



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS OEIRAS
ESPECIALIZAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

JOSIEL PEREIRA DA SILVA

**OS IMPACTOS DA TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE
CONTEMPORÂNEA**

**OEIRAS
2024**

JOSIEL PEREIRA DA SILVA

**OS IMPACTOS DA TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE
CONTEMPORÂNEA**

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Especialização em Empreendedorismo e Inovação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Oeiras.

Orientador: Prof^o. Dr^o Louise Tatiana Mendes Rodrigues.

OEIRAS

2024

OS IMPACTOS DA TECNOLOGIA NO EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE CONTEMPORÂNEA

Josiel Pereira da Silva¹

Louise Tatiana Mendes Rodrigues²

RESUMO

O referente artigo tem como objetivo analisar os impactos da tecnologia no empreendedorismo, destacando as transformações ocorridas nas últimas décadas e as oportunidades e desafios enfrentados pelos empreendedores. Os objetivos específicos pretendem: Discutir os conceitos de empreendedorismo na ótica de diferentes autores; descrever como os avanços tecnológicos impactam no empreendedorismo; apontar os desafios e possibilidades relacionados a tecnologia no campo do empreendedorismo. Para trabalhar a temática tecnologia e empreendedorismo a opção metodológica foi a pesquisa bibliográfica buscando uma fundamentação teórica sólida e alinhada à temática. Os resultados apontaram que a tecnologia e o empreendedorismo na era contemporânea andam juntos, as pesquisas apontaram que muitas empresas investem em tecnologia em diferentes apostas com objetivo de se manter no mercado e oferecer aos clientes melhores produtos e serviços, entretanto, observou-se que nem todas as empresas conseguem investir e tampouco qualificar seus funcionários, contudo, não se pode negar que a tecnologia é inevitável e as organizações estão cada dia mais propensas a buscarem novidades tecnológicas para seu negócio. Como referencial teórico, contribuíram para pesquisa autores como: Fillion (1999), Dolabela (1999), Chiavenato (2004), Almeida (2023), Kohn (2007), Moran (2000) dentre outros que colaboraram para a construção deste artigo.

Palavras-chave: impactos; tecnologia; empreendedorismo; contemporaneidade.

ABSTRACT

This article aims to analyze the impacts of technology on entrepreneurship, highlighting the transformations that have occurred in recent decades and the opportunities and challenges faced by entrepreneurs. The specific objectives aim to: Discuss the concepts of entrepreneurship from the perspective of different authors; describe how technological advances impact entrepreneurship; point out the challenges and possibilities related to technology in the field of entrepreneurship. To work on the theme of technology and entrepreneurship, the methodological option was bibliographical research, seeking a solid theoretical foundation aligned with the theme. The results showed that technology and entrepreneurship in the contemporary era go hand in hand, research showed that many companies invest in technology in different ways with the aim of staying in the market and offering customers better products and services, however, it was observed that neither all companies are able to invest and

¹ Bacharel em Administração Pública (2019). UESPI. do(a) autor(a). josielpds@gmail.com.

² Mestre em Saúde da Família (2018). Possui Bacharelado em Direito (2017) e Bacharelado em Administração (2001). Professora Dedicção Exclusiva do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (2009). louisetatiana@ifpi.edu.br.

not qualify their employees, however, it cannot be denied that technology is inevitable and organizations are increasingly likely to seek technological innovations for their business. As a theoretical reference, authors such as: Fillion (1999), Dolabela (1999), Chiavenato (2004), Almeida (2023), Kohn (2007), Moran (2000) contributed to the research, among others who contributed to the construction of this article.

Tradução do texto original para o inglês.

Keywords: Keywords: impacts; technology; entrepreneurship; contemporaneity.

