

Congresso Internacional de Administração ADM 2020

As Novas Fronteiras da Administração

19 a 21 de outubro Ponta Grossa - PR - Brasil

USO DA INTERNET COMO ESTRATÉGIA NO PROCESSO DE APRENDIZAGEM: UM ESTUDO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA REGIÃO SERIDÓ DO RN - BRASIL

USE OF THE INTERNET AS A STRATEGY IN THE LEARNING PROCESS: A STUDY IN SMALL BUSINESS IN THE SERIDÓ REGION OF RN - BRAZIL

ÁREA TEMÁTICA: ESTRATÉGIA EM ORGANIZAÇÕES

Paulo Ricardo Cosme Bezerra, UFRN, Brasil, Email: paulorcbezerra@gmail.com

Resumo

O ensino online é a grande tendência dos próximos anos e nesse tipo de modalidade é possível estudar em seu momento favorável, sendo um processo de interação dos saberes de modo que favorece o desenvolvimento do indivíduo, frente as transformações sociais e tecnológicas. O empresário pode ser o mais experiente possível, mas todos os dias há coisas novas e a Internet exerce um papel fundamental no processo de aprendizagem e ele necessita estar inserido a essa nova realidade. O propósito desse estudo, traz o seguinte questionamento: a Internet é uma ferramenta de aprendizagem importante para os Micro e pequenos empresários da região do Seridó do Rio Grande do Norte? Este artigo tem como objetivo identificar as tecnologias que podem contribuir para o processo de aprendizagem pela Internet dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas da região do Seridó Potiguar. Entendemos que a Internet é uma ferramenta de uso por todo os empresários, porém, ela não é percebida como uma estratégia do processo de ensino aprendizagem e as tecnologias que podem contribuir para o processo de aprendizagem são o celular (98,06%) e o computador/notebook (93,41%), ofertando principalmente conteúdo em vídeos que é o preferido por 87,60% dos empresários, sendo a melhor plataforma de ensino voltada para a necessidade do empreendedor que estimule o processo de aprendizagem com base nas tecnologias de uso do empresário.

Palavras-chave: (aprendizagem; Internet; pequenos negócios, tecnologia, empreendedor)

Abstract

Online education is the great trend of the coming years and in this type of modality it is possible to study in its favorable moment, being a process of interaction of knowledge in a way that favors the development of the individual, in the face of social and technological transformations. The entrepreneur can be as experienced as possible, but every day there are new things and the Internet plays a fundamental role in the learning process and he needs to be inserted into this new reality. The purpose of this study, raises the following question: Is the Internet an important learning tool for Micro and small entrepreneurs in the Seridó region of Rio Grande do Norte? This article aims to identify the technologies that can contribute to the Internet learning process of entrepreneurs from Micro and Small Companies in the Seridó Potiguar region. We understand that the Internet is a tool for use by all entrepreneurs, however, it is not perceived as a strategy of the teaching-learning process and the technologies that can contribute to the learning process are the cell phone (98.06%) and the computer / notebook (93.41%), offering mainly video content that is preferred by 87.60% of entrepreneurs, being the best teaching platform geared to the need of the entrepreneur that stimulates the learning process based on technology businessman use. *Keywords:* (learning; Internet; small business, technology, entrepreneur).

1. INTRODUÇÃO

O uso de recursos tecnológicos de informação e comunicação, em especial da Internet, no processo de aprendizagem vem aumentando rapidamente e o conteúdo disponível parece ser infinito. É possível aprender uma receita simples de um prato conhecido, acessar literatura sobre temas específicos, entrar em museus famosos, conhecer cidades, fazer pesquisa científica etc.

Estar conectado possibilita o acesso ao conhecimento a todo momento, possibilitando o acesso à educação a qualquer hora e em qualquer lugar. O ensino online é a grande tendência dos próximos anos e nesse tipo de modalidade é possível estudar em seu momento favorável, sendo um processo de interação dos saberes de modo que favorece o desenvolvimento do indivíduo, frente as transformações sociais e tecnológicas. O empresário pode ser o mais experiente possível, mas todos os dias há coisas novas e a Internet exerce um papel fundamental no processo de aprendizagem e ele necessita estar inserido a essa nova realidade.

