

**CONTRIBUIÇÃO DO MOBILE LEARNING PARA O
TREINAMENTO DE EQUIPES: um estudo de caso em uma
concessionária de motocicletas situada no Noroeste do Estado
do Rio De Janeiro**

**CONTRIBUTION OF MOBILE LEARNING TO TEAM TRAINING: a
case study in a motorcycle dealership located in the northwest
of the State of Rio De Janeiro**

**CONTRIBUCIÓN DEL APRENDIZAJE MÓVIL A LA FORMACIÓN
DE EQUIPOS: un estudio de caso en una concesionaria de
motos situada en el Noroeste del Estado de Río de Janeiro**

Diovan Dutra Peres

*Mestrando em Sistemas Aplicados a Engenharia e
Gestão-Instituto Federal Fluminense (IFF)
Contato: diovan.dutra@gsuite.iff.edu.br*

Tulio de Souza Guimarães

*Instituto Federal Fluminense (IFF)
Contato: guimaraes.tulio@gsuite.iff.edu.br*

Romeu e Silva Neto

*Professor Titular- Instituto Federal Fluminense (IFF)
Contato: romeuesilvaneto@gmail.com*

Victor Tomazinho Bartolazzi

*Doutorando em Cognição e Linguagem-
Universidade Estadual do Norte Fluminense -
UENF
Contato: victorbartolazzi@gmail.com*

RESUMO O advento das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs) impactou no avanço de possibilidades de construção do conhecimento na esfera da educação corporativa. Assim, a compreensão sobre as demandas à volta da educação corporativa, bem como o perfil do aprendiz tornam-se essenciais para o desenvolvimento da força de trabalho. O presente artigo tem como objetivo geral demonstrar a importância do *Mobile Learning* no treinamento da equipe de

colaboradores. Os resultados apontam que apenas 7% dos colaboradores possuem até um ano de empresa, 72% possuem o segundo grau completo, 81% “concordam totalmente” com a oferta de capacitação por parte da empresa e 42% dos respondentes “concordam totalmente” coma possibilidade de crescimento dentro da empresa. A pesquisa apontou ainda que o *mobile learning* deve ser encarado como ferramenta de apoio aos treinamentos já existentes da empresa estudada, pois possibilita agilizar processos, aproximar os colaboradores e trazer efetividade à equipe.

Palavras-chave: *mobile learning*; educação corporativa; ensino; aprendizagem.

ABSTRACT The advent of Digital Information and Communication Technologies (TDICs) impacted the advancement of possibilities for building knowledge in the sphere of corporate education. Thus, understanding the demands around corporate education, as well as the profile of the learner, become essential for the development of the workforce. This article aims to demonstrate the importance of Mobile Learning in training the team of employees. The results show that only 7% of employees have been with the company for up to one year, 72% have completed high school, 81% "totally agree" with the company's offer of training and 42% of respondents "totally agree" with the possibility growth within the company. The research also pointed out that mobile learning should be seen as a tool to support the existing training of the company studied, as it makes it possible to streamline processes, bring employees together and bring effectiveness to the team.

Keywords: mobile learning; corporative education; teaching; learning.

RESUMEN El advenimiento de las Tecnologías Digitales de la Información y la Comunicación (TDIC) impactó en el avance de las posibilidades de construcción de conocimiento en el ámbito de la educación empresarial. Por lo tanto, comprender las demandas en torno a la educación corporativa, así como el perfil del aprendiz, se vuelven esenciales para el desarrollo de la fuerza laboral. Este artículo tiene como objetivo demostrar la importancia del Mobile Learning en la formación del equipo de empleados. Los resultados muestran que solo el 7% de los empleados tiene hasta un año en la empresa, el 72% tiene estudios secundarios completos, el 81% está "totalmente de acuerdo" con la oferta de capacitación de la empresa y el 42% de los encuestados está "totalmente de acuerdo" con la posibilidad de crecimiento dentro de la empresa. La investigación también señaló que el aprendizaje móvil debe ser visto como una herramienta de apoyo a la formación existente de la empresa estudiada, ya que permite agilizar los procesos, acercar a los empleados y traer eficacia al equipo.

Palabras clave: aprendizaje móvil; educación corporativa; enseñando; aprendizaje.

Introdução

O surgimento de novas Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs), como *smartphones*, *big data*, inteligência artificial,

robótica, *Internet of Things* (IoT) entre outras, proporcionaram expansão das possibilidades de diferentes abordagens na relação ensino e aprendizagem, inclusive na educação corporativa. Diversas tecnologias têm despontado na contribuição para essa evolução, permitindo-se entrever que a formação educacional e profissional atual, deve considerar que o aluno ou colaborador de uma organização tenha o domínio no uso de recursos e processos tecnológicos como pré-requisito, promovendo ao mesmo tempo, competências e habilidades que são necessárias atualmente tais como: criatividade, inovação e autonomia (SILVA, Sobrinho, & Valentim, 2020). Essas características são premissas para uma nova era da educação, conhecida como Educação 4.0 (COSKUN, Kayıkcı, & Gençay, 2019).

Neste contexto, exige-se que as empresas invistam na formação de suas equipes onde haja incorporação de tecnologias que fomentem e auxiliem seus processos. Sendo o objeto do presente estudo a área de treinamento organizacional, faz-se necessário o alinhamento das ações desta frente, permeado pelo crivo imposto pelas tecnologias, sabendo-se que esta se evidencia como uma aliada imprescindível.

