

Research, Society and Development, v. 7, n. 10, p. 01-20, e14710571, 2018
ISSN 2525-3409 (CC BY 4.0)

**A tecnologia nos negócios: análise da influência do celular na produtividade
organizacional**
**The technology on business: analysis of smartphone influence on organizational
productivity**

Reinaldo Alvarenga das Chagas de Freitas

Centro Universitário UNA, Brasil
E-mail: alvarengareinaldo@hotmail.com

Leonardo Carlos Dantas Bianchi

Centro Universitário UNA, Brasil
E-mail: leo.bianchi.leo@gmail.com

Recebido: 13/08/2018 – Aceito: 09/09/2018

Resumo

O presente artigo objetiva a análise da influência do celular na produtividade e comportamento organizacional de profissionais de Belo Horizonte, e propõe discussão sobre os benefícios e malefícios do emprego do celular no cotidiano dos indivíduos e instituições. Através de um estudo exploratório das percepções de colaboradores e gestores e, direcionamento das organizações em relação às tecnologias, o trabalho tem como intuito o entendimento do real influxo da ferramenta. Com base na pesquisa realizada, o desfecho é de que as ferramentas são essenciais para os profissionais e empresas no cenário de constante evolução no qual vivenciamos. Contudo, a aplicação do celular no âmbito empresarial ainda demanda maturidade e disciplina para representar ganhos e competitividade ao invés de dispersão.

Palavras-chave: Eficiência; Gestão; Tecnologia; Mercado de trabalho; Comportamento.

Abstract

This article aims to analyze the influence of cell phone on the productivity and organizational behavior of professionals in Belo Horizonte, and proposes a discussion about the benefits and harms of cell phone use in the daily life of individuals and institutions. Through an exploratory study of the perceptions of employees and managers and the orientation of the organizations in relation to technologies, the work is intended to understand the real influence of the tool. Based on the research carried out, the end result is that the tools are essential for

professionals and companies in the scenario of constant evolution in which we live. However, the application of mobile phones in the business sphere still requires maturity and discipline to represent gains and competitiveness rather than dispersion.

Keywords: Efficiency; Management; Technology; Job market; Behavior..

1. Introdução

O celular é uma das maiores e relevantes invenções da história. Em 2009, Jordão abordou em sua publicação² sobre a história do celular que desde que o telefone foi idealizado e posteriormente evoluído para o telefone móvel em 1973, as evoluções tecnológicas aplicadas ao aparelho e às comunicações se apresentaram em velocidades impressionantes e de difícil acompanhamento. O progresso trouxe consigo o surgimento de inúmeras oportunidades, mas também importantes preocupações com sua influência e uso excessivo que podem provocar problemas como a distração, dependência e redução dos níveis de engajamento e produtividade das pessoas nas atividades privadas, responsabilidades comuns e rendimento profissional (SALEHAN & NEGAHBAN, 2013).

Ultrapassamos há alguns anos a barreira da comunicação exclusiva por voz, e atualmente percebemos que a internet e os meios revolucionaram pontos importantes como a velocidade de acesso à informação e facilidade de comunicação, transformando os hábitos das pessoas e favorecendo a dinamização do ambiente de trabalho. Quem dominar e souber equilibrar o uso consciente das ferramentas tecnológicas disponíveis, terá maiores chances de alcançar o sucesso em um mercado altamente desafiador.

A rápida e mútua evolução provocou o crescimento não apenas da quantidade de pessoas que o utilizam o celular, mas da mesma maneira a expansão de suas funções, aplicabilidades pessoais, sociais e empresariais e, ainda, a intensificação do tempo investido diariamente na utilização dos aparelhos celulares. Indispensável também é falar sobre as redes sociais, que deixaram de ser meramente ferramentas de recreação e passaram a ser vistas como importantes geradoras de valor no âmbito da comunicação, resultados e integração de pessoas. Essas, porém, também se manifestam como potenciais desviadores de atenção e eficiência, e demandam gestão inteligente de tempo em todo o mundo como indica GASPARINI (2014) e SUTTO (2016) nos artigos sobre hábitos que atrapalham a produtividade e a representatividade do celular nesse tema.

O celular e as redes sociais têm relevante influência no ambiente de trabalho e na vida das pessoas. Falta compreender mais precisamente se suas aplicações combinando o uso

peçoal ao corporativo representam, de forma geral, maiores consequências positivas ou negativas no rendimento das pessoas e, quais aprendizados podem ser agregados no desenvolvimento das pessoas, e no comportamento organizacional, essa é a principal contribuição que o presente artigo pretende oferecer.

A evolução acelerada dos dispositivos, em particular, o aperfeiçoamento dos aparelhos celulares trouxe um novo e complexo dilema à vida das pessoas e organizações, que é o modo como conciliar sua inevitável e crescente utilização de forma proveitosa. O ambiente organizacional e sua cultura são pontos complexos e de difícil compreensão, em qualquer tamanho de organização e, que não permitem respostas generalistas que justifiquem mudanças, influências e perspectivas. Sendo assim, uma característica fundamental nas empresas é a interação humana que é diferente em cada organização e determina os padrões de comportamento naquele meio específico (MARCHIORI, 2017).

Em uma metrópole como Belo Horizonte, com muitas pessoas e importantes empresas, um estudo dos cenários e comportamentos organizacionais pode permitir uma assimilação mais assertiva das particularidades e tendências. A partir desta abordagem prévia, o objetivo geral deste artigo é, sobretudo, analisar o ambiente empresarial e a eficiência dos profissionais em Belo Horizonte investigando a interferência do uso dos aparelhos celulares nos dois indicadores citados.

1.1 O Comportamento Organizacional e Suas Influências

ROBBINS (2005) reforça que, como dois indivíduos reagem de modos distintos e apresentam diferentes posturas para uma mesma situação, é preciso avaliar as condições situacionais às quais eles são sujeitados para buscar a determinação de comportamentos. Para tal, será essencial a conceituação de comportamento organizacional, definido por CHIAVENATO (2014) como o estudo do comportamento que os indivíduos apresentam dentro das organizações e, ainda entender quais as principais influências nas atitudes ao longo da história. Já Eduardo Soto define que:

O comportamento organizacional é um conjunto de conceitos que giram em torno da natureza das pessoas: contemplando as diferenças, o indivíduo como um sistema, a motivação e o valor ou dignidade humana - e um conjunto de conceitos que permeiam as organizações: analisando a globalização e suas características (SOTO, 2002, p.8-23).

