

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

AMANDA DA SILVA GOMES
JOSÉ EDUARDO DA SILVA JÚNIOR
RIVALDO ALVES DA SILVA

**COMPORTAMENTO HUMANO EM MEIO AS
TECNOLOGIAS NOS TEMPOS ATUAIS**

RECIFE
2023

AMANDA DA SILVA GOMES
JOSÉ EDUARDO DA SILVA JÚNIOR
RIVALDO ALVES DA SILVA

COMPORTAMENTO HUMANO EM MEIO AS TECNOLOGIAS NOS TEMPOS ATUAIS

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel(a) em Administração de Empresas.

Professor Orientador: Sylvia Karla Gomes Barbosa

RECIFE

2023

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 2338/ O.

G633c Gomes, Amanda da Silva.
Comportamento humano em meio às tecnologias nos tempos atuais /
Amanda da Silva Gomes, José Eduardo da Silva Júnior, Rivaldo Alves da
Silva. - Recife: O Autor, 2023.

21 p.

Orientador(a): Sylvia Karla Gomes Barbosa.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário
Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em Administração, 2023.

Inclui Referências.

1. Indústria 4.0. 2. Acesso à tecnologia. 3. Teoria Maslow. 4. Teoria
Hezberg. 5. Tecnologia gestão de empresas. I. Silva Júnior, José Eduardo
da. II. Silva, Rivaldo Alves da. III. Centro Universitário Brasileiro. -
UNIBRA. IV. Título.

CDU: 658

RESUMO

A tecnologia tornou-se praticamente obrigatória para a sobrevivência das organizações para conseguir levar seus produtos e serviços, dos mais diversos tipos e segmentos, físicos e/ou digitais, ao público-alvo. Nesse contexto, introduziu-se quais foram os principais impactos e como o comportamento humano evoluiu em meio a tecnologia atualmente. Destacou-se as iniciativas de organizações e indivíduos para se adaptarem aos avanços tecnológicos acelerados que se pode presenciar. O estudo corrobora com artigos que foram observados no Google acadêmico. Apresentou-se um estudo bibliográfico, com o objetivo principal de destacar a importância da união da tecnologia com as empresas. Enfatizou-se que, apesar de todos os percalços, a humanidade tem evoluído gradativamente, embora, por falta de incentivo e inclusão, haja grande dificuldade na geração de oportunidades e de acompanhar, na mesma velocidade, as novas tecnologias surgem constantemente. No país ainda há um grande déficit quando se trata de tecnologia da informação, no que diz respeito ao acesso a aparelhos tecnológicos como computadores e acesso à internet. Considerando os contextos apresentados, o presente estudo visa mapear discussões acadêmicas sobre o uso de tecnologias associada as empresas.

Palavras-chaves: Industria 4.0. Acesso à tecnologia. Teoria Maslow. Teoria Herzberg, Tecnologia gestão de empresas.

ABSTRACT

Technology has become practically mandatory for the survival of organizations to be able to take their products and services, of the most diverse types and segments, physical and/or digital, to the target audience. In this context, mistreatment were the main impacts and how human behavior has evolved in the midst of technology today. It stood out as initiatives of initiatives and individuals to adapt to the accelerated technological stages that can be witnessed. The study corroborates with articles that were observed in Google academic. A bibliographical study was presented, with the main objective of highlighting the importance of the union of technology with companies. It was emphasized that, despite all the mishaps, humanity has evolved gradually, although, due to lack of incentive and inclusion, great difficulty in generating opportunities and keeping up with, at the same speed, new technologies are constantly emerging. In the country there is still a great deficit when it comes to information technology, not with regard to access to technological devices such as computers and internet access. Taking into account the contexts presented, the present study aims to map academic discussions on the use of technologies associated with companies.

Keywords: Industry 4.0. Access to technology. Maslow Theory. Herzberg Theory, Technology Business Management.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	07
2	REFERENCIAL TEÓRICO	09
2.1	INTRODUÇÃO DA TECNOLOGIA NO ÂMBITO EMPRESARIAL.....	09
2.2	TEORIA COMPORTAMENTAL NA TECNOLOGIA	11
2.3	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E MÍDIAS DIGITAIS	14
3	METODOLOGIA.....	18
3.1	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	19
3.2	CONSIDERAÇÕES FINAIS	25
4	REFERENCIAL	26

1. INTRODUÇÃO

O comportamento humano perante as mídias digitais está passando por transformações diárias, essas alterações geram impactos na vida pessoal e profissional de cada indivíduo, onde a constante evolução apresentada exige que o mercado se reinvente em uma frequência cada vez mais rápida, tornando-se um ambiente hábil e capaz de lidar com alterosos desafios, na maioria das vezes, em um curto intervalo de tempo (CHIAVENATO, 2011). Como observado por Chiavenato “Quanto mais poderosa a tecnologia da informação, mais informado e poderoso se torna seu usuário, seja ele uma pessoa, uma empresa, uma organização, ou um país” (CHIAVENATO, 2014, p. 426).