Entender como é o cenário existente, como se comportam os atores que fazem parte deste processo, quais são suas demandas e dificuldades, torna-se fundamental. Mediante isso faz-se necessário lançar mão de ferramentas que tragam subsídios para clara observação dos ambientes tanto interno quanto externo à organização. A pesquisa de clima visando captar o sentimento e percepção do colaborador, a pesquisa direcionada buscando informações específicas e a análise SWOT se tornam ferramentas fundamentais para se extrair dados, informações e potencializar a tomada de decisões estratégicas organizacionais.

Busca-se modernização dos treinamentos formais que hoje são vistos por muitos como obsoletos, exaustivos e dispendiosos. Há pujança de novas formas de transmissão de informações que sejam capazes de gerar conhecimentos específicos mais rápidos, reutilizáveis, de fácil acesso e a baixo custo financeiro. Novas técnicas atreladas aos treinamentos formais tendem de forma colaborativa mirar nos objetivos organizacionais assertivamente.

A tecnologia de informação contemplada no sistema *Mobile Learning* torna-se assertiva e propícia para efetiva transmissão e assimilação de conteúdos pelos colaboradores da concessionária. A dinâmica de trabalho da organização em questão obriga alinhamento paralelo entre teoria e prática, novos funcionários precisam se apropriar da cultura empresarial pré-existente, suas normas, práticas comuns, obrigações e direitos, já os colaboradores experientes, carecem de reciclagem, de aprimoramento de habilidades, aprofundamento de conteúdos específicos, desenvolvimento de novas técnicas de trabalho, de acompanhamento na busca por crescimento e evolução contínuas, alinhadas às necessidades e aspirações pessoais e organizacionais.

O presente artigo tem como objetivo geral demonstrar a importância do *Mobile Learning* no treinamento da equipe de colaboradores. Para alcançar o objetivo geral, este estudo possui como objetivos específicos:

- 1) Apresentar o conceito do *mobile learning* e sua aplicação na Educação Corporativa;
- 2) Identificar diferentes práticas para o desenvolvimento do trabalho na Educação corporativa;
- 3) Conhecer as opiniões e expectativas dos colaboradores sobre a utilização do *mobile learning* para o treinamento da força de trabalho e do clima organizacional no qual está inserido;
- 4) Avaliar possibilidade de adequação e ajuste a rotina de treinamentos atual da organização, adicionando a metodologia *mobile* como fator agregador.

O presente artigo envolve a esfera educacional no ambiente corporativo, no campo do treinamento e desenvolvimento da força de trabalho em uma concessionária de motocicletas situada no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro. No que tange sua classificação por objetivos, esta pesquisa caracteriza-se como exploratório descritiva. Quanto aos procedimentos, classifica-se como bibliográfica para construção do material teórico e de estudo de caso. A partir deste referencial teórico, foi criado um questionário com 20 itens (Apêndice A) e

aplicado aos 43 colaboradores da empresa nos dias 04 e 05 de Novembro de 2021 através da ferramenta *Google Forms*.

Propôs-se ainda a elaboração de um estudo de caso que contenha avaliação das modalidades de ensino/treinamento presentes na organização, necessidades de adaptação e evolução sob o prisma tecnológico mediante a observação das respostas ao questionário e observação em loco. Quanto a sua natureza caracteriza-se como aplicada, pois é focada em uma área de conhecimento específica em um cenário real de aplicabilidade.

Para elaboração da análise mercadológica estratégica, utilizou-se como referências no desenvolvimento da matriz SWOT, os trabalhos de Dantas e Melo (2008), Medeiros *et al.* (2010), Banzato *et al.* (2012), Medeiros (2015), SEBRAE (2015) e Nogueira e Silva (2017), com foco no estabelecimento de melhorias, oportunidades e ameaças percebidas, assim como a análise SWOT cruzada, na criação de ligações entre os quadrantes da ferramenta buscando determinar as estratégias e possíveis ações de melhorias para o cenário analisado.

1 REVISÃO DA LITERATURA

1.1- Educação Corporativa

Data-se no final do século XX o surgimento da ideia de educação corporativa no Brasil, vista como sendo a junção coordenada de gestão de pessoas e de gestão do conhecimento, como um trabalho em andamento, otimizando as estratégias organizacionais para o desenvolvimento educacional de seus colaboradores, fornecedores e clientes, com a ampliação das competências individuais e organizacionais de capacitação (MEISTER, 1999, apud BECKER 2019).

A evolução em novos tempos, variadas formas de aprender e de transmitir ensinamentos, a valorização do conhecimento e de como estimulá-lo, necessidade constante de inovação das formas de ensino, tem-se hoje em dia, para aqueles que querem se manter ativos no mercado de trabalho, carência por aprendizagem contínua. Despertar no colaborador desejo de aprender requer envolvimento emocional, de acordo com Alexander e Beatty (2008, apud SILVA,

2014, p.51) “o envolvimento emocional de um estudante aumenta conforme o entretenimento, e assim ocorre a variação de estímulos, o que ajuda o estudante a reter novos conhecimentos”.