Diante desse cenário, o propósito dessa investigação, traz um seguinte questionamento: a Internet é uma ferramenta de aprendizagem importante para os Micro e pequenos empresários da região do Seridó do Rio Grande do Norte?

Este artigo tem como objetivo identificar as tecnologias que podem contribuir para o processo de aprendizagem pela Internet dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas da região do Seridó Potiguar. E como objetivos específicos: definir o perfil das empresas e dos empreendedores; conhecer o percentual de empreendedores que já realizaram curso online; reconhecer a preferência do método de aprendizagem pela Internet e mapear as temáticas na área de tecnologia que necessita obter conhecimento.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. O PROCESSO DE APRENDIZAGEM

Na visão de Moreira & Masini (2001) cada indivíduo, dentro de sua consciência, possui conhecimentos sobre diversos aspectos e o simples fato de nascer e viver é suficiente para inserir elementos na mente de uma pessoa, que podem ser mais ou menos desenvolvidos e o processo de aprendizagem ocorre quando somos capazes de receber novas informações e racionalizar, de forma a construir uma interação com o que já se sabe previamente e o que se acabou de conhecer.

A escola, como lugar legítimo de aprendizagem, produção e reconstrução de conhecimento, cada vez mais precisará acompanhar as transformações da ciência contemporânea, adotar e simultaneamente apoiar as exigências que hoje participam da construção de novos conhecimentos (Silva, 2008).

Nas pesquisas desenvolvidas por Bezerra et. al. (2018) existem princípios comuns que se preocupam com o processo de aprendizagem, sendo: a) Toda aprendizagem, precisa ser significativa para quem aprende, precisando que ele se envolva como pessoa com ideias, sentimentos, cultura, sociedade e que suscite, modificações no comportamento do indivíduo; b) toda aprendizagem é pessoal e envolve mudança de comportamento; c) toda aprendizagem precisa visar objetivos realísticos, para que se seja significativo e possibilite uma práxis, senão talvez não cause interesse; d) toda aprendizagem precisa ser acompanhada de um feedback imediato. E por fim, e) toda aprendizagem precisa ser embasada em um bom relacionamento interpessoal.

A sociedade atual atravessa mudanças e novas formas de organização, de produzir produtos e serviços, de comercialização, de diversão e de aprender. De acordo com os estudos de Moran (2000), início do século XXI, já era identificado no campo da educação a pressão por mudanças,

como ocorrem nos processos empresariais, abrindo um mercado de oportunidades dispostos a ganhar dinheiro, a investir nesse novo nicho de mercado e incorporando os processos de gestão trazidos pelas empresas.

Uma das áreas de investimento prioritária foi a implantação de tecnologias telemáticas de alta velocidade, para conectar alunos, por meio da Internet e assim, começar a investir significativamente na educação a distância, da educação continuada e principalmente dos cursos de curta duração.

Diante dessa nova realidade de mercado, as Tecnologias de informação e comunicação (TICs) contribuem de maneira expressiva para a discussão de várias temáticas, facilitando a interação entre os alunos e o objeto de estudo e a internet, por exemplo, possui diversos ambientes com possibilidades de aprendizagem educativas (Lopes; Freitas, 2006; Silva; Marins; Bottentuit Júnior, 2018).

2.2. A INTERNET NO PROCESSO DE APRENDIZAGEM

As novas teorias não se limitam à palavra oral ou escrita, mas envolve outras formas de expressão como: visual, sonora e digital. As demandas contemporâneas ao processo de aprendizagem impõem suprir as necessidades e interesses de todos os envolvidos.

Essas novas tecnologias de promoção da aprendizagem, representam que a sociedade se encontra em constante evolução, tornando os serviços e informações mais exigentes e a sociedade passa a cobrar mais conhecimentos e habilidades voltadas para essa área da digitalização. E na visão de Moran (2007, pág. 8) nossas "vidas reais "estão cada vez mais interligadas a vida digital, os serviços físicos e os conectados, o contato físico e o virtual, a aprendizagem presencial e a virtual.

