

GESTORES CONECTADOS POR MEIO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

MANAGERS CONNECTED THROUGH INFORMATION TECHNOLOGY

Recebido: 05/09/2014 – Aprovado: 05/04/2015 – Publicado: 31/05/2015
Processo de Avaliação: Double Blind Review

Osmarina Pedro Garcia Garcia¹

Mestranda em Gestão e Desenvolvimento Regional
Unioeste (Universidade Estadual do Oeste do Paraná)

Claudio Mioranza

Doutor em Ciências – Tecnologia Nuclear – Materiais – IPEN/USP (Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares da Universidade de São Paulo)
Unioeste (Universidade Estadual do Oeste do Paraná)

Edison Luiz Leismann

Professor Associado da Unioeste dos Programas de Pós-Graduação PGDR e PPGA
Unioeste (Universidade Estadual do Oeste do Paraná)

RESUMO

Este estudo teve como objetivo central averiguar o quanto os gestores estão conectados na tecnologia da informação. A metodologia aplicada foi a pesquisa exploratória, por meio de levantamento e abordagem qualitativa e quantitativa sobre o tema levantado, por meio de um questionário estruturado. O estudo investigou dezoito gestores da região oeste da cidade de Cascavel (PR), do segmento industrial, distribuídos em diversas áreas, selecionados por meio do método não probabilístico, considerando a amostra por conveniência. O resultado da pesquisa revela que, de forma geral, os gestores pesquisados estão conectados á tecnologia da

¹ Autor para correspondência: Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste
Rua Maringá, 1.200 – bairro Vl. Nova, Francisco Beltrão – PR - Brasil, 85605-010.
osmarinagarcia@hotmail.com

informação por meio das redes sociais, aplicativos e aparelhos tecnológicos. A literatura evidencia que o Brasil é o segundo país mais conectado nas redes sociais, o que denota que os gestores também tendem a aumentar o uso das tecnologias da informação no decorrer do tempo. Fato que leva a concluir, que usando essas ferramentas tecnológicas, estando online frequentemente para cumprir suas funções empresarias, e ainda com agilidade, eles permanecem atentos com tudo o que está acontecendo ao seu redor e globalmente.

Palavras-chave: Tecnologia da informação. Redes sociais. Aplicativos. Aparelhos tecnológicos.

ABSTRACT

This study had as its central objective to ascertain how managers connect with information technology. The methodology applied was an exploratory research, through a structured questionnaire survey based on qualitative and quantitative approach. The study interviewed eighteen managers in a city in Brazil (Cascavel – Paraná), from the industrial segment distributed in several areas, selected by the non-probabilistic method, considering the samples by convenience. The research results showed that the respondents connect with information technology through social networks, applications and technological devices in a normal deliberated way. Literature has showed that Brazil is the second most connected country in social networks, which shows that managers tend to increase the use of information technology over time. We concluded that when managers use those technological tools, are online frequently, to fulfill their entrepreneurial functions, they remain attentive to everything that is happening around them and globally.

Keywords: Information technology, social networks, applications, technologic devices.



1 INTRODUÇÃO

O uso crescente de dispositivos de comunicação no local de trabalho e a necessidade de maximizar a produtividade de executivos e funcionários em movimento estão exigindo uma resposta de agilidade das empresas. O acesso seguro aos dados em um universo móvel explora como as empresas acomodam demandas crescentes pelo acesso móvel às informações comerciais e ao mesmo tempo minimizam os riscos de segurança aos dados industriais.

Adotar as políticas certas para o acesso móvel a dados está se tornando uma preocupação crescente para muitas empresas. Funcionários sêniores, assim como jovens contratados, precisam de acesso aos dados corporativos em qualquer lugar, a qualquer momento, em dispositivos móveis ou fixos. Muitas empresas estão percebendo que o suporte às políticas de dispositivo móvel pode resultar em dividendos na forma de maior engajamento e produtividade, incluindo maior receptividade em atuar fora do horário de trabalho.

A presente pesquisa explora como os executivos estão respondendo aos desafios atuais e emergentes decorrentes da tendência cada vez maior do uso tecnológico. Diante do exposto, tem-se para esta pesquisa como objetivo central, averiguar o quanto os executivos estão conectados na tecnologia da informação.

2 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO – TI E A GESTÃO EMPRESARIAL

No contexto atual, a Tecnologia da Informação – TI é fundamental para as organizações, não apenas para informatizar processos repetitivos ou tornar essas tarefas mais ágeis e menos árduas, o que leva a redução de custos, como também pelo fato de as levarem a obter vantagens cada vez mais competitivas de mercado, especialmente, pela otimização e melhor relacionamento com os clientes e a sociedade (GARCIA *et al.*, 2013).

Tecnologia da informação tem diversos conceitos, porém, cada um busca um viés específico de sua área de atuação. Ainda que já se passassem quase duas décadas, a conceituação dada por Keen (1996, p. 273) traz a tona o que é de interesse mostrar nesta pesquisa, pois o autor afirma que tecnologia da informação “[...] é a designação utilizada para uma gama crescente de equipamentos, aplicações, serviços e tecnologias básicas que se enquadram em três categorias principais: computadores, telecomunicações e dados de multimídia, com literalmente centenas de subcategorias”.



Corroborando com o entendimento sobre tecnologia da informação, ainda, Garcia *et al.* (2013, p. 3678) acrescentam que, “Tecnologia da informação é um conjunto de recursos, não humanos, que possuem a função de armazenamento, processamento e comunicação de informação”. Esses recursos constituem sistemas (programas), que tem por finalidade executar um conjunto de tarefas, como aduzem Laudon e Laudon (2007, p. 9) “Isso inclui não apenas computadores, disk, drives, assistentes digitais pessoais – e até mesmo iPods, se usados para fins organizacionais, [...]”.