Seguindo a linha de raciocínio expressa por Just (2011), a humanidade tem evoluído gradualmente com o passar dos tempos. Não se pode negar que, atualmente, existem inúmeras possibilidades de se satisfazer através das tecnologias extremamente avançadas que nos rodeiam, e com margem para alcançar peripécias que antes eram inimagináveis. Fazendo uma análise célere sobre o tema, nos leva a imaginar que a humanidade se beneficiará amplamente dos avanços tecnológicos que já faz parte da nossa realidade. Da Cruz (2014), afirma que existe grande resistência por parte da população quanto às novas ferramentas, e as organizações precisaram se mobilizar para resgatar essa fatia que insiste em permanecer no passado. No qual as instituições têm se preparado tecnicamente em busca de fazer uso eficaz e eficiente desse instrumento.

Não servirá de nada diversos avanços tecnológicos se esta não está sendo usufruída de maneira adequada, reflete (Davis, 1989). No Brasil não é incomum encontrar pessoas que oferecem resistência ao futuro, realidade presente até dentro das empresas, local onde se deveria adotar todo e qualquer tipo de avanço tecnológico que pudesse agregar potencialmente nos negócios. Indivíduos que preferem um carnê em vez de um cartão de crédito, que fazem uso de estabelecimentos físicos e se recusa a baixar um aplicativo ou visitar um site, que escolhem adquirir um aparelho celular ultrapassado por ter a sensação de estar mais protegido ou de fácil manuseio e maior durabilidade, como também desconfia dos bancos digitais e não renuncia à moeda em espécie e das idas frequentes aos caixas eletrônicos, como expõe Dias (2000). Existem questões profundas intrigantes e exploráveis – Há algum problema em fazer uso de meios mais antigos? Se sim, quais?

O que as pessoas estão realmente consumindo? O que gera toda essa insegurança? Onde podemos encontrar a raiz do problema? Podemos imaginar diversos motivos: questões socioculturais e políticas que envolvem baixo nível educacional e de investimento, falta de acesso à informação e aparelhos tecnológicos de última geração, ou até mesmo razões que circundam a gerontologia, como explica o extenso e aprofundado material disponibilizado por Martins (2017).

O trabalho discorre sobre a capacidade dos envolvidos se moldarem diante do mercado atual. Trabalhar em cima do que é consumido e assimilado e o que as empresas precisam fazer para não serem ultrapassadas. O mundo tecnológico está cada vez mais se transformando e as decisões e ações precisam ser tomadas com expertise para direcionar o público-alvo até sua organização, e vice-versa. A tecnologia se tornou algo praticamente obrigatório para sobrevivência das organizações para que possam levar seus produtos e serviços, dos mais diversos tipos e segmentos, físicos e/ou digitais ao público-alvo que, quando realizado com efetividade, alcançam picos jamais alcançados. O propósito deste trabalho é buscar explanar com coerência o cenário da evolução tecnológica e suas transformações, a construção se baseia nos impactos causados nas organizações, em suas diferentes esferas e setores.

Considerando os contextos apresentados, o presente estudo visa mapear discussões acadêmicas sobre o uso de tecnologias associada as empresas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 INTRODUÇÃO DA TECNOLOGIA NO ÂMBITO EMPRESARIAL

A Revolução Industrial foi um período de grande desenvolvimento tecnológico, uma de suas principais particularidades foi a substituição da técnica artesanal pelo trabalho remunerado, onde foi incluído o uso da máquina a vapor construída por Thomas Savery em 1698 e aperfeiçoada por Thomas Newcomen, e Jhon Calley em 1712. Vicentino & Dorigo (1997) diz que a energia movida a vapor além de ter sido usada em produções têxtil, também fez com que o navio a vapor substituísse a escuna e a locomotiva substituísse os antigos vagões puxados a cavalo. A mecânica deu vida ao telégrafo, primeira tecnologia quase instantânea. Já durante a Quarta Revolução Industrial, em meio a processos inovadores, as transformações aceleradas têm afetado diversos setores, inclusive o trabalhista. Klaus Schwab (2016) afirma que ao contrário das revoluções industriais anteriores, esta evolui em um ritmo exponencial e não linear.