A atual sociedade se vê impelida a evoluir numa constante adaptação às mudanças, tanto mais em tempos de pandemia, (COUTO, 2020) onde ocorreu rápido crescimento do uso da tecnologia. Da mesma maneira as empresas são dirigidas a se adaptarem no fornecimento de informações, visando colher ações concretas e efetivas de seus colaboradores. Neste contexto para se educar faz-se necessário que estejam presentes neste processo formas inovadoras de experiências pessoais e coletivas.

Dentro das empresas todos os setores evoluíram, muitas mudanças ocorreram inclusive no setor de Treinamento e Desenvolvimento, braço da área de recursos humanos. Treinamento é visto como sendo um processo educacional através do qual as pessoas aprendem conhecimentos, habilidades e atitudes para desempenho de seus cargos e adquirirem novas competências. (CHIAVENATO, 2020). Treinamento para qualificação em algumas funções é visto como ultrapassado, nota-se a necessidade de investir no desenvolvimento dos perfis, focando em transformar a maneira de agir e pensar dos seres humanos dos quadros funcionais. O diferencial é a valorização do capital humano na gestão do conhecimento e gestão de competências, para se atingir vantagem competitiva no mercado de trabalho. (ESTEVES; MEIRIÑO, 2015).

Educação é necessária e benéfica aos colaboradores, Mincer (1958, apud MORAIS) identificou em seus estudos, que o indivíduo, ao investir um tempo maior com sua formação, tende a ter maiores ganhos salariais no futuro, além de alcançar seus objetivos com períodos de tempo menores. Na mesma linha de pensamento, Lizote *et al.*, (2017, apud MORAIS) citam que uma organização agrega valor a seu ativo intangível (capital humano) ao lhe propiciar aquisição de conhecimento e sua aplicação prática, pois proporciona ganhos expressivos ao desempenho organizacional.

1.2 Aprendizagem Mediada Por Tecnologias

A aprendizagem mediada pelas tecnologias eletrônicas tem deixado de ser uma tendência e torna-se uma realidade segundo pesquisa realizada em 2016 pela Fundação Lemann, 12 milhões de brasileiros usam recursos tecnológicos eletrônicos nas suas práticas de estudo. Desta forma a tecnologia pode ampliar as ações educativas, trazendo o aspecto da aprendizagem na rotina dos indivíduos. Inúmeras são as estratégias educacionais da educação corporativa, como as 7 elencadas em matéria Dotgroup (2019), dentre as quais o *mobile learning*, vista como ofertante de maior flexibilidade no aprendizado, maior engajamento profissional e menos custos para a capacitação dos colaboradores.

As tecnologias de informação associadas ao treinamento e desenvolvimento apresentam uma nova realidade:

Nesta perspectiva, as tecnologias constituem tanto um meio fundamental de acesso à informação (Internet, bases de dados) como um instrumento de transformação da informação e de produção de nova informação (seja ela expressa através de texto, imagem, som, dados, modelos matemáticos ou documentos multimídia e hipermídia). Mas as TDICs constituem ainda um meio de comunicação à distância e uma ferramenta para o trabalho colaborativo (permitindo o envio de mensagens, documentos, vídeos e software entre quaisquer dois pontos do globo- aluno e professor.). Em vez de dispensarem a interação social entre os seres humanos, estas tecnologias possibilitam o desenvolvimento de novas formas de interação, potenciando desse modo a construção de novas identidades pessoais (MORAIS, *et al.*, 2018, p.4).

As tecnologias de informação facilitam o processo de ensino-aprendizagem, e além disso possibilitam a interação em comunidades virtuais dentro e fora da organização, gerando redes de aprendizagem/relacionamento profissional, “que atuam de forma eficiente e produz mudanças, tanto em relação ao uso da informação, quanto em relação à construção de conhecimento, seja individual ou coletivo” (MOLINA, 2008, apud SOUZA 2020, p.20).

1.3 E-learning e Mobile Learning

O *E-learning* apresenta-se como um ambiente virtual de aprendizagem com a função de dar suporte a cursos presenciais ou também administrar formações realizadas *on-line* Neto Eduardo, (2020). Ainda de acordo com o mesmo autor, é uma forma de educação a distância que emprega recursos audiovisuais e computacionais. Quando se trata da esfera corporativa esta modalidade de educação objetiva capacitar empregados e parceiros.

Abre-se o leque para os estudos sobre o uso das tecnologias na área de treinamento das empresas Abbad *et al.*, (2019) salientam que a tecnologia é uma aliada nas ações de educação corporativa ao passo que abarcam soluções para o ensino ao alcance de um grande número de empregados, mesmo que dispersos geograficamente, permitindo interação entre os participantes a qualquer momento, otimizando diversos custos (deslocamento, material, salas, entre outros) e flexibiliza o estudo em relação ao tempo e a locomoção dos participantes e instrutores (ABBAD *et al.*, 2010, apud BECKER 2019).

M-learning – mobile learning ou aprendizado móvel, de acordo com a FIA (2021), é uma metodologia de ensino, que utiliza dispositivos móveis para facilitar treinamentos, interações, e capacitações de diversos tipos. *Mobile learning* tem seu emprego na utilização de ferramentas digitais móveis tais como os *tablets*, *laptops*, celulares e *smartphones*, como instrumento mediador das práticas e atividades de ensino.