Fica evidente, que para obter resultados de sucesso, as organizações necessitam de ferramentas tecnológicas que influenciam na gestão estratégica da geração de informações. Batista (2004, p. 59) define que, “Tecnologia de Informação é todo e qualquer dispositivo que tenha a capacidade de tratar dados e/ou informações, tanto de forma sistêmica como esporádica, independentemente da maneira como é aplicada”.

A tecnologia abordada busca abranger todas as atividades e áreas de desenvolvimento da sociedade no geral, com uma escala grande de transmissão por sistemas inteligentes.

A tecnologia da informação tem sido considerada como um dos componentes mais importantes do ambiente empresarial atual, sendo que as organizações brasileiras têm utilizado ampla e intensamente esta tecnologia, tanto em nível estratégico como operacional (ALBERTIN & MOURA, 2004, p. 47).

Devido à grande utilização desse componente, as organizações mantêm treinamentos constantes de todo o pessoal, a fim de qualificar seus funcionários. Laudon e Laudon (2007) também expressam que os recursos de TI necessitam do auxílio humano, que é fundamental, pois apesar de não fazerem parte da TI, sem sua interação esta tecnologia não teria sentido. Juntamente com treinamentos e atualizações de pessoal, também fazem necessários investimentos na aquisição de equipamentos de última geração, para que máquinas e homens possam operar juntos da melhor forma possível.

A TI deve ser pensada de modo a gerar soluções que colaboram com o desenvolver da gestão. Nesta visão de contribuição, a tecnologia da informação torna-se cada vez mais estratégica para a organização e passa a ter características de apoio aos diversos processos organizacionais, em cada fase do ciclo de gestão (planejamento, organização, direção e controle) (SILVA, 2011).

O que fica nítido neste contexto, é que a tecnologia da informação é agora uma força decisiva. Nesse mercado globalizado, os executivos que decidem virar as costas para a TI estão colocando em risco suas carreiras e o futuro das empresas a seu comando.



2.1 Contexto de vantagens e desvantagens da tecnologia da informação

A tecnologia propriamente dita vive em contínua evolução. Quase todos os dias surgem inovações importantes. Houve época em que o maior desafio para as empresas era gerenciar a tecnologia disponível. As ferramentas, invenções e máquinas aumentam em complexidade na mesma proporção em que o conhecimento científico se expande.

Não constitui segredo, que a profunda transformação da sociedade humana começou com o aparecimento da tecnologia da informação. Ela teve a função de introduzir modernas ferramentas na vida dos cidadãos. Com relação a uma das vantagens da tecnologia, Gordhamer (2013, *apud* MARINO; NEVES & ROSSI, 2013, p. 29) afirma que “A tecnologia tem um poder tremendo, mudou a forma como o mundo se comunica”.

O uso de diversas tecnologias torna-se cada dia mais imprescindível no trabalho, na comunicação com outras pessoas e na própria gestão da informação. Pode-se processar e transmitir simultaneamente diferentes tipos de informação (voz, dados, imagens, entre outras), chegando a qualquer lugar do mundo em questão de segundos, ganhando-se em custo e tempo. Turkle (2013, p. 36) argumenta que, “A tecnologia permite que você esteja com quem quiser onde quiser. Você nunca fica sozinho”. Hoje é possível em um simples *click*, conhecer, pesquisar sobre os mais variados assuntos, dado ao imenso número de pessoas conectadas à rede mundial de computadores. Enfim, existe uma imensa gama de vantagens que o acesso à tecnologia proporciona nos dias atuais, tanto para o individual como para o meio empresarial. Ainda complementando, para Gordhamer (2013, *apud* MARINO; NEVES & ROSSI, 2013, p. 29) “A era digital trouxe avanços indiscutíveis para a forma como trabalhamos e vivemos. Há ganhos significativos de produtividade para profissionais e empresas”. O que se percebe é que os escritórios em geral são lugares em que as marcas da tecnologia, tanto boas como ruins, estão mais fortes.

Confirmando o contexto, Marino *et al.* (2013) apresentam uma pesquisa feita com 2.000 companhias em 2012 pelas consultorias McKinsey e IDC, na qual apontaram que nos últimos quatro anos, ferramentas colaborativas aprimoraram a eficiência de processos corporativos. A pesquisa apresentou as seguintes os resultados: O acesso ao conhecimento aumentou 74%; Reduziram os custos de comunicação em 58%; Reduziram custos com viagem em 40%; e Registraram aumento na satisfação dos funcionários em 40%.

Portadora de muitas oportunidades e desafios, para as nações, a tecnologia é também fonte de um bom número de temas críticos. Se por meio da tecnologia a *internet* permite um acesso rápido e fácil a vastas quantidades de informação atualizada, também é certo que existe a



possibilidade de inundar a rede com informação e imagens pouco recomendáveis. O que leva a questionar se as vantagens a serem desfrutadas deste meio tecnológico podem superar os perigos advindos dela. Como por exemplo: a privacidade, os direitos autorais e a qualidade da informação, não esquecendo a prevenção de crimes cibernéticos, que são problemas cada vez mais atuais e de consequências desastrosas tanto na vida pessoal como profissional.

Outro ponto, está nas pessoas que se afastam das outras em prol da tecnologia. Como relata Warrior (2013, *apud* MARINO; NEVES & ROSSI, 2013, p. 28) “Como seres humanos, devemos encontrar o equilíbrio no uso da tecnologia”. É algo a ser observado, afinal a tecnologia é interessante para o dia a dia, mas não pode se transformar em um vício.