Este novo ambiente torna as organizações exponencialmente mais competitivas, sendo a qualidade da comunicação, do atendimento e das ofertas cada vez mais decisivas na conquista do público. Em uma pesquisa realizada pela PricewaterhouseCoopers (PwC) mostra que funções tradicionais que representavam cerca de 15,4% da força de trabalho global encolherão para 9%, até 2025. Por outro lado, oportunidades voltadas a tecnologia quase dobrará de 7,8% para 13,5% no mesmo período, usando como base o total de empregados. Demandando em torno de 800 mil novas oportunidades de emprego até de 2025, apenas no país (PWC, 2022). No ano de 2019, no auge da pandemia, o distanciamento social foi tido como obrigatório, e o fechamento de diversos estabelecimentos tornou-se inevitável. Durante esse período o trabalho remoto foi uma das práticas mais utilizadas, aplicando a legislação trabalhista que foi aprovada em novembro de 2011, onde iguala os trabalhadores remotos aos demais trabalhadores CLT:

Art. 6º. Não se distingue entre o trabalho realizado no estabelecimento do empregador, o executado no domicílio do empregado e o realizado a distância, desde que estejam caracterizados os pressupostos da relação de emprego. Parágrafo único. Os meios telemáticos e informatizados de comando, controle e supervisão se equiparam, para fins de subordinação jurídica, aos meios pessoais e diretos de comando, controle e supervisão do trabalho alheio. (BRASIL, 2011).

Como medida de contenção o Conselho Nacional da Educação CNE/CP aprovou o parecer nº 5/2020, em 28 de abril de 2020 onde submete orientações visando a reorganização do calendário escolar, possibilitando atividades não presenciais para fins de cumprimento de carga horária mínima anual (BRASIL, 2020). A partir disso, percebe-se grandes desafios. Professores e gestores tiveram o auxílio da tecnologia como principal ferramenta de trabalho. Computadores, smartphones e notebooks foram usados incontáveis vezes acessando plataformas digitais como: Zoom Meetings, Skype e Google Hangouts (DA SILVA e DE SOUZA TEIXEIRA, 2020). Assim sendo o setor tecnológico pode ser uma possível proposta para estudo de como a economia criativa pode se beneficiar dos avanços tecnológicos. Um dos maiores desafios é a introdução dessa metodologia no ambiente de trabalho, o preparo correto é essencial (NEVES, 2022). Conforme Castaman; Rodrigues (2020), os professores precisaram por força da urgência, em um curto espaço de tempo, reaprender sua forma de acesso aos estudantes.

Esse movimento não afetou apenas educadores, mas também empresários em diversos setores. Permitiu que várias áreas da tecnologia fossem exploradas, dentre elas, a biotecnologia, ferramenta que já se faz presente no setor agrícola do país. Trabalhadores rurais que antes precisavam pôr em prática ações mais “arcaicas”, hoje tiveram que se reinventar, tendo como aliados robôs programados para irrigação, detecção de pragas e condições adversas. As organizações dependem de certos requisitos para garantirem seu sucesso que pode ser alcançado com a utilização de TI (Baschab & Piot, 2003; Slack, Chambers, & Johnston, 2000; Tardugno, Dipasquale, & Matthews, 2000). Em busca de êxito na utilização desde a primeira prática até os impactos no desempenho empresarial. Segundo Miskulin (1999) em ambientes automáticos é necessário um novo perfil de trabalhador que permite integrar-se com consciência em tarefas.

2.2. TEORIA COMPORTAMENTAL NA TECNOLOGIA

Com o avanço tecnológico é preciso ter diversos sistemas de informação para atender as grandes demandas dentro das empresas, e assim se torna inevitável e de grande importância por vários fatores (CORREA, 2015). Cita que práticas em relação à gestão dos conhecimentos alinhados ao setor de tecnologia da informação, levam em conta os processos organizacionais, sistema de informação e elementos pessoais, porém considerou-se que vale analisar a percepção dos profissionais da tecnologia nas práticas de gestão do conhecimento.

Motivação e comportamento sobre as tecnologias, através de pesquisas realizadas, transmite a ideia de que o processo de motivação tem uma grande intensidade no ambiente de trabalho, pois demonstra que ao se ter uma direção sobre os objetivos com persistência sobre alguma meta traçada, é possível alcançar a meta almejada (DÉBORA, 2021). Os colaboradores motivados podem proporcionar melhores resultados a um grupo, tanto de forma individual ou em equipe, deixa-se claro que a motivação é combustível de alta qualidade para atingir metas.