2- Estudo de Caso

A concessionária Moto Way, representante da gigante japonesa Honda, localizada em Itaperuna, noroeste do Estado do Rio de Janeiro, tem seu marco inaugural datado em julho de 1994. A liderança de mercado da marca Honda no segmento de motocicletas, com participação de cerca de 80%, é o combustível que impulsiona e motiva esta empresa a buscar a excelência na comercialização de motocicletas e peças e na prestação de serviços, visando a satisfação plena do cliente.

A Moto Way inaugurou no dia 30 de março de 2015 a sua nova sede em Itaperuna – RJ e possui filiais na mesma cidade, no bairro Aeroporto e nas cidades de Bom Jesus do Itabapoana e Natividade, região noroeste do Estado do Rio de Janeiro.

A Concessionária faz parte do quadro de elite de concessionárias da marca Honda e figura-se entre as melhores do país, pois sua oficina desde o ano de 2004 tem recebido a premiação “4 asas”, que é concedida às concessionárias que atendem ao exigente padrão de qualidade de serviços da marca.

A Missão estabelecida pela Moto Way é a comercialização de produtos e serviços Honda com qualidade e segurança, e a prestação de atendimento que encante o Cliente, e sua Visão é ser referência nacional na comercialização de produtos e serviços Honda com excelência e qualidade, tal marca já conquistada.

Para entender melhor o funcionamento e as características culturais da empresa, nota-se que seu maior patrimônio percebido envolve o seu quadro de colaboradores, pois alguns o compõem desde o início de suas atividades em 1994, outros anteriores a esta data, pois já integravam o quadro de colaboradores da antiga concessionária e seguiram após as novas configurações e direção, conforme apresentado na figura 1.

Figura 1: Tempo de atividade profissional na empresa



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

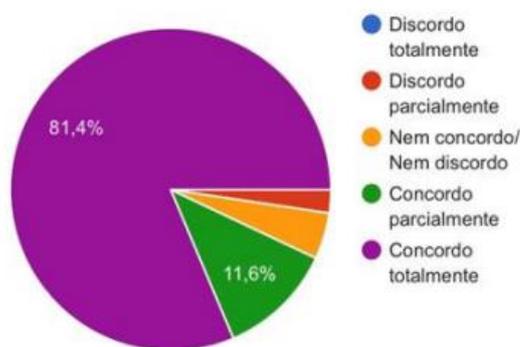
Pode-se observar um baixo índice de rotatividade de colaboradores na unidade de negócios pesquisa, pois apenas 7% dos respondentes fazem parte

do quadro de colaboradores da empresa há “menos de 1 ano”, 25,6% estão na empresa “entre 05 e 10 anos”, 48,8% entre “1 e 5 anos” e 18,6% há mais de 10 anos.

Outro apontamento que a pesquisa apresentou, está relacionado a escolaridade dos 43 respondentes, onde 72% possuem o segundo grau completo, 9% possuem o ensino superior completo, 16% o ensino superior incompleto e 3% possuem o segundo grau incompleto. Na empresa não há em seu regimento obrigatoriedade no que envolve a formação acadêmica para ocupação de cargos ou funções, porém, exige-se qualificação profissional devida ao cargo ocupado. Os setores de vendas e pós vendas possuem plataformas de ensino exclusivas, como a Academia de Vendas Honda e para o pós vendas, o LMS Konviva, ambos criados pela Honda e com foco no desenvolvimento de habilidades específicas por função.

A figura 2 apresenta as informações sobre as ofertas de treinamentos para execução das atividades na concessionária.

Figura 2: Oferta de treinamentos

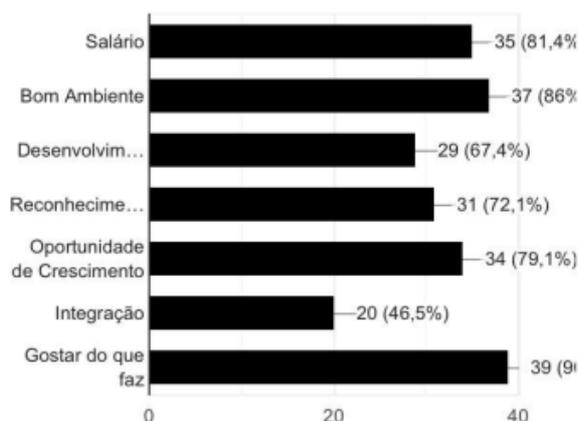


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Essa satisfação considerada pela maioria se deve a variedade de formas de treinamentos ofertadas. Utiliza-se desde metodologia padrão de treinamento, como o tradicional com sala de aula e professor regular, palestras instrucionais, *workshops*, cursos presenciais ofertados pela fábrica em suas unidades de treinamento em Sumaré/ SP e em Recife/PE e após o advento da pandemia com destaque especial os treinamentos síncronos e a distância (EaD).

A empresa preocupa-se com a questão do treinamento contínuo tanto para desenvolvimento dos colaboradores quanto para continuidade de oferta de serviços de qualidade. Neste sentido, a figura 3 traz o fator motivador para permanência em um emprego, de acordo com os respondentes.

