



ieTIC2021: Livro de Resumo

Editores

Pilar Gutiez Cuevas

Ana García-Valcárcel

José António Moreira

Vitor Gonçalves

Francisco J. Garcia Tartera

FEBRERO DE 2021





Ficha Técnica

Título

ieTIC2021: Livro de Resumo
VII Conferência Ibérica de Inovação na Educação com TIC

Editores

Pilar Gutiez Cuevas	Universidad Complutense de Madrid - España
Ana García-Valcárcel	Universidad de Salamanca - España
José António Moreira	Universidade Aberta - Portugal
Vitor Gonçalves	Instituto Politécnico de Bragança - Portugal

Diseño gráfico y página Web

Website (diseño): Rogério Carvalho & Vitor Gonçalves
Website (Inglês): Francisco J. Garcia Tartera & João Sérgio Sousa
Website (Español): Francisco J. Garcia Tartera
Website y videoconferencia: Francisco J. Garcia Tartera y Vitor Gonçalves
EasyChair: Vitor Gonçalves y Francisco J. Garcia Tartera

Organización del evento ieTIC2021 (Madrid - Videoconferencia):

Universidad Complutense de Madrid, España
Pilar Gutiez Cuevas, Francisco J. García Tartera, Paloma Anton Ares, M^a Castellar López Guinea y Manuel Rodríguez Sánchez

Colaboración en el evento ieTIC2021 (videoconferencia):

Instituto Politécnico de Bragança, Portugal
João Sérgio Pina Carvalho Sousa, Manuel Meirinhos, Maria Raquel Vaz Patrício y Vitor Gonçalves

Universidad de Salamanca, España
Ana García-Valcárcel, Luís Gonzalez Rodero y Marta Martín del Pozo

Universidade Aberta, Portugal
José António Moreira, Daniela Barros, Maria de Fátima Goulão y Susana Henriques

Edição:
Instituto Politécnico de Bragança

Editorial

Localidad: Madrid, España
Fecha de edición: febrero de 2021
ISBN: 978-972-745-288-0
Handle: <http://hdl.handle.net/10198/23347>
URL: www.ietic.ipb.pt
Email: ietic@ipb.pt

Índice

Comisión Científica	3
Comisión Organizadora	6
Programa general	8
Mensajes institucionales	13
Organización y apoyos	16
Conferencias	17
DÍA 18. INAUGURACIÓN	17
Antonio Bautista García-Vera (Catedrático de la Facultad de Educación de la Universidad Complutense de Madrid).	17
DÍA 18. "CARA A CARA"	19
Pere Marqués Graells (Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad Autónoma de Barcelona).	19
Neuza Pedro (Instituto de Educación de la Universidad de Lisboa, Portugal).	21
DÍA 19. PLENARIA	24
Melchor Gómez García (Profesor de Tecnología Educativa e investigador en la Universidad Autónoma de Madrid).	24
DÍA 19. "CARA A CARA"	26
Jesús Jornet Meliá (Catedrático Universidad de Valencia).	26
Fábio Gomes Rocha (Profesor Titular de Informática y Sistemas de Información de la Universidad de Tiradentes -Aracaju, Brasil-).	29
DÍA 19. CLAUSURA	32
Manuel Area-Moreira (Catedrático de la Universidad de La Laguna, Facultad de Educación, Islas Canarias, España).	32
VÍDEOS DE LAS CONFERENCIAS	34
Talleres	36
José Dulac Ibergallartu (Dtor. Proyecto "PlumayArroba.com" e investigación "Aula Adaptativa". Profesor Honorario de la Universidad Autónoma de Madrid).	36
João Sérgio Sousa; Manuel Meirinhos; Raquel Patrício & Vitor Gonçalves (Instituto Politécnico de Bragança, Facultad de Educación).	37
Marta Martín del Pozo (Profesora de la Universidad de Salamanca).	39
Idalina Santos (Universidad Abierta) & Adelina Moura (Plan Nacional de Lectura 2027). Portugal.	41
VÍDEOS DE LOS TALLERES	41
Comunicaciones	45
Orales	45
Póster	139
VÍDEOS DE LAS COMUNICACIONES	147
Otros	149
Agradecimientos	149
Países participantes	149
Universidades participantes	149
Temáticas de ieTIC2021	150

