

**HABILIDADES DIGITAIS: UM OLHAR PARA OS MICRO  
EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DO MUNICÍPIO DE TANGARÁ DA SERRA –  
MT**

**ÁREA: EMPREENDEDORISMO**

## RESUMO

Na atualidade os avanços tecnológicos se tornam voláteis, surgindo assim a necessidade dos empresários se transformem e se reinventem no mercado para garantir espaço que se faz cada vez mais competitivo. As habilidades digitais têm como foco facilitar os processos além de se tornar uma tendência a cada ano, pois trazem o processo de inovação e transformação de novas tecnologias. O presente estudo tem como finalidade evidenciar quais as habilidades digitais existentes nos microempreendedores individuais situados no município de Tangará da Serra – MT. Diante dessa problemática o estudo foi realizado via pesquisa quantitativa, bibliográfica, com pesquisa de campo e análise de dados descritiva. O questionário foi respondido por 217 microempreendedores. Os dados apurados proporcionaram uma análise do perfil dos MEIs, demonstraram habilidades digitais diante aos tópicos de: facilidade, comunicação: compartilhamento de conteúdo e pensamento crítico. Evidenciou-se a dificuldade em relação a gerenciamento de informações, criatividade e resoluções de problemas.

**Palavras-Chave:** Competências Digitais, Microempreendedores Individuais, Tecnologias Digitais.

## ABSTRACT

Nowadays, technological advances become volatile, thus arising the need for entrepreneurs to transform and reinvent themselves in the market to guarantee space that becomes increasingly competitive. Digital skills focus on facilitating processes in addition to becoming a trend every year, as they bring the process of innovation and transformation of new technologies. The present study aims to show which digital skills exist in individual micro-entrepreneurs located in the municipality of Tangará da Serra - MT. Faced with this problem, the study was carried out via quantitative, bibliographical research, with field research and descriptive data analysis. The questionnaire was answered by 217 microentrepreneurs. The collected data provided an analysis of the profile of MEIs, demonstrated digital skills on the topics of: ease, communication: content sharing and critical thinking. The difficulty in relation to information management, creativity and problem solving was evidenced.

**Keywords:** Digital Skills, Individual Microentrepreneurs, Digital Technologies.

## 1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico e volatilidade do mercado tem obrigado os empreendedores a se reinventarem para permanecer competitivos no mercado. É nesse contexto que entram as habilidades digitais como ferramenta de otimização no uso de recursos, produtividade, capacidade de inovação, e até posicionamento de marca (BARROS, 2021). A Transformação Digital tem se tornado cada vez mais relevante no aprimoramento de inovações, agregando e movimentando tecnologia e força de trabalho em qualquer tipo de empresa, inclusive governos e universidades (WOLSKI *et al.*, 2020; ZHEN *et al.*, 2021).

As tecnologias digitais impactam também os microempreendedores, dado sua condição dificultada com as crises, em especial a pandemia do covid-19. Entretanto, os mesmos se deparam com grande dificuldade de implementação por inexperiência, insegurança e falta de domínio da ferramenta (DESIGN & TECNOLOGIA, 2021).

As tecnologias digitais surgem de uma necessidade de inovação e competências para a implementação de novos nichos de negócios. A indústria se transformou, dependendo cada vez mais de serviços de coleta de informações, conhecimento e criatividade que, por sua vez, remodelam seus nichos de mercado e a natureza do trabalho. Isso acontece por meio de uma acelerada integração das Tecnologias da Informação e Comunicação – (TICs), que leva ao desenvolvimento contínuo das habilidades digitais (VAN LAAR *et al.*, 2018).

No contexto dos Microempreendedores Individuais (MEIs), o crescimento dessa categoria eleva também a concorrência, gerando a necessidade de qualificação de competências para otimizar o uso das habilidades digitais no mercado (SCHWERTNER, 2017). A lei nº 128/2008 caracteriza o micro empreendedor como tendo receita bruta abaixo de R\$ 81 mil e que seja optante pelo Simples Nacional. Não pode ter filiais ou participar de outra empresa como sócio ou titular. Só pode contratar um empregado que receba um salário mínimo ou o piso da categoria, e deve exercer umas das atividades listadas no portal do governo (SEBRAE, 2022).

Mediante ao exposto, este estudo está direcionado aos microempreendedores individuais de Tangará da Serra – MT, para identificar as habilidades digitais desenvolvidas no perfil desses empreendedores.

Tendo isso em vista, propõe-se o seguinte questionamento: Quais habilidades digitais são identificadas no perfil dos Microempreendedores Individuais – (MEIs) no município de Tangará da Serra? Para responder este questionamento esta pesquisa tem como objetivo geral caracterizar as habilidades digitais desenvolvidas pelos MEIs de Tangará da Serra – MT.

A pesquisa se fundamenta na premissa de que, o levantamento dessas informações servirá de apoio para uma compreensão maior sobre a natureza da relação entre tecnologia e micro empreendedorismo. Ademais, o cenário de pesquisa é bem recente, mas apresenta crescimento (FERREIRA; RURATO; CALVOSA, 2021).

O artigo se estrutura da seguinte forma: além desta introdução, a seção 2 apresenta a definição e desenvolvimento do conceito de tecnologias e habilidades digitais, fazendo um detalhamento sobre suas seis áreas. Em seguida, na seção 3 são detalhados os procedimentos metodológicos, na seção 4 são apresentados e discutidos os resultados. Por fim, as considerações finais e recomendações de pesquisa.

## 2 TECNOLOGIAS E HABILIDADES DIGITAIS

A integração das Tecnologias da Informação e Comunicação – (TICs) nas organizações tem adaptado as empresas as novas exigências de comercialização e uso intensivo de habilidades tecnológicas. Com a globalização, as organizações precisam pesquisar informações relevantes, justificar suas escolhas, e gerar ideias inovadoras para seus campos (ZHEN *et al.*, 2021). Com o aumento da digitalização, o mercado está evoluindo rapidamente, exigindo que as empresas adquiram amplas habilidades digitais (LAAR *et al.*, 2020).