Figura 3: Fatores importantes para permanência



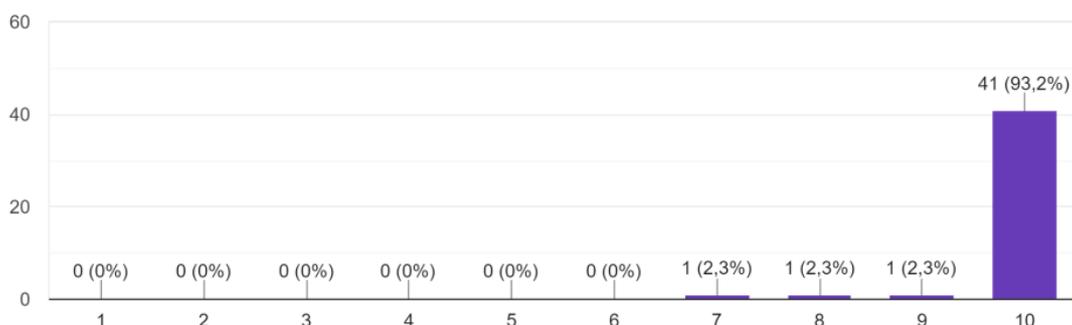
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Nota-se, que para 86% dos respondentes, um “bom ambiente” é um fator importante, para 81% é ter “bom salário”, o importante para 79% é ter “oportunidade de crescimento” e para 72% é “ter reconhecimento”. “Gostar do que que faz” destacou-se como grau de importância para 90% dos respondentes e 46% julgaram a “integração” como importante.

Um dos fatores que reforçam a eficácia do treinamento e o método de condução por parte da empresa, é o entendimento da equipe sobre suas atribuições e responsabilidades, nesse aspecto, 97,7% dos respondentes afirmam saber sua posição e sua entrega esperada.

Nesta sequência, quando perguntados se a empresa proporciona possibilidades de crescimento, promoções e desenvolvimento de carreira, a pesquisa apontou um somatório de 86% entre os respondentes que “concordam totalmente” e os que “concordam parcialmente”.

Observa-se ainda, a importância do treinamento como um ponto em comum para a maior parte dos colaboradores, conforme apresentado na figura 4.

Figura 4: Importância do treinamento


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Em uma escala de 01 a 10, onde 01 representa o menor grau de importância e 10 o maior grau de importância sobre o treinamento, a pesquisa apontou que 93% dos respondentes afirmam que o treinamento dentro da empresa é “muito importante”.

Em verificação à importância da metodologia de ensino *Mobile*, 95% dos respondentes entendem que a metodologia é importante e positiva. Este indicador aponta a possibilidade de novas configurações e metodologias de aprendizagem continuada por intermédio dos dispositivos móveis.

2.1 Análise SWOT

Por conta dos inúmeros processos e pela competitividade percebida, as empresas se veem obrigadas a buscar enfoques sistêmicos para melhor entendimento da multiplicidade e das interdependências das causas variáveis dos problemas complexos, visando organizar soluções para estes, passando do cenário macro para micro, buscando focar nos processos tanto externos, quanto internos, dividindo as instituições em setores e criando as funções empresariais, para através dessa divisão e avaliação, criar-se o enfoque efetivo para as necessidades.

Em termos amplos, o conceito por trás da matriz SWOT é que toda e qualquer empresa ou organização pode e deve analisar tanto seu ambiente interno quanto externo, visando manter-se viva e atenta a mudanças de cenários positivos e negativos. Desenvolvida por Kenneth Andrews e Roland Cristensen, professores da Harvard Business School, e conseqüentemente referenciada por vários pesquisadores e estudiosos, a metodologia SWOT analisa o potencial competitivo organizacional em seu cenário de atuação parametrizada em quatro indicadores de desempenho: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças). A partir destes indicadores, é possível realizar uma análise dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças relacionados à competitividade do negócio. Assim, estes pontos estão em conformidade com os fatores críticos de sucesso com objetivo de visualizar os nichos de oportunidades (RODRIGUES, et al., 2005).

Assim, no cenário que se encontra inserido o problema em questão - contribuição do *mobile learning* para o treinamento da força de trabalho - optou-se por esta ferramenta tendo em vista que figura entre as melhores para entendimento da atual situação das organizações, fornecendo condições de melhor visualização e diminuição de incertezas futuras tanto internas quanto externas. Traz consigo subsídios para elaboração de planejamento estratégico que seja adequado aos objetivos organizacionais e além disso contribua para a tomada de decisões.

A partir dos dados da pesquisa, optou-se pela elaboração da análise SWOT referente à concessionária pesquisada, conforme apresentado na figura 5.



Figura 5 - Importância do treinamento - elaborado pelos autores.

Cruzamento SWOT:

Estratégia Ofensiva: Forças x Oportunidades

Ação: Proporcionar a equipe acesso a treinamentos, feiras de conhecimentos, workshops, visando aumentar ainda mais o potencial individual e coletivo.

Estratégia de Confronto: Forças x Ameças

Ação: Parceria com escolas de informática especializadas em treinamento focado em vendas e marketing para equipe de vendas.

Estratégia de Reforço: Fraquezas x Oportunidades

Ação: Elaborar pesquisa interna com foco em determinar o tempo ocioso por função, visando adequar tempo vago com treinamentos assertivos;

Ação: Adquirir material de trabalho compatível com as novas tecnologias vigentes.