A era tecnológica revolucionou e mostrou diversas mudanças nas organizações onde o ambiente das empresas está mais turbulento e competitivo. Empresas visam solucionar com inovações que buscam obter vantagem competitiva em meio às outras organizações. Sendo assim, possui-se uma fundamental importância e tornando-se competitivas no mercado (DÉBORA, 2021).

Apesar de todas estas questões, tem-se a importância sobre os comportamentos dos colaboradores dentro das organizações para que tarefas e objetivos sejam realizados. Pode-se citar Maslow, Herzberg e McGregor.

Maslow (1954), fala sobre as necessidades humanas elencadas em níveis dentro de uma pirâmide, se inicia com as necessidades fisiológicas e finaliza na realização pessoal.

Figura 1- Pirâmide da teoria das necessidades de Maslow.

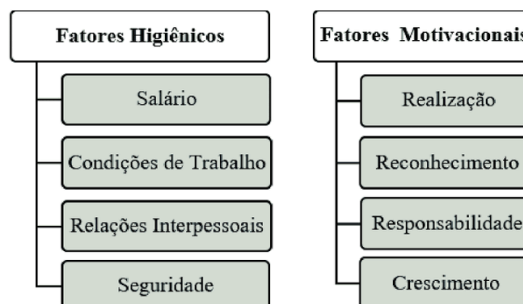


Fonte: Retirado de Robbins, 2002

Quanto foi evoluído as necessidades de Maslow e enfatiza as necessidades básicas que sempre o ser humano foi em busca pela famosa necessidade de sobrevivência que como mostrado no referencial elas foram consideradas inatas por serem de uma certa forma que façam parte da sustentação do nosso corpo. (FERIGATO, 2022)

Herzberg (1996) cita que existem dois fatos que distinguem o comportamento das pessoas: a satisfação e a não satisfação, que acarretam as necessidades humanas.

Figura 2 - Fatores motivacionais de Herzberg.



Fonte: Autoria própria, com base em Herzberg (1996).

Pesquisou-se que fatores higiênicos são fatores extrínsecos, pois trata-se de elementos que estão sendo fornecidos ao trabalhador para que tenha um alto desempenho. Já fatores motivacionais são fatores intrínsecos, pois conduz ao trabalhador um esforço próprio para que realize suas tarefas.

Na década de 50, McGregor, ao usar sua teoria X e Y, analisou comportamentos de gestores e líderes e se propôs a entender a motivação de uma

equipe (NERI, 2018). McGregor, na teoria X, afirma que os empregados que não lidam bem com o trabalho, devem ser levados, controlados e tendem a seguir metas organizacionais, pois pessoas que se encaixam nesse perfil têm preferência em serem tratadas dessa maneira, também procuram evitar responsabilidades no trabalho (NERI, 2018). Já na teoria Y, McGregor enfatiza o alto interesse das pessoas em seu trabalho, o desejo de autogerir e de estar sempre à procura de responsabilidades, além de ter uma capacidade criativa na resolução dos problemas diários dentro da empresa.

Pode-se dizer que ter conhecimento da teoria X e Y é de extrema importância para as organizações para entender quais são os estilos de lideranças dos gestores e melhorar os recursos humanos e a forma de administrar, e em consequência, obter bons resultados com a finalidade de alcançar os objetivos (NERI, 2018). É essencial ter, no mínimo, uma base formada sobre como funciona a teoria para diminuir as chances de a organização falhar e entrar em desacordo com seu próprio planejamento estratégico. Um tema de tremenda importância que deve ser mais explorado, porque se trata de um conteúdo de alta utilidade para as organizações.

Para uma empresa ser bem-sucedida deve se pensar em toda sua estrutura organizacional e, para isso acontecer, o capital humano é de fundamental importância. Por isso se fez necessário redefinir os profissionais e olhar com mais atenção ao principal recurso das organizações que é o capital humano (SANTOS, 2004, p. 10)

Um dos principais papéis do gestor é de controlar e dirigir seus colaboradores em potencial, e assim conseguir atingir os objetivos.

Sendo assim, a respeito das características da teoria X e Y tem-se, pode-se dizer que a teoria X é quando o indivíduo não lida bem com seu trabalho e tudo que a profissão exige, pode-se resultar em sentimentos que podem causar desânimo, e que influenciará diretamente no desempenho da empresa. O ser humano evita responsabilidade, contudo, acaba atrapalhando nas tarefas diárias e não sendo eficaz para alcançar o que se almeja. As pessoas preferem ser dirigidas, o que mostra que em meio as dificuldades não inspirem autoconfiança e autoconhecimento sobre o que precisa ser feito (NERI, 2018).