A transformação digital pode ser vista como um remodelamento orgânico e estrutural, adaptada ao longo do tempo, afim de garantir a sobrevivência das empresas, ocasionando o uso dos recursos próprios e aproveitando ao máximo os recursos humanos e o ambiente em volta (SERNA; BRANCH; BENAVIDES, BURGOS, 2018). Trata-se de um fenômeno diretamente relacionado à melhoria do desempenho e da capacidade de transferência de conhecimento, oferecendo uma vantagem na funcionalidade física (ROSSATO; CASTELLANI, 2020), e geram novo valor para a organização e colaboradores (SOLIS, 2016).

As habilidades digitais, portanto, são a capacidade de lidar com novas tecnologias, melhorando a tomada de decisões (VAN DIJK, 2012; VAN DEURSEN, 2010). A revisão da literatura de Van Laar, Deursen, Dijk & Haan (2018) identificou sete habilidades básicas essenciais: técnicas, gerenciamento de informações, comunicação, colaboração, criatividade, pensamento crítico e resolução de problemas. Zhen *et al.* (2021) endossa a importância dessas habilidades para se destacar no mercado. Entretanto, por razões de proximidade contextual, esta pesquisa replica os métodos e base teórica de Ferreira, Rurato e Calvosa (2021), que preferem dividir as habilidades digitais em seis áreas. São elas:

- a) **Facilidade** – Habilidade que envolve a percepção da facilidade de cada indivíduo de aprender e solucionar problemas diante da tecnologia;
- b) **Gerenciamento de Informações** – Habilidades para pesquisar, selecionar e avaliar informações *online*, capacidade de gerenciamento de documentos digitais, arquivos e e-mails, obtendo a capacidade de identificar informações subjetivas, tendenciosas ou mesmo falsas;
- c) **Comunicação (Compartilhamento de Conteúdo)** – Habilidades de compartilhamento de conteúdo *online*, atualizações de *status*, fotos e vídeos, compartilhamento de ideias e escolha do melhor site para publicação;
- d) **Criatividade** - O método criativo é frequentemente descrito em termos de processos cognitivos como gerar, selecionar, avaliar, organizar, elaborar e transformar ideia;
- e) **Habilidades de Resolução de Problemas** – Habilidades para usar as TICs para analisar uma situação-problema e o uso desse conhecimento para encontrar uma solução para o problema, envolve adquirir e aplicar novos conhecimentos em situações que se deve explorar ativamente para encontrar e aplicar soluções;
- f) **Pensamento Crítico** – Pensamento autodisciplinado, durante o qual um indivíduo avalia, sintetiza e interpreta informações relevantes associadas a uma determinada situação.

Na literatura, diversas ferramentas têm sido utilizadas para mensurar habilidades digitais, pesquisas atuais reconhecem que o uso de habilidades básicas como operar a *internet* se faz necessária tanto quanto aquelas habilidades consideradas mais complexas de interpretação e uso do conteúdo *online* (VAN

DEURSEN *et al.*, 2016). A capacidade de operar computadores e *internet*, se faz de grande importância para desenvolver habilidades de convívio social, recuperação e processamento de informações, o que pode auxiliar no sucesso e avanço das organizações (AESAERT, BRAAK, 2015).

## 2.1 Facilidade de Uso da Internet

A facilidade de uso da *internet* se estabelece na medida em que um indivíduo acredita que o uso das TIC seria livre de esforço (DAVIS, 1989) e depende da percepção de dificuldade de instrução de determinada tecnologia (HEERWEGH, DE WIT, VERHOEVEN, 2016). No geral, os mais idosos apresentam maiores dificuldades e até mesmo resistência em entender a nova linguagem e em lidar com os avanços tecnológicos, podendo ser uma barreira para empresários com maior idade (KACHAR, 2002).

As redes sociais tendem a facilitar a comunicação entre indivíduos e as organizações, e também traz um novo canal de buscas por informações conforme os interesses dos usuários, os quais as utilizam também para trocar experiências a respeito de algum produto ou serviço (SOUSA; BORGES; PERINOTTO, 2016). Ademais, ambientes virtuais têm o potencial de promover uma percepção coordenada e alta intuitiva, normalmente com comunicação direta (GEROSA; FUKS; LUCENA, 2001).

## 2.2 Comunicação

Esta habilidade trata da capacidade de compartilhar conteúdo *online*, desde atualizações de *status*, fotos e vídeos até escrever comentários e *blogs* (LEE, PARK, HWANG, 2015). A capacidade de escolher o local certo para postar determinada mensagem e analisar cuidadosamente seu conteúdo são cruciais para transmitir uma mensagem clara e atingir o objetivo desejado de organizações que realizam interações na *online* (VAN DEURSEN; COURTOIS; VAN DIJK, 2014).

O desenvolvimento e a diversificação das plataformas *online* levam a um aumento significativo da atividade criativa no contexto digital (LITERAT, GLAVEANU, 2018), e uma oportunidade de estreitar os laços de suas marcas com consumidores (BRANDÃO, 2011). A aptidão para se expressar *online* pode modelar as impressões interpessoais e obter resultados satisfatórios nas interações *online* (MISHRA, KERELUIK, 2011).

Ademais, o potencial de expansão da empresa, com o uso de fontes externas de informação, vem de uma combinação de fatores de relacionamentos, que podem ser formais ou informais, podendo envolver outras empresas e colaborações interempresarial (consumidores e fornecedores), construindo assim sua *network*, praticando o uso da *internet* como meio de divulgação de seu próprio negócio (BELTRAMO; MASON, PAUL, 2004).