A exemplo disso, temos no universo do trabalho, novas profissões que têm a internet como matriz e principal elemento para sua existência e que mais cresce diariamente. Algumas dessas profissões, embora não sejam ainda reconhecidas pelos órgãos de fiscalização do mundo do trabalho, como uma profissão, movimentam milhões de dinheiro em publicidade, são eles: Youtubers, Blogueiros, digital Influencers, os quais passam conceitos de moda, hábitos, gostos, para seus seguidores, representando um novo processo de aprendizagem.

Os mundos físicos e virtuais não se opõem, mas se completam, integram, combinam, numa interação cada vez maior, contínua, inseparável. Ter acesso contínuo ao digital é o novo direito de cidadania plena. Os não conectados perdem uma dimensão cidadã fundamental para sua inserção no mundo profissional, nos serviços, na interação com os demais (Soares, 2019, p. 23).

E complementando, Soares (2019) enfatiza que a sociedade adquiriu novas formas de se relacionar com o outro sem nem sair de onde está. Redes Sociais como o Facebook, WhatsApp, Instagram, entre outros têm 62% dos brasileiros na ativa. O que os dados recentes da empresa We are Social e Hootsuit e a mais nova coleção de relatórios da Global Digital (2019) revelam que a cada 1 segundo surgem 11 novos (as) usuários (as), o que gera 1 milhão de usuários (as) novos por dia.

Para tanto, estamos em uma época de reconquistas, liderados por uma geração de jovens visionários, instalados em seus escritórios, em suas empresas e conectados ao mundo pela Internet em tempo real, em qualquer momento, para qualquer lugar do mundo. Na visão de Souza (2018) há problemas que necessitam ser solucionados: softwares mais potentes e atualizados, suportes técnico imediato e eficiente, barateamento do custo benefício da conexão com a rede.

3. METODOLOGIA

A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona os fatos sem manipulá-las e procura descobrir com maior precisão possível a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características. É uma análise predominantemente quantitativa das informações por meio da utilização de questionários aplicados pela metodologia survey, que, após codificação e quantificação das informações coletadas, possibilitam análises quantitativas. As pesquisas do tipo survey que segundo Gil (1999) e Cervo, Bervian e Silva (2007), se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujos comportamentos se desejam conhecer e o método survey para obtenção de informações se baseia no interrogatório dos participantes, aos quais se fazem várias perguntas sobre características demográficas, seu comportamento, intenções, atitudes, percepções, motivações etc. (Malhotra, 2001).

O público alvo desta pesquisa são os empresários das micro e pequenas empresas do Seridó do RN, compreendendo uma amostra de 258 empreendimentos. Os dados foram coletados por meio de entrevista junto aos empresários, por meio de questionário e o trabalho de campo realizado no período 12 de setembro a 10 de agosto de 2019.

A região do seridó é uma região pertencente ao estado do Rio Grande do Norte e possui uma área de 9 374,063 km² e sua população foi estimada pelo IBGE em 291.685 habitantes. O Seridó possui características culturais e geográficas únicas se comparadas a outras porções do Rio Grande do Norte e conhecida pelo potencial empreendedor. A região é bastante procurada pelo turismo gastronômico, de eventos e esportes radicais, ainda apresentando a maior concentração de municípios com índice de desenvolvimento humano alto ou médio-alto das regiões Norte e Nordeste do país.

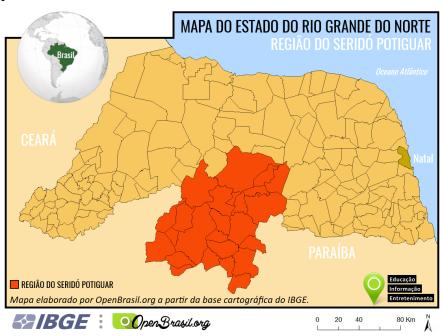


Figura 1 – Localização da região do Seridó do Rio Grande do Norte

O instrumento de coleta de dados utilizado um questionário semiestruturado, dividido em três blocos de varáveis: Bloco 1: Característica do empreendimento, Bloco 2: Perfil do Proprietário e Bloco 3: Uso de Internet e o processo de aprendizagem e para o tratamento e análise dos dados desse estudo foi utilizado o programa Software Estatístico R, versão 3.0 e as estatísticas geradas foram apresentadas em formatos de tabelas e gráficos.