Em alguns momentos do cotidiano há necessidade de evitar o uso de tecnologia, Turkle (2013) aponta que a era digital está criando pessoas com dificuldades de interação social e baixa capacidade de concentração para elaborar tarefas complexas.

Um estudo da Universidade da Califórnia, campus de Irvine, mencionado por Marino *et al.* (2013), mostra que profissionais que trabalham com computadores são interrompidos a cada três minutos. Levando depois até 23 minutos para retomar a tarefa. O que se percebe é que em um mês o funcionário distraído perde muitas horas de trabalho, isso é prejudicial à produção da empresa.

Complementando o assunto, Turkle (2013, p. 36) ainda vai mais além quando analisa que por meio da tecnologia surgiram os equipamentos móveis e mostra alguns pontos de alerta dos mesmos quando relata que:

Por causa dos aparelhos móveis, não falamos mais na mesa de jantar, não prestamos atenção em nossos filhos brincando. O smartphone tornou-se uma forma de escapar de momentos chatos, basta se conectar. Mas os momentos ruins fazem parte da vida e nos ajudam a assimilar coisas importantes. Eles nos dão paciência, nos ensinam a lidar com as perdas.

O que se pode analisar, é que além dos fatores positivos, a tecnologia também tem pontos negativos. O fato, é que os usuários das ferramentas tecnológicas precisam estar atentos para não prejudicar os objetivos da empresa e não criar ansiedade, vícios ou formas de fuga da realidade.

2.2 Equipamentos móveis e aplicativos



No final da década de 90, surgiram os *laptops* portáteis, dispositivos móveis e aplicativos que permitiram que os executivos fossem produtivos até mesmo fora do escritório, pois estão conectados constantemente. Dispositivos como o *ThinkPad* da IBM e o *BlackBerry* da RIM, introduziram uma era de equipamentos móveis multifuncionais que se mostraram irresistíveis aos diretores executivos e mais recentemente os *tablets*, *Smartphones*, entre outros. Com isso, segundo McGonigal (2013, *apud* MARINO; NEVES & ROSSI, 2013, p. 30), “os profissionais sentem-se na obrigação de estarem disponíveis 24 horas por dia, já o trabalho não fica mais restrito ao escritório”.

O Economist Intelligence Unit (2012), por meio de uma pesquisa, entrevistou 578 executivos sêniores no mundo todo. Os entrevistados estavam sediados na América do Norte (29%), Europa Ocidental (25%) e a região da Ásia-Pacífico (27%), com o restante no Oriente Médio e África, América Latina e Europa Oriental.

A pesquisa revela que hoje, a população mundial de funcionários móveis se expandiu além dos escritórios dos diretores e espera-se que, até 2015, chegue a 1,3 bilhão de pessoas, aproximadamente 38% da força de trabalho total, de acordo com a IDC, uma empresa de pesquisa tecnológica. A maioria das empresas afirmou permitir que os funcionários usassem dispositivos pessoais para tomar decisões mais eficazes, aproveitar oportunidades e, trabalhar mais eficientemente com seus parceiros e clientes, ou seja, os mesmos motivos que levam as empresas a permitir o acesso móvel a dados em dispositivos pertencentes à empresa. Mas também alerta que, as empresas maiores estão mais propensas a permitir o acesso móvel a dados críticos, no entanto, elas impõem regras mais rígidas.

É notório, que o número de dispositivos móveis está evoluindo em uma taxa exponencial nas empresas, principalmente, com o avanço dos modelos de dispositivos, plataformas e versões de sistemas disponíveis. O mundo dos negócios está lidando com mais facilidade com esses novos desafios, pois, já perceberam que é atraente o resultado para as empresas, possibilitando o aumento do ganho de produtividade. Como mostram Turban *et al.* (2010, p. 40) ao relatar sobre os ganhos de produtividade, afirmando que “Os ganhos de produtividade disponível com tecnologia móvel continuam a se expandir na medida em que o preço da tecnologia cai. E no caso da mobilidade, a tecnologia realmente revoluciona a maneira como as pessoas trabalham”.

O que se conclui, é que há várias tecnologias para controlar as tarefas do dia. Porém, em primeiro lugar é necessário se ter consciência de todos os compromissos cotidianos, esse é o primeiro passo para administrar bem seu tempo, afinal os aparelhos e aplicativos tecnológicos podem contribuir, e muito, com a agilidade de tempo.



2.3 Redes sociais

O trabalho de gerenciamento de redes sociais exige muita atenção aos diferentes tipos de conteúdo, abordagem e interação, além das inúmeras postagens e atendimento ao cliente.

Afonso (2009, p. 31) considera que as redes sociais são “Grandes repositórios de informações, em que milhões de pessoas com objetivos comuns compartilham experiências de vida de maneira colaborativa e espontânea”.

Diversas ferramentas gratuitas estão disponíveis na *web* com objetivo de auxiliar no trabalho de gerenciamento de redes, tanto no acompanhamento de percepções de usuários, como no agendamento de postagens em diferentes horários. Ainda Afonso (2009, p. 29) aduz que, “A formação de redes de interação vem atingindo as mais diversas esferas e campos de conhecimento, desde o plano econômico, científico, cultural, etc.”.

Como o campo é abrangente, percebe-se que há uma construção social nas redes, tanto no que tange a vida pessoal como na profissional. Afonso (2009) aborda a existência de redes que são formadas somente com foco profissional, nas quais seus membros são interligados pelas comunidades conforme a classificação de seu trabalho, sua função, sua formação, seu conhecimento e ainda, seus contatos profissionais. Essa classe de redes sociais é representada pelo *LinkedIn* e o *Via6*.