Também é necessário escolher o local certo para postagens de determinada mensagem e considerar cuidadosamente quais conteúdos são cruciais para conduzir uma mensagem e realizar o que se deseja das interações online (VAN DEURSEN, COURTOIS, VAN DIJK, 2014). Por sua vez, as habilidades de construção de contato são necessárias porque os aplicativos sociais oferecem aos indivíduos a oportunidade de fazer e manter contatos (VAN DEURSEN *et al.*, 2014). a capacidade de identificar informações subjetivas, tendenciosas ou mesmo falsas tornou-se

fundamental para usuários e empresários que trabalham com mídias sociais (ESHET-ALKALAI, CHAJUT, 2009).

### 2.3 Gerenciamento de Informações

Já as habilidades de gerenciamento de informação demandam da necessidade de cada indivíduo ser capaz de gerenciar seus documentos, arquivos, *e-mails* e outras informações digitais como parte de suas atividades de trabalho, contendo a capacidade de verificação de informações tendenciosas ou falsas em *sites* acessados (HATLEVIK, HATLEVIK, 2018). Profissionais e empresários com maior autoconfiança em suas habilidades e conhecimentos tendem a facilitar o aproveitamento dessas habilidades em um ambiente prático (RUBACH, LAZARIDES, 2021).

O gerenciamento de informações permite que o indivíduo avalie as informações incluindo julgar a utilidade da informação encontrada, a relevância e confiabilidade das mesmas (HATLEVIK & HATLEVIK, 2018). Também auxilia na gestão de documentos digitais permitindo salvar, organizar e nomear arquivos de forma consistente. Essa habilidade permite o julgamento de informações encontradas em *sites online*, bem como, a sua transmissão pelo indivíduo (ANANIADOU, CLARO, 2009).

### 2.4 Criatividade

Habilidades digitais criativas é avaliada atualmente como a chave para o sucesso de toda organização no ambiente competitivo e dinâmico. Essas habilidades criativas são determinadas como o uso da tecnologia da informação para estimular o processo criativo, visando uma nova perspectiva ou aperfeiçoando novas combinações de ideias existentes (CHUNG, LEE, CHOI, 2015).

As habilidades digitais criativas é a capacidade de uso adequados de ferramentas *online* para criar conteúdo. As organizações devem ser capazes de usar plataformas *online* para dar impulso aos processos existentes. As tecnologias da informação e comunicação - TICs permitem que os empresários gerem ideias, perspectivas e abordagens inovadoras a partir de inúmeras fontes *online* (OLDHAM, DA SILVA, 2015).

As informações *online* trazem consigo a possibilidade de fonte de criatividade e inovação, permitindo criação de novas ideias empreendedores e nichos de negócios (OLDHAM, DA SILVA, 2015).

### 2.5 Resolução de Problemas

Esta habilidade digital visa auxiliar empresários e indivíduos a adquirirem e aplicarem o conhecimento necessário para resolução de problemas complexos no ambiente trabalho (MAINERT, NIEPEL, MURPHY, GREIFF, 2018). Envolve tanto a aquisição quanto a aplicação de novos conhecimentos em situações adversas que devem ser exploradas ativamente para encontrar e aplicar uma solução (MAINERT *et al.*, 2018). As interações em ambiências digitais proporcionam as pessoas a lidarem com características próprias de cada plataforma, evidenciando um esforço no gerenciamento do tempo utilizado em cada aplicativo para se obter resultado esperado diante a plataforma usada (GARCIA, 2019).

Os microempreendedores individuais apresentam grandes dificuldades na gestão e organização de gastos, bem como, os mesmos atualmente tendem a não realizar o uso diário da *internet* pois em sua maioria consideram possuir dificuldade em utilizar *sites* e plataformas digitais (FARAHUN; RABELO, 2021). Para solucionar tarefas desafiadoras em situações de problemas, os empresários devem estabelecer metas específicas, planejar suas atividades, monitorar seu desempenho durante o processo de resolução de problemas e medir a eficiência de suas ações (IFENTHALER, 2012).

## 2.6 Pensamento Crítico

Por fim, as habilidades digitais de pensamento crítico trazem como conceito a capacidade de realizar julgamentos referente a informações externas distinguindo se são falsas, incompletas ou tendenciosas (SAADÉ, MORIN, THOMAS, 2012).

A habilidade de pensamento crítico diante da era digital trouxe comodidade a qualquer indivíduo podendo publicar qualquer fato online, essa habilidade torna-se especialmente importante, pois apresenta o próprio ponto de vista apoiado em argumentos na qual se requer habilidades de pensamento crítico (MULNIX, 2012). A *internet* proporciona oportunidades para que os indivíduos se envolvam em processos de pensamento crítico, como buscar alternativas e considerar outros pontos de vista para determinado problema (CHOY, CHEAH, 2009).

Em síntese, as habilidades digitais acumuladas beneficiam as empresas à medida que se formam um alicerce estabelecendo bases para a adoção e implementação de novas tecnologias. Portanto, há uma relação positiva entre o uso de tecnologia e inovação digital, bem como, a proporção de empresários qualificados, essas habilidades consistem em usar as TICs para avaliar uma situação problema e ser capaz de encontrar novas soluções. São habilidades que envolvem cultivar soluções, trocar e combinar conhecimentos de várias fontes possíveis, identificando qual solução se encaixa melhor para os objetivos de condução do problema e ainda ser capaz de justificar prudentemente escolhas futuras das organizações (LAAR *et al.*, 2020).

## 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é quantitativa por usar técnicas estatísticas (FIATES; SERRA, MARTINS, 2014). Será recolhido, quantificado e analisado os dados das habilidades digitais dos Microempreendedores Individuais no município de Tangará da Serra – MT. Além disso, a pesquisa é exploratória e descritiva, pois sua análise visa definir as características de determinada população ou fenômeno ou, a relações entre variáveis (EVÊNCIO *et al.*, 2019).