Identificar então, as principais finalidades da utilização dos smartphones no cotidiano dos indivíduos e correlacionar o emprego aos arbítrios dados pelas empresas, ao nível exercido, ramo de atuação e comportamento dos profissionais é outro objetivo da pesquisa e trabalho apresentado.

O celular possui, como a principal das suas múltiplas funções, a comunicação e conseqüente aproximação de indivíduos através da conexão por dados e por voz. O instrumento modificou os hábitos das pessoas e processos das companhias, e hoje se tornou quase que indispensável para as organizações e profissionais. Segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) o Brasil já conta com uma média de 1,3 celulares por habitante. Entretanto, como toda ferramenta que visa facilitar o dia a dia e gerar oportunidades e contenção de despesas, os smartphones podem se tornar potenciais vilões a partir de sua rápida e contemporânea disseminação, especialmente pela predisposição para a distração e difícil desvinculação de sua utilização histórica para o entretenimento, o que é capaz de induzir comportamentos no âmbito organizacional.

Em um cenário de constantes mudanças e revolução tecnológica, justifica-se o entendimento da real influência das tecnologias no mercado, no ambiente das organizações e de forma geral na vida e atuação dos profissionais de diferentes segmentos. CHIAVENATO (2005) reforça que não podemos nos esquecer que os indivíduos possuem características, personalidades e expectativas que influenciam o comportamento humano nas organizações em diversos contextos, portanto, é preciso analisar e comparar comportamentos e necessidades também para utilização dos recursos tecnológicos com sabedoria.

1.2 O Cenário de Interação e Transformação

O celular somado às redes e aplicações sociais e as inovações tecnológicas, permitem maiores níveis de interação entre as pessoas e o mundo, tanto no contexto pessoal quanto entre os profissionais no universo empresarial. Tal interação, por sua vez, aumenta os níveis de satisfação e a conectividade que afeta diretamente o rendimento e por diversas vezes o comprometimento dos trabalhadores e podem gerar competitividade interna e diferenciais tão almejados pelas companhias. Assim sendo, a interação grupal proporciona recursos sociais que por sua vez podem estimular a motivação, o desempenho e a produtividade individual e do grupo (CHIAVENATO, 2008).

Considerando a essencialidade da evolução empresarial no mercado e a indispensável gestão da mudança por parte das empresas, estudiosos reforçam que o contexto da mudança

empresarial pode ser externo e interno e, que “a inovação tecnológica cria novas oportunidades e ameaças ao desenvolvimento da atividade de qualquer organização e encontra-se na base de muitas mudanças estruturais”, (COSTA, VIEIRA E RODRIGUES, 2010). Há conjuntamente a premissa de confrontar teorias sobre transformação e cultura organizacional com a realidade das empresas e individualidade dos colaboradores, uma vez que, ainda para os autores supracitados, as mudanças tecnológicas sejam talvez o maior desafio enfrentado pelas organizações e acometem os métodos de trabalho por elas utilizados.

A análise dos comportamentos passa também pela análise das transformações das pessoas e dos meios de liderança. Ao contrário do que acontecia nos primórdios das atividades executivas dentro das companhias, há cada vez mais uma preocupação dos líderes em dar maior autonomia e flexibilidade aos funcionários, além do incentivo à participação no processo decisório para desenvolver a satisfação e os níveis de produtividade. Dessarte, o conceito de *Empowerment*³ definido por ARAÚJO (2001) como um esforço para transferir poder decisório, responsabilidades às pessoas e inspirar a contribuição e criatividade, torna-se cada vez mais importante e influente na forma de estruturação das empresas e atuação das pessoas.

1.3 O Equilíbrio Entre Trabalho e a Vida Pessoal

O equilíbrio entre a vida pessoal e profissional é algo que se torna cada vez mais imprescindível para as pessoas. ROBBINS (2005) contextualiza que o modelo engessado de local, horário e metodologia de atividades vem mudando continuamente pois a tecnologia permite que os colaboradores desenvolvam seu trabalho a qualquer hora e de qualquer espaço, de forma mais rápida e intensa conforme necessidade.

Destaca-se então que, para os que utilizam os celulares para fins de trabalho, a carga de horas dedicadas ao serviço é sempre maior. BARROS (2009, p.39,40) cita em sua dissertação⁴ sobre a utilização de meios eletrônicos que “Basta o telefone estar ligado para que o escritório seja, a qualquer momento, transportado para o local onde se encontra o sujeito. [...] ou seja, a vida pessoal e profissional dos sujeitos está sendo diretamente ou indiretamente impactada por essa tecnologia”. Essa participação maior do trabalho sobre a vida pessoal vem causando considerável insatisfação nos indivíduos e “As organizações que não conseguirem ajudar seu pessoal a atingir esse equilíbrio vão encontrar dificuldades crescentes para atrair e reter os funcionários mais capazes e motivados” (ROBBINS, 2005, p.19).

Capellozza, Moraes e Muniz citando SALEHAN E NEGAHBAN (2013), reforçam que a melhor explicação do uso contínuo e crescente da Tecnologia de Informação, é rápida evolução dos aparelhos celulares inteligentes, os chamados smartphones. Os dispositivos acessam uma quantidade expressiva de informações, possuem muitos recursos e o acesso móvel à internet. Ademais, o crescimento da produção, expansão de modelos e redução de preços favoreceu o ingresso de novos públicos e a popularização da ferramenta.

Em contrapartida, as tecnologias são lideradas, sobretudo, pelo crescimento do uso do celular em quantidade de pessoas que o utilizam e do tempo despendido com suas inúmeras aplicações. Algumas análises apontam que o mau uso pode atrapalhar negócios dependendo das particularidades anteriormente citadas, como exemplifica uma pesquisa realizada pela CareerBuilder em 2016, com mais de 5 mil participantes entre líderes, profissionais de recursos humanos e trabalhadores a partir de 18 anos. Os entrevistados indicaram os celulares e mensagens de texto como as maiores distrações no ambiente de trabalho, representando 55% na lista de 10 opções (pesquisa divulgada e detalhada em: <http://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2016/06/celular-lidera-lista-do-que-mais-atrapalha-produtividade-no-trabalho.html>).

O pesquisador David Lavenda manifesta em outra pesquisa, realizada em Londres, que após cada distração os funcionários podem demorar até 20 minutos para retomar o foco e a tarefa o que estava desenvolvendo, o que reduz consideravelmente a produtividade (pesquisa disponível e detalhada no link: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI264709-17770,00.html>).