Esta construção social tem a função de informar e unir as pessoas por momentos *online*, mas buscando permanecer os laços afetivos presenciais. Castells (2003, p. 100) se referindo à formação de comunidades sociais pelas redes, afirma que, “[...] uma nova forma de comunidade, que reuniria as pessoas on-line em torno de valores e interesses compartilhados, criando laços de apoio e amizade que poderiam se estender também a interação face a face [...]”.

Este ponto foi abordado há vários anos, porém, hoje é uma grande realidade cotidiana do brasileiro. De acordo com estatísticas de estudos elaborados no Brasil pela ComScore (2013), os brasileiros usam expressivamente os sites de relacionamentos, a maior parte do tempo eles ficam on-line, 36% do tempo dos brasileiros é gasto em mídia social.

Outra pesquisa, feita por Delo (2013) e divulgada pelo AdAge digital, revela que a inserção de *smartphones* é apenas de 23,3%, e as quatro maiores operadoras do país lançaram serviços de 4G apenas na metade do ano de 2012. Enquanto que outra pesquisa realizada pelo Jornal Valor Econômico, conforme citado por Bouças (2014), aponta que no Brasil em 2014, o avanço do uso de *smartphones* será de 36%, para 41,2 milhões de usuários. Estas pesquisas



mostram que os brasileiros estarão cada vez mais conectados e acompanhando os avanços da tecnologia nos aplicativos e aparelhos.

Holmes (2013) citou a pesquisa da eMarketer onde, que afirma 79% dos internautas brasileiros possuírem uma conta em algum *site* de relacionamentos. Isso representa cerca de 78 milhões de brasileiros. O Brasil possui 65 milhões de pessoas no *Facebook*, é o segundo país com mais usuários no *YouTube* e *Twitter*, contando com 41,2 milhões de *twitters*, perdendo apenas para os Estados Unidos. Ainda afirma o executivo, que a expansão da classe média do país nos últimos anos e a grande massa populacional, são fatores marcantes para o crescimento do número de usuários. Isto aponta que todos os sinais indicam que o Brasil está apenas acertando seu passo social. Com isso, a pesquisa revela que o Brasil pode ganhar o título de capital mundial das redes sociais. A pesquisa também aponta que em relação ao tempo médio gasto no *Facebook* entre os brasileiros aumentou 208% no ano de 2012, chegando a 535 minutos por mês.

Ao falar de outros países a mesma pesquisa acrescenta que os Estados Unidos e a Europa, estão saturados de mídias sociais, enquanto isso a China não permite acesso ao *Twitter* e *Facebook* e a Índia ainda engatinha no segmento da *internet*.

O fato é que, com o avançar tecnológico, emerge uma sociedade com novas formas de relacionamento, comunicação, organização das atividades pessoais ou empresariais. Neste contexto, as redes sociais são ferramentas que servem de apoios para esta nova sociedade.

Como as redes sociais abrangem todos os campos, Afonso (2009, p. 29) aponta que:

No campo econômico, a exploração do nicho social networking passa a ser alvo de interesses de empresas que estão vendo no ramo das redes sociais virtuais um amplo espaço para negociação de produtos e serviços e, enxergando também, o potencial de relacionamentos estabelecidos nas comunidades como forte capital social da atualidade.

Conforme já apresentado por várias pesquisas, o Brasil é um país que tem aumentado o uso de redes sociais e as utilizado como instrumento de informação e comunicação, formando networking. Este é um campo fértil a ser ainda mais explorado pelas empresas, afinal, elas já perceberam que as relações empresariais também acompanham os tempos modernos.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA



Esta pesquisa se classifica quanto aos objetivos em exploratória, em relação aos procedimentos é um levantamento e quanto à abordagem é qualitativa e quantitativa, evidenciando a aplicação de frequência para o tratamento dos dados. Quanto à natureza, a pesquisa é aplicada, pois, como ensina Oliveira Netto (2008), ela é prática, com resultados que podem ser aplicados na solução dos problemas em dada realidade.

O período da pesquisa foi o mês de fevereiro de 2014. O instrumento de coleta de dados foi um questionário, aplicado para os gestores com idade entre 25 e 55 anos. Composto por quatro questões abertas referentes ao perfil dos pesquisados mais nove questões estruturadas. Posteriormente, as respostas das questões estruturadas foram tabuladas em forma de percentual e quantidade, representadas na parte prática da pesquisa.

A população é composta por 23 gestores de empresas do ramo industrial, localizados na região oeste da cidade de Cascavel – PR. A amostra pesquisada corresponde a 18 gestores respondentes. O método de escolha desses gestores foi o método não probabilístico e a da amostra foi por conveniência.

4 RESULTADOS

O objetivo desta pesquisa foi de averiguar o quanto os gestores estão conectados na tecnologia da informação. Para iniciar, buscou conhecer o perfil dos pesquisados, que está representado no Quadro 1.