Estratégia de Defesa: Fraquezas x Ameças

Ação: Elaborar plano de treinamento compatível com a carga de trabalho ociosa, visando fortalecer e abastecer o colaborador de conhecimentos a ponto de isso não ser fator gerador de ameaças futuras.

A figura 6 esboça as estratégias ofensivas, de confronto, reforço e defesa com base nas informações levantadas através da análise SWOT.

ESTRATÉGIA OFENSIVA	
FORÇAS	OPORTUNIDADES
* Equipe motivada a aprender; * Gestão focada no treinamento da equipe; * Treinamentos bem elaborados e direcionados;	* Novas tecnologias voltadas ao treinamento; * Rapidez na transmissão de informações e conhecimentos; * Constante evolução perante a concorrência.
ESTRATÉGIA DE CONFRONTO	
FORÇAS	AMEÇAS
* Equipe motivada a aprender; * Gestão focada no treinamento da equipe; * Treinamentos bem elaborados e direcionados;	* Desatualização pela falta de treinamentos e reciclagem contínuos; * Dificuldade de adaptação às novas tecnologias pelos colaboradores mais antigos; * Avanço muito rápido das informações e consequente alto número de treinamentos.
ESTRATÉGIA DE REFORÇO	
FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES
* Escassez de tempo disponível para os treinamentos; * Diversidade de perfis dos colaboradores; * Dificuldade em planejar ações de treinamento por conta do estrito tempo disponível;	* Novas tecnologias voltadas ao treinamento; * Rapidez na transmissão de informações e conhecimentos; * Constante evolução perante a concorrência.
ESTRATÉGIA DE DEFESA	
FRAQUEZAS	AMEÇAS
* Escassez de tempo disponível para os treinamentos; * Diversidade de perfis dos colaboradores; * Dificuldade em planejar ações de treinamento por conta do estrito tempo disponível;	* Desatualização pela falta de treinamentos e reciclagem contínuos; * Dificuldade de adaptação às novas tecnologias pelos colaboradores mais antigos; * Avanço muito rápido das informações e consequente alto número de treinamentos.
ESTRATÉGIA OFENSIVA	
FORÇAS	OPORTUNIDADES
* Equipe motivada a aprender; * Gestão focada no treinamento da equipe;	* Novas tecnologias voltadas ao treinamento; * Rapidez na transmissão de informações e conhecimentos;

* Treinamentos bem elaborados e direcionados;	* Constante evolução perante a concorrência.
ESTRATÉGIA DE CONFRONTO	
FORÇAS	AMEÇAS
* Equipe motivada a aprender;	* Desatualização pela falta de treinamentos e reciclagem contínuos;
* Gestão focada no treinamento da equipe;	* Dificuldade de adaptação às novas tecnologias pelos colaboradores mais antigos;
* Treinamentos bem elaborados e direcionados;	* Avanço muito rápido das informações e consequente alto número de treinamentos.
ESTRATÉGIA DE REFORÇO	
FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES
* Escassez de tempo disponível para os treinamentos;	* Novas tecnologias voltadas ao treinamento;
* Diversidade de perfis dos colaboradores;	* Rapidez na transmissão de informações e conhecimentos;
* Dificuldade em planejar ações de treinamento por conta do estrito tempo disponível;	* Constante evolução perante a concorrência.
ESTRATÉGIA DE DEFESA	
FRAQUEZAS	AMEÇAS
* Escassez de tempo disponível para os treinamentos;	* Desatualização pela falta de treinamentos e reciclagem contínuos;
* Diversidade de perfis dos colaboradores;	* Dificuldade de adaptação às novas tecnologias pelos colaboradores mais antigos;
* Dificuldade em planejar ações de treinamento por conta do estrito tempo disponível;	* Avanço muito rápido das informações e consequente alto número de treinamentos.

Figura 6 – Análise SWOT Cruzada – elaborado pelos autores.

No íterim desta análise pode-se inferir que as forças desta organização estão muito relacionadas com as premissas de gestão de treinamento, que seriam envolvimento e capacitação constantes visando manutenção do alto padrão de qualidade já conquistado pela equipe ao longo dos anos, atrelado a prática das funções de trabalho. Se torna inviável dissociar a questão do treinamento do alcance das métricas de gestão estratégicas da empresa que são diretamente voltadas para a excelência na comercialização de produtos e serviços Honda com qualidade e segurança, e a prestação de atendimento que encante o cliente. Na mesma medida que se torna impensável o alcance da visão empresarial citada no tópico 5.1 desta pesquisa, sem se ter uma equipe focada e treinada para tal.

3. CONCLUSÃO

Percebeu-se com este artigo que as novas tecnologias de informação digitais, são fundamentais para a contínua evolução da prática de trabalho das organizações, por conta de estas serem possuidoras de ferramentas que trazem agilidade, praticidade, comodidade e competitividade a quem as utilize. Impensável observar empresas que no presente século ainda não se atentaram para essa questão com olhar estratégico, olhar que vise maximização e otimização tanto de processos quanto de recursos. Os resultados apontaram que um baixo índice de rotatividade de colaboradores na unidade de negócios pesquisa, pois apenas 7% dos respondentes fazem parte do quadro de colaboradores da empresa há “menos de 1 ano”, 25,6% estão na empresa “entre 05 e 10 anos”, 48,8% entre “1 e 5 anos” e 18,6% há mais de 10 anos.