Pensando nisso, um novo estudo e/ou viés sobre a percepção de funcionários de diversos níveis, empresas e até mesmo especialistas em tecnologias, permitirá melhor preparação das instituições e indivíduos no sentido de explorar sempre de forma positiva a interação dos colaboradores entre si, com os clientes e, ainda o manuseio estratégico das informações empresariais, que para CORSO, FREITAS e BEHR (2012) estão disponíveis a todo tempo e lugar por meio do uso dos aparelhos e facilidade de acesso e por isso merecem cuidado.

Em síntese, vale reforçar que, para as pessoas e equipes, a citada assimilação é importante também para enriquecer o clima organizacional, reforçar o comprometimento e favorecer eventuais mudanças de postura. Portanto, identificar novas abordagens da aplicação do celular e das tecnologias nos negócios é outro propósito almejado e que poderá permitir adequações mútuas e mudanças mais rápidas de acordo com cada momento ou contexto que uma

determinada empresa estiver enfrentando, como citam CHAMPY e NOHRIA (1997) em sua obra, facilitando dessa maneira, que as transformações ocorram de forma mais natural.

2. Metodologia de Pesquisa e Justificativa

Toda pesquisa demanda planejamento, organização e a sequência de etapas essenciais para o sucesso dos resultados começando pela escolha do melhor tipo de pesquisa. CASTRO (1976), já abordava que durante uma pesquisa devem ser adotadas prioridades e estabelecidas diretrizes, porém, a flexibilidade e o entendimento prévio também são imprescindíveis para a relevância da investigação. O conceito de método é definido como:

O conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo de produzir conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista (LAKATOS, 2010, p.79).

Existem múltiplos tipos de pesquisa que podem ser aplicados e ajustados mediante as respostas que se pretende alcançar. Dentre as mais frequentemente usadas, KOCHE (2006) cita:

Pesquisa bibliográfica – focada na explicação de um problema utilizando conhecimento e contribuições teóricas;
Pesquisa experimental – Utilizando a construção de hipóteses, fatores e variáveis e analisando causa e efeito;
Pesquisa descritiva – Relação entre variáveis e condicionais específicas;
Pesquisa exploratória – investigação de fenômenos e características situacionais através da formulação de questões ou problemas.
(KOCHE , 2006, p. 122-126)

No âmbito dos propósitos deste trabalho, o tipo de pesquisa definido como o que melhor poderá responder as questões e indicar direcionamentos é a pesquisa exploratória. Para explorar a realidade de cada respondente foram estabelecidas perguntas relacionadas à intensidade do uso do celular, particularidades na utilização e ainda nível de importância do objeto na vida e atuação de cada participante, o que caracterizou então, a metodologia da pesquisa como quali-quantitativa para oportunizar respostas mais completas e personalizadas.

Diversas são as pesquisas existentes relacionadas à aplicação das tecnologias nas empresas, na educação e na vida das pessoas de forma geral, a maioria buscando respostas para os impactos tecnológicos em relação à produção e modernização industrial e de processos, o que contempla de alguma forma o emprego do celular e novas tecnologias. Para Wood Jr. (2000), o cenário de alta competitividade permite que empresas com níveis distintos de modernização aplicada aos negócios convivam e concorram entre si, algumas com maior

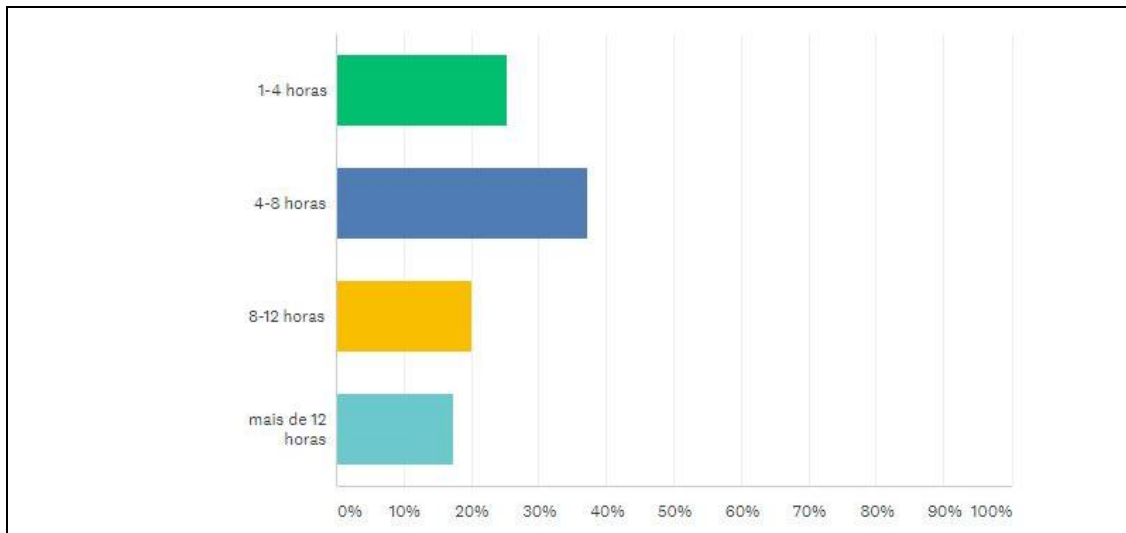
eficiência atrelada ao emprego da tecnologia, outras que sobrevivem mas atuam de maneira ultrapassada. Analisar então, se as pessoas e instituições se adequam às necessárias mudanças torna-se importante para compreender a relação modernização X Melhores resultados. Entretanto, poucas pesquisas do tipo estão direcionadas ao capital intelectual e sua satisfação, valores, hábitos e desempenho em associação a inovação e à utilidade do celular, o que torna ainda mais relevante investigações como a apresentada.

A pesquisa objetiva assim, examinar a influência do celular e das redes sociais na produtividade dos indivíduos e na eficácia das companhias. Para tal, foram levantadas amostras das percepções de profissionais de cargos operacionais e profissionais de gestão de Belo Horizonte, de diversos ramos, buscando informações e posterior análise de vivências, exemplos e impactos no cotidiano. As respostas como anteriormente dito, permitirão investigar os efeitos, analisar comportamentos e responder aos objetivos propostos, permitindo aprofundamento no tema, sugestão ajustes nos ambientes e boas práticas, além de responder de forma mais assertiva à pergunta: Afinal, o uso contínuo de instrumentos tecnológicos, em especial o celular e mídias sociais, favorece ou prejudica o desenvolvimento de uma organização e a produtividade das pessoas?