Formação acadêmica	Quant. de Executivos	Cargo	Tempo no nível hierárquico	Segmento Industrial
Administração	1	Encarregado de produção	10 anos	Alimentícios
Administração	1	Diretor de Controladoria	15 anos	Ônibus
Administração	1	Diretor de vendas	8 anos	Silos
Administração	1	Gestor da qualidade	4 anos	Cooperativa Agroindustrial
Administração	1	Gestores da empresa	2 anos	Plástico
Administração	1	Gestores da empresa	4 anos	Furgões
Administração	1	Gestores da empresa	6 anos	Vidros
Administração	1	Coord. administrativo	3 anos	Paver
Administração	1	Coord. administrativo	2 anos	Nutrição Animal
Administração	1	Coord. administrativo	3 anos	Bombas d'água
Administração	1	Coord. administrativo	5 anos	Metalúrgica
Administração	1	Coord. administrativo	5 anos	Produtos funcionais animal
Eng. Agrônoma	1	Gerente regional	2 anos	Agronegócio
Eng. Agrônoma	1	Direto geral	21 anos	Agronegócio
Ciênc Contábeis	1	Diretor	10 anos	Metal mecânico
Ciênc Contábeis	1	Gerente de contabilidade	6 anos	Metalúrgica

Direito	1	Proprietário	4 anos	Reciclagem de plástico
Eng. Mecânica	1	Engenheiro mecânico	2 meses	Metalúrgica
Total de executivos	18			

Quadro 1– Perfil dos entrevistados.

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Quanto ao perfil dos pesquisados, percebe-se que a maioria, sendo 66,7% dos gestores são graduados em Administração.

Em termos de tempo na função os maiores foram de 21, 15 e 10 anos respectivamente, sendo bastante expressivo e, o de menor tempo é de dois meses, recém-promovido, os demais permanecem na média de dois a oito anos.

Na sequência, apresenta-se a pesquisa referente às tecnologias aplicadas pelos gestores. O Quadro 2 se refere ao tempo por dia que o gestor fica conectado na WEB e que tipo de fonte de informação se refere à *internet* para ele. Neste caso houve resposta dos 18 gestores pesquisados representando 100%.

Tempo por dia conectado na WEB	Percentual
3 horas	39%
8 horas	22,2%
12horas	22,2%
6 horas	5,6%
24horas	5,6%
Raramente	5,6%
Total em % dos gestores pesquisados	100%
Tipo de fonte de informação	
Consideram a <i>internet</i> , fonte primária de busca de informação	66,7%
Consideram a <i>internet</i> , fonte secundária de busca de informação	33,3%
Total do tipo de fonte de informação	100%

Quadro 2 – Tempo por dia conectado na WEB e tipo de fonte de informação.

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Em relação ao tempo conectado à WEB, o que se percebe é que três horas por dia é o maior percentual de tempo conectado por 39% sendo sete entrevistados. Em contrapartida, a maior quantidade de horas conectadas por dia é de 24 horas com apenas 5,6%, ou seja, apenas um entrevistado está conectado constantemente.

Quanto à fonte de informação, 66,7% sendo 12 pessoas consideram a *internet* como fonte primária, e 33,3% apenas seis pessoas consideram a *internet* fonte secundária de busca de informação, o que revela que a maioria busca estar informado por meio da *internet*.

Em outra questão, a pesquisa identificou que, de 100% dos gestores, 72% conectam em redes sociais durante o expediente. Por meio das respostas, os percentuais dos gestores e o tempo que eles ficam conectados por dia em redes sociais durante o expediente, foram distribuídos

em 38,5% por duas horas; 30,7% por 30 minutos; 15,4% por uma hora; 7,7% por três horas e os demais 7,7% por quatro horas.

Nesta questão, constatou que do total de 18 gestores pesquisados, 72% representando 13 gestores, conectam em redes sociais durante o expediente, e 28% cinco pessoas não conectam. O maior tempo está em quatro horas por dia com apenas um gestor, e o maior percentual de conectados é de 38,5% em duas horas por dia.

Ainda nesta mesma questão o objetivo era saber o tempo conectado em redes sociais, independente do motivo, se profissional ou pessoal. Constatou que a maioria conecta-se por apenas duas horas por dia, o que nos tempos de hoje e conforme exposto na literatura, considerando que o Brasil é o segundo país mais conectado na rede social, pode ser afirmar que é relativamente pouco tempo.

Na sequência, a finalidade da pergunta era saber quantos gestores fazem pesquisas para fins pessoais na rede e, quanto tempo por dia eles ficam conectados. Identificou-se que, de 100% dos gestores, 77,8% fazem pesquisas para fins pessoais na rede. O resultado está representado assim: 50% em uma hora; 21,4% em 30 minutos; 14,3% 2 horas; 7,15% em três horas; e os demais 7,15% em dez minutos.

Verificou-se que no total dos 18 respondentes, 14 deles, sendo 77,8% fazem pesquisas para fins pessoais na rede e apenas quatro sendo 22,2% não fazem. Os quais afirmam que não sentem necessidade de usarem as redes para fazerem pesquisas pessoais.

O maior tempo de três horas encontrado na pesquisa é usado por apenas um pesquisado representando 7,15%. Enquanto que o maior percentual dos que usam é de 50%, nove pessoas, alegam usarem apenas uma hora por dia.

Com a finalidade é evidenciar se os gestores fazem pesquisas para fins profissionais na rede e quanto tempo por dia eles ficam conectados. A primeira observação foi que de 100% dos gestores, 72,2% fazem pesquisas para fins profissionais na rede. A distribuição foi: 46,1% em uma hora por dia; 38,5% em duas horas por dia; 7,7% três horas por dia e por fim os outros 7,7% usam 30 minutos por dia.

Assim como a maioria dos gestores fazem pesquisas para fins pessoais na rede, neste item também ficou afirmado que a maioria fazem pesquisas para fins profissionais, constatando que 72,2%, sendo 13 pessoas, e 27,8%, que representa cinco pessoas, que não fazem pesquisas para fins profissionais. O que chamou a atenção é que mais gestores usam as redes para fins pessoais do que para fins profissionais.