4. RESULTADOS

4.1. PERFIL DO EMPRESÁRIO

Com relação à distribuição por sexo, de acordo com a Figura 2, 64,34% dos pesquisados são do sexo masculino e 35,66% são mulheres.

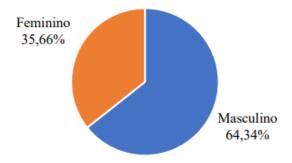


Figura 2 – Distribuição por sexo

Quanto à faixa etária dos empreendedores a maior frequência está no intervalo 31 a 40 anos (29,07%), seguido de 41 a 50 anos (26,35%), 21 a 30 anos (18,99%), 51 a 60 anos (16,67%), acima de 60 anos (8,53%) e até 20 anos (0,39%), conforme Figura 3.

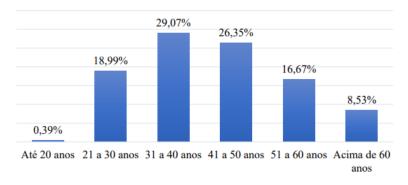


Figura 3 – Faixa etária

No que tange ao grau de escolaridade temos o seguinte resultado: Sem instrução (0,39%), fundamental incompleto (5,43%), fundamental completo (1,55%), médio incompleto (7,75%), médio completo (39,15%), superior incompleto (11,24%), superior completo (24,42%), especialização (8,91%) e mestrado ou doutorado (1,16%), esquematizado na Figura 4.

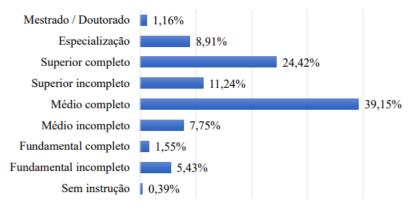


Figura 4 – Grau de Escolaridade

4.2. PERFIL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

De acordo com a atividade empresarial, 48,44% das empresas são comércio, 31,40% serviços, 19,38% indústrias e 0,78% agronegócio, representado na Figura 5.

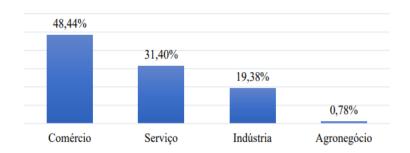


Figura 5 – Atividade Empresarial

Todas as empresas possuem situação do negócio formalizado, ou seja, tem constituição jurídica. Concernente ao porte, a Figura 6, representa sua distribuição, onde 66,28% são microempresas, 20,93% empresas de pequeno porte e 12,79% microempreendedores individual.

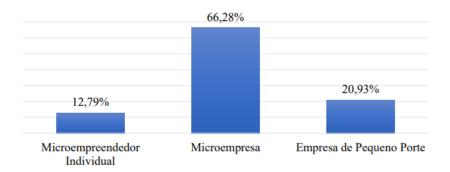


Figura 6 – Porte da Empresa

A Tabela 1 apresenta os municípios visitados para realização da pesquisa, estando a maior quantidade de empresas nos municípios de Caicó (24,81%) e Currais Novos (16,28%), totalizando cerca de 40% da amostra pesquisada

Municípios	Empresas	Percentual (%)
Caicó	64	24,81
Currais Novos	42	16,28
Parelhas	24	9,30
Jardim do Seridó	12	4,65
Acari	11	4,25
Jucurutu	11	4,25
Carnaúba dos Dantas	8	3,10
Lagoa Nova	8	3,10
Santana do Mato	8	3,10
Florânia	7	2,71
Jardim de Piranhas	7	2,71
Cruzeta	6	2,33
Serra Negra do Norte	6	2,33
São Tomé	5	1,94
Cerro Corá	4	1,55
Jaçanã	4	1,55
Campo Redondo	3	1,16
Equador	3	1,16
Ipueira	3	1,16
São José do Seridó	3	1,16
Tenente Laurentino Cruz	3	1,16
Bodó	2	0,78
Coronel Ezequiel	2	0,78
Ouro Branco	2	0,78
Santana do Seridó	2	0,78
São Fernando	2	0,78
São João do Sabugi	2	0,78
São Vicente	2	0,78
Timbaúba dos Batistas	2	0,78
Total	258	100,00