A educação corporativa segue em constante mudança e adaptação assim como toda a organização em si, com isso faz-se necessário atenção aos aspectos existentes no ambiente interno e externo da organização, suas forças e fraquezas visando autoconhecimento e as oportunidades e ameaças que possibilitarão visão macro do negócio, possibilidade de adaptação e de antecipação de cenários incertos, nesse aspecto, 97,7% dos respondentes afirmam saber sua posição e sua entrega esperada.

Em verificação à importância da metodologia de ensino *Mobile*, 95% dos respondentes entendem que a metodologia é importante e positiva. Neste cenário o *mobile learning* deve ser encarado como ferramenta de apoio aos treinamentos já existentes e funcionais da empresa estudada, pois confere a esta, possibilidade de agilizar seus processos, aproximar os colaboradores e torná-los mais efetivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAD *et al.*, 2010 - apud BECKER, J. Dissertação: **Mobile learning como suporte de uma modalidade híbrida na educação corporativa** - Curitiba, 2019. Disponível em: https://www.uninter.com/mestrado/wp-content/uploads/2019/09/Vers%C3%A3o-Final_Disserta%C3%A7%C3%A3o_Jaqueline-Becker.pdf . Acesso em 31/05/2022.

ALEXANDER, M.; BEATTY, J. apud. SILVA, S. V., Vasconcelos - **Ambiente Integrado como Apoio ao Ensino da Engenharia de Software** – Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://bitly.com/2GpD4C> . Acesso em 10/12/2021.

ANSOFF, I.; McDONNELL, J.. *Implementing Strategic Management*. New York: Prentice-Hall, 1990.

AS 7 ESTRATÉGIAS DE EDUCAÇÃO MAIS UTILIZADAS EM 2019. Dotgroup, 29 de maio de 2019. Disponível em: <https://dotgroup.com.br/blog/as-7-estrategias-de-educacao-mais-utilizadas-em-2019/> Acesso em: 25/05/2022.

BANZATO, B. M.; FAVERO, J. M.; AROUCA, J. A. C.; CARBONARI, J. H. B. Análise ambiental de unidades de conservação através dos métodos SWOT e GUT: O caso do Parque Estadual Restinga de Bertiooga. **Revista Brasileira de Gestão Ambiental**, v. 6, n. 1, p. 38-49, jan./dez., 2012.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas – O Novo Papel da Gestão do Talento Humano – 5. ed.** São Paulo: Atlas, 2020.

COSKUN, S.; KAYIKCI, Y.; GENÇAY, E. (2019). **Adapting engineering education to industry 4.0 vision. *Technologies***, 7(1), 10. Disponível em: <https://bit.ly/2RZ7Qz4>. Acesso em: 31/05/2022.

COUTO, BOSCO. **A necessidade de se adaptar**. Diário do Noroeste, 2020. <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/opinioao/colaboradores/a-necessidade-de-se-adaptar-1.2239871> - Acesso em 10/12/2021.

DANTAS, N. G. S.; MELO, R. S. O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana/PB. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 8, n. 1, p. 118-130, 2008.

ESTEVES, L. P; MEIRIÑO, M. J. **A Educação Corporativa e a Gestão Do Conhecimento**. XI Congresso Nacional De Excelência Em Gestão 13 e 14 de agosto de 2015. Disponível em: https://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_042M.pdf. Acesso em: 29/05/2022.

LEMANN, Fundação. **12 milhões já utilizam tecnologia na educação**. Saiba como ela pode te ajudar. Disponível em: <https://www.provafacilnaweb.com.br/blog/como-a-tecnologia-ajuda-na-educacao/> Acesso em: 31/05/2022.

MEDEIROS, A. W; CUNHA, G. B; OLIVEIRA, T. C; VIEIRA, R. F. C. Análise Swot: a simplicidade como eficiência. *In: XVI Seminário de Pesquisa do CCSA. Rio Grande do Norte, 2010. Anais...* Rio Grande do Norte: UFRN, 2010.

MEISTER, J. C – apud. BECKER, J. Dissertação: **Mobile learning como suporte de uma modalidade híbrida na educação corporativa** - Curitiba, 2019. Disponível em https://www.uninter.com/mestrado/wp-content/uploads/2019/09/Vers%C3%A3o-Final_Disserta%C3%A7%C3%A3o_Jaqueline-Becker.pdf . Acesso em 22/05/2022.

MINCER, J. 1958 / LIZOTE, S.A. *et al.*, 2017 - apud MORAIS, Alline *et al.* **EFICIÊNCIA NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO.** XXII ENGEMA, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/iLIImQ2> . Acesso: 15/12/2021.

MOBILE LEARNING: Conceito, Tendência, Como Funciona e Vantagens. FIA - Fundação Instituto de Administração, 20 de janeiro de 2021. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/mobile-learning/>. Acesso em: 02/05/2022.

MOLINA, L 2008 – apud SOUZA, J. F. Monografia: **Educação Corporativa e as Tics: Análise em uma Grande Empresa** – Curitiba, 2020. Disponível em: https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/24323/1/CT_TCTE_III_2020_27.pdf. Acesso em: 31/05/2022.