Em relação ao tempo conectado verificou-se que a maior quantidade é de três horas, com 7,7%, uma pessoa, e o maior percentual, de 46,1%, sendo oito pessoas, usam apenas uma hora por dia. Em termos de tempo está bem próximo do uso pessoal.



A próxima questão está representada no Quadro3, que evidencia as redes sociais que os gestores usam e os dias e horas com seus devidos percentuais.

Redes Sociais	Total de gestores e percentual	Percentual dos gestores/dias	Dias por semana	Percentual dos gestores/horas	Horas por dia
<i>Email</i>	15 (83,30%)	53,3%	7 dias	33,3%	8 horas
		26,7%	5 dias	20%	1 hora
		13,3%	6 dias	13,3%	2 horas
		6,7%	4 dias	13,3%	16 horas
				6,7%	9 horas
				6,7%	3 horas
				6,7%	20 min
<i>Facebook</i>	15 (83,3%)	60%	7 dias	40%	1 hora
		26,6%	5 dias	26,7%	30 min
		6,7%	3 dias	13,3%	4 horas
		6,7%	1 dia	13,3%	2 horas
				6,7%	8 horas
<i>Linkedln</i>	6 (33,3%)	33,3%	3 dias	50%	10 min
		33,3%	2 dias	33,3%	30 min
		16,7%	1 dia	16,7%	3 horas
		16,7%	1 dia		
<i>Instagram</i>	4 (22,2%)	75%	7 dias	50%	1 hora
		25%	1 dia	50%	15 min
<i>Twitter</i>	1 (5,6%)	100%	1 dia	100%	1 hora
	Total em % dos 15 gestores	100%		100%	

Quadro 3 – Redes sociais.

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Foram apresentadas algumas redes sociais aos gestores com objetivo de identificar quais eles usavam, qual era a média de dias por semana, e qual a média de horas por dia que eles ficam conectados nessas redes sociais. O resultado evidenciou que o *email* e o *Facebook* são os mais usados pelos gestores, os demais ainda estão entrando aos poucos na vida tecnológica destes gestores.

Constatou que dos 18 pesquisados, 15 pessoas usam o *email*, sendo 83,30% dos pesquisados. O maior índice é de 53,3% (8) dos gestores que se conectam sete dias por semana, sendo que dos 15 que usam o *email*, 33,3% (5) usam por oito horas dia. O menor índice é de 6,7% (1) deles que usa quatro dias por semana, por apenas 20 minutos por dia.

Referente ao *Facebook* novamente dos 18 gestores, 15 conectam-se, sendo 83,3%. Dentre esses o maior índice é de 60% (9) que usam sete dias por semana. E desses 15 pesquisados 40% (6) usam uma horas por dia. Apenas 6,7% (1) usa oito horas por dia.

A rede social *LinkedIn* é usada por seis pessoas sendo 33,3% dos 18 entrevistados. Dentre esses, 33,3% (2 pessoas) usam três dias por semana. E desses seis pesquisados, 50% (3) usam por dez minutos dia. O menor índice é de 16,7% (1) indicando gestor que usa por apenas um dia por semana, durante três horas por dia.

O *Instagram* é acessado por quatro pessoas, sendo 22,2% dos 18 pesquisados. O que representa 75% (3) que usam sete dias por semana e 50% (2) usam por uma hora por dia. Enquanto que 50% (2) usam por apenas 15 minutos por dia.

Para finalizar, o *Twitter* é utilizado por apenas uma pessoa que se conecta por apenas um dia por semana e somente uma hora neste dia, o que representa 5,6% do total dos 18 pesquisados. Com este resultado, o que se percebe entre as redes sociais, é que os gestores pesquisados têm maior hábito de utilizar o *email* e o *facebook*. O que leva a constatação de que eles ainda são bastantes conservadores em termos de rede social.

Na sequência, foi pesquisado sobre os aplicativos que os gestores mais usam. O resultado está evidenciado no Quadro 4.

Aplicativos	Total e % dos gestores	% dos gestores/dias	Dias por semana	% dos gestores/horas	Horas por dia
<i>Skype</i>	10 (55,60%)	50%	7	50%	1 hora
		40%	5	20%	8 hora
		10%	2	10%	12 horas
				10%	10 horas
				10%	9 horas
<i>WhatsApp</i>	8 (44,40%)	75%	7	25%	9 horas
		12,5%	5	25%	10 horas
		12,5%	1	12,5%	24 horas
				12,5%	2 horas
				12,5%	1 hora
				12,5%	10 min
<i>BBM (Blackberry)</i>	2 (11,10%)	100%	7	100%	24 horas
<i>Waze (GPS social)</i>	2 (11,10%)	100%	1	100%	30 min
<i>Viber</i>	3 (16,7%)	33,33%	7	33,33%	8 horas
		33,33%	5	33,33%	6 horas
		33,33%	1	33,33%	10 min
<i>Vivino</i>	1 (5,6%)	100%	1	100%	15 min
	Total em % dos 10 gestores	100%		100%	

Quadro 4 – Aplicativos.

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Da mesma forma, foram apresentados alguns aplicativos aos gestores com a finalidade de identificar quais eles usavam, qual era a média de dias por semana, e qual a média de horas

por dia que eles usam esses aplicativos. O resultado evidenciou que o *Skype* é o mais usado, sendo 55,6%, dez dos 18 gestores. No entanto 50%, cinco dos dez gestores usam sete dias por semana. E os mesmos 50%, cinco usam por apenas uma hora por dia. O resultado de quantidade de horas foi considerado pouco para os gestores.