Para o levantamento da literatura de apoio à discussão utilizou-se a pesquisa bibliográfica. Já a coleta de dados se deu por meio de questionário adaptado de Van Laar *et al.* (2019) e Ferreira, Rurato e Calvosa (2021), onde se baseou as seis habilidades digitais. Foram aplicadas 29 questões fechadas e de múltipla-escolha aos microempreendedores individuais de Tangará da Serra – MT.

O objeto da pesquisa, bem como, a fonte de dados e informações foi obtida via relatório disponibilizado na prefeitura do município estudado, onde foi evidenciado que a população de microempreendedores individuais no município de Tangará da

Serra – MT se faz de 3.642, baseando-se na fórmula de cálculo amostral:  $n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{Z^2 \cdot P \cdot (1-P) + E^2}$ . N-1, o questionário aplicado tem como porcentagem de erro amostral de 5%, trazendo nível de confiança de 90%, onde era necessário 214 respostas, no entanto, obtiveram-se 217 respostas. O questionário foi divulgado por meio da plataforma *Google Forms* via *WhatsApp* e *Instagram*. Os autores tiveram acesso aos contatos telefônicos dos MEIs, que foram obtidos ou diretamente, ou via plataforma do *Instagram* de suas organizações. O contato ocorreu entre setembro e outubro de 2022.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Perfil dos Empresários

A pesquisa levantou informações sobre idade, gênero, segmento e habilidades digitais dos empreendedores de Tangará da Serra – MT. Sobre a idade, prevalece entre os MEIs de Tangará da Serra a faixa etária de 26 a 34 anos com 41%, tendo a faixa de 18 a 25 anos a segunda maior com 34,1%. O gênero predominante é o feminino com 64,5%, perante 35,5% do sexo masculino. Sobre o segmento, o comércio é o maior com 55,3%, seguido da indústria com 24,4% e serviços com 20,3%. Esses dados são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1. Perfil do Microempreendedor Individual de Tangará da Serra – MT em 2022

Classificação de Variáveis	TERNATIVAS	RESPOSTA MÉDIA	%
Faixa Etária	De 18 a 25 anos	74	34,10%
	De 26 a 34 anos	89	41%
	De 35 a 43 anos	36	16,60%
	De 44 a 52 anos	15	6,90%
	De 53 a 60 anos	1	0,50%
	De 61 anos ou mais	2	0,90%
<b>Total</b>		<b>217</b>	<b>100,00%</b>
Gênero	Feminino	140	64,50%
	Masculino	77	35,50%
<b>Total</b>		<b>217</b>	<b>100,00%</b>
Segmento Atuante	Comércio	120	55,30%
	Indústria	53	24,40%
	Prestação de Serviços	44	20,30%
<b>Total</b>		<b>217</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

### 4.2 Habilidades Digitais

#### 4.2.1 Facilidade de Uso da Internet

Para contemplar esta habilidade digital, a pesquisa abordou cinco aspectos do uso da *internet*: a) a facilidade para utilizá-lo; b) capacidade de autoaprendizagem do uso de aplicativos da *internet*; c) capacidade de resolver problemas da internet; d)

gerenciamento do tempo de uso da *internet*; e) satisfação no uso da *internet*. Sobre a facilidade do empresário para utilizar a *internet*, a pesquisa identificou que 53% dos entrevistados acham o nível de uso da *internet* moderado. As demais respostas tiveram percentuais bem menores, sendo 18,9% os que acham muito difícil, 17,1% como fácil e 9,2% como muito fácil.

Sobre a capacidade de autoaprendizagem do uso de aplicativos da *internet*, as respostas coletadas foram inconclusivas, pois 42,9% nem discorda e nem concorda com a pergunta apresentada, 27,2% discordam parcialmente, 16,1% só concordam, 7,9% discordam totalmente e 6,5% concordam totalmente. Por fim, sobre a capacidade de resolver problemas da *internet*, uma leve maioria, em torno de 35,5% responderam nem discordando, nem concordando. Os que discordam parcialmente ficaram nos 32,3%, concordam com a pergunta somaram, 17,1%, discordam totalmente, 10,1%, e concordam totalmente, 5,1%.

Com relação ao grau de gerenciamento do tempo diante a *internet*, 47,5% apenas ocasionalmente administram o tempo de uso em *Apps* e outros. Já 28,6% informaram que frequentemente realizam gerenciamento do tempo e 14,7% que raramente controlam o tempo diante a *internet*. A pesquisa também obteve informações diante ao questionamento de saber utilizar a *internet* de modo satisfatório. Dos entrevistados, 37,3% frequentemente se satisfazem, 35% só ocasionalmente, sendo que muito frequentemente e raramente, ambos tendo apenas 11,5%.

#### 4.2.2 Comunicação

Sobre essa habilidade digital, a comunicação, quatro questionamentos foram feitos aos MEIs: a) a promoção de produtos e serviços nas redes sociais; b) as redes sociais mais utilizadas; c) frequência de publicações de conteúdo na *internet*; d) publicações na *internet* no perfil da organização. Sobre a promoção de produtos, foi perguntando aos MEIs se realizam publicações do seu negócio na *internet* como ferramenta de *marketing*. Dos entrevistados, 40,4% disseram que fazem isso frequentemente, 30,5% fazem ocasionalmente, 20,2% realizam com alta frequência, 7,9% raramente o fazem, e 1,0% disseram que nunca realizam tais publicações.

Já sobre as redes sociais mais utilizadas, tem-se a seguinte situação, 60,6% preferem o *Instagram*, 28,6% usam mais o *WhatsApp*, 7,9% ainda preferem o *Facebook* e 3% usam o *Twitter*.

Quanto a frequência de publicações de conteúdo na *internet* os resultados foram os seguintes: Em torno de 34,1% dos MEIs frequentemente realizam publicações de conteúdos em plataformas *online*, 31,8% o fazem apenas ocasionalmente, e 12% raramente realizam publicações no ambiente *online*.