3. Análise dos Resultados

Durante o período da pesquisa foram coletadas 116 contribuições divididas entre profissionais de cargos analíticos ou operacionais, que representaram 66% do público participantes e profissionais com cargos de liderança, chefia ou gestão que representaram os outros 34% dos participantes. A área de atuação dos componentes da pesquisa foi diversa, sendo os ramos de telecomunicações, saúde, administrativo, financeiro e comercial os mais recorrentes dentre os funcionários e, comercial e telecomunicação entre os gestores. Analisando a intensidade da utilização pelo público, os gráficos 1 e 2 apresentam as respostas para o tempo médio de utilização do celular diariamente por funcionários e gestores:

Gráfico 1 - Quanto tempo em média você utiliza o celular durante o dia? (funcionários)

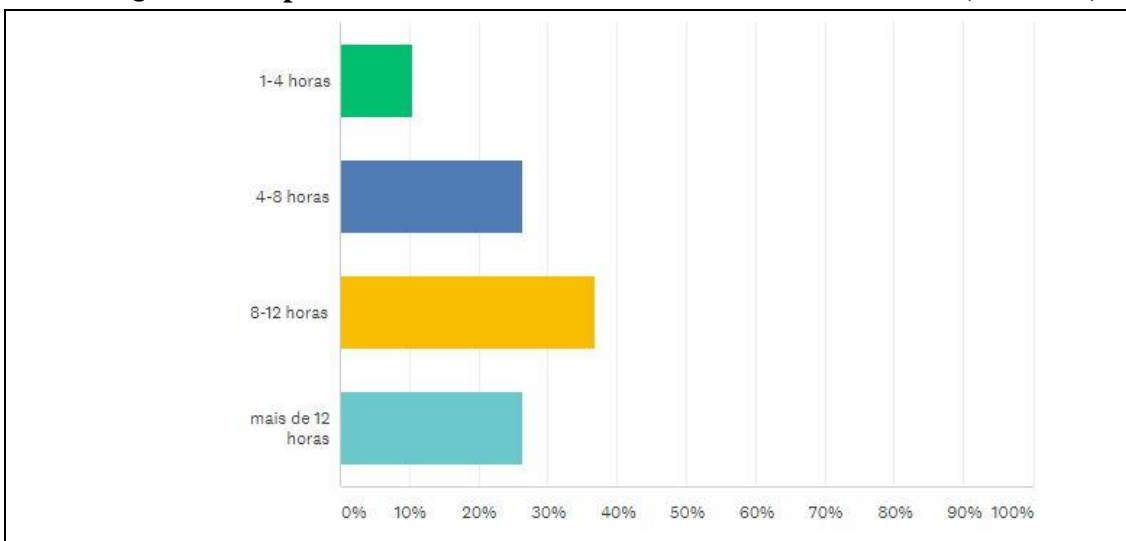


Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/FVWTn2HfecA2m0nw_2BrA4C_2B6iA1Zh1UVPnk7kQ55TBnoMzyVouvBzVQPb9IP597E

A pergunta foi apresentada com o intuito de identificar a média diária de uso do celular de acordo com cada público. Nota-se que os profissionais de cargos operacionais utilizam a ferramenta, em sua maioria, por até 8 horas diárias.

Gráfico 2 - Quanto tempo em média você utiliza o celular durante o dia? (Gestores)



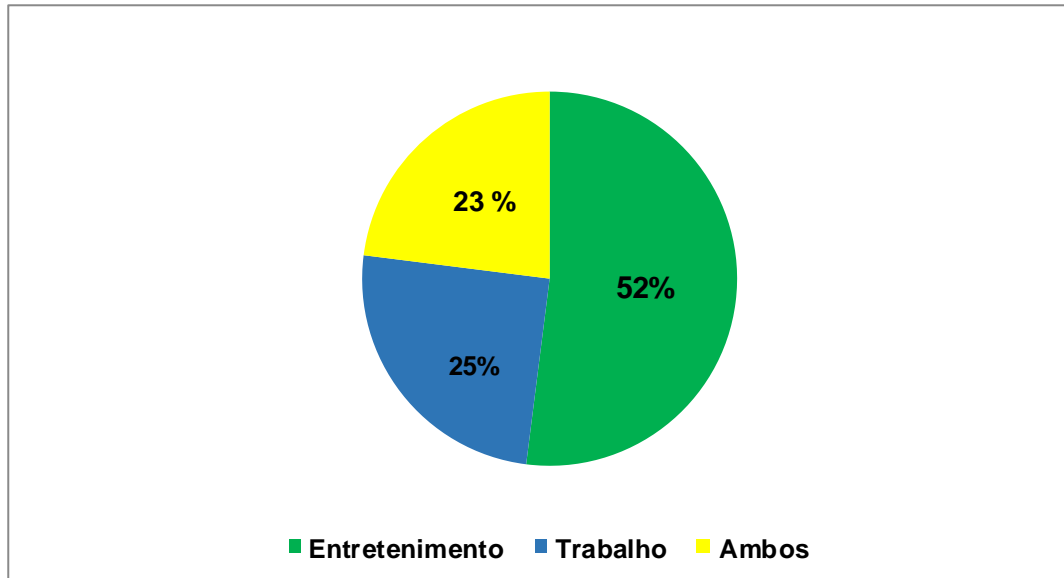
Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/rbws9BrHMCk5XISskuq0dOIlN4ZrM2Usp9V9ekj_2B0iECiwHL5eyVbJ7iDUXBgxal

Observa-se que os profissionais em cargos de gestão utilizam a ferramenta por períodos de tempo maiores que os demais profissionais, concentrando a utilização por intervalos superiores a 8 horas, com indicação de tal necessidade devido à crescente demanda de trabalho e possibilidade de agilidade nas atividades do dia a dia. O equilíbrio entre o uso

para entretenimento em comparação ao uso para o trabalho é contínuo e veloz como indica os resultados do gráfico 3 que mostra as principais finalidades da aplicação do equipamento:

Gráfico 3 - Você utiliza o Smartphone principalmente para o trabalho ou entretenimento?