O *WhatsApp* é o segundo aplicativo mais usado, sendo 44,40%, oito dos 18 pesquisados. Dentre os oito gestores, 75% (6) usam por sete dias por semana. Sendo que 25% (2) usam nove horas por dia, o que é considerado um período normal para os gestores.

Os *BBM (Blackberry)* e o *Waze (GPS social)* são usados por apenas dois gestores. No entanto, o *BBM (Blackberry)* é o único aplicativo que é usado 24 horas/dia, nos sete dias da semana pelos dois gestores, fator que os faz permanecer conectados constantemente.

O *Viber* aparece com 16,7%, três gestores, que usam o aplicativo e apenas um deles usa sete dias por semana e por oito horas/dia. Esta quantidade de dias e horas também é relevante para o gestor conectado por mais dias e horas, em termos de estar antenados com o mundo.

Já o aplicativo *Vivino* é usado por apenas um gestor, por um único dia da semana e durante somente 15 minutos por dia.

Por último, o *Facetime*, nenhum gestor dos pesquisados usa. Esta ferramenta tecnológica não é de conhecimento dos pesquisados.

Na sequência no Quadro 5, estão elencados os aparelhos tecnológicos sugeridos para os gestores, com objetivo de verificar quais eles usam e a quantidade.

Aparelhos Tecnológicos	Total de gestores em relação aos aparelhos tecnológicos	Percentual de gestores, em relação aos aparelhos tecnológicos	Quantidade de aparelhos por gestor	Quantidade de gestores	Percentual dos gestores
<i>Smartphone</i>	12	66,7%	1	11	91,70%
			2	1	8,3%
<i>Tablet</i>	6	33,30%	1	6	100%
<i>Blackberry</i>	5	27,8%	1	4	80%
			2	1	20%
<i>Netbook</i>	3	16,7%	1	3	100%
<i>Notebook</i>	10	55,60%	1	8	80%
			2	2	20%
Computador	16	88,90%	1	13	81,25%
			2	1	8,25%
			3	2	12,5%
<i>IPAD</i>	2	11,10%	1	2	100%
TV conectada a internet	5	27,8%	1	4	80%
			2	1	20%

Total dos gestores em %	100%
-------------------------	------

Quadro 5 – Aparelhos tecnológicos.

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Com os dados apresentados acima, ficou constatado que o *Smartphone* é o aparelho tecnológico que a maioria usa, sendo 66,7% (12) com apenas um aparelho. No entanto, apenas um gestor tem dois *Smartphones*.

Em relação ao *Tablet*, o percentual foi ao contrário do anterior, onde a maioria não usa sendo 66,7% (12). Dos seis gestores que usam, todos tem apenas um aparelho.

Referente ao *Blackberry*, novamente a maioria dos gestores não usam sendo 72,2% (13). Porém, dentre os cinco que usam, um tem dois aparelhos.

Quanto ao *Netbook*, também constatou que a maioria não usa 83,31% (15) gestores, sendo o maior percentual de não uso do aparelho tecnológico sugerido pela pesquisa. Dos três gestores que usam, todos tem apenas um aparelho.

Já para o *Notebook* o uso foi maior em relação ao *Netbook*, pois verificou que 55,60% (10) gestores fazem uso. Também evidenciou que dentre eles, dois gestores têm dois *notebooks* cada um para uso pessoal e empresarial.

No que tange aos Computadores, dos 18 pesquisados, 88,90% (16) o usam. Dentre eles, um tem dois computadores e dois têm três computadores. O que leva a concluir que os pesquisados ainda são bastantes conservadores em termos de aparelhos tecnológicos.

Quanto ao *IPAD*, apenas 11,10% dos pesquisados o possuem e somente um aparelho cada um.

Por fim, referente à televisão conectada a *internet* constatou que 27,8%, cinco gestores, possuem. Desses cinco gestores, um tem duas televisões conectadas à *internet*, os demais têm apenas uma televisão conectada na *internet*. Resultado que leva a constatar que os gestores ainda estão conhecendo os novos aparelhos para depois interagir por meio deles.

Na última questão foi perguntado aos gestores: quais são os maiores benefícios das redes sociais, aplicativos e aparelhos tecnológicos na sua função profissional? As respostas foram distribuídas em: Comunicação 55,6%; Redes de contatos (*network*) 100%; Atualização de conhecimento 33,3%; Parceria comercial 77,8%; Agilidade na solução de problemas 44,4%; Pesquisas e busca por informações 55,6%; Menor erro na tomada de decisão 27,8% e; Trocas de mensagem 16,7%.

O que se constata é que dentre as opções de respostas oferecidas no momento da pesquisa, a opção de redes de contatos (*network*) foi escolhida por 100%, sendo todos os 18 gestores pesquisados. Ficando em segundo lugar de escolha a parceria comercial com 77,8%, sendo 14

gestores, e em terceiro lugar de escolha apontaram duas opções que ficaram empatadas, a comunicação e as pesquisas e busca por informações com 55,6% sendo 10 gestores. Evidenciando que os gestores pesquisados estão concentrando o uso da tecnologia da informação para fortalecer o seu *network*, tanto pessoal quanto profissional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal desta pesquisa foi de averiguar o quanto os gestores pesquisados estão conectados na tecnologia da informação. Foi constatado que eles utilizam da tecnologia da informação, por meio das redes sociais, aplicativos e aparelhos tecnológicos. Destarte, a pesquisa permite concluir, através dos dados apresentados nas respostas sobre as redes sociais que eles ainda são relativamente conservadores, pois, a maioria usa apenas o *Email* e o *Facebook*, porém, usam por um tempo considerado por eles, bom por dia, o que leva a crer que estão bem conectados. Em relação aos aplicativos, o *Skype* e o *WhatsApp* são os mais usados e por longas horas por dia, denotando que estão bastante conectados por meio de aplicativos. Já para os aparelhos tecnológicos, evidenciou-se que usam em maior quantidade o computador tradicional e o *smartphone*, porém, a quantidade utilizada ainda é modesta.