Data de aprovação: 13/07/2024

1 INTRODUÇÃO

O interesse de discorrer sobre a temática surgiu a partir da observação pessoal acerca da evolução tecnológica e a adesão das organizações a tecnologia, é perceptível o avanço tecnológico não apenas dentro das empresas, mas de modo geral. Para Kenski (2007) a tecnologia tornou-se uma força motriz por trás do crescimento econômico, da inovação e do empreendedorismo. O avanço contínuo das tecnologias digitais (por exemplo, serviços móveis, inteligência artificial, impressão digital 3D, plataformas de redes sociais) tem transformado o ambiente de negócios, criando uma ampla gama de oportunidades que levam a novas formas de buscar o empreendedorismo. Os objetivos elencados na escrita deste artigo buscam responder a seguinte problemática: Como a tecnologia impacta o empreendedorismo na era contemporânea?

O trabalho irá abordar os impactos da tecnologia no empreendedorismo considerando a contemporaneidade. Entende-se que na atualidade empreendedorismo e tecnologia são palavras que se alinham, porque para se empreender precisa-se investir em tecnologia, aproveitar a tecnologia no empreendedorismo é estar um passo à frente.

Segundo Moran (2000) a tecnologia tem avançado cada vez mais e automaticamente a sociedade sente a necessidade de se adaptar as novas tecnologias, nesse sentido, as empresas costumam investir no há que mais moderno, a garantia de permanência no mercado e o sucesso das organizações estão atrelados a questões de investir em tecnologias atrativas, funcionais e modernas, levando em conta um mercado competitivo e exigente, conforme Dornelas (2003), a estratégia de

uma organização precisa estar associada ao empreendedorismo visionário inovador para que suas metas sejam atingidas. O autor supracitado reforça a questão de empreender estrategicamente de forma inovadora, é uma maneira de superar dificuldades e sobretudo, estar por dentro da atualidade no mundo do empreendedorismo tecnológico.

Diante do exposto, o presente artigo tem como objetivo geral: analisar os impactos da tecnologia no empreendedorismo, destacando as transformações ocorridas nas últimas décadas e as oportunidades e desafios enfrentados pelos empreendedores. Os objetivos específicos pretendem: Discutir os conceitos de empreendedorismo na ótica de diferentes autores; descrever como os avanços tecnológicos impactam no empreendedorismo; apontar os desafios e possibilidades relacionados a tecnologia no campo do empreendedorismo.

Para alcançar os objetivos propostos bem como responder a problemática, a pesquisa bibliográfica foi o método escolhido, levando em conta o levantamento de materiais já elaborados como livros, artigos e relatórios que tratam da mesma temática e darão um aporte a fundamentação teórica

A relevância da temática consiste em considerar que a ascensão meteórica da tecnologia nas últimas décadas alterou profundamente a forma como as empresas operam. Por um lado, esta transformação de sistemas tradicionais para sistemas automatizados produziu uma infinidade de resultados positivos como o aumento da produtividade e da conveniência. Norteiam essa pesquisa autores como: Filion (1999), Dolabela (1999), Chiavenato (2004), Almeida (2023), Kohn (2007), Moran (2000) que colaboraram para a construção deste artigo.

2. Conceitos de empreendedorismo

O empreendedorismo não é algo recente, a nomenclatura sim, porém, sabe-se que ao longo do tempo as ações de empreendedorismo foram acontecendo de diversas formas em diferentes épocas. As civilizações antigas desempenharam um papel significativo na história do empreendedorismo, pois desenvolveram redes comerciais e sistemas econômicos que lançaram as bases para atividades empreendedoras. Os fenícios, por exemplo, eram comerciantes renomados que estabeleceram rotas lucrativas e se envolveram no comércio através do Mediterrâneo.

Da mesma forma, a Rota da Seda facilitou o comércio entre a China e o Ocidente, promovendo empreendimento empresariais ao longo da rota expansiva.

Estas primeiras civilizações promoveram o crescimento do empreendedorismo, criando vias para a troca de bens e serviços, promovendo a inovação e incentivando a assunção de riscos. O espírito empreendedor destas sociedades antigas continua a influenciar as práticas empresariais modernas e serve como testemunho do legado duradouro do empreendedorismo ao longo da história.