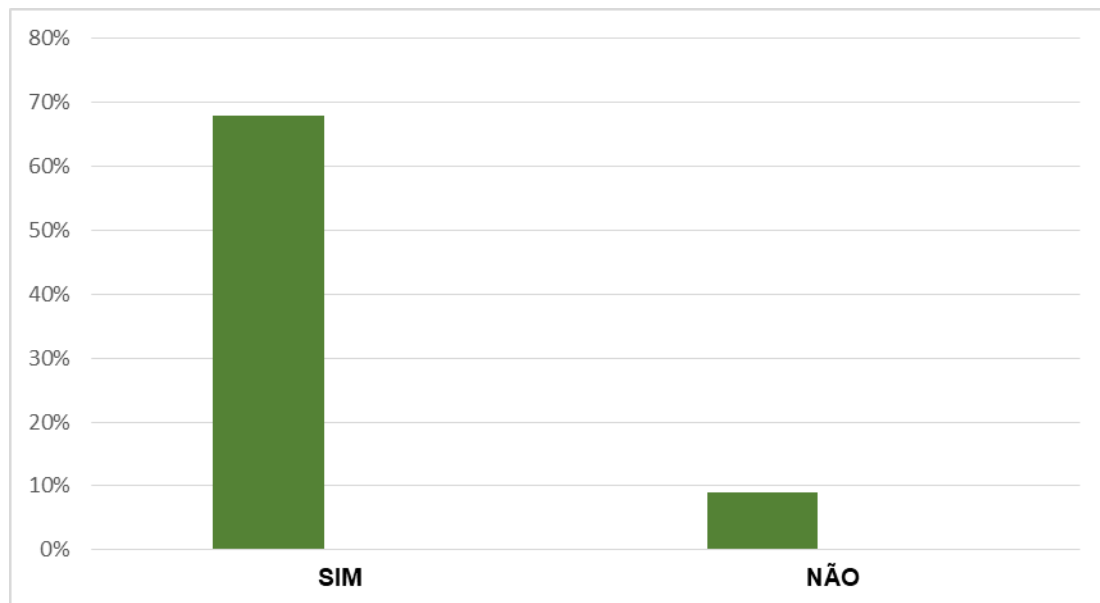
Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/rbws9BrHMCK5XISskuq0dOIIN4ZrM2Usp9V9ekj_2B0iECIwHL5eyVbJ7iDUXBgxaI

As respostas reforçam a tese de CHIAVENATO (2005) sobre a importância da consideração das variáveis e necessidades individuais que influenciam a relação pessoa e trabalho, relação altamente motivada pelo uso do celular e aplicações que facilitam as tarefas e comunicação.

A pergunta representada pelo gráfico 4 teve como intuito entender a quantidade de pessoas, de cargos operacionais, que assumem a utilização do celular durante o horário de trabalho.

Gráfico 4 - Você utiliza seu aparelho celular durante o horário de trabalho?



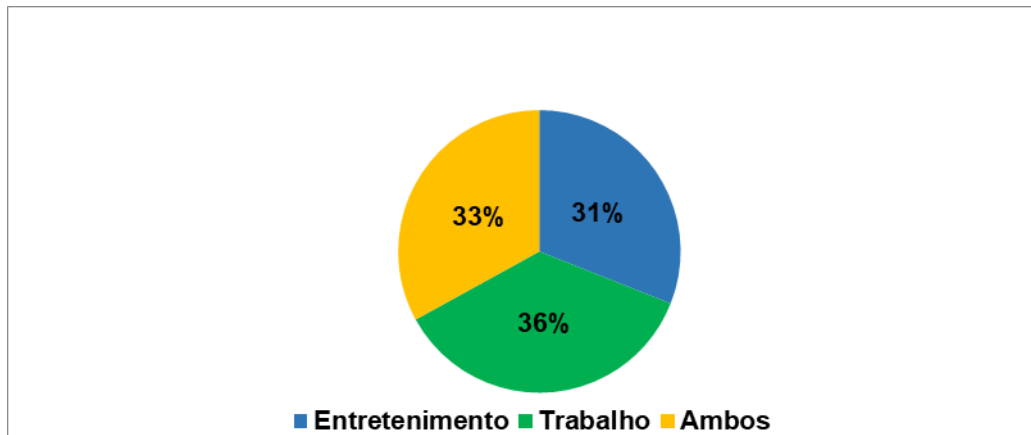
Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/FVWTn2HfecA2m0nw_2BrA4C_2B6iA1Zh1UVPnk7kQ55TBnoMzyVouvBzVQPb9IP597E

Os dados demonstram que, a maioria dos trabalhadores, relevantes 68% dos respondentes, afirmaram que utilizam o celular durante o horário de trabalho, o que representa o essencial aumento da interação e evolução tecnológica demandada pelo mercado, como afirmam COSTA, VIEIRA E RODRIGUES (2010). O resultado porém, pode sugerir também, que este grupo apresenta maior dispersão no trabalho, como argumenta KOKAY (2011) em sua publicação baseada em pesquisa internacional relacionando o uso intenso do celular e da internet no trabalho à diminuição da produtividade (disponível em [http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common\[...\]](http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common[...])) e igualmente CAPELLOZZA, MORAES e MUNIZ (2017) que expõe que o uso excessivo das tecnologias pode representar baixo rendimento e dispersão no trabalho, uma vez que o referido grupo respondeu anteriormente que faz o uso do aparelho na maior parte do tempo para o entretenimento.

Em direção oposta, os indivíduos em cargos de chefia acreditam no equilíbrio saudável do emprego do smartphone por seus liderados entre trabalho e entretenimento, como mostra o gráfico 5:

Gráfico 5 - Você acredita que sua equipe utiliza o smartphone principalmente para o trabalho ou para entretenimento?

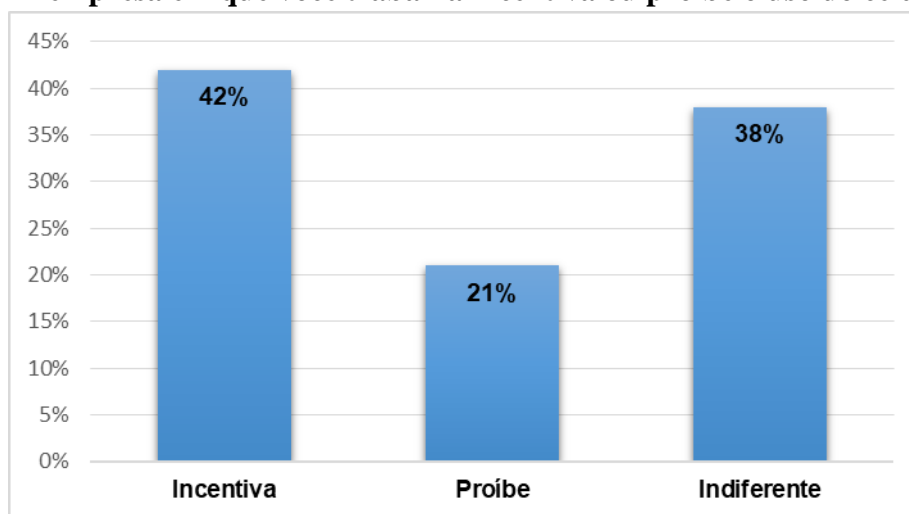


Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/rbws9BrHMCk5XISskuq0dOIIN4ZrM2Usp9V9ekj_2B0iECIwHL5eyVbJ7iDUXBgaI

