



**FUNDAÇÃO PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS – FUPAC  
FACULDADE PRESIDENTE ANTONIO CARLOS DE UBA  
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**PRINCIPAIS DESAFIOS DO ADMINISTRADOR:  
EMPREENDEDOR NA ERA DIGITAL**

Carlos Roberto Ribeiro do Valle<sup>1</sup>  
Paulo Roberto Mendes da Silva<sup>2</sup>

**Resumo**

O mercado de trabalho, devido à globalização, vem se transformando, revolucionando o rumo dos negócios na era digital, em decorrência do avanço tecnológico dos sistemas informatizados de produzir e vender. Para a formação do profissional administrador, foram incluídas disciplinas relacionadas à tecnologia da informação e comunicação visando à versatilidade e flexibilidade a fim de atender às exigências profissionais. Diante do exposto, identificar os principais desafios do administrador empreendedor na era digital, diante mudanças que ocorrem no cenário econômico e político. Cabe investigar: Quais habilidades mais exigidas em relação ao conhecimento técnico e os desafios encontrados pelo profissional na Administração na Era Digital? Como metodologia foi utilizada uma pesquisa bibliográfica, abrangendo retirando textos de livros, revistas, artigos acadêmicos, biblioteca digital, *sites* específicos, cujos autores versam sobre o tema. O conhecimento é fator determinante para a percepção da competitividade nas empresas, acompanhando as exigências do mercado. Portanto, constatou-se a necessidade de que esses profissionais sejam moldados, a fim de se adaptarem ao novo mundo. Diante das constantes mudanças, espera-se que os profissionais proponham projetos inovadores e enfrentem os desafios nas empresas e na vida.

**Palavras-chave:** Mercado de Trabalho; Administrador; Empreendedor; Era Digital; Tecnologia.

Data de submissão:  27 / 06 / 2023       Data da aprovação:  27 / 06 / 2023

## **1 INTRODUÇÃO**

A princípio, a gestão da administração, organizava-se através de arquivos com várias anotações e em consequência desse processo, era marcado pela lentidão e

---

<sup>1</sup> Bacharelado do Curso de Administração da Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá.  
e-mail: carlos.ribeiro2@outlook.com.

<sup>2</sup> Professor Orientador da Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá.  
e-mail: prmendesilva62@gmail.com.

isso exigia grandes quantidades de tempo e esforço, impossibilitando tomadas de decisões mais ágeis, diminuindo assertividade nas ações a serem implementadas.

O mercado de trabalho vem sofrendo grandes transformações, revolucionando o rumo dos negócios numa era digital, em decorrência do avanço tecnológico e, principalmente, dos sistemas de produzir e vender, impactando as rotinas administrativas das organizações.

Nos dias atuais, veem-se disponibilizadas ferramentas de *softwares* variados para auxiliar o gestor nas tomadas de decisões, tais como *smartphones*, *notebooks*, *tablets* e outros aparelhos eletrônicos, que viabilizam e automatizam com o uso de aplicações em soluções digitais a execução das tarefas, minimizando e/ou até extinguindo possíveis erros. Além disso, estes avanços, proporcionam um profundo processo de mutação nas empresas, fazendo com que muitas se fundem, subdividam-se e várias outras buscam novos ramos diante da concorrência do mercado globalizado.

O jovem recém-formado em administração, diante de um mercado de trabalho competitivo, exigente de profissionais qualificados, tornou-se uma das principais necessidades e um dos maiores desafios que permeiam a rotina do administrador, como diferencial um aprendizado permanente, um olhar abrangente, novas tecnologias, globalização do mundo moderno, as constantes mudanças que ocorrem no cenário econômico e político.

A princípio, o administrador, diante da era digital, com as suas inovações tecnológicas que modificam e que continuam a modificar o dia a dia das empresas, vêm ao encontro da origem de novas demandas, de maiores níveis de eficiência, que exigem maior adequação do profissional que pretende empreender ou prestar serviços na área. Diante do exposto, identificar os principais desafios do administrador empreendedor na era digital, diante mudanças que ocorrem no cenário econômico e político. Quais habilidades mais exigidas em relação ao conhecimento técnico e os desafios encontrados pelo profissional na Administração da Era Digital? Que o mercado espera dos jovens profissionais, nesse novo contexto, desenvolvimento de habilidades e competências inerentes à área e a capacidade de ampliar a criatividade e a flexibilidade dentro das empresas.

Dessa forma, constata-se que as instituições de ensino de graduação se identificam com a atualidade, incluindo disciplinas relacionadas à tecnologia de informação e comunicação, visando ampliar os horizontes de seus acadêmicos,

instigando-o a se adequar em meio às exigências laborais. Para responder à questão investigativa, este estudo teve como objetivos: identificar os principais desafios do administrador empreendedor na era digital, diante mudanças que ocorrem no cenário econômico e político. Como metodologia foi utilizada uma pesquisa bibliográfica, abrangendo retirando textos de livros, revistas, artigos acadêmicos, biblioteca digital, *sites* específicos, cujos autores versam sobre o tema.

Dessa forma, o profissional precisa aliar novos conhecimentos de diferentes áreas para que possa criar uma base sólida, com objetivo de não só compreender, mas também interpretar as relações da administração e a inovação. Logo, em face dessa perspectiva que se alia à formação continuada, deve-se à tecnologia, o surgimento de novos processos, recursos, ferramentas que atendam às necessidades das empresas e das pessoas.

Os profissionais precisam agregar conhecimentos com frequência suficiente e que sejam capazes de acompanhar as transformações e superar os desafios que surgem em seu cotidiano. O maior desafio do administrador empreendedor é manter-se empregável diante das grandes exigências do acirrado mercado. Desta forma, o administrador poderá ser reconhecido e requerido pelo mercado, desde que se torne uma referência em sua área de atuação.

## **2 O SURGIMENTO E A EVOLUÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO**

O surgimento da administração tem se baseado em fatos ocorridos há milênios. Considerada uma ciência jovem, a administração está com pouco mais de 100 anos, resultante de acontecimentos recentes na história do século XX (CHIAVENATO, 2014). Mediante a aplicação dessas orientações e métodos, tornou-se uma inspiração para as classes dominantes na sociedade. Acredita-se que o princípio da história da administração está inserido no princípio da humanidade, diante da vivência em sociedade, já que o homem é essencialmente social.

Os registros históricos apontavam para antiga Suméria, onde a sociedade já apresentava indícios de organização administrativa, isso por volta do ano 5.000 a.C. Vale ressaltar também que no Egito dos faraós, tornou-se evidente a existência de um sistema econômico pensado na manutenção administrativa, em seguida com a constituição de *Chow* que se tornou famosa na China em 500 a.C., devido à

concentração de regras e regulamentos voltados para a administração pública (ROSSÉS, 2014).

Com evolução histórica da administração, encontram-se duas instituições que se destacaram: a igreja católica romana e as organizações militares, ambas com suas características próprias, uma por ser considerada a organização mais eficiente da civilização ocidental, onde se traduz pela eficácia e técnicas organizacionais e administrativas bem distintas, a outra evoluiu da displicência das ordens dos cavaleiros e dos mercenários dos séculos XVII e XVIII até os tempos modernos, deixando como herança uma hierarquia de poder rígido e adoção de princípios adicionada com as práticas administrativas comuns as todas empresas da atualidade (JACOBSEN; MORETTO NETO, 2009, p. 30).

O processo evolutivo da administração passou por vários momentos, desde a revolução industrial, a administração científica com Frederick W. Taylor, os princípios da administração gerencial com Henri Fayol, as contribuições da escola das relações humanas com a Teoria do Comportamento Organizacional, Teoria Estruturalista, Teoria das Organizações de Max Weber, Teoria de Sistemas e a Teoria da Contingência (MAXIMIANO, 2023).

Segundo Fava (2016), afirma que se vive numa época em que impedimentos nacionais foram esfacelados pela revolução tecnológica, apesar dos grandes debates sobre estar ou não envolvidos no processo da globalização. O fato é que o mundo plano influencia, sugestiona, determina a oferta de produtos e serviços em termos globais. Se a educação é fixada como uma prestação de serviços, está inexoravelmente afetada pelo contexto, conjuntura, circunstâncias de sua época.

Diante desta realidade, o cenário define quais (conteúdos), por que (objetivo) e como (modalidade) competências, habilidades e conteúdos deverão ser ensinados.

Ainda o mesmo autor destaca que vivencia uma realidade principiante, inaudita, díspar, em que alguns especialistas estão denominando de Quarta Revolução Industrial, significando uma educação, economia, *modus vivendi* com forte presença de tecnologias digitais, mobilidade, conectividade, em que as diferenças entre pessoas e máquinas se fluidificam, diluem, diminuem, tendo a informação, conteúdo, conhecimento como valores determinantes para qualquer atividade humana, seja na produção de bens e serviços, seja na maneira de se ofertar educação (FAVA, 2016).

### 3 O ADMINISTRADOR DA ERA DIGITAL

Segundo Chiavenato (2021), vive-se em uma sociedade de organizações, dotada de uma incrível variedade delas, em termos de natureza, tamanho e abrangência. Existem organizações de todos os tipos possíveis: indústrias, comércio, bancos, hospitais, universidades, partidos políticos, *shopping centers*, hotéis, transporte público, rodoviário, ferroviário, aéreo, naval, postos de gasolina e outros.

De acordo com Willigan (2022), na era digital, tem vantagem competitiva quem constrói um ecossistema, ou rede, que alavanca a tecnologia digital pelo benefício do consumidor e abre caminho para as muitas vias de receita.

Para Chiavenato (2020), o administrador precisa saber utilizar todas as competências e os recursos organizacionais a fim de obter eficiência e eficácia no seu desempenho, bem como alto grau de satisfação entre as pessoas que fazem o trabalho e o cliente que o recebe, sem se esquecer dos múltiplos públicos estratégicos envolvidos.

Drucker (1970), dá o nome de “Era de Descontinuidade” para representar um mundo em que a mudança não se faz apenas por etapas sucessivas e lógicas como em um processo contínuo, mas por súbitas inflexões rápidas e bruscas e que nada têm a ver com o presente ou o passado. Essa descontinuidade provoca uma total ruptura com o passado e torna difícil qualquer previsão a respeito do futuro.

Para Chiavenato (2021), o mundo dos negócios tem se transformado cada vez mais rápida e intensamente. E, cada vez mais, a sobrevivência e o sucesso de cada organização dependerão do seu desempenho e das competências das pessoas, principalmente, daquelas que trabalham com o conhecimento e adotam tecnologias avançadas.

Drucker afirmou que é essencial saber administrar os trabalhadores do conhecimento de modo a alcançar a maior produtividade possível do negócio. O problema central e, mais profundo, está em aumentar gradativamente a produtividade do conhecimento. E o desafio principal é fazer com que pessoas comuns aprendam a realizar coisas extraordinárias, a partir do conhecimento construído (CHIAVENATO, 2021).

De acordo como Affonso (2018) descreveu, ao longo de toda a história, o ser humano vislumbra melhores resultados em suas ações, a fim de atender às suas necessidades. Logo que aprendeu a unir esforços, juntar pessoas, trocar ideias e

experiências e trabalhar em conjunto, o homem inventou a organização: forma estruturada de trabalhar, criar, projetar, produzir e distribuir bens e serviços.

O desempenho organizacional encontra-se intimamente agregado com o desempenho individual e grupal. A única forma de uma organização ter sucesso em uma sociedade e economia baseadas no conhecimento e na tecnologia é extrair o máximo possível das pessoas que trabalham com o conhecimento. A vantagem competitiva e sustentável das organizações depende, atualmente, de criação, construção, estruturação e compartilhamento interno do conhecimento, sua aplicação rentável e da sua transformação em resultados organizacionais concretos (CHIAVENATO, 2021).

Ainda o mesmo autor descreve que boa parte do conhecimento corporativo ainda reside na cabeça das pessoas. Apesar dos rápidos e profundos avanços da tecnologia da informação (TI) e de seus poderosos *softwares* de integração do negócio, são as pessoas que dão inteligência, saber e competência para a organização (CHIAVENATO, 2021).

Para Fava (2016), passa a existir uma relação concreta entre educação e sustentabilidade. Não se trata de somente introduzir corretivos ao obscurecido, precário holocenose herdado das gerações atuais e anteriores, mas educar para reparar, restaurar e transformar. Isso impõe a perspectiva de ensinar para o bem viver, que é a arte de conviver em harmonia com a natureza, propor-se equitativamente para os jovens estudantes os recursos da cultura e do desenvolvimento sustentável.

Segundo Chiavenato (2021), em plena Era Digital, com mudanças rápidas, dinâmicas, imprevisíveis e exponenciais pela frente, as competências precisam renovar-se continuamente para cuidar de recursos também mutáveis e dinâmicos com a ajuda de tecnologias igualmente dinâmicas e emergentes a fim de provocar novos modelos de negócios, arquiteturas e plataformas avançadas, uma nova mentalidade tanto interna (dos gestores e talentos) quanto externa (dos clientes, intermediários, fornecedores, acionistas e investidores) e novos e diferentes padrões de produtos e serviços. Tudo isso de maneira contínua, provisória, mutável e incerta.

De acordo com Albertin (2016), os executivos de negócio precisam ter uma atitude em relação à TI adequada ao que se espera dessa tecnologia, de forma crítica e realista, mas também se permitindo que as suas inovações sejam aproveitadas pelas organizações como parte de sua estratégia e operacionalização. Para tanto,

eles precisam participar ativa e decisivamente na administração de TI em conjunto com os executivos dessa área.

Para que o conhecimento exista, a empresa precisa ter uma cultura inovadora, na qual o grupo que participa deve estar provido com autonomia e facilidade de recursos como tempo, pessoal e capital. O conhecimento tem sido o fator determinante para a competitividade nas empresas e nos países, onde diversos tipos de organização têm se dedicado a pensar sobre como gerir o conhecimento através da tecnologia da informação, da organização do trabalho, da gestão da inovação, da gestão de pessoas como: estímulo à criatividade, viabilização de talentos e outras (KOROBINSKI, 2001, p. 111).

### **3.1 Empreendedor na era digital.**

Em conformidade com o pensamento e afirmação de Leite (2012), os empreendedores atuais demonstram que a nova economia é baseada na inovação, e que o sucesso vem para aqueles cujas soluções rompem paradigmas. Ao responderem às oportunidades, sabem modificar a direção estratégica quando necessário e continuam a buscar o que é novo e melhor.

Ainda o mesmo autor afirma que os empreendedores de sucesso buscam estar do novo lado do fosso e se saem bem. Os indivíduos que permanecem comprometidos com a velha economia perdem terreno, marcados pela estagnação, uma vez que não sabem quais aptidões e habilidades são necessárias para alavancar um negócio sintonizado com a nova era, ou não podem pagar para assimilar as novas ideias, ou se sentem velhos para aprender a se adaptarem à nova realidade, ou não podem facilmente se soltar e avançar (LEITE, 2012).

De acordo Leite (2012) a era da economia digital não se deixa resumir apenas por uma época de máquinas inteligentes, mas de empreendedores que, através da capacidade de inovar, correm riscos ao abandonar um emprego seguro, e conseguem combinar sua inteligência, saber e criatividade e partir para uma nova experiência: criar sua própria empresa.

O talento empreendedor tende a resultar e traduzir pela percepção, direção, dedicação e muito trabalho dessas pessoas especiais, que fazem acontecer. Onde existe esse talento, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios. Mas talento sem ideias é como uma semente sem água. Quando o talento

é somado à tecnologia, e as pessoas têm boas ideias viáveis, o processo empreendedor está na iminência de ocorrer (DORNELAS, 2021).

Ainda seguindo o pensamento de Dornelas (2014) o novo empreendedor, não é o que cria negócios no século XXI, preocupando-se não só com o seu futuro, mas com o impacto que suas decisões trarão ao planeta e a seus habitantes, deve considerar, necessariamente, como mantra, a sustentabilidade.

Dornelas ainda se manifesta sobre como o novo empreendedor deve enfrentar cada desafio. Ele sugere estabelecer uma nova maneira de se fazer negócio, de mudar o comportamento do empreendedor predador, que busca a vitória a qualquer preço, transformar para uma mentalidade de vencedor e construtor de um futuro melhor para todos. Não basta fazer contas para saber se o negócio será lucrativo, sem se preocupar com os rejeitos do processo produtivo (DORNELAS, 2014).

Não adianta colocar a empresa para funcionar sem se preocupar em evitar gastos desnecessários com matérias-primas escassas. Não convém criar uma empresa inovadora em produtos lançados no mercado, mas que apresenta gastos excessivos de energia e água. E não vale a pena, para você e para a sociedade no longo prazo, colocar uma empresa em funcionamento mesmo sabendo que, no curto prazo, ela trará consequências desastrosas ao meio ambiente. Além de pecar do ponto de vista moral, e talvez até ético, o empreendedor que não se preocupar com a sustentabilidade poderá pagar um preço caro, se não seguir as cada vez mais rigorosas leis criadas para restringir ações não sustentáveis (DORNELAS, 2014, p. 21).

Segundo Tajra (2020), na atual conjuntura, as pessoas empreendedoras têm alcançado cada vez mais destaque na sociedade, pois são capazes de realizar e gerar ganhos para toda a comunidade na qual estão inseridas. Cada vez mais as empresas buscam pessoas com esse perfil, da mesma forma que o país precisa de pessoas que percebam as oportunidades e sejam capazes de implantar inovações. As pessoas empreendedoras geram sucesso.

Na visão de Fava (2016), ao se deparar com um modelo de negócio inovador é, em geral, uma questão de fácil expectativa. A complexidade vem à tona quando o empreendedor bem-sucedido, por mero acaso, acaba sendo reverenciado como um agoureiro visionário. Em consequência, a *startup* torna-se dependente da visão de uma ou duas mentes afortunadas e acaba não desenvolvendo a capacidade ampla de promover a inovação contínua do modelo de negócio pressagiado. Que a visão do empreendedor se desvanece, usualmente a empresa apresenta-se nas listas das

inovadoras extintas. Em um mundo de grandes transformações, o mérito não é somente a vantagem competitiva em delimitado ponto no tempo, mas a vantagem evolutiva ao longo do tempo.

Afirma Korobinsk (2001), para que uma empresa possa ser competitiva ela precisa ter pessoas da melhor qualidade, assim como precisa de tecnologia e de espaço no mercado. E é através da viabilização de talentos que nasce a criatividade, cresce a motivação, aumenta o aprendizado e se desenvolve o empreendimento.

#### **4 TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E INOVAÇÃO NA ADMINISTRAÇÃO**

De acordo Rogers (2017, p. 15), a eletrificação transformou, ao mudar restrições fundamentais na manufatura, porém o impacto da era digital foi ainda maior, por alterar as restrições sob as quais operam praticamente todos os componentes da estratégia de negócios.

Ainda do mesmo autor, descreve que as tecnologias vieram para mudar a maneira como nos conectarmos com os clientes e lhes oferecer valores. Muitos cresceram em um mundo. em que as empresas transmitiam mensagens e forneciam produtos aos clientes. Hoje, porém, a relação é muito mais interativa, de mão dupla. As mensagens e as avaliações dos clientes tornam-nos muito mais influentes que a publicidade e propaganda e as celebridades, transformando a participação dinâmica dos clientes em indutor crítico do sucesso das empresas. (ROGERS, 2017).

David L. Rogers (2017 p. 24), afirma que,

à medida que os clientes se comportam menos como indivíduos isolados e mais como redes conectadas coesas, todos os negócios devem aprender a explorar o poder e o potencial dessas redes de clientes. Isso significa engajar-se, empoderar e cocriar com os clientes além do momento da primeira compra. Implica alavancar os meios e modos pelos quais os clientes felizes influenciam outros clientes e impulsionam novas oportunidades de negócios.

Segundo Morais (2020), os avanços digitais tem aumentado, potencialmente, o volume de interações entre consumidores e marcas. Uma pesquisa realizada pela Atento revelou que 97% dos brasileiros acreditam que, em um futuro próximo, os contatos por meio de canais digitais deverão acontecer com maior volume.

A verdadeira transformação digital tende a exigir uma revolução humana, que parte de dentro para fora da sua empresa, leva em conta o impacto empresarial e a cooperação multidisciplinar, apresenta resultados concretos e duradouros e torna a organização adaptativa.<sup>3</sup>

De acordo com Morais (2020), a conectividade é uma das formas que as marcas precisam olhar suas estratégias. As pessoas conectam-se à *internet* para se conectarem ao mundo. Nesse mundo está, em primeiro lugar, pessoas (amigos, familiares, colegas de sala, de trabalho) e, depois, as marcas que entregam algo de valor. Muitos acreditam que apenas enviar promoção, já faz com que o consumidor entenda valor. Não, ele entende vantagem, não valor!

Para Parker; Van Alstyne; Choudary (2020), o modelo de plataforma existente responde pelo sucesso de muitas das maiores empresas da atualidade, aquelas que crescem em altíssima velocidade e são revolucionárias, desde o *Google*, a *Amazon* e a *Microsoft* até o *Uber*, o *Airbnb* e o *eBay*. Além disso, as plataformas começam a transformar uma série de outros contextos econômicos e sociais, da assistência médica e educação à energia e à esfera governamental.

Lembra ainda que ao se criar uma plataforma, sua primeira e mais importante tarefa é decidir qual será a interação básica. O passo seguinte consiste em definir os participantes, as unidades de valor e os filtros que a viabilizarão. (PARKER; VAN ALSTYNE; CHOUDARY, 2020, p. 51).

Para Rogers (2017), conquistar e dominar a competição na era digital, os gestores de negócios precisam aprender a enfrentar desafiante assimétricos, que estão embaralhando os papéis da competição e da cooperação em todos os setores de atividade. Também devem compreender a importância crescente das estratégias para que sejam construídas plataformas, não apenas produtos.

As tecnologias digitais têm determinado, que se deve repensar, de maneira diferente, sobre como compreender e criar valor para os clientes. O que os clientes valorizam pode mudar com muita rapidez, e nossos concorrentes estão a toda hora descobrindo novas oportunidades que talvez sejam valorizadas pelos clientes. Com muita frequência, quando uma empresa alcança o sucesso no mercado, estabelece-se uma complacência perigosa (ROGERS, 2017).

---

<sup>3</sup> **Transformação digital também é humana.** Disponível em; <https://estrategiasquetransformam.com.br/transformacaodigital/transformacao-digital-mitos-e-verdades/> Acesso em: maio de 2023.

Siebel (2021), descreve que algo de novo, diferente e mais profundamente perturbador está acontecendo hoje. A primeira e a segunda ondas de inovação - a digitalização e a internet - serão esmagadas pelo tsunami da transformação digital. Embora traga benefícios de produtividade semelhantes, estes benefícios serão alcançados de uma forma muito diferente.

De acordo com Siebel,

o mundo acadêmico também está tomando conhecimento. À medida que o escopo da transformação digital se expande e acelera, as universidades começam a se aprofundar. O *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) lançou o MIT *Intelligence Quest* no início de 2018, “uma iniciativa para descobrir os fundamentos da inteligência humana e impulsionar o desenvolvimento de ferramentas tecnológicas que possam influenciar positivamente praticamente todos os aspectos da sociedade”. Reconhecendo o impacto abrangente que a transformação digital terá na sociedade, o MIT anunciou que os resultados dessa iniciativa podem render “ferramentas práticas para uso em uma ampla gama de empreendimentos de pesquisa, como diagnóstico de doenças, descoberta de drogas, materiais e design de fabricação, sistemas automatizados, biologia sintética e finanças”. Em outubro de 2018, o MIT anunciou um investimento de US\$1 bilhão em sua nova faculdade de computação, com foco no avanço da ascensão da inteligência artificial (IA). (SIEBEL, 2021, p. 59).