Tabela 1 – Distribuição das empresas visitadas por município

4.3. USO DA INTERNET NO PROCESSO DE APRENDIZAGEM

Todos os estabelecimentos possuem acesso à internet, onde o celular (98,06%) é o principal canal de acesso, seguido de computador ou notebook (93,41%), tablet (13,57%) e Smart TV (10,85%) segundo a Figura 7.

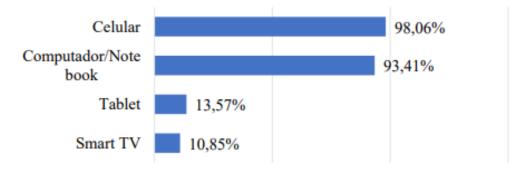


Figura 7 – Canais de Acesso à Internet

Para 43,02% dos empresários já realizam cursos *online*, onde o SEBRAE (38,74%) e faculdades e universidades são os principais canais de informação, conforme representado na Figura 8.



Figura 8 – Realização de cursos online

De acordo com a Tabela 2, os principais sites ou portais onde o empresário já realizou cursos online foram o SEBRAE (38,74%), faculdade/universidade (32,43%) e o site do SESI/SENAI (14,41%).

Sites ou portais	Percentual (%)
SEBRAE	38,74
Faculdade/Universidade	32,43
SESI/SENAI	14,41
SENAC	7,21
Udemy	1,80
24 horas	0,90
dr.celular.com.br	0,90
Febracis	0,90
Ibovespa	0,90
Open English	0,90
Ka Solutions	0,90
Nextu	0,90
Avasus	0,90
Sinal Verde Bridgestone	0,90
Café com energia	0,90
Prime cursos	0,90
Fortes informática	0,90
Denatram	0,90
Cra	0,90
Fiatnet	0,90
Site da Cacau	0,90
Vipal cursos	0,90
FGV	0,90

Tabela 2 – Sites ou portais onde já realizou curso online

O conteúdo em vídeo (87,60%) é a melhor forma que os empreendedores preferem aprender sobre algo na internet, seguido de texto (39,15%) e áudio (19,38%), enquanto que 5,81% são indiferentes com relação ao modo de aprendizagem pela internet, representado na Figura 9.

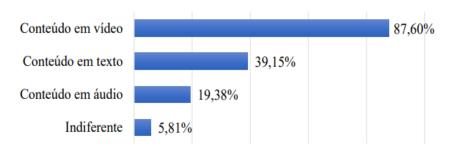


Figura 9 – Como prefere aprender pela Internet

O Google (80,62%) é a principal fonte de busca de informações sobre seu negócio, seguido de YouTube (9,69%), site do SEBRAE (3,49%), Instagram (3,10%), entre outras citações não significativas como mostra a Figura 10.

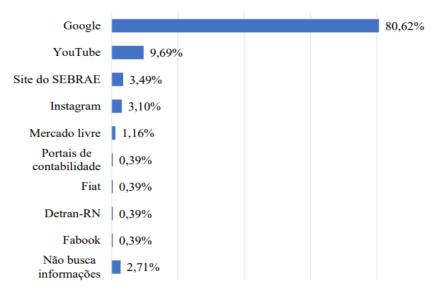


Figura 10 - Canais na Internet que busca aprender

O marketing digital (50,39%) e relacionamento digital com o cliente (46,51%) são as principais temáticas na área de tecnologia que as empresas necessitam, seguido de loja virtual (35,66%), gestão de vendas aplicada aos negócios digitais (26,36%), métodos ágeis de gestão (25,97%), inovação para os negócios digitais (23,26%), E-commerce (22,09%), gestão financeira de negócios digitais (21,71%), gestão de negócios digitais (20,54%), entre outras citações.