MORAIS, B. T., *et al.* **O USO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO TIC'S - COMO FERRAMENTA COLABORATIVA NA APRENDIZAGEM.** CONEDU, 2018. Disponível em https://editorarealize.com.br/editora/anais/conedu/2018/TRABALHO_EV117_MD1_SA19_ID7274_04092018104422.pdf. Acesso em: 07/12/2021.

NETO, EDUARDO, S. **E-learning: o que é, como funciona e como usar no corporativo?** FIA - Fundação Instituto de Administração, 03 de março de 2020. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/e-learning/>. Acesso em: 22/04/2022.

NOGUEIRA, D. H. O. P.; SILVA, R. A. **A Análise SWOT como diagnóstico organizacional no serviço de abastecimento de água e esgoto do município de Benevides - Pará (PA).** *In: CONTECSI – Internacional Conference on Information Systems and Technology Management, 2017. São Paulo. Anais...* SÃO PAULO. *International Conference on Information Systems and Technology Management – BR AIS. 2017.* Disponível em: <http://www.contecsi.tecsi.org/index.php/contecsi/14CONTECSI/paper/view/4716/2956> . Acesso em: 05 de abri. de 2022.

RODRIGUES, Jorge Nascimento; *et al.* 50 Gurus Para o Século XXI. 1. ed. Lisboa: Centro Atlântico.PT, 2005.

SEBRAE. **Planejamento Estratégico: manual do educador.** Brasília: SEBRAE. 2015.

SILVA, D. E.; SOBRINHO, MARIALINA. C.; VALENTIM, N. M. C (2020). **Educação 4.0: um Estudo de Caso com Atividades de Computação Desplugada na Amazônia Brasileira.** *Anais do Computer on the Beach*, 11(1), 141-147.

APÊNDICE A

Pesquisa de Clima Organizacional

Preâmbulo

- Formação:
 - Segundo Grau Incompleto;
 - Segundo Grau Completo;
 - Ensino Superior Incompleto;
 - Ensino Superior Completo.

- Tempo de Empresa:
 - Menos de 01 ano;
 - De 01 a 05 anos;
 - De 05 a 10 anos;
 - Mais de 10 anos.

Questionário

- 1) Me relaciono bem com meu superior?
 - a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.

- 2) Meu superior é honesto e ético na condução dos negócios?
 - a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.

- 3) Meu superior sabe coordenar pessoas e distribuir tarefas adequadamente?
 - a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.

- 4) Tenho liberdade para decidir sem consultar meu superior?
 - a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;

- d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 5) Quando você entra na empresa fazem-no sentir-se bem vindo?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 6) Estou satisfeito com meu trabalho?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 7) Realizo minhas atividades da melhor maneira possível?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 8) Recebo todo o suporte material para realizar minhas tarefas?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 9) Recebo treinamento para realizar minhas tarefas?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 10) As promoções são dadas às pessoas que mais merecem?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 11) A comunicação da empresa beneficia a integração e cooperação entre os setores?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 12) Considero meu atual emprego como um bom emprego?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;

- c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 13) Se eu pudesse trocaria de emprego?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 14) Selecione os fatores que você considera mais importante em um emprego:
- a. Salário
 - b. Bom ambiente
 - c. Desenvolvimento
 - d. Reconhecimento
 - e. Oportunidade de crescimento
 - f. Integração
 - g. Gostar do que faz
- 15) É fácil me aproximar do meu superior e também conversar com ele?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 16) Todos os colaboradores do meu setor são tratados de forma igual?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 17) Tenho orgulho de onde trabalho?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 18) Os benefícios oferecidos pela empresa me atendem?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.
- 19) A maioria dos colaboradores do meu setor são comprometidos com a empresa?
- a. Discordo totalmente;
 - b. Discordo parcialmente;
 - c. Nem concordo/Nem discordo;
 - d. Concordo parcialmente;
 - e. Concordo totalmente.

- 20) A empresa valoriza seus colaboradores?
- Discordo totalmente;
 - Discordo parcialmente;
 - Nem concordo/Nem discordo;
 - Concordo parcialmente;
 - Concordo totalmente.
- 21) Existe um sentimento de equipe por aqui?
- Discordo totalmente;
 - Discordo parcialmente;
 - Nem concordo/Nem discordo;
 - Concordo parcialmente;
 - Concordo totalmente.
- 22) A empresa oferece possibilidade de promoções e desenvolvimento de carreira?
- Discordo totalmente;
 - Discordo parcialmente;
 - Nem concordo/Nem discordo;
 - Concordo parcialmente;
 - Concordo totalmente.
- 23) A liderança do meu superior me inspira?
- Discordo totalmente;
 - Discordo parcialmente;
 - Nem concordo/Nem discordo;
 - Concordo parcialmente;
 - Concordo totalmente.
- 24) Sei claramente quais são minhas atribuições e responsabilidades?
- Discordo totalmente;
 - Discordo parcialmente;
 - Nem concordo/Nem discordo;
 - Concordo parcialmente;
 - Concordo totalmente.
- 25) Numa escala de 0 a 10, qual a importância você dá ao treinamento dentro da empresa?
- () 0 () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 8 () 9 () 10
- 26) Você acha positivo ou negativo a possibilidade de estudar/ser treinado via mobile? Com intermédio de smartphones ou tablets.
- () positivo () negativo