Enquanto as características da teoria Y é quando o indivíduo tem a capacidade de ser criativo e solucionar os problemas, quando menos se espera, o funcionário está de prontidão com novas ideias e com as soluções dos problemas. O ser humano é

movido pelo autocontrole, ou seja, independente das dificuldades e problemas que tiverem na vida particular, precisa-se saber separar e não deixar interferir em seu próprio rendimento no ambiente de trabalho. Empenho em alcançar objetivos, mediante o crescimento e recompensas, para se ter entusiasmo e contribuir para que os resultados sejam satisfatórios para a organização (NERI,2018).

2.3. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E MÍDIAS DIGITAIS

Para entender melhor a relação entre mídias digitais e tecnologia da informação, podemos usar como referência a coleta, armazenamento e interpretação de dados. Dados, perante a era digital na qual estamos, é essencial para ascensão empresarial. Além de outras coisas, a Tecnologia da Informação é a grande responsável pelo desenvolvimento das ferramentas de análise utilizadas nos dias de hoje para retenção de dados, são algumas delas: Sales Hub, Slack e Asana. Essas ferramentas permitem conhecer, por exemplo, o comportamento dos consumidores, avaliar os setores da empresa, observar o mercado e o potencial de crescimento etc. BERTIN; VISOLI; DRUCKER (2017)

Sabe-se que no marketing, um dos principais meios que conectam e aproximam de maneira direta e rápida a empresa com os consumidores através da internet, são as mídias digitais. O Social Média, por meio das maiores redes sociais, interage de maneira popular e inclusiva com os consumidores fidelizados e não fidelizados De Lemos Viana; Queiroga; Serrano (2015). Isso exemplifica a relação simbiótica entre as duas grandes áreas que estão cada vez mais interdependentes, o planejamento estratégico em cima da análise de dados coletados.

O sucesso empresarial é sinônimo da eficiente utilização das mídias digitais e suas possibilidades. Contudo, quando se observa a velocidade com que a informação se propaga, precisa-se de capacitação e treinamento a fim de evitar o insucesso para com esse universo em constante crescimento e sem margem para limitação (BERALDI e ESCRIVÃO FILHO, 2000). Novas *startups*, redes sociais, jogos e outros diversos derivados tecnológicos surgem a todo instante e em diferentes campos de atuação. Os gestores competentes têm que ficar atentos para atuar com agilidade.

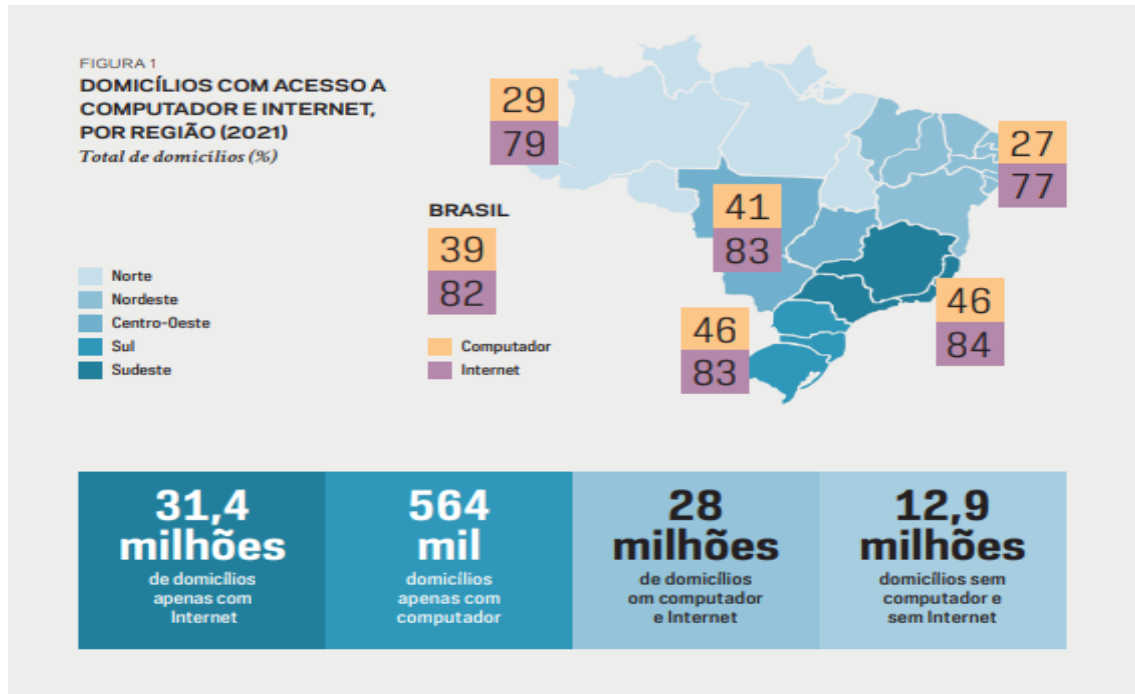
O ambiente empresarial é uma corrida com muitos obstáculos onde larga na frente aqueles que possuem discernimento para identificar e se apropriar das melhores ferramentas que possam impulsionar seu negócio (GONÇALVES, 1994). “Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta

às mudanças.” Leon Megginson sobre a obra “A Origem das Espécies”.