Em relação aos maiores benefícios ficou evidente que eles estão dando ênfase ao *network*. Fator interessante, pois é uma forma de ter muitos contatos, o que pode beneficiar tanto a vida pessoal como a profissional dos gestores. Com essa evidenciação, pela literatura o que denota é que a tendência é aumentar o uso dos três itens: redes sociais, aplicativos e aparelhos tecnológicos, já que segundo a literatura, o Brasil é um país muito conectado.

O resultado da pesquisa revela que esses gestores estão conectados á tecnologia da informação por meio das redes sociais, aplicativos e aparelhos tecnológicos de maneira ponderada, podendo ser considerada normal. Fato que leva a concluir, que usando essas ferramentas tecnológicas, estando *online* frequentemente para cumprir suas funções empresariais, e ainda com agilidade, eles permanecem atentos com tudo o que está acontecendo ao seu redor e globalmente.

Esta pesquisa não tem a intenção de esgotar o assunto, portanto, espera-se contribuir para novas discussões de como a tecnologia da informação e algumas de suas ferramentas podem ser utilizadas por gestores no dia a dia de suas funções, abrindo espaço para o avanço de pesquisas referente o assunto.



REFERÊNCIAS

AFONSO, A. S. **Uma análise da utilização das redes sociais em ambientes corporativos**. 2009. 170 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009.

ALBERTIN, Alberto Luís; MOURA, Rosa Maria de. **Tecnologia de informação**. São Paulo: Atlas, 2004.

BATISTA, Emerson de Oliveira. **Sistema de informação: o uso consciente da tecnologia para o gerenciamento**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BOUÇAS, Cibelle. Mercado de smartphones crescerá 28% em 2014 na AL, aponta eMarketer. **Valor Econômico**, 22 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/3403512/mercado-de-smartphones-crescera-28-em-2014-na-al-aponta-emarketer#ixzz3CTbCc3mk>>. Acesso em: 5 set. 2014.

CASTELLS, Manuel A. **Galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

COMSCORE. Brazil digital future in focus' report. **ComScore**, 14 mar. 2013. Disponível em: <http://www.comscore.com/Insights/Events_and_Webinars/Webinar/2013/2013_Brazil_Digital_Future_in_Focus>. Acesso em: 25 de set. 2013.

DELO, Cotton. In Brazil, Facebook, Twitter Battle For Ad Dollars As Social Land Grab Heats Up A Nation Obsessed With Social Networks. **AdAge digital**, 28 fev. 2013. Disponível em: <<http://adage.com/article/digital/brazil-s-big-social-media-land-grab-heats/240061>>. Acesso em: 16 de out, 2013.

ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT. Acesso seguro a dados em um universo móvel. **The Economist Intelligence Unit Limited**, 2012. Disponível em: <http://www.cisco.com/web/BR/assets/executives/pdf/PT-BR_EIU_CISCO_MobileData_120928_FINAL2_PT-BR_LR.pdf>. Acesso em: 07 de set. 2013.

GARCIA, Osmarina Pedro Garcia; ROCHA, Letícia Mara; GARCIA, Elias; STRASBUG, Udo. Auditoria de Sistema: Evidenciando os Pontos de Auditoria de Sistemas de Escritórios de Assessoria Contábil. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGY MANAGEMENT – CONTECSI, 10., June, 12 to 14 2013. **Anais...** São Paulo: FEA. p. 3676-3704. Disponível em: <http://www.infoteca.inf.br/contecsi/smarty/templates/arquivos_template/upload_arquivos/acervo/docs/PDFs/196.pdf>. Acesso em: 23 de jul. 2014.

HOLMES, Ryan. The Future Of Social Media? Forget About The U.S., Look To Brazil [Brasil é o futuro das redes sociais e não os Estados Unidos]. **Forbes**, 7 mar. 2013. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/ciocentral/2013/09/12/the-future-of-social-media-forget-about-the-u-s-look-to-brazil/>>. Acesso em: 21 de setembro de 2013.



KEEN, Peter G. W. **Guia gerencial para a tecnologia da informação**: conceitos essenciais a terminologia para empresas e gerentes. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais**. 7 ed. São Paulo: Pearson, 2007.

MARINO, Caroline; NEVES, Nina; ROSSI, Lucas. Viramos escravos da tecnologia?. **Você S/A**, São Paulo: Abril, ed. 178, mar. 2013.

OLIVEIRA NETTO, Alvim Antônio de. **Metodologia da Pesquisa Científica**: Guia prático para apresentação de trabalhos acadêmicos. 3. ed. Florianópolis: Visual Books, 2008.

PEREIRA, Maria José Lara de Bretãs; FONSECA, João Gabriel Marques. **Faces da decisão**: as mudanças de paradigmas e o poder da decisão. São Paulo: Makron Books, 1997.

SILVA, Marcos. Tecnologia da informação e sua contribuição para a gestão empresarial. **Administradores.com**, 3 mar. 2011. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/>. Acesso em: 16 de out. 2013.

TURBAN, Efraim; LEIDNER, Dorothy; MCLEAN, Ephraim; WETHERBE, James. **Tecnologia da Informação para Gestão**: Transformando os Negócios na Economia Digital. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

TURKLE, Sherry. Silêncio, por favor. **Você S/A**, São Paulo: Abril, ed. 178, mar. 2013.