MARCHIORI (2017) defende a interação humana em ambientes complexos como os organizacionais, assim, procurando entender o direcionamento adotado pelas organizações, os participantes responderam sobre a percepção da relação empresas X tecnologias que sugeriu tendência ao incentivo ao uso do celular frente à indiferença de algumas instituições com o tema, como detalha os gráficos 6 e 7:

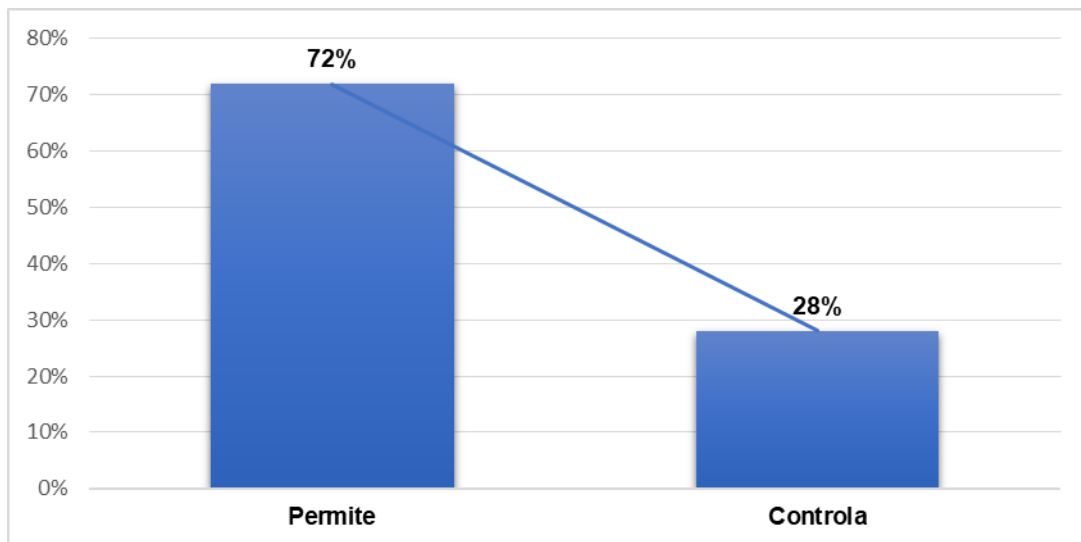
Gráfico 6 - A empresa em que você trabalha incentiva ou proíbe o uso do celular?



Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/FVWTn2HfecA2m0nw_2BrA4C_2B6iA1Zh1UVPnk7kQ55TBnoMzyVouvBzVQPb9IP597E

Gráfico 7 - Você permite o uso do celular por sua equipe ou precisa controlar?



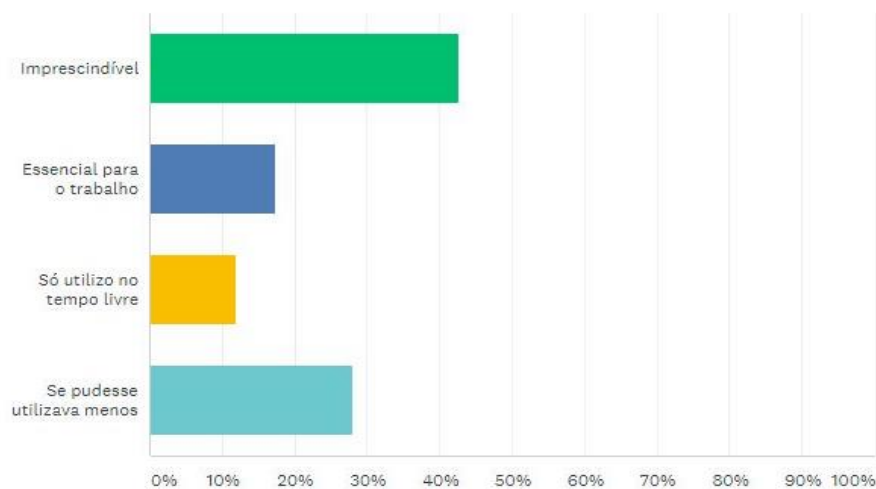
Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/rbws9BrHMCK5XISskuq0dOIIN4ZrM2Usp9V9ekj_2B0iECIwHL5eyVbJ7iDUXBgxaI

Resultados importantes e que representam progresso, pois como defende ROBBINS (2005) as empresas e gestores que se adequem às novas necessidades e particularidades dos indivíduos terão maior facilidade em atrair bons profissionais e trilhar um bom caminho pelas facilidades promovidas pela tecnologia.

Na análise da importância atrelada ao smartphone, os gráficos 8 e 9, apresentam interessante observação, onde para os trabalhadores o celular é visto por 42% dos entrevistados como imprescindível, enquanto a visão para os gestores é de que a ferramenta é essencial para o trabalho (49%).

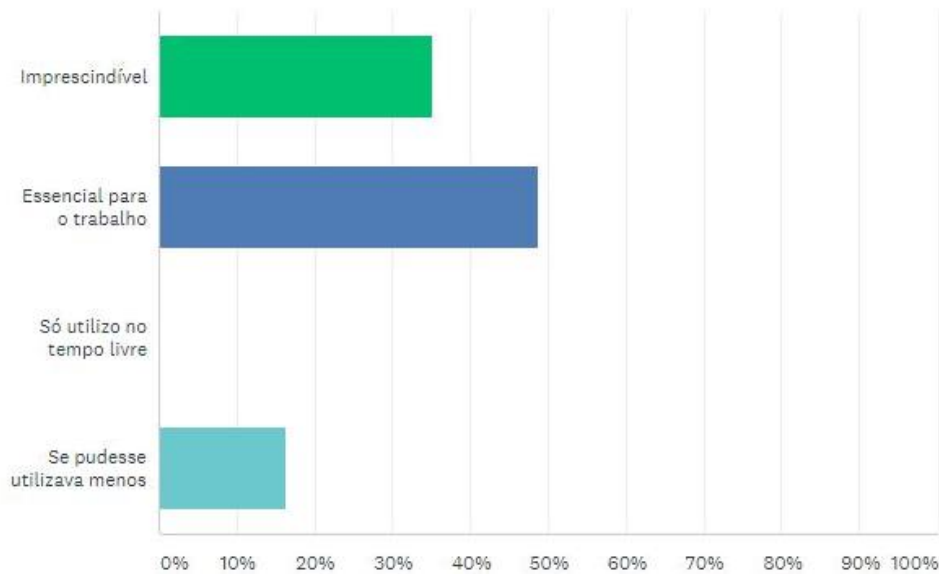
Gráfico 8 – Qual o nível de importância do celular para você como funcionário?



Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/FVWTn2HfecA2m0nw_2BrA4C_2B6iA1Zh1UVPnkv7kQ55TBnoMzyVouvBzVQPb9IP597E

Gráfico 9 – Qual o nível de importância do celular para você como gestor?

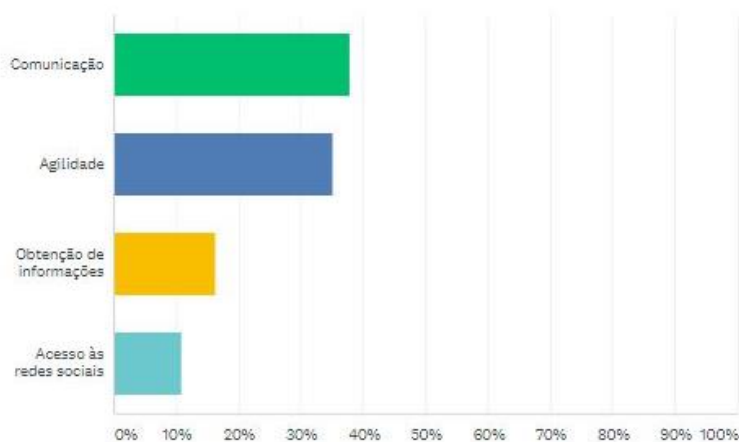


Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/rbws9BrHMCk5XISskuq0dOIIN4ZrM2Usp9V9ekj_2B0iECIwHL5eyVbJ7iDUXBgxal

Há uma notável convergência de opiniões entre os grupos quanto a finalidade do celular, apresentada como, predominantemente, voltada para a comunicação, tanto na percepção dos administradores quanto para os subordinados, informação representada pelos gráficos 10 e 11. Contudo, apesar da assimilação de ambos e do significativo ganho em termos de comunicação, há hoje nas instituições um maior monitoramento da utilização para fins pessoais uma vez que pode causar impactos na eficiência e qualidade desejada pelas empresas (MOTA et al., 2017).

Gráfico 10 – Qual a sua percepção sobre a principal finalidade do celular para os empregados?

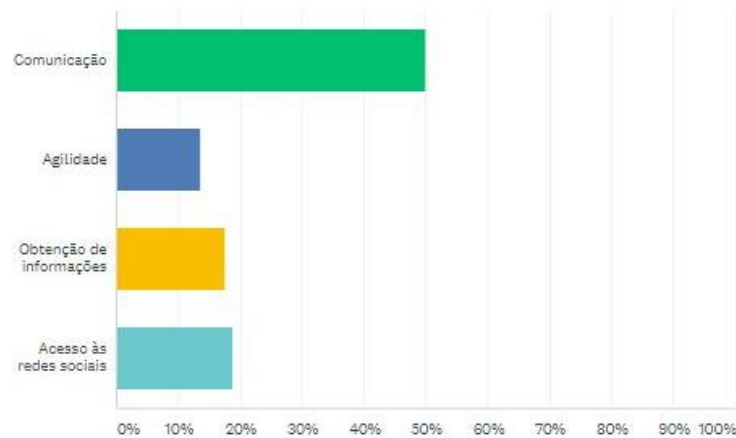


Fonte

: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/rbws9BrHMCk5XISskuq0dOIIN4ZrM2Usp9V9ekj_2B0iECIwHL5eyVbJ7iDUXBgxaI

Gráfico 11 – Para você, qual a principal finalidade do uso celular diariamente?



Fonte: Dados da pesquisa

https://pt.surveymonkey.com/analyze/FVWTn2HfecA2m0nw_2BrA4C_2B6iA1Zh1UVPnk7kQ55TBnoMzyVouvBzVQPb9IP597E

As perguntas finais foram relacionadas aos benefícios percebidos e entendimento da influência do celular na produtividade. Alguns comentários livres e pontos de vista transcritos abaixo ajudam a ratificar respostas, arbítrios e questionamentos anteriores quanto a importância do celular e suas especificidades:

➔ 72% dos empregados acham que o celular não os torna menos produtivo no trabalho.

Como ele ajuda?

“Otimiza meu tempo para resolver alguns problemas na minha rotina, comunicação, troca de informação corporativa de forma compartilhada, facilidade para pagar contas com uso de app, entre outros.”

“Na comunicação rápida em caso de resolução de problemas e obtenção de informações urgentes.”

➔ 54% dos gestores acreditam que o celular não atrapalha o rendimento de seus colaboradores, entretanto, as opiniões são equilibradas. Como ajuda no rendimento?

“O uso do celular agiliza muito nossas negociações, principalmente com o uso do WhatsApp.”

“Ajuda, pois tenho acesso a mais clientes. Por outro lado, prejudica, porque o funcionário trabalha e se distrai do trabalho ao mesmo tempo.”

4. Considerações Finais

O estudo contribuiu de forma significativa para ratificar a particularidade de cada profissional e organização de acordo com influências externas, valores e direcionamento estratégico. O objetivo maior do artigo foi a análise do ambiente da eficiência dos

profissionais em relação ao crescente uso das tecnologias que foi alcançado parcialmente devido à necessidade de uma observação mais detalhada e prolongada.

Os resultados obtidos permitem dizer que a influência do celular é grande e que traz resultados diferentes dependendo das características de cada organização. Se ela é tradicional e ainda apresenta resistência à natural aplicação da tecnologia terá maior dificuldade em se diferenciar e ganhar mercado em um mundo tão conectado e competitivo. Em contrapartida, os novos modelos de empresas que já nasceram na era digital e/ou que se adaptaram de forma mais rápida, já colhem frutos e resultados através da agilidade na comunicação e atendimento, além do alcance de novos consumidores em uma nova plataforma.

Observa-se que muitas empresas ainda não se posicionam ou comunicam com seus colaboradores de forma clara sobre as tecnologias, regras e os bons resultados que podem produzir. Sendo assim, a compreensão da importância da modernização e fundamental abordagem dos smartphones como facilitador da comunicação fica prejudicada nas entidades que insistem em ignorar o tema.

A transformação digital é ininterrupta. Dessarte, atrelar as vantagens do acesso rápido a muitas informações e, ao mesmo tempo adotar a cautela necessária para fugir dos exageros e reflexos negativos tornou-se então, um desafio tanto para as instituições quanto para os profissionais. Portanto, o aprendizado alcançado pela pesquisa seguirá favorecendo o entendimento de que o equilíbrio exigido pelas pessoas entre a vida pessoal e profissional, em qualquer ramo de atividade, é também influenciado pelas tecnologias e pelo celular. Além disso, o produto deste artigo poderá permitir a redução de divergências e conflitos internos, proporcionando o desenvolvimento de profissionais multitarefas e ampliação dos níveis de engajamento, disciplina das equipes e produtividade.