O Marketing Digital lida diretamente com a tarefa de procurar desenvolver e compreender sobre como atrair e fidelizar pessoas para que se tornem clientes. Mídias analógicas que se utilizam de meios tradicionais já não são tão eficientes como eram antes, sempre estivemos passando por um processo de evolução constante e, naturalmente, esses meios foram sendo ultrapassados (KOTLER, 2010).

A diferença econômica entre regiões do Brasil é expressiva, a Região Norte e Nordeste ocupam as posições mais baixas do ranking nacional, isso é representado através do IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), números calculados pelo PNUD BRASIL (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) que reflete a baixa oportunidade e limitado poder de compra que não permite parte da população ter acesso a internet e aparelhos mais sofisticados, o que impacta diretamente na relação entre consumidores e empresas. A figura 1 a seguir ilustra com precisão determinado cenário.

Figura 1 – Domicílios com acesso a computador e internet, por região (2021).

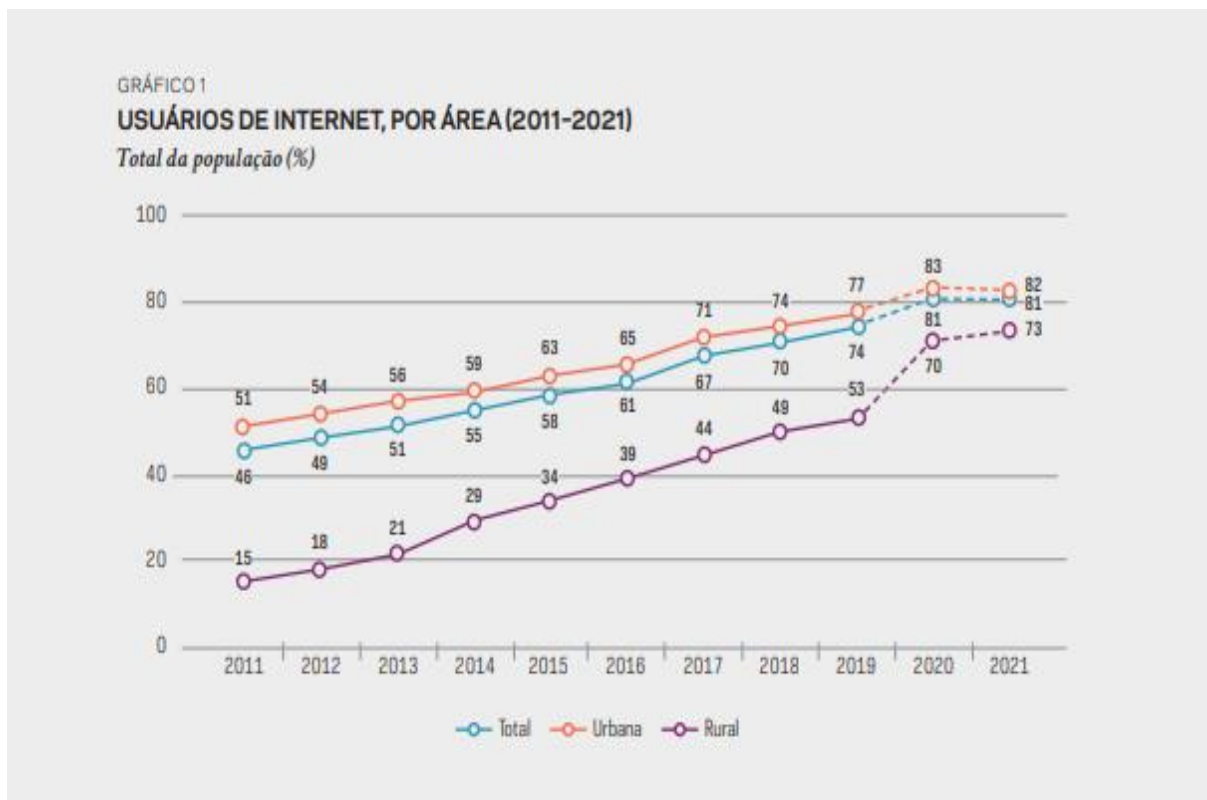


Fonte: TIC Domicílios, 2021.