Comisión Científica

Ademilde Sartori, Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil
Adriana Rocha Bruno, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil
Ana García-Valcárcel Muñoz-Repiso, Universidad de Salamanca, España
Ana M. Mouraz Lopes, Universidade Aberta, Portugal
Ana Vega Navarro, Univ. de La Laguna, España
Antonio Bautista García-Vera, Universidad Complutense de Madrid, España
António Gomes Ferreira, Universidade de Coimbra, Portugal
António J. Osório, Universidade do Minho, Portugal
António Moreira, Universidade de Aveiro, Portugal
António Pedro Costa, Universidade de Aveiro e Ludomedia, Portugal
Armanda Matos, Universidade de Coimbra, Portugal
Bruno Miguel Ferreira Gonçalves, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal
Carlos Manuel M. Morais, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal
Crisálida Rodríguez Serna, Universidad Complutense de Madrid
Cristina Alonso Cano, Universidad de Barcelona, España
Cristina Pereira Vieira, Universidade Aberta, Portugal
Daniel Mill, Universidade Federal de São Carlos, Brasil
Daniela Barros, Universidade Aberta, Portugal
Danilo Sande Santos, Universidade de Salvador, Brasil
Domingos Caeiro, Universidade Aberta, Portugal
Eduardo Fernández Rodríguez, Universidad de Valladolid, España
Eliane Schlemmer, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
Elisabete Mendes Silva, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal
Eniel Espírito Santo, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil
Estibaliz Aberasturi, Universidad del País Vasco, España
Eurico Manuel Carrapatoso, Universidade do Porto, Portugal
Fátima Llamas Salguero, Universidad de Extremadura
Fco. Javier Del Pino Gutiérrez, Universidad de León, España
Feliciano Castaño Villar, Universidad de Granada, España
Fernando Fraga Varela, Universidad de Santiago de Compostela, España
Francisco A. González Redondo, Universidad Complutense de Madrid, España
Francisco J. García Tartera, Universidad Complutense de Madrid, España
Henrique Teixeira Gil, Instituto Politécnico de Castelo Branco, Portugal
Idalina Santos, Universidade Aberta, Portugal
Ilka Serra, Universidade do Estado do Maranhão, Brasil
Jesús Valverde Berrocoso, Universidad de Extremadura, España
Joan-Anton Sánchez Valero, Universidad de Barcelona, España
João Caetano, Universidade Aberta, Portugal
José António Moreira, Universidade Aberta, Portugal
José Antonio Torres González, Universidad de Jaén, España
José Juan Carrión Martínez, Universidad de Almería, España
José Luís Aguilera García, Universidad Complutense de Madrid, España
José M. Gutiérrez Pequeño, Universidad de Valladolid, España
Jose Miguel Correa Gorospe, Universidad del País Vasco, España
Juan Fco. Gavilán Escalona, Universidad de Concepción, Chile

45

O contributo da formação para a transformação digital das microempresas

The contribution of training to the digital transformation of micro-enterprises

Sónia Gonçalves Marinho ¹, Vitor Gonçalves ²

¹ Instituto Politécnico de Bragança, Portugal, sonia.g@ipb.pt

² CIEB; Instituto Politécnico de Bragança, Portugal, vg@ipb.pt

Resumo

Numa sociedade em estado de emergência e de alerta no que respeita aos efeitos da pandemia provocada pela doença de COVID-19, a sobrevivência de grande parte das microempresas está cada vez mais comprometida. Devido ao confinamento forçado, por um lado, assistimos a uma mudança de hábitos a nível tecnológico promovendo o modo de compra online como uma alternativa à compra convencional, evitando assim qualquer tipo de aglomeração como medida de prevenção de contágios. Por outro lado, o confinamento veio diminuir o desejo de consumir e as perdas de empregos limitaram e limitarão o poder de compra. Torna-se crucial promover a mudança de atitudes empresariais, adotando comportamentos que permitam manter a empresa no mercado digital, uma vez que os clientes então cada vez mais dependentes deste mundo digital que faculta o acesso a bens e serviços. Promover a literacia digital é decididamente o caminho a seguir, dotando os empresários com competências técnicas e sensibilizando-os para as necessidades do marketing digital. Desta forma, os negócios ganham visibilidade para angariar novos clientes, mantendo os atuais, e para reforçar o efeito AIDMA (Atenção, Interesse, Desejo, Memorização, Ação). O recurso a tecnologias digitais vai permitir melhorar a comunicação tanto com os seus clientes, como com os seus fornecedores e parceiros ou mesmo com os próprios colaboradores, aos quais, cada vez mais e se possível, se pede a disponibilidade e a competência para estar em teletrabalho. Nesta perspetiva, procedeu-se a um estudo de caso, que incidiu em 5 empresas da cidade de Miranda do Douro. O estudo baseou-se na observação participante e relatórios de diagnóstico de uma consultora, bem como nos dados estatísticos de utilização das páginas web das redes sociais, com vista à melhoria dos processos de gestão, de marketing digital e outros aspetos relevantes para garantir subsistência dos modelos de negócio. Com base nesta análise e em entrevistas, foram identificadas as necessidades formativas. Para além da formação em soluções informáticas de gestão de empresas, constatou-se também a necessidade de formação em marketing digital e social media. Do exposto, podemos concluir que vivemos numa sociedade cada vez mais informada, consciente e exigente pelo que a transformação digital passou a estar na ordem do dia para todas as organizações, mesmo para as microempresas do Nordeste Transmontano, nomeadamente do planalto Mirandês que até então o digital não era uma prioridade.

Palavras-Chave: *Tecnologias Digitais, pandemia, formação, marketing digital, mudança.*

Abstract

In a society that is in a state of emergency and alert regarding the effects of the pandemic caused by COVID-19 disease, the survival of most microenterprises is increasingly compromised. Due to forced confinement, on the one hand, we are witnessing a change in habits at the technological level, promoting online shopping as an alternative to conventional shopping, thus avoiding any type of agglomeration as a measure of contagion prevention. On the other hand, confinement has reduced the desire to consume and job losses have limited and will limit purchasing power. It is crucial to promote a change in business attitudes, adopting behaviors that allow the company to remain in the digital market, since customers are increasingly dependent on this digital world that provides access to goods and services. Promoting digital literacy is the way forward, providing entrepreneurs with technical skills and raising awareness of the needs of digital marketing. In this way, businesses gain visibility to attract new customers, maintaining current ones, and to reinforce the AIDMA effect (Attention,

Interest, Desire, Memorization, Action). The use of digital technologies will make it possible to improve communication both with its customers, as well as with its suppliers and partners or even with the employees themselves, who, increasingly and if possible, are asked for availability and competence to be in teleworking. In this perspective, a case study was carried out, covering 5 companies in the city of Miranda do Douro. The study was based on the participant observation and diagnostic reports of a consultant, as well as on the statistical data on the use of social media web pages, with a view to improving management processes, digital marketing and other relevant aspects to ensure subsistence of business models. Based on this analysis and interviews, training needs were identified. In addition to training in IT solutions for business management, there was also a need for training in digital marketing and social media. From the above, we can conclude that we live in a society that is increasingly informed, aware, and demanding, so that digital transformation has become the order of the day for all organizations, even for micro-enterprises in the Northeast Transmontano, namely the Mirandês highland that until then digital was not a priority.

Keywords: *Digital technologies, pandemic, training, digital marketing, change.*

Referências

- Marques, V. (2019). Marketing Digital de A a Z. 1.^a Ed. Digital 360.
Miguel, A. (2019). Gestão Moderna de Projetos. 8.^a Ed. FCA – Editora de Informática.
Teixeira, S. (2017). Gestão das Organizações. 3.^a Ed. Escolar Editora.