No histórico de evolução Empresas X Mercado X Pessoas vivenciamos cada vez mais a ausência de um comportamento organizacional tradicional, onde os funcionários se tornavam partes integrantes de uma companhia, com fidelidade por vários anos e compromisso com os valores. Para as empresas, vale entender de forma personalizada o que é mais importante para cada profissional, para assim ser mais assertivo em relação às expectativas e necessidades de utilização da tecnologia. E para os indivíduos, a adoção de postura mais convergente com otimização de tempo através da facilidade oferecida pela tecnologia permitirá maior eficiência e satisfação no trabalho. As empresas e profissionais que assim se posicionarem e se encontrarem no mercado, possuem grandes chances de gerar melhores resultados e se tornarem referências no mercado em que atuam, por se adaptarem de

forma mais rápida e eficaz às novas demandas trazidas pelas ferramentas digitais, especialmente pelo celular.

Finalmente, após as constatações, reforça-se como dito, a necessidade de adaptações no ambiente das organizações em Belo Horizonte e por todo o país. Facilmente notamos que os países desenvolvidos e líderes mundiais em negócios apoiam-se em alta tecnologia, por isso será necessário acelerar o processo de digitalização e, ainda, o entendimento dos profissionais, sobretudo os de cargos operacionais, sobre a importância do equilíbrio entre o tempo investido em tecnologia, para o lazer e entretenimento e para o trabalho e produtividade.

Sugere-se, portanto, novos estudos com imersão em organizações específicas e o levantamento de informações e opiniões também classificadas por faixa etária, estudo das gerações e níveis hierárquicos mais detalhados, o que permitirá investigações mais aprofundadas e personalizadas para cada ambiente organizacional, setores de atuação, modelos de negócio e atributos pessoais. Acreditamos que as observações poderão favorecer novas conquistas a partir das conclusões, além de facilitar adaptações que tornem flexibilidade e alto rendimento pontos convergentes, tudo a partir do emprego estratégico da tecnologia para contribuir contínua e ativamente na criação de futuros diferenciais competitivos.

5. Referências

BARROS, Juliana A.M. De. **A Utilização de Meios Eletrônicos no Ambiente de Trabalho:** a colisão entre os direitos à intimidade e à privacidade do empregado e o poder diretivo do empregador. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-graduação da Faculdade de Direito. PUC/MG, 2009.

CAPPELLOZZA, Alexandre; MORAES, Gustavo H.S.M. de; MUNIZ, Leonardo M. **Uso Pessoal das Tecnologias no Trabalho:** Motivadores e Efeitos à Distração Profissional. RAC, Rio de Janeiro, v. 21, n. 5, art. 1, pp. 605-626, 2017.

CASTRO, Luciano T.; NEVES, Marcos F. **Administração de Vendas:** Planejamento, Estratégia e Gestão – 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CASTRO, Cláudio de Moura. **Estrutura e apresentação de publicações científicas**. São Paulo: MC-Graw Hill do Brasil, 1976.

CHAMPY, James; NOHRIA, Nitin; **Avanço Rápido: Melhores Ideias sobre o Gerenciamento de Mudanças nos Negócios**. Havard Business Review Book: Campus, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações** – 3ª.ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações** - 3ª Ed. – Barueri, SP: Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos** – 2ª Edição Compacta – São Paulo: Atlas, 1989.

CORSO, Kathiane B.; FREITAS, Henrique M.R. de; BEHR, Ariel. **Os Paradoxos de Uso da Tecnologia de Informação Móvel: a Percepção de Docentes usuários de Smartphones**. XXXVI Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro/RJ, 2012.

COSTA, Silvia G.; VIEIRA, Leandro; RODRIGUES, Jorge N. **Gestão da Mudança: Explorando o Comportamento Organizacional** – São Paulo: Atlas, 2010.

GASPARINI, Cláudia. **10 Hábitos que estão matando a sua produtividade**. Exame, 2014. Disponível em <https://exame.abril.com.br/carreira/10-habitos-que-estao-matando-a-sua-produtividade/> acesso em: 20 abr. 2018.

JACOBSEM, Alessandra de Linhares. **Implicações do uso da tecnologia de Informação como recurso de inovação no ambiente organizacional**. Dissertação (Doutorado). Departamento de Ciência da Administração/UFSC, 2000.

JORDÃO, Fábio. **História: A evolução do celular**. Portal tecmundo, 2009. Disponível em <https://www.tecmundo.com.br/celular/2140-historia-a-evolucao-do-celular.html> acesso em: 16 junho 2018.

KOCHE, José Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica:** Teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 23ª Ed. - Petrópolis/RJ: Vozes, 2006.

KOKAY, Érika (Pesquisa realizada por David Lavenda). **Uso intenso de internet no trabalho diminui a produtividade.** Revista Galileu, 2011. Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI264709-17770,00-USO+INTENSO+DE+INTERNET+NO+TRABALHO+DIMINUI+A+PRODUTIVIDADE.html> acesso em: 25 abr. 2018;

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de A. **Metodologia do trabalho científico.** 8 Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARCHIORI, Regina Marlene. **Cultura e comunicação organizacional** (livro eletrônico): um olhar estratégico sobre a organização. 1ª Ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2017.

MOTA, Marlton Fontes, MELO, Lilian J.F de; FERREIRA, Evven M.C; SILVA, Saullo Souza. **O Uso das Redes Sociais no Ambiente de Trabalho e as Estratégias da Gestão de Pessoas para a Gestão de Resultados.** Congresso de Gestão, Negócios e Tecnologia da Informação – CONGENTI. UNIT/SE, 2017.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional** – 11ª Ed – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SALEHAN, M., & NEGAHBAN, A. **Social networking on smartphones: when mobile phones become addictive.** Computers in Human Behavior, 29(6), 2632-2639.

SOTO, Eduardo. **Comportamento Organizacional:** O impacto das Emoções – tradução técnica de Pierre Marras. 1º Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

SUTTO, Giovanna. **Celular é item que mais afeta produtividade no trabalho.** Infomoney, 2016. Disponível em <http://www.infomoney.com.br/carreira/emprego/noticia/5278148/celular-item-que-mais-afeta-produtividade-trabalho-veja-lista-dos> acesso em: 20 abr. 2018.

WOOD, Jr., Thomaz. **Mudança organizacional**. São Paulo: Editora Atlas, 2000.