Ainda do mesmo autor, um dos principais desafios que surgiu para as organizações é como reunir e alavancar essas tecnologias para criar valor expressivo e significativo com retorno positivo sobre o investimento. É importante dizer que há muitas boas notícias para as organizações que estão ingressando na transformação digital - ferramentas e conhecimentos especializados estão, agora disponíveis, para acelerar drasticamente os esforços da transformação digital e garantir resultados de sucesso (SIEBEL, 2021, p.67).

Ainda de acordo com a teoria de Siebel (2021) a primeira das quatro tecnologias que vai impulsionar a transformação digital, trata-se da computação em nuvem. Sem computação em nuvem, a transformação digital não seria possível. Trata-se de um modelo de acesso a grupos compartilhados de recursos configuráveis de *hardware* e *software* - redes de computadores, servidores, armazenamento de dados, aplicativos e outros serviços - que podem ser fornecidos. Rapidamente. com o mínimo esforço de gerenciamento, normalmente por meio da *internet*. Esses recursos podem ser de propriedade privada de uma organização para seu uso exclusivo (“nuvem privada”) ou

de propriedade de terceiros para uso por qualquer pessoa, em uma base de pagamento, conforme o uso (“nuvem pública”).

Sobre a evolução e como a tecnologia de armazenamento teve sua evolução, Siebel (2021), afirma que houve um avanço de cartões perfurados em uso comum até os anos 1970, para os dispositivos de armazenamento de memória não volátil de unidade de estado sólido (SSD) de hoje, o custo do armazenamento reduziu e a capacidade expandiu-se exponencialmente. Um cartão de perfuração de computador pode fornecer 960 bits de informação. Um *array* SSD moderno pode acessar *exabytes* de dados.

Segundo Kloter (2021), o ciberespaço vem promover o início de uma era em que compra e venda tornar-se-ão automáticas e convenientes. As empresas poderão ser conectadas umas às outras e a seus clientes em uma rede virtual integrada. As informações fluirão na *internet* por todo o mundo em um instante e sem nenhum custo. Os vendedores acharão mais fácil identificar potenciais compradores; e estes acharão mais fácil identificar os melhores vendedores e os melhores produtos. O tempo e a distância, que foram grandes barreiras para o custo e o comércio no passado, diminuirão de forma significativa. O espaço da modernidade está aberto. Os comerciantes que continuarem a vender à maneira antiga, sairão de cena lentamente.

## **5 Considerações Finais**

Ao desenvolver este estudo observou-se que o profissional da Administração precisa estar preparado, manter-se atualizado, em meio a constantes mudanças, visto que o ambiente de uma empresa tende a ser bastante dinâmico. É preciso estar preparado para lidar frequentemente com novas tendências tecnológicas, sociais, econômicas e políticas.

Dessa forma, evidencia-se a necessidade de incorporação de habilidades e competências na área administrativa, tornando-se fundamental para que o profissional se mantenha no mercado de trabalho. Adquirir novos conhecimentos, como a análise de dados e o *marketing* digital, são essenciais para as empresas e para os especialistas de mercado.

Observou-se que os desafios encontrados nas organizações e empresas, para que sejam enfrentados e vencidos, exigem que os gestores ampliem suas habilidades

em inteligência emocional, sejam competentes e treinados em idiomas, enfim, ecléticos, com domínio de assuntos variados, extrapolando limites circundantes da organização e pessoas envolvidas.

Desde modo, a empresa necessita ter uma cultura inovadora, propiciando a existência e disseminação de informações suficientes para gerar conhecimento, de forma que o grupo participe de forma autônoma diante da facilidade de recursos disponíveis administrando tempo, pessoas e capital. O conhecimento é reconhecido como fator preponderante e determinante para a percepção da competitividade nas empresas e nos países, vislumbrando gerir este conhecimento via tecnologia da informação. Através da organização do trabalho, tem-se a gestão da inovação e a gestão de pessoas com perspectiva de estímulo à criatividade de novos talentos. Evidencia-se, portanto, a redefinição do papel do gestor. E assim, a rotina torna-se uma marca do mundo globalizado, agregando as transformações digitais existentes. Dessa forma, acompanhando as exigências do mercado, é necessário que esses profissionais sejam moldados a fim de se adaptarem ao novo mundo. Diante das constantes mudanças, espera-se que os profissionais proponham e enfrentem os desafios nas empresas e na vida.

Portanto, diante da complexidade do tema e das características de um mundo pós-moderno, marcado pelo imediatismo e pelas inovações tecnológicas, sugere-se para estudos posteriores, um aprofundamento sobre este tema, viabilizando novos conhecimentos com implementação do ensino visando a formação profissional para a era digital. O mercado de trabalho está em constante transformação, sendo necessário conhecer as organizações e que elas esperam dos profissionais da nova era.

### Referências

ALBERTIN, Alberto Luiz; Rosa Maria de Moura, **Tecnologia de informação e desempenho empresarial**: as dimensões de seu uso e sua relação com os benefícios de negócio. 3. ed., São Paulo: Atlas, 2016.

ALBERTIN, Alberto L. **Comércio eletrônico**. São Paulo: Atlas, 2010.

AFFONSO, Ligia Maria F. **Teorias da administração**. Porto Alegre: SER - SAGAH, 2018.

CHIAVENATO, Idalberto, **Administração nos novos tempos: os novos horizontes em administração**. 4. ed., São Paulo: Atlas, 2020.

CHIAVENATO, Idalberto, **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 7. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração para todos: ingressando no mundo da gestão de negócios**. 3. ed., São Paulo: Atlas, 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Visão e ação estratégica**. São Paulo: Atlas, 2022.

DALFOVO, Oscar; TAMBORLIN, Norberto. **Business intelligence**. Clube de Autores, 2010.

**ESTRATEGIAS QUE TRANSFORMAM**. Disponível em: <https://estrategiasquetransformam/transformacaodigital/transformacao-digital-mitos-e-verdades/> Acesso em: 28 maio 2023.

JACOBSEN, Alessandra de Linhares; MORETTO NETO, Luís. **Teoria da administração II**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC; Brasília: CAPES: UAB, 2009. 170 p.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. Disponível em: Minha Biblioteca, (8th edição). Editora Empreende, 2021.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014.

DRUCKER, P. F. **Uma era de descontinuidade: orientações para uma sociedade em mudança**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

FAVA, Rui. **Educação para o século XXII: a era do indivíduo digital**. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-472-0494-5/pageid/1>, Editora Saraiva, 2016. Acesso em: 04 jun. 2023.

KOTLER, Felipe. **Marketing para o século XXI**. Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN 9786555202458. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555202458/>. Acesso em: 04 jun. 2023.

KOROBINSKI, R. R. O grande desafio empresarial de hoje: a gestão do conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S. l.], v. 6, n. 1, 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/23356>. Acesso em: 28 maio. 2023.

LEITE, Emanuel F. **O fenômeno do empreendedorismo**. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502144477/pageid/0>, Editora Saraiva, 2012. Acesso em: 04 jun. 2023.

PARKER, Geoffrey G.; VAN ALSTYNE, Marshall W.; CHOUDARY, Sangeet Paul. **Plataforma: a revolução da estratégia.** Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555200140/pageid/13>, Editora Alta Books, 2020. Acesso em: 04 jun. 2023.

MAXIMIANO, Antônio Cesar A. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital.** 8. ed., 4. reimpr. Rio de Janeiro: Atlas, 2023.

MORAIS, Luís Felipe M. D. **Transformação digital: como a inovação digital pode ajudar no seu negócio para os próximos anos.** Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788571440739>, Editora Saraiva, 2020. Acesso em: 04 jun. 2023.

ROGERS, David L. **Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital.** Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

ROSSÉS, Gustavo Fontinelli. **Introdução à administração.** Santa Maria, RS: Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Técnico Industrial de Santa Maria: Rede e-Tec Brasil, v. 112, 2014.

SIEBEL, Thomas M. **Transformação digital.** Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/Editora Alta Books](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/Editora%20Alta%20Books), 2021.

TAJRA, Sanmya Feitosa. **Empreendedorismo.** São Paulo: Expressa, 2020.

WILLIGAN, Geri. **Repensando a vantagem competitiva.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2022.