Não é surpresa que a área tecnológica vem dando grandes saltos a cada ano que se passa, podemos acessá-la em quase todos os lugares e por diversos

dispositivos diferentes, seja um telefone celular ou computador, uma TV ou o mais novo queridinho do mercado *Apple Watch*, que nos proporciona um acessório clássico junto a um software de última geração. O ideal seria que toda a população tivesse acesso a esses tipos de equipamentos, mas, infelizmente, isso foge da realidade. Uma pesquisa realizada no ano de 2021 pelo TIC DOMICÍLIOS – Tecnologias de Informação e Comunicação, aponta que houve um aumento gradual e significativo de pessoas que obtiveram acesso à internet e seus benefícios, especialmente no período pós pandêmico, com ênfase na região rural.

Gráfico 1 – Usuários de internet, por área (2011-2021).



Fonte: TIC Domicílios, 2021.

O gráfico aponta que no período do ano de 2011 até 2021 o crescimento na região urbana foi menos acentuado quando comparado a zona rural, isso mostra um grande aumento na cessibilidade não só de grandes produtores agrícolas, como também de civis comuns residentes em áreas mais distantes do eixo urbano.

3. METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com levantamento de dados sobre o comportamento humano em meio as tecnologias. De acordo com Gil (2008), “essa modalidade é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Não se recomenda trabalhos oriundos da internet”.

A metodologia utilizada foi qualitativa de caráter exploratório, segundo (Gil 1991) "Proporcionar maior familiaridade com o problema (explicitá-lo). Porque visa aproximar o objeto de estudo e conhecer melhor a área abordada.

Para progredir com o trabalho usou-se o mecanismo de busca “Google Acadêmico”, oferecido pela empresa Google. Conforme Caregnato (2011), o Google Acadêmico ou Google Scholar pode ser definido como uma potente ferramenta de busca de alta precisão, nela encontram-se artigos, revistas e livros científicos, além de outros, fornecidos por instituições credenciadas e/ou estudiosos da área, que trazem dados percentuais com exatidão, gráficos e figuras. Como também livros clássicos que contém um vasto e completo conteúdo. Foi priorizado o uso desta por proporcionar um amplo conteúdo teórico, a fim de embasar e referenciar o vigente trabalho.

Através da ferramenta foram feitas buscas por meio das palavras – chave (já citadas) e encontrou-se uma série de artigos científicos relacionados ao tema que culminaram no presente trabalho. Foram explorados artigos da página 1 a página 7, para cada tópico, e com um intervalo de aproximadamente 7 dias (168 horas) para confecção de cada um. Uma média de 14 artigos produzidos entre os anos de 2013 e 2022 foram analisados para elaboração de cada tópico.

A pesquisa contém informações que traz dados comprovados e reflexões, visando instigar o leitor e criar o interesse em consumir o objeto oferecido. Discorreu-se sobre o assunto com interpretações únicas que englobam diferentes aspectos exatos e humanos.

Sendo assim, os descritores utilizados nas plataformas supracitadas para a seleção dos artigos foram: Indústria 4.0. Acesso à tecnologia. Teoria Maslow. Teoria Hezberg, Tecnologia gestão de empresas.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Quadro 1 apresenta a caracterização dos artigos sobre o comportamento humano em meio as tecnologias. Os artigos foram caracterizados quanto ao autor e ano de publicação, aos objetivos, metodologia empregada e os principais resultados obtidos.

Quadro 1 – Resumo dos arquivos associados ao comportamento humano em meio as tecnologias.

Autor e Ano	Objetivo	Metodologia	Principais resultados
Félix; Gatto (2022)	Investigar a atuação de pequenos negócios na economia criativa.	Pesquisa de corte transversal de base socioeconômica abordando a indústria criativa sob a ótica dos pequenos negócios.	60,76% dos profissionais da área afirmam que é parcialmente possível 24,86% afirmam que é totalmente possível e apenas 14,38% afirmam não ser possível utilizar o formato digital.
Neri (2018)	Identificar as diferenças entre os líderes no ambiente do trabalho.	Pesquisa transversal de base comunitária da diferença entre líderes e liderados.	Foram diagnosticados que líderes tenham idade maior, por questões de vivência e experiência no ambiente de trabalho. Logo os liderados a maior parte têm entre 16 e 27 anos onde ocorre mudanças diferente dos líderes, almejando conhecimento.
Cetic (2021)	Apresentar um diagnóstico do uso da tecnologia no Brasil por regiões.	Estudo longitudinal de base social realizada em 2021.	Observou-se 31,4 milhões de domicílios apenas com internet, 564 mil apenas com computador, 28 milhões com computador e internet e 12,9 milhões sem computador e internet.
Pwc/Instituto Locomotiva (2022)	Evidenciar os abismos presentes em meio a tecnologia	Pesquisa transversal de base política de incentivo e indicadores de qualidade e desempenho.	Foi possível constatar que embora exista um grande abismo digital, a tecnologia está proporcionando crescimento de vagas voltadas a TI. A participação das novas profissões quase dobrará, crescendo de 7,8% para 13,5% até 2025.