Conforme Filion (1999, p. 14), “definir o empreendedor é um desafio perpétuo, dada a ampla variedade de pontos de vista usados para estudar o fenômeno”. Existem inúmeras literaturas com diversas definições de empreendedorismo, entretanto, aqui será feita uma síntese de alguns conceitos relevantes para o desenvolvimento da temática. De acordo com o SEBRAE (2023) “Empreender inclui abrir negócios e gerar empregos, mas vai muito além disso. Empreendedores são agentes de inovação, que melhoram a qualidade de vida das pessoas, que impulsionam o crescimento econômico e que contribuem na transformação social”, dessa forma pode ser entendido como o ato de começar por conta própria e iniciar um negócio em vez de trabalhar para outra pessoa no negócio, com uma função de descoberta, e exploração de oportunidades. Na ótica de Filion (1999),

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (FILION, 1999a. p.17).

É importante destacar que a iniciativa empreendedora abrange os conceitos de criação, assunção de riscos, renovação ou inovação dentro ou fora de uma organização existente. Empreender é ter coragem de se arriscar, considerando riscos e possibilidades. O processo empreendedor depende significativamente de circunstâncias contextuais.

O estudo do empreendedorismo abrange uma ampla gama de domínios, incluindo economia (incentivos, mercados), gestão (oportunidades, processos), sociologia (influência, normas), psicologia (motivação, preconceitos), antropologia (história, cultura), direito (contratos, estrutura empresarial). Esta gama de disciplinas

revela que o estudo do empreendedorismo abrange processos e estados de ser, empresas e indivíduos, organização interna e ambiente externo, motivações de mercado e dimensões temporais ou do ciclo de vida. Em outras palavras, o empreendedorismo é um fenômeno complexo, a própria palavra empreender tem sua origem francesa, *entrepreneur* que significa empreendedor, o significado mais geral e provavelmente o mais antigo é “*celui qui entreprend quelque chose*”, que significa literariamente “aquele que faz as coisas”, em outras palavras, uma pessoa ativa. Para Dolabela (1999)

O empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. O empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. Por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo iterativo de tentativa e erro; avança em virtude das descobertas que faz, as quais podem se referir a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologia, gestão. (1999, p. 43).

Na visão do autor supracitado, o empreendedorismo é algo cultural, o empreendedor é visto como uma pessoa que organiza os meios de produção para se envolver no empreendedorismo, muitas vezes sob considerável incerteza e risco financeiro. Observa-se que existem diversos conceitos acerca do empreendedorismo, porém, a permanência da ideia de que o empreendedor é aquele que se arrisca, se aventura em um negócio é algo comum entre as principais literaturas, por essa razão, com intuito de facilitar a compreensão sobre os diferentes conceitos de empreendedorismo, a tabela abaixo demonstra alguns destes conceitos, considerando a visão de diferentes autores.

Tabela 1: Diferentes conceitos de empreendedorismo

McClelland (1961)	"O empreendedor é aquele que deseja resultados rapidamente, tem uma alta tolerância ao risco, um forte impulso para realizar algo que realmente valha a pena e é impelido a trabalhar duro para atingir suas metas."
Hisrich e Peters (1998)	"Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação pessoal e econômica."

Dolabela (1999)	"Empreendedorismo é a arte de transformar uma ideia em um negócio lucrativo e sustentável, que traz benefícios econômicos, sociais e pessoais."
Filion (1999)	"Empreendedorismo é a manifestação de uma disposição para assumir riscos, identificar oportunidades e mobilizar recursos para concretizar inovações."
Costa (2011)	"Empreendedorismo é a capacidade de criar, desenvolver e gerenciar um negócio, buscando a inovação, a criatividade e a competitividade no mercado."
Cericato e Melo (2011)	"Empreendedorismo é a capacidade de identificar oportunidades e mobilizar recursos para criar um negócio, gerenciando-o de forma criativa e inovadora, visando ao sucesso e a realização pessoal."
Scabeni (2016)	"Empreendedorismo é a habilidade de identificar oportunidades, criar novos negócios e gerenciar de forma inovadora e eficaz, visando à sustentabilidade econômica, social e ambiental."

Fonte: Gabriela Rodrigues de Almeida, Estudo sobre Inovação e Empreendedorismo: Competências Empreendedoras nos Cursos de Graduação em Engenharia Química / Gabriela Rodrigues de Almeida. – 2023.

Em suma, empreendedorismo é o processo de criação e desenvolvimento de uma empresa, com o objetivo de entregar algo novo ou melhorado ao mercado, ou organizando de forma superior os meios de produção.

2.2 Tecnologia no empreendedorismo

O empreendedorismo tecnológico está no centro de muitos debates importantes, incluindo aqueles em torno do lançamento e crescimento de empresas, do desenvolvimento econômico, da seleção das partes interessadas apropriadas para levar ideias aos mercados.

Acredita-se que o empreendedorismo tecnológico é um investimento em um projeto que reúne e mobiliza indivíduos especializados e ativos heterogêneos para criar e capturar valor para a empresa. O que distingue o empreendedorismo tecnológico de outros tipos de empreendedorismo (por exemplo, empreendedorismo social, gestão de pequenas empresas e trabalho autônomo) é a experimentação e produção colaborativa de novos produtos, ativos e seus atributos, que estão intrinsecamente relacionados com os avanços no conhecimento científico e tecnológico e com os direitos de propriedade dos ativos da empresa, para Kohn (2007, p. 5)

A sociedade transita hoje no que se convencionou denominar Era Digital. Os computadores ocupam espaço importante e essencial no atual modelo de

sociabilidade que configura todos os setores da sociedade, comércio, política, serviços, entretenimento, informação, relacionamentos. Os resultados desse processo são evidentes, sendo que essas transformações mudaram o cenário social na busca pela melhoria e pela facilitação da vida e das práticas dos indivíduos.

O desenvolvimento da tecnologia digital e da Internet mudou significativamente o empreendedorismo. Ajudou a superar a procrastinação e a aumentar a sua produtividade e eficiência, dando-lhes acesso a uma riqueza de dados, ferramentas e recursos anteriormente inacessíveis.

Também aumentou muito a acessibilidade para comunicação e colaboração, permitindo que os proprietários de empresas interajam com as partes interessadas em todo o mundo. Além disso, novos mercados e modelos de negócios foram possibilitados pela tecnologia digital, proporcionando aos empresários a oportunidade de desafiar mercados estabelecidos e desenvolver produtos inovadores, sobre tecnologia, Veraszto et al. (2008, p. 75) ressalta:

As tecnologias, como formas de organização social, que envolvem o uso de artefatos ou certos modos de gestão de recursos se integram ao meio estabelecendo vínculos de interdependência funcional com outras tecnologias e diversos tipos de parâmetros socioeconômicos e culturais. [...] A tecnologia, portanto, pertence a um meio, atua sobre ele, o molda e sofre influências do mesmo.

Tornou-se um fato amplamente reconhecido que os empreendedores e a tecnologia da informação se tornaram a espinha dorsal da economia mundial. A crescente penetração das TI na sociedade e na maioria das indústrias/empresas, bem como a união de forças de empreendedorismo e inovação na economia, reforçam a necessidade de investimento no negócio por parte do empreendedor, o investimento tecnológico é quase que uma obrigatoriedade em alguns segmentos, observa-se que muitas empresas tentam inovar trazendo o que há de mais moderno para não perder seus clientes e manter-se no negócio sem perder rendimentos, como exemplo, é crescente o número de vendas online, a internet permitiu que os consumidores pudessem adquirir produtos e serviços por meio aplicativos e plataformas virtuais, para isso, o empreendedor teve que mudar seu perfil e se adaptar ao novo. Com isso as definições de empreender são muitas, Ratten (2020 apud Castro et al., 2021) por exemplo, define o empreendedor da seguinte forma:

O empreendedor é definido como um indivíduo que explora uma oportunidade de negócio por meio de alguma forma de inovação. Isso significa prever uma lacuna no mercado e preenchê-la por uma nova ideia de negócio. Para fazer isso, é necessário criar alguma forma de produto, processo ou serviço que levará a ganhos financeiros.

Um exemplo de inovação é dito na citação acima, uma nova ideia, a capacidade de criar e muitas vezes de se reinventar, observa-se que a influência das mídias sociais nos negócios mudou tudo. A mídia social evoluiu para uma ferramenta crucial para o crescimento e o sucesso dos negócios na atual era digital, desde a construção da marca e marketing até o envolvimento do cliente e da rede.

As redes sociais oferecem aos proprietários de empresas uma oportunidade econômica de comercializar os seus produtos ou serviços, criar comunidades em torno da sua marca e interagir com os clientes em tempo real, graças à sua capacidade de atingir grandes públicos de forma rápida e eficaz.

A inovação é a função específica do empreendedorismo, seja numa empresa existente, numa instituição de serviço público ou num novo empreendimento iniciado por um indivíduo solitário na cozinha da família (fato crescente durante a pandemia do Covid 19). É o meio pelo qual o empreendedor cria novos recursos de produção de riqueza ou dota os recursos existentes de um maior potencial para a criação de riqueza.

Algumas empresas são mundialmente conhecidas pela constante inovação, a exemplo disso, as empresas de telefonia móvel, boa parte da indústria automobilística, as agências de viagens, a própria construção civil tem investido em modelos arquitetônicos cada vez mais moderno, é a chamada “lei da selva” no mundo dos negócios, ou investe ou entra em decadência, considerando o perfil do cliente cada vez mais exigente e seletivo, não há outra saída a não ser a inovação criativa. Nesse sentido, Chiavenato (2004, p.437) corrobora:

A inovação significa o processo de criar algo novo que tenha um valor significativo para uma pessoa, grupo, organização, indústria ou sociedade. Ela representa a implementação da criatividade. A criatividade é simplesmente a produção de algo novo, ideias apropriadas que melhoram a atividade humana, e é o primeiro passo da inovação.

É claro que existem inovações que surgem de um lampejo de genialidade. A maioria das inovações, contudo, especialmente as bem-sucedidas, resulta de uma busca consciente e proposital de oportunidades de inovação, que são encontradas

apenas em algumas situações. Existem quatro dessas áreas de oportunidades dentro de uma empresa ou setor: ocorrências inesperadas, incongruências, necessidades de processo e mudanças no setor e no mercado, segundo Freire (2000, p.17):

A criatividade promove assim os espíritos inventivos, que por sua vez gera inovação de sucesso para o mercado. (...), contudo, muitas empresas ainda se limitam a satisfazer as necessidades conhecidas dos clientes ou a seguir as iniciativas da concorrência, sem investir na inovação. Desta forma conseguem mesmo poupar custos de pesquisa e oferecer produtos similares a preços mais baratos. Mas a ausência de inovação acaba sempre por afetar o desenvolvimento sustentado da organização porque, mais tarde ou mais cedo, a estagnação da oferta induz os clientes preferir os novos produtos e serviços da concorrência. A principal função da inovação é, pois, acompanhar, e se possível antecipar, a evolução das necessidades seduz clientes, para a empresa os pode servir com propostas de valor sempre renovadas.

Existem três fontes adicionais de oportunidades fora da empresa, no seu ambiente social e intelectual: mudanças demográficas, mudanças na percepção e novos conhecimentos. É verdade que estas fontes se sobrepõem, por mais diferentes que sejam na natureza do seu risco, dificuldade e complexidade, e o potencial de inovação pode muito bem residir em mais de uma área ao mesmo tempo. Mas juntos, representam a grande maioria de todas as oportunidades de inovação

Tabela 2: Algumas inovações tecnológicas ao longo dos anos

BEM OU SERVIÇO	ANTES	ATUALMENTE
Transportes	Caminhões, caminhonetes, furgões, jipes e só depois os carros de passeio. Ônibus, embarcações aquáticas de pequeno e grande porte sem muito requinte, com design simples, ofereciam o básico.	Caminhões e caminhonetes supermodernos automáticos, carros de passeio de diferentes modelos com tecnologia avançadas, como tração nas rodas, câmeras, computador de bordo, design moderno e muitas vezes personalizados. Os navios e aviões também se modernizaram, oferecendo aos clientes o melhor em suas acomodações e serviços com diversos atrativos.
Informações	Jornais e revistas que nem todos tinham acesso, notícias pela televisão a	Expansão da telecomunicação em tempo real, o advento da internet conectando o

	uma minoria. Cartas, telegramas e fax.	mundo principalmente após a globalização.
Educação	Privilegio de poucos. Uso de giz de pó, salas de aulas simples com poucos recursos pedagógicos.	Educação para todos que desejam, seja por meio do ensino público ou privado. Salas de aulas confortáveis, professores e alunos conectados, livros impressos e digitais, educação a distância a nível médio e superior.
Saúde	Precária, poucas vacinas, pouco acesso a população mais vulnerável, poucos profissionais de saúde devido a dificuldade de acesso ao ensino e sobretudo a oferta da rede pública bem reduzida.	Modernização por meio das plataformas digitais, seja pelo SUS ou pelo plano de saúde com preços acessíveis. Investimentos em UBS nos mais diversos lugares, distribuição gratuita de alguns remédios, oferta de vacinas gratuitas a população, dentre outros benefícios.
Compras	Privilegio de poucos, era necessário o deslocamento físico para realização, produtos reduzidos, pouca variedade.	Sociedade consumista, mercado agressivo na oferta de produtos e serviços em diversos segmentos, oferta de compras online por meio do advento da internet, a criação de promoções atrativas para o consumidor final.
Telefonia	Telefone celular foi ativado no Brasil apenas em 1998 apenas em São Paulo, eram usados os telefones fixos e orelhões com fichas e posteriormente com cartões.	É possível afirmar que houve quase uma decadência da telefonia fixa (ainda existe, mas seu uso é mais comum em empresas) os telefones móveis atualmente são vitais e a principal ferramenta de comunicação mundial.
Finanças	As moedas forma criadas no Brasil Colônia e posteriormente foram evoluindo, surgiram os bancos, dinheiro em cédula e os talões de cheque.	Atualmente as finanças cabem na palma da mão por meio dos telefones moveis que concentram os aplicativos de bancos e são capazes de realizar diversas transações

		necessitando apenas da internet, o pix é uma criação de 2020 e tem revolucionado os empreendedores, além é claro de outras formas modernas de finanças.
--	--	---

Fonte: Crédito do autor

A tabela acima são apenas alguns exemplos de como a tecnologia impacta o empreendedorismo, existem outros inúmeros exemplos desses impactos, mas aqui a intenção é demonstrar que a inovação é a alma do negócio, os empreendedores podem inovar, adaptar-se e ter sucesso num ambiente de negócios que está em constante mudança, utilizando o poder das redes sociais. É essencial que os proprietários de empresas se mantenham atualizados com as mais recentes tendências e melhores práticas à medida que as redes sociais continuam a desenvolver-se e novas plataformas que surgem para maximizar o potencial das suas empresas.

2.3 Desafios e possibilidades do empreendedorismo

Considera-se um dos principais desafios para os empreendedores a oscilação do mercado financeiro com altas carga de tributação, além de uma enorme burocracia na obtenção de créditos, está equilibrado a essas situações é necessário para manter-se no mercado. No Brasil existem vários órgãos incentivadores ao empreendedorismo, buscam constantemente auxiliar o empreendedor a manter seu negócio da melhor forma possível.

Os órgãos de apoio ao empreendedorismo mais conhecidos no Brasil são o SEBRAE, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Além destes, existem escolas superiores que passaram a oferecer cursos sobre empreendimento, bem como incubadoras de novos negócios (JANSSEN, 2020, p.36).

É claro que não se pode esperar ser apoiado para agir, diante do cenário econômico as organizações tendem por si só enfrentar os desafios do mercado competitivo, a falta de aquisição de crédito, a crise financeira e outros muitos desafios

que surgem, a ideia é olhar para as possibilidades, nesse sentido a força contemporânea é de fato o comércio eletrônico.

A expansão do comércio eletrônico possibilitou que qualquer pessoa expandisse seus negócios online. Os proprietários de empresas podem aumentar suas bases de consumidores globalmente, trabalhar 24 horas por dia e otimizar seus processos. O comércio eletrônico oferece aos proprietários de empresas um método acessível para lançar e expandir seus negócios.