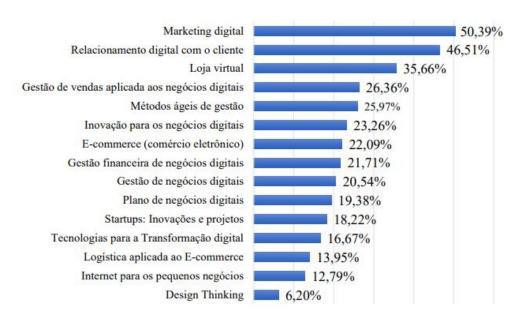


Figura 11 - Principais temáticas na área de tecnologia que necessita de capacitação

CONCLUSÕES

A Internet é uma ferramenta de uso por todo os empresários, porém, ela não é percebida como uma estratégia do processo de ensino-aprendizagem, onde evidenciou-se que apenas 43,02% dos empresários realizaram algum curso online, nos sites do Sebrae (38,74%), faculdade/universidade (32,43%) e Sesi/Senai (14,41%).

As tecnologias que podem contribuir para o processo de aprendizagem pela Internet dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas da região do Seridó Potiguar são o celular (98,06%) e o computador/notebook (93,41%), ofertando principalmente conteúdo em vídeos que é o preferido por 87,60% dos empresários, sendo esta a melhor plataforma de ensino voltada para a necessidade do empreendedor e que estimula o processo de aprendizagem com base nas tecnologias de uso do empresário.

Quando buscam aprender sobre um determinado conteúdo o principal canal utilizado na Internet é o google, sendo citado por 80,62% dos entrevistados.

As principais temáticas que necessita de capacitação na área de tecnologia são: o marketing digital (50,39%) e relacionamento digital com o cliente (46,51%) são as principais temáticas na área de tecnologia que as empresas necessitam, seguido de loja virtual (35,66%), gestão de vendas aplicada aos negócios digitais (26,36%), métodos ágeis de gestão (25,97%), inovação para os negócios digitais (23,26%), E-commerce (22,09%), gestão financeira de negócios digitais (21,71%), gestão de negócios digitais (20,54%).

REFERÊNCIAS

Bezerra, S., Leonidob, L., Morgado C. E., Cardoso D. M., Dias E. E (2018). *Inovando a aprendizagem através da utilização do método simulação em unidades curriculares teóricas no curso de administração*. Editorial Universitat Politècnica de València. pág. 1015 – 1022. Novembro.

Cervo, A. L., Bervian, P. A., Silva, R. da. (1999). *Metodologia Científica*. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa social. São Paulo: Atlas.

- Global Digital 2019. Digital in 2019 (2006). Disponível em: https://wearesocial.com/global-digital-report2019. Lopes, S., Freitas, M. *A utilização das WebQuests na promoção da educação ambiental e para a sustentabilidade*. In: CARVALHO, Ana Amélia A. (Org.). Actas do Encontro sobre WebQuests. Braga: CIEd.
- Malhotra, N. K. (2001). Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman.
- Moran, J. M. (2000). Ensino e aprendizagem inovadores com tecnologias. *Informática e Educação*: Teoria e Prática. Vol. 03, n° 1, pág. 137-144. Setembro.
- Moreira, M. A., Masini, E. (2001). *Aprendizagem Significativa*: a teoria de David Ausubel. 2 ed. São Paulo: Centauro.
- Silva, J. da S. (2008). A interdisciplinaridade como um movimento articulador no processo ensinoaprendizagem. *Revista Brasileira de Educação*, vol. 13, n°. 39, setembro-dezembro.
- Silva, R. B., Marins, J. C. A., Bottentuit Júnior, J. B. (2018). Os fanzines virtuais facilitando o processo-ensino aprendizagem na disciplina de ciências naturais. *Revista Projeção e Docência*, v9, n°2, pág. 63 72.
- SOARES, M. C. da S. (2019). A Internet é um recurso facilitador ou obstáculo no processo de ensino aprendizagem? Percepções docentes em duas escolas do campo. *Monografia da Universidade Federal da Paraíba*, 50 f, 2019. Sousa, M. L. A Internet no processo ensino-aprendizagem como instrumento na construção do conhecimento. Monografia da Universidade Federal da Paraíba, 45 f.