Autor e Ano	Objetivo	Metodologia	Principais resultados
COELHO, Luís A. de A. et al (2017).	Discute os tipos de usuários da plataforma e o impacto na utilização de transporte público.	Estudo longitudinal de março de 2017 a maio do mesmo ano. Usando o Google Forms, dividido em informações socioeconômicas e distribuição de nota de 0 a 100.	Constatou-se que o perfil dos usuários são jovens (76% das pessoas com menos de 36 anos) e com melhores condições socioeconômicas (70% das pessoas com renda familiar superior a 5 salários-mínimos).
De lemos Viana; Queiroga; Serrano (2015).	Uma amostra sobre linguagem digital influencia diretamente na proximidade entre empresa e clientes.	Método transversal por meio de um estudo de caso da empresa Ponto Frio.	Verificou-se a transformação do modo de promoção da marca e posterior aproximação com público-alvo. A personificação da marca e linguagem popular são exemplos claros e evidentes.
Navarro (2013).	Mostrar os processos de recrutamento e seleção no mundo atual tecnológico.	Estudo longitudinal realizado por meio de pesquisa de campo. Contendo entrevistas presenciais, telefonemas, e-mail e perguntas direto na plataforma LinkedIn.	Verificou-se que de 6 mil internautas entrevistados em 12 países, 17% usam a plataforma para procurar emprego e 83% usam para mostrar identidade e aumentar a rede de relacionamentos.
Gomes et al. (2016).	Destaca a importância da tecnologia no ramo de hotelaria.	Estudo longitudinal realizado por meio de uma pesquisa científica constituiu-se de um questionário online fundamentado no software QuestionPro. Dividido em duas partes: comunicação e distribuição.	Ficou claro que as redes sociais são grandes aliadas na divulgação e captação de clientes quando bem utilizada existe a possibilidade de realização das reservas por meio da rede social (63% mencionaram ser possível).

Autor e Ano	Objetivo	Metodologia	Principais resultados
Inoue; Amparo; Pinto; Geribello; Amarante (2019).	Detalhar os desdobramentos da 4ª revolução industrial.	Estudo longitudinal que traz a importância da análise de dados e segurança digital.	Observa-se que 72% das indústrias investirão na big data, 86% reduziram o custo de produção e aumentarão a receita em até 5 anos, 35% das empresas que se apropriaram do esquema de indústria 4.0 almejam ganhos acima de 20% em até 5 anos.
Mazzaferro (2018).	Mostrar a importância da veracidade das informações e a evolução tecnológica.	Estudo transversal que valoriza a qualidade tecnológica.	Baseado numa vasta experiência, oferece uma visão otimista sobre a evolução da tecnologia, cita uma devida valorização histórica sobre cientistas e pesquisadores que, desde muito tempo, se empenham na evolução das tecnologias.
Frigato (2022).	Citar exemplos de comportamentos atuais, estudando os autores e sua visão.	Pesquisa transversal de base comunitária, cita exemplos de comportamentos atuais, estudando os autores e sua visão das necessidades.	Das pessoas entrevistadas notou-se que as pessoas contam como ponto importante as necessidades de Maslow e tornando a base das necessidades fisiológicas, são de extrema importância para obter um diferente e melhor ambiente de trabalho.
Siqueira. (2018).	Relatar informações referentes a importância das motivações dentro das empresas.	Estudo de corte longitudinal com 15 funcionários.	Diante das entrevistas analisou-se que 47% gostam do que faz, pois é um ponto de extrema importância e pode interferir no dia a dia nas emprestas sendo assim somando na motivação dos funcionários.
Bertin; Visoli; Drucker (2017).	Relatar a importância da gestão dos dados.	Trabalho longitudinal em torno do GDP.	Traz reflexões que visa mostrar a importância da exploração, tratamento e direcionamento dos dados.

Autor e Ano	Objetivo	Metodologia	Principais resultados
Débora (2021)	Mostrar a evolução das motivações e satisfações no ambiente de trabalho dