiro ano de vida, dado comprovado nessa pesquisa, justificando a realização deste trabalho junto aos empresários, usuários de tecnologia móvel, para estudar a contribuição dos dispositivos móveis no acesso às informações para o planejamento e gestão de negócios.

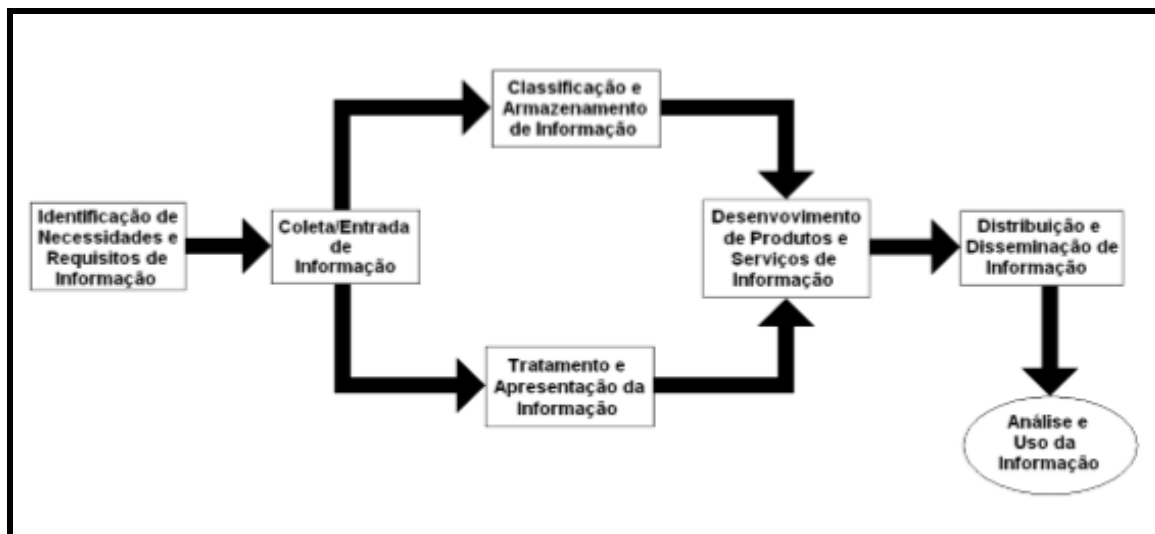
O estudo previu desenvolver um processo de coleta e tratamento de informações sobre planejamento e gestão de negócios, organizadas no formato de perguntas e respostas no protótipo de aplicativo SR, que será disponibilizado através de dispositivos móveis ao público de empreendedores e empresários.

2.0- Gestão da Informação

Segundo McGee e Prusak (1994) é possível formular um processo genérico de gestão de informações, onde processo é entendido como um conjunto de tarefas conectadas logicamente que, de um modo geral, cruzam limites funcionais e têm um proprietário responsável pelo seu sucesso final.

Conforme mostra a figura 1, o resultado desse processo é determinado pelo trabalho que precisa ocorrer de um modo coordenado segundo um modelo indicado.

Figura 1 - Tarefas do Processo de Gerenciamento de Informação.



Fonte: McGee e Prusak, 1994

Sordi (2008) divide este processo em etapas: identificar/mapear, obter/adquirir, difundir/partilhar, utilizar/aplicar, e contribuir com a informação. De acordo com McGee e Prusak (1994) é possível incluir também a atividade de classificar/armazenar/tratar a informação.

Ao analisar a literatura, verificou-se que Sordi (2008) completa os estudos de McGee e Prusak (1994), para a gestão da informação, que pode ser tratada em diversos ambientes e cenários.

Para esta pesquisa foram adotadas as referências de Sordi, por apresentar proximidade ao que se pretende como processo de gestão da informação para o ambiente empresarial, foco desta pesquisa. Sordi insere no processo a figura do gestor da informação, que tem papel fundamental na condução de todo o processo de gestão da informação que, por sua vez, é influenciado por sua ação.

As etapas são apresentadas a seguir, com algumas adaptações realizadas pela autora, sempre com base nas definições de Sordi (2008), para cada uma dessas etapas.

2.1- Etapa de Identificar/Mapear a Informação

Uma característica salientada é que a variedade de fontes que alimentam a geração de informação deve ser tão variada quanto o ambiente que o gestor de informação busca interpretar.

A partir desse ponto, ao identificar as fontes, o gestor de informação já está apto para realizar pesquisas com o público-alvo a fim de conhecê-los e aplicar estratégias para obter as informações necessárias.

2.2- Etapa de Obter/Adquirir a Informação

O primeiro passo para a atividade de obter a informação é o gestor de informação estar ciente de como os processos se relacionam e qual o objetivo principal da aquisição da informação, assim, ele pode determinar quais são as informações realmente relevantes para o contexto dos dados, atentando para as características principais da informação a ser gerada.

Para obter a informação o gestor de informação desenvolve um projeto sistemático de aquisição e coleta de informação do público alvo.

O Sebrae-SP possui consultores especialistas para realizarem orientação dos empreendedores e empresários nas principais áreas de informação da gestão empresarial, áreas essas que orquestram a gestão empresarial eficiente, de onde inevitavelmente surgem inúmeras dúvidas dos empresários gestores de pequena empresa. Esses consultores obtêm as informações, principais dúvidas dos empresários, nas relações com os empresários, que se caracterizam em fonte externa de informações.

2.3- Etapa de Tratar a Informação

Tratar a informação é a atividade em que o gestor tem a maior dificuldade em todo o processo de gestão da informação. Por questões comportamentais, os próprios especialistas dificultam o acesso a novas informações de que são detentores. Eles têm receio de se sentirem menos importantes para a maioria das pessoas e em relação à organização, porque não têm uma informação que seja inédita.

Este é o momento em que a organização deve utilizar um artifício para inibir esse sentimento do gestor da informação, estando ao lado dele, fazendo com que a informação tenha sua autoria reconhecida e creditada.

O tratamento corresponde a adequação da informação ao meio, respeitando-se alguns critérios previamente definidos: número de linhas, quantidade de caracteres, objetividade, revisão da informação informações.

2.4- Etapa de Classificar a Informação

Durante a atividade de classificar a informação, o gestor define o meio pelo qual o público-alvo terá acesso à informação, define a sua indexação para uma busca adequada e, principalmente, o melhor lugar para o armazenamento, levando-se em conta as áreas do conhecimento.

O gestor da informação deve estar atento durante o processo de classificação da informação, pois esta deverá ser observada de pontos de vista diferentes, já que poderá ser acessada por um público-alvo diversificado e que pode não exercer as mesmas formas de busca.

Nesse momento, o gestor deve se colocar no lugar do usuário para identificar qual seria a melhor maneira para o empresário acessar a informação, daí juntar todos os dados para a criação de um modelo que satisfaça a maioria.

2.5- Etapa de Difundir a Informação

É na etapa de difusão da informação que se verifica antecipadamente se a informação está indexada adequadamente, se ela tem relevância e para qual tipo de público-alvo ela está servindo.

É nesta etapa que o gestor de informação define a utilização da informação pelo público-alvo.

Neste momento, segundo McGee e Prusak (1994), a intervenção de um gestor de informação para selecionar/filtrar informações relevantes faz-se necessária, pois dependendo da quantidade de fontes de informação, a busca se tornará demorada e trabalhosa para o público-alvo; e, se restringir demais a quantidade de fontes de informação, poderá perder informações altamente relevantes para esse público.

Difundir informação, segundo Conti e Lara (2003), supõe tornar pública a produção de informações geradas ou organizadas, por exemplo, por uma instituição.

Depois de criada, a informação será difundida seguindo seu processo. A difusão se dá no âmbito das relações que os indivíduos têm entre si.

Outras características devem ser observadas pelo gestor de informação na etapa de difusão da informação, como o valor que é entregue pela informação e a sua credibilidade junto ao público-alvo. A primeira característica, o valor, sofre depreciação e desatualização com o passar do tempo e, a segunda, credibilidade, é o status que é conferido à informação pelo público-alvo, porém ambos podem

causar a não utilização da informação: o *valor* por não refletir a realidade atual do processo e a *credibilidade* por não passar confiança suficiente aos usuários.

3 - APLICATIVO MÓVEL PROPOSTO SEBRAE RESPONDE

O protótipo desenvolvido é do aplicativo (app) Sebrae Responde, de autoatendimento, que é destinado a apoiar o empresário que busca informações ou orientações práticas para o dia a dia do negócio a partir de dispositivos móveis.

As informações obtidas, tratadas, pelo processo apresentado de gestão da informação, para melhorar a gestão empresarial das empresas são disponibilizadas no aplicativo em formato de perguntas e respostas para consulta dos empresários.

4- CONCLUSÃO

Esta pesquisa enfocou o uso dos dispositivos móveis como um atributo importante no acesso às informações para gestão de negócios.

A pesquisa empírica realizada responde ao principal objetivo desta pesquisa, verifica e comprova que o uso dos dispositivos móveis facilita o acesso a informações para a gestão de negócios.

Com relação aos três dispositivos analisados, numa população válida de 99 pessoas, pudemos concluir que 95 (95,9%) delas, incluídas as que não possuem o dispositivo, concordam que o *notebook* facilita de alguma forma o acesso às informações sobre gestão de negócios. Para o *smartphone*, o resultado também é positivo. 94 pessoas (94,9%), incluídas as que não possuem o dispositivo, afirmam que o *smartphone* facilita o acesso às informações. Quanto ao *tablet*, ainda que em menor percentual, 65 pessoas (65,6%) consideram que o dispositivo facilita o acesso às informações.

No capítulo 1 deste estudo, Rodrigues (2011) enfatiza que o número de pessoas que utiliza a Internet através de seus dispositivos móveis tem crescido e, em consequência disso, o número de aplicativos também cresceu. Cerca de 42% dos usuários baixam aplicativos. Este estudo comprovou o aumento do uso de aplicativos pelos usuários de dispositivos móveis e mostrou que 59,6% dos

empreendedores e empresários instalam aplicativos pelo menos uma vez por semana em seus dispositivos móveis.

Segundo Pozzebon (2011), os *smartphones* possibilitam que as pessoas acessem informações e a Internet com muito mais velocidade nesses dispositivos móveis menores. O resultado desta pesquisa, nesse grupo pesquisado, indica que os percentuais de uso do *smartphone* já se compara ao do *notebook* para o acesso a informações sobre gestão negócios.

Respondendo à pergunta-problema da pesquisa, podemos concluir que os dispositivos móveis contribuem para o acesso a informações sobre gestão de negócios.

Com o intuito de melhorar o planejamento adequado das empresas, esta pesquisa apresentou o processo de geração da informação para a gestão do negócio a partir do modelo de Sordi, (2008) e o disponibilizou no aplicativo SR através de dispositivos móveis.

A etapa 2 da pesquisa objetivou observar os benefícios do aplicativo SR no acesso a informações para a gestão de negócios.

Pudemos verificar que a partir da apresentação do aplicativo SR ao grupo de respondentes (47,3% da população válida de 93 pessoas), 44 pessoas acessaram informações para a gestão de seus negócios.

Observamos nos resultados da pesquisa, que o grupo de quesitos relativos aos benefícios de velocidade no acesso, facilidade de uso, clareza das informações e o quesito indicação do SR para outras pessoas, trazem índices que variam na faixa de 75% a 79,5% de satisfação dos empreendedores e empresários, em relação ao universo dos que acessaram (44) o aplicativo SR, medidos nas escalas sempre ou quase sempre e muitas vezes.

Os maiores índices de satisfação apurados estão na faixa de 80 a 85% de satisfação com o SR que resultam do grupo de quesitos relativos à confiabilidade nas informações com 84,1% e utilidade das informações para a gestão de negócios com 81,9%, do universo de respondentes (44).

Pudemos concluir que os maiores índices de satisfação se referem aos benefícios de confiabilidade e utilidade das informações para a gestão dos negócios dos empreendedores e empresários.

5- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABDALA, R. A. **Avaliação dos fatores que influenciam a decisão de utilização dos serviços bancários através de internet na cidade de Belo Horizonte**. 2004. 120f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

ALVES, Alessandra; BARBOSA, Ricardo Rodrigues. **Influências e barreiras ao compartilhamento da Informação**: uma perspectiva teórica. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 39, n. 2, p. 115-128, maio/ago. 2010. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/1822/1372>>. Acesso em: 21 de junho 2014.

CONTI, Vivaldo L; LARA, Gimenez de, **Disseminação da Informação e Usuários**. Artigo. São Paulo: *Perspectiva*. v.17 n.3-4 São Paulo, jul. /dez. 2003.

MCGEE, James; PRUSAK, Laurence. **Gerenciamento estratégico da informação**: Aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta Estratégica. 18. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1994.

PERES, Gilberto; TRIBUG, Emmanuel X.; GERALDO, Tatiana. **“Fatores que determinam a aquisição de smartphones pelos consumidores”**; *Seminários de Administração*, Setembro 2010, ISSN 2177-3866. Disponível em: <https://www.google.com.br/webhp?sourceid=chrome-stant&ion=1&espv=2&ie=UTF-> Acesso em: 10 de março de 2012.

POZZEBON, Rafaela. **De que forma os tablets influenciam nas nossas vidas**. *Oficina Net*. Disponível em: <http://www.oficinadanet.com.br/artigo/tecnologia/de_que_forma_os_tablets_influenciam_nas_nossas_vidas>. Acesso: 15 de maio de 2014.

RODRIGUES, Mariana. Infográfico: **Qual a real importância dos aplicativos?** Coworkers. Disponível em: < [http:// http://coworkers.com.br/infografico-qual-a-real-importancia-dos-aplicativos/](http://coworkers.com.br/infografico-qual-a-real-importancia-dos-aplicativos/). Acesso em: 11 de novembro de 2011.

SEBRAE-SP. **Doze anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas**. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/index.php/component/content/article/235-uncategorised/institucional/pesquisas-sobre-micro-e-pequenas-empresas-paulistas/mortalidade-das-empresas/10130-12-anos-de-monitoramento-da-sobrevivencia-e-mortalidade-de-empresas-ago-10/>>. Acesso em 19 de junho de 2014.

SORDI, José. **Administração da informação**. São Paulo: Saraiva, 2008.