Por meio de seleções de produtos diferenciadas e uma experiência de compra on-line impecável para os clientes, oferece uma vantagem competitiva. Além disso, as oportunidades de venda cruzada e a capacidade dos proprietários de empresas serem flexíveis e reagirem às mudanças nas condições do mercado foram possibilitadas pelo comércio eletrônico. Tornou-se um excelente recurso para aqueles que tentam expandir as suas operações e obter sucesso a longo prazo, uma vez que tem potencial para alcançar clientes em todo o mundo do empreendedorismo, afinal é uma palavra que tem crescido muito na última década, nesse sentido, (NUNES; SALES; CARVALHO, 2019) discorrem,

Nos últimos anos, o termo “empreendedorismo” tem sido muito utilizado no país, e cada vez mais os brasileiros tem o desejo de abrir o próprio negócio. Um dos motivos para o aumento desta atividade empreendedora no país foi o alto índice de desemprego (LEAL, 2018). Segundo dados do IBGE (2019), o contingente de desempregados (desocupados) que em 2015 era de pouco mais de 8 milhões de brasileiros aumentou para 12 milhões em 2019. Desta forma, o empreendedorismo tem assumido um importante papel em resposta a insuficiência de trabalho assalariado desde o início da crise econômica em 2015, fazendo muitos indivíduos se encaixarem no conceito de “empreendedor por necessidade” (JANSSEN, 2020, p.35-36).

Seja empreender por necessidade ou por opção é oportuno dizer que a forma como os empreendedores administram e expandem seus negócios foi revolucionada pela computação em nuvem. Economia, escalabilidade, flexibilidade, aumento de produtividade, segurança, continuidade de negócios, criatividade, vantagem competitiva e impacto ambiental favorável são apenas algumas das vantagens que oferece determinadas empresas. Existem algumas teorias acerca do perfil do empreendedor.

Tabela 3: Teorias sobre o Perfil do Empreendedor e o Ciclo de Vida Organizacional

Teoria		Autor e ano
	Auto Eficaz	

Perfil Empreendedor	Assume Riscos Calculados	Moraes, Hashimoto e Albertini (2013) Bessant (2009) Degen (1989) Hisrich, Peters e Shepherd (2014) Minello, Burguer e Kruguer (2017)
	Planejador	
	Detecta Oportunidades	
	Persistente	
	Sociável	
	Inovador	
	Líder	
Ciclo de Vida Organizacional	Nascimento	Lester, Parnell e Carraher (2003)
	Crescimento	
	Maturidade	
	Declínio	
	Rejuvenescimento	
Identificação do Tempo de Vida Organizacional		Lucas Moraes de Souza (2018)

Fonte: Lucas Moraes de Souza (2018) O perfil empreendedor e o ciclo de vida das micro e pequenas empresas

A tabela acima é uma forma de refletir acerca do papel do perfil do empreendedor como desafios e possibilidades, o que se observa é que ser empreendedor exige muito trabalho e dedicação. Mas também requer mais do que isso. Para ser um empreendedor de sucesso, você deve possuir certas características e habilidades empreendedoras como apontadas na tabela anterior.

É necessário também ser capaz de pensar fora da caixa e encontrar soluções criativas para os problemas. Por exemplo, quando confrontados com um desafio difícil, os empreendedores de sucesso procuram formas únicas de superá-lo, em vez de desistir, afinal, tem que ser capaz de trabalhar duro e passar por momentos difíceis. Isso ocorre porque iniciar e administrar uma empresa não é fácil, haverá momentos em que o empreendedor enfrentará o fracasso e cometerá erros e momentos em que desejará desistir, porém, o grande desafio é encontrar uma maneira de superar esses erros e ter sucesso.

3 METODOLOGIA

Para trabalhar com esta temática recorreremos à metodologia da pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica segundo Chiara e Kaimen (2008), é feita com a intenção de levantar um conhecimento disponível sobre teorias, a fim de analisar,

produzir ou explicar um objeto sendo investigado. A pesquisa bibliográfica visa então analisar as principais teorias de um tema, e pode ser realizada com diferentes finalidades.

Conforme Fonseca (2002) a pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta.

A opção pela pesquisa bibliográfica foi à escolha mais acertada e coerente com a proposta e os objetivos do tema escolhido, considerando que se trata de pesquisar e conhecer a hipótese da questão dos impactos das tecnologias no empreendedorismo na contemporaneidade, objeto da pesquisa.

A separação do material da pesquisa contou com uma grande porcentagem de consultas por meio da mídia digital e de livros, que nos levaram a fazer fichamentos registrando informações sobre o tema procurando diversificar o máximo as fontes de pesquisa.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após pesquisa discorrer sobre empreendedorismo e tecnologia na atualidade, percebeu-se a grande inclinação que os novos empreendedores têm tido acerca da modernização tecnológica como aliada da sua organização. Os avanços tecnológicos são crescentes e atrativos ao mundo dos negócios, a medida em que a pesquisa avançava foi possível entender que houve de fato uma expansão tecnológica e vive-se atualmente a era digital em todas as áreas.

Ao iniciar a pesquisa, foram estabelecidos alguns objetivos que no decorrer das leituras foram sendo alcançados, no que diz respeito ao objetivo geral onde a pretensão foi analisar os impactos da tecnologia no empreendedorismo e destacar transformações ocorridas nas últimas décadas e as oportunidades e desafios enfrentados pelos empreendedores é possível dizer que as principais transformações tecnológicas que impactam o empreendedorismo, são sem dúvida, a tecnologia digital associada a inteligência artificial, o poder do click na palma da mão, ou seja, a transformação tecnológica está impulsionando a inovação e o empreendedorismo no

Brasil Mais Digital. Com a era digital, foi perceptível os desafios, o principal deles foi a necessidade de adaptação ao mundo digital cada dia mais moderno, a inclusão digital, a capacitação de profissionais.

Da mesma forma, podemos dizer que experiência quanto aos objetivos específicos também foi exitosa, alguns conceitos de empreendedorismo foram apresentados e discutidos bem como os desafios e possibilidades no campo do empreendedorismo, dessa forma, a problemática finalmente foi respondida.

A tecnologia impacta o empreendedorismo de diversas formas na era contemporânea, a pesquisa apontou que modelos de negócios se baseiam na geração de valor através de informação eletrônica através de redes de dados, muitas empresas tem apostado na tecnologia como estratégia de vendas e tem dado certo, a relevância do campo do empreendedorismo digital também continua a crescer, no geral, as empresas com visão de negócio e capital de investimento, procuram cada dia mais se modernizar, é notório essa modernização na agricultura, na produção de energias, na indústria automobilística dentre outras. Por fim, a tecnologia é o coração da sociedade moderna, e se tornou um fenômeno incontrolável.

REFERÊNCIAS

DOLABELA, F. **O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte.** Brasília: CNI/IEL Nacional, 2001.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios.** Revista de Administração. São Paulo. v.34, n.2, p. 5-28, abr/jun. 1999a.

FREIRE, Adriano. **Inovação: novos produtos, serviços e negócios para Portugal.** São Paulo: Verbo, 2000.

JANSSEN, N. **A importância do empreendedorismo para o crescimento econômico e suas barreiras no Brasil.** 2020. 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020.

KOHN, K.; MORAES, C. H. De (2007). **O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital.** In: Xxx Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação. Santos.

RATTEN, V. (2020b). **Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective.** *Thunderbird International Business Review*, 62(5), 629-634.

Souza, Lucas Moraes de O perfil empreendedor e o ciclo de vida das micro e pequenas empresas. / Lucas Moraes de Souza. – Caraguatatuba, 2018.

VERASZTO, É. V., et al (2008). **Tecnologia: Buscando uma definição para o conceito.** Prisma.com, Porto, n. 7.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002.

Gil, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

MORAN, José Manuel. **Mudanças na comunicação pessoal.** São Paulo: Paulinas, 2000

KENSKI, V. M. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação.** 1. ed. Campinas: Papirus, 2007.