Por fim, sobre a publicação no perfil da organização, 43,3% publicam ocasionalmente, 31,3% o fazem frequentemente e 9,7% raramente atualizam o perfil da empresa com publicações.

#### 4.2.3 Gerenciamento de Informações

Esta habilidade contemplou cinco questionamentos: a) a verificação de informações em sites diferentes; b) verificação da confiabilidade de um site utilizado; c) facilidade em salvar arquivos digitais úteis na pasta correta; d) consistência na

nomeação dos arquivos digitais baixados; e) grau de organização dos arquivos digitais através de uma estrutura hierárquica de pastas.

Sobre a verificação de informações em sites diferentes, as respostas coletadas no questionário apresentam que 45,6% dos empresários ocasionalmente verificam a mesma informação em *sites* diferentes, 24,4% responderam que frequentemente verificam a mesma informação, 18,9% analisaram que raramente averiguam e 3,2% nunca verificam.

Já sobre a verificação da confiabilidade de um *site* utilizado, os resultados mostram que 40,1% ocasionalmente verificam, 30% frequentemente realizam tal verificação, 14,7% raramente averiguam, 8,8% fazem verificação contínua e 3,7% nunca fazem a verificação.

Por sua vez, as respostas sobre a facilidade em salvar arquivos digitais úteis na pasta correta demonstrou que 45,6% ocasionalmente salvam os arquivos baixados nas pastas corretas e 29,5% frequentemente realizam tal ação. Também foi questionado sobre a consistência na nomeação dos arquivos digitais baixados, na qual 39,2% informaram ocasionalmente realizar a nomenclatura de forma correta desses arquivos, 35% o fazem frequentemente, raramente e muito frequentemente somam 9,7%. Os entrevistados também se deparam com o questionamento de qual o grau de organização dos arquivos digitais através de uma estrutura hierárquica de pastas onde 44,7% entenderam que ocasionalmente realizam tal organização de pastas, 25,8% frequentemente e 17,5% raramente fazem a ordenação.

#### 4.2.4 Criatividade

Sobre esta habilidade foram feitas as seguintes perguntas: a) originalidade no trabalho usando a *internet*; b) criatividade nas postagens que realizam na *internet*; c) usabilidade da *internet* de gerar ideias inovadoras; d) seguir tendências da *internet* para gerar ideias originais e captar mais clientes; e) usabilidade de suas ideias lançadas em plataformas *online*. Em relação a originalidade perante as publicações, 40,1% disseram que postam ocasionalmente, 29,5% o fazem frequentemente, 18% informaram que raramente realizam os mesmos, seguindo de 8,8% que o fazem com alta frequência. As demais respostas dividiram-se em 2,8% que nunca realizam as postagens e 0,9% que o fazem com muita frequência.

Os empresários foram questionados também sobre a criatividade nas postagens que realizam na *internet*. Dos entrevistados, 40,6% ocasionalmente realizam postagens criativas para atrair o seu público alvo, 32,7% o fazem frequentemente, 12,9% raramente realizam tal atividade. Já diante a pergunta da usabilidade da *internet* de gerar ideias inovadoras, 49,8% ocasionalmente geram ideias inovadoras perante a plataformas *online* diante ao seu segmento, 27,2% frequente o realizam e 11,5% raramente realizam tal atividade.

Já no questionamento sobre seguir tendências da *internet* para gerar ideias originais e captar mais clientes, 34,1% frequentemente informaram seguir tais tendências, 33,6% ocasionalmente o fazem e 13,8% responderam que muito frequentemente seguem essas tendências da *internet*. Foi questionado também aos microempreendedores sobre a avaliação da usabilidade de suas ideias lançadas em plataformas *online*. Observou-se que, 48,8% ocasionalmente medem a usabilidade das suas ideias, 19,8% frequentemente realizam tal atividade e 15,7% raramente entendem a necessidade de avaliar essa usabilidade.

#### 4.2.5 Resolução de Problemas

Esta categoria contemplou os seguintes questionamentos: a) a internet ajuda a encontrar a melhor maneira de resolver problemas? b) as soluções encontradas na internet para sua empresa geram satisfação?

Sobre se a internet ajuda a encontrar melhores soluções para resolver determinados problemas na organização, 38,2% responderam que ocasionalmente encontram soluções viáveis para problemas existentes da sua empresa, em seguida 34,6% disseram que frequentemente encontram soluções viáveis, 10,6% só raramente o fazem, os demais assinalaram 10,1% tendo muita frequência, 3,2% frequente e 1,8% nunca encontram boas alternativas para seus negócios.

Já sobre a questão das soluções encontradas na *internet* para determinado problema na organização, 44,7% ocasionalmente se sentem satisfeitos diante as soluções que encontram na *internet*, 30% frequentemente, 14,7% raramente e 7,4% muito frequentemente.

#### 4.2.6 Pensamento Crítico

Acerca do pensamento crítico dos MEIs, foi questionado sobre: a) abertura a ideias que desafie os próprios conhecimentos; b) se utilizam a *internet* para justificar suas escolhas.

Sobre a primeira pergunta, a abertura de ideias que desafie os próprios conhecimentos, 41% frequentemente estão abertos a novas ideias que os desafiem, 31,3%, ocasionalmente estão dispostos a novas mudanças, 10,1% responderam muito frequentemente, 7,4% entenderam que raramente estão dispostos, 5,5% informaram que ocasionalmente estão abertos a novos conhecimentos e, por fim, os itens “muito frequente” e “nunca” obtiveram o percentual de 2,3%.

Na segunda pergunta da área Pensamento Crítico, os empresários responderam se utilizam a *internet* para justificar suas escolhas que. Destes, 40,6%, entenderam que frequentemente realização tal ação, 34,6% só ocasionalmente justificam suas escolhas utilizando a *internet* e 12% escolheram o item muito frequentemente.

### 4.3 Discussão

Sobre o perfil dos MEIs de Tangará da Serra, a faixa etária prevalecente é a de 26 a 34 anos, seguido pela faixa entre 18 a 25 anos. Essas faixas correspondem à geração mais adaptada às exigências tecnológicas que lhe são impostas. Também se correlaciona com as características demográficas do município, na qual, em torno de 36% dos habitantes tangaraenses possuem menos de 19 anos, e quase 70% tem menos de 40 anos (IBGE, 2023). Mas surpreende o percentual de mulheres empreendedoras, 64%, sendo bem superior à masculina, 36%. Nos censos, o município sempre apresentou um equilíbrio na composição de gênero. Por exemplo, no censo de 2010, 50,35% eram homens, e 45,63% de mulheres (IBGE, 2023). A explicação do porque dessa maioria feminina entre os MEIs de Tangará da Serra foge da capacidade de análise desta pesquisa, sendo uma sugestão para pesquisas futuras que relacionam gênero e empreendedorismo.

Sobre a habilidade digital **Facilidade** de uso da *internet*, os resultados demonstram um cenário desafiador para os empreendedores. Isso porque, do ponto de vista deles, há uma percepção de que a *internet* não é tão simples de se manusear. A maioria anotou que o nível de dificuldade é moderado ou elevado. Os MEIs que consideraram acham fácil o manuseio de aplicativos, que aprendem sozinhos sem dificuldades, ou que conseguem resolver problemas na *internet* com tranquilidade é baixa. A relativa dificuldade da *internet* e suas ferramentas não influenciou na satisfação de seu uso. Uma leve maioria, em torno de 37%, considerou satisfatório manusear a *internet*. Mesmo a literatura apontando que os mais idosos é que normalmente apresentam maior dificuldade e resistência (KACHAR, 2002), a pesquisa evidenciou que os mais jovens também podem ter a mesma percepção de dificuldade, diferenciando apenas na resistência, já que, diferente dos idosos, gostam de usar a *internet*.

Já sobre a habilidade digital **Comunicação**, a divulgação do negócio na *internet* é bem praticada. A soma dos que o fazem com frequência ou ocasionalmente supera 70% dos entrevistados. A frequência com que o fazem também é elevada, chega a 40,4%. Sobre a publicação do perfil da organização no site da empresa, mesmo não gerando um resultado aparente de receita, a soma de empreendedores que o fazem ocasionalmente ou frequentemente chegou a 74,4%. Sem surpresas, o *Instagram* tem sido a rede social mais utilizada, afinal, é a que tem gerado mais resultados positivos atualmente. Isso evidencia que os MEIs estão antenados acerca da necessidade de acertar no local certo para divulgar seu produto ou serviço (VAN DEURSEN; COURTOIS; VAN DIJK, 2014). Também estão seguindo de perto a tendência de combinar a formalidade e informalidade na promoção de seus produtos ou imagem (BELTRAMO; MASON; PAUL, 2004). A natureza das postagens do *Instagram*, por exemplo, é bem informal. Aquele receio de queda no valor de um produto por causa de uma divulgação mais informal está sendo superada por uma mentalidade moderna e descolada. Entende-se que é preciso incorporar à imagem do produto, fotos e vídeos de experiências positivas, que fazem o consumidor se identificar e o aproxima da compra do produto. Aparentemente percebem as práticas de *marketing* que estão dando certo no mercado, utilizando-a de alguma forma.

Em relação ao **Gerenciamento de Informações**, é notório a preocupação dos empreendedores em vasculhar informações em várias fontes. Também demonstraram ser organizados no salvamento, nomeação e estruturação de seus arquivos. Porém, 40,1% dos entrevistados confiam muito nas informações de um site, tornando-os vulneráveis ao fenômeno da *fake news*. A prática de gerenciar bem as informações digitais é de extrema relevância para qualquer tipo de empresa, elevando o potencial de crescimento, dada a sua praticidade (RUBACH; LAZARIDES, 2021), utilidade e relevância (HATLEVIK; HATLEVIK, 2018).

Por sua vez, a **Criatividade** no uso da *internet* teve um resultado menos agressivo que os itens anteriores. Sobre a originalidade no trabalho, criatividade nas postagens, usabilidade da *internet* na geração de ideias inovadoras e usabilidade das próprias ideias lançadas *online*, prevaleceu o item “ocasional”, em vez de “frequente”. A exceção é o uso da *internet* para captação de clientes com ideias originais, em que uma leve maioria, em torno de 34,1%, anotou que praticam frequentemente. Isso pode significar menor necessidade de inovação e criatividade em suas práticas empresariais. É difícil bater o martelo acerca disso. Abre-se aqui também uma interessante lacuna de pesquisa. Pode-se conjecturar que os empresários tangaraenses sejam mais reativos nos quesitos inovação e criatividade em sua atuação *online*. Isso, naturalmente, vai um pouco na contramão da literatura, que

aponta as habilidades digitais criativas como a chave para o sucesso da organização (CHUNG; LEE; CHOI, 2015; OLDHAM; DA SILVA, 2015).

Sobre a habilidade digital **Resolução de Problemas**, tanto a pergunta “a internet ajuda a encontrar a melhor maneira de resolver problemas?”, quanto a pergunta “as soluções encontradas na internet para sua empresa geram satisfação?” houve maioria na resposta “ocasionalmente”, em vez de “frequentemente”. É possível que a maior fonte de problemas e soluções dos MEIs de Tangará da Serra, possa estar pra além da esfera digital. Isso não diminui sua importância como habilidade digital (MAINERT et al., 2018; GARCIA, 2019), e denota uma necessidade de melhorias nesse aspecto por parte dos empreendedores tangaraenses, dada a relevância dessa variável na gestão tecnológica (FARAHUN; RABELO, 2021).

Por fim, a última habilidade digital, o **Pensamento Crítico**. Aqui, houve grande aderência dos empreendedores tangaraenses sobre a importância de se usar a internet como ferramenta para turbinar a reflexão e análise para justificar suas decisões de negócio. Ambos os questionamentos apontaram o item “frequentemente” prevalecendo sobre “ocasionalmente”, 41% e 40,6%, respectivamente. Isso é muito positivo. Sem uma ferramenta que solidifique o pensamento crítico, pouco se produz, e muitas oportunidades e alternativas são desperdiçadas (CHOY; CHEAH, 2009).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi identificar as habilidades digitais dos MEIs de Tangará da Serra-MT, para isso, utilizando-se os métodos bibliográfico e aplicação de questionário.

Em geral, os microempreendedores tangaraenses retratam um perfil intuitivamente atualizado e amarrado com as contribuições teóricas acerca das habilidades digitais. Ainda que lhes falte muito do conhecimento teórico, sua percepção sobre a importância das seis áreas das habilidades digitais é bem aguçada. Eles entendem o quão relevante é a composição de tudo relacionado as tecnologias digitais para o sucesso de seus empreendimentos. É claro que ainda está presente, em grande medida, acúmulo de experiência via erros e acertos. Na maioria dos questionamentos, os entrevistados anotaram hábitos frequentes ou ocasionais, havendo um revezamento no quanto um prevalecia sobre o outro. Os demais itens sempre estavam bem abaixo em percentual. Os itens que negam ou retratam indiferença sobre a relevância das habilidades digitais, tiveram percentuais bem baixos. Isso significa que os MEIs tangaraenses não estão alienados em relação a necessidade das habilidades digitais como ferramentas de sucesso.

As respostas levantadas permitiram observar que os MEIs entrevistados apresentaram uma facilidade moderada no uso da *internet*, que frequentemente publicam nas mídias sociais, tendo o *Instagram*, como rede social mais utilizado, e buscam soluções viáveis na *internet*, mas com uma disposição moderada a novas ideias. Entre as características não tão positivas, está em não ter o hábito de checar as informações encontradas em *sites* diferentes, nem a credibilidade das mesmas. A criatividade não demonstrou ser tão relevantes para eles.

Para futuras pesquisas, sugere-se relacionar o empreendedorismo ao gênero, já que é bem maior a quantidade de mulheres empreendedoras entre os tangaraenses. Também seria interessante ampliar os questionários para outros municípios, evidenciando diferenças regionais na composição do perfil e das características de habilidades digitais. Uma validação de escala talvez seja

necessária, dada a baixa resiliência dos empreendedores no ato de responder uma quantidade elevada de perguntas.

## REFERÊNCIAS

AESAERT, K., BRAAK, J. VAN. (2015). **Computers & Education Gender and socioeconomic related differences in performance based ICT competences.** *Computers & Education*, 84, 8–25. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.12.017>.

ANANIADOU, K., CLARO, M. (2009). **21st-Century skills and competences for new millennium learners in OECD countries.** OECD education working papers, Vol. 41 Paris, France: OECD Publishing <https://doi.org/10.1787/218525261154>.

BARROS, L. **Competências Digitais: o Que São e Qual a Importância nas Empresas?** as competências digitais têm relação com as habilidades de um profissional em usar ferramentas tecnológicas e em como se portar e se relacionar em ambiente virtual e profissional. As competências digitais têm relação com as habilidades de um profissional em usar ferramentas tecnológicas e em como se portar e se relacionar em ambiente virtual e profissional. 2021. Disponível em: <https://tangerino.com.br/blog/rh/competencias-digitais/>. Acesso em: 30 maio 2022.

BRANDÃO, V. C. **COMUNICAÇÃO E MARKETING NA ERA DIGITAL: A INTERNET COMO MÍDIA E CANAL DE VENDAS.** 2011. Disponível em: <https://portalidea.com.br/cursos/f21cfb7a2f819b83262417da88090d1f.pdf>. Acesso em: 10 out. 2022.

CHOY, S. C., CHEAH, P. K. (2009). **Teacher perceptions of critical thinking among students and its influence on higher education.** *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 20(2), 198–206.

CHUNG, S., LEE, K. Y., CHOI, J. (2015). **Exploring digital creativity in the workspace: The role of enterprise mobile applications on perceived job performance and creativity.** *Computers in Human Behavior*, 42, 93–109. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.055>.

DAVIS, F. D. (1989). **Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology.** *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339.

ESHET-ALKALAI, Y., CHAJUT, E. (2009). **Changes over time in digital literacy.** *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 713–715. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0264>.

FARAHUN, A. M.; RABELO, L. de S. **OS DESAFIOS ENFRENTADOS PELO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL:** as adaptações e a evolução do mei perante os desafios do mercado. As adaptações e a evolução do MEI perante os desafios do mercado. 2021. Disponível em: <http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/7388/1/ARTIGO%20-%20Antonio%20Marcos%20Farahun%20e%20Lucilia%20de%20Souza%20Rabelo%20da%20Silva.pdf>. Acesso em: 21 out. 2022.

FERREIRA, M.; RURATO, P.; CALVOSA, M. **Habilidades Digitais E Habilidades Digitais Do Século 21 – Uma Análise Bibliométrica.** In: **Xxiv Semead - Seminários De Administração Fea/Usp.** São Paulo. 2021.

GARCIA, B. L. O. **PSICÓLOGO (A) NO CONTEXTO DIGITAL: GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES EM REDES SOCIAIS.** 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/31374/1/Dissertac%cc%a7a%cc%83o%20de%20mestrado-Bruna%20Lantyer.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2022.

GEROSA, M. A.; FUKS, H.; LUCENA, C. J. P. de. **Elementos de percepção como forma de facilitar a colaboração em cursos via Internet.** 2001. Disponível em: <file:///C:/Users/biten/Downloads/113-320-1-PB.pdf>. Acesso em: 10 out. 2022.

HATLEVIK, I. K., HATLEVIK, O. E. (2018). **Students' evaluation of digital information: The role teachers play and factors that influence variability in teacher behaviour.** *Computers in Human Behavior*, 83, 56–63. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.022>.

HEERWEGH, D., DE WIT, K., VERHOEVEN, J. C. (2016). **Exploring the self-reported ICT skill levels of undergraduate science students.** *Journal of Information Technology Education*, 15(1), 19–47.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades e Estados: MT/Tangará da Serra**, 2023. Disponível em: <https://ibge.gov.br/cidades-e-estados/mt/tangara-da-serra.html>. Acesso em: 01/08/2023.

IFENTHALER, D. (2012). **Determining the effectiveness of prompts for self-regulated learning in problem-solving scenarios.** *Educational Technology & Society*, 15(1), 38–52.

KACHAR, V. (2002). **A terceira idade e a inclusão digital.** *Revista O mundo da saúde*, 26(3), p. 376-381.

OLDHAM, G. R., DA SILVA, N. (2015). **The impact of digital technology on the generation and implementation of creative ideas in the workplace.** *Computers in Human Behavior*, 42, 5–11. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.041>.

LEE, H., PARK, N., HWANG, Y. (2015). **A new dimension of the digital divide: Exploring the relationship between broadband connection, smartphone use and communication competence.** *Telematics and Informatics*, 32(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.02.001>.

LITERAT, I., GLAVEANU, V. P. (2018). **Distributed creativity on the Internet: A theoretical foundation for online creative participation.** *International Journal of Communication*, 12, 893–908.

MAINERT, J., NIEPEL, C., MURPHY, K. R., GREIFF, S. (2018). **The incremental contribution of complex problem-solving skills to the prediction of job level, job complexity, and salary.** *Journal of Business and Psychology*, 1–21. <https://doi.org/10.1007/s10869-018-9561-x>.

MISHRA, P., & KERELUIK, K. (2011). **What 21st century learning? A review and a synthesis.** In C. D. Maddux, M. J. Koehler, P. Mishra, & C. Owens (Eds.). Proceedings of society for information technology & teacher education international conference 2011 (pp. 3301– 3312). Chesapeake, VA: AACE International.

MULNIX, J. W. (2012). **Thinking critically about critical thinking.** *Educational Philosophy and Theory*, 44(5), 464–479. <https://doi.org/10.1111/j.1469-5812.2010.00673.x>.

ROSSATO, C., CASTELLANI, P. (2020). **The contribution of digitalisation to business longevity from a competitiveness perspective.** *TQM Journal*, 32(4), 617–645. <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0032>

RUBACH, C., LAZARIDES, R. (2021). **Computers in Human Behavior Addressing 21st-century digital 16 skills in schools – Development and validation of an instrument to measure teachers’ basic ICT competence beliefs.** *Computers in Human Behavior*, 118(November 2020), 106636. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106636>

SAADÉ, R. G., MORIN, D., THOMAS, J. D. (2012). **Critical thinking in E-learning environments.** *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1608–1617. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.025>.

SEBRAE. **Planejamento e organização são determinantes para uma boa gestão.** 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/planejamento-e-organizacao-sao-determinantes-para-uma-boa-gestao,ffce00f888433810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 19 nov. 2022.

SEBRAE. **Lei Geral da Micro e Pequena Empresa:** conheça os benefícios da lei geral das microempresas e empresas de pequeno porte.. Conheça os benefícios da Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/lei-geral-da-micro-e-pequena-empresa,46b1494aed4bd710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=O%20MEI%20n%C3%A3o%20pode%20ter,Portal%20gov.br%2Fmei..> Acesso em: 09 dez. 2022.

SOUSA, J. L.; BORGES, D. M.; PERINOTTO, A. R. C. **As redes sociais na divulgação de eventos e promovendo o turismo de eventos em Parnaíba-PI.** *ECCOM*. v. 7, n. 13, 2016.

SOLIS, B. (2016). **The six stages of digital transformation.** Retrieved from <https://www.prophet.com/thinking/2016/04/the-six-stages-of-digitaltransformation/>

SCHWERTNER, K. (2017). **Digital Transformation Of Business.** *Trakia Journal Of Science*, 15(Suppl.1), 388–393.

VAN DEURSEN, A. J. A. M. **Internet Skills: vital assets in an information society.** University of Twent, 2010. Disponível em: Acesso em: 27 de jun. 2022.

VAN DEURSEN, A. J. A. M., COURTOIS, C., VAN DIJK, J. A. G. M. (2014). **Internet skills, support sources and beneficial Internet use.** International Journal of Human-Computer Interaction, 30(4), 278–290. <https://doi.org/10.1080/10447318.2013.858458>.

VAN DEURSEN, A. J. A. M., HELSPER, E. J., EYNON, R. (2016). **Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS).** Information, Communication & Society, 19(6), 804–823. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1078834>

VAN LAAR; E.; VAN DEURSEN, A. J. A. M., VAN DIJK, J. A. G. M., & DE HAAN, J. (2018). **21st-century digital skills instrument aimed at working professionals: Conceptual development and empirical validation.** Telematics and Informatics, 35(8), 2184–2200. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.08.006>

VAN DIJK, **The evolution of the digital divide: the digital divide turns to inequality of skills and usage.** Digital Enlightenment Yearbook, 2012. p. 57-75. Disponível em: < <https://goo.gl/4JuLMZ>>. Acesso em: 27 jun. 2022.

WOLSKI, MALCOLM, KRAHE, MICHELLE, RICHARDSON, J. (2020). **A Model for Librarians to Assess the Digital Capability of Research Teams.** Journal of the Australian Library and Information Association, 69(1), 47–69.

ZHEN, Z., YOUSAF, Z., RADULESCU, M., YASIR, M. (2021). **Nexus of Digital Organizational Culture, Capabilities, Organizational Readiness, and Innovation: Investigation of SMEs Operating in the Digital Economy.** Sustainability, 13(2), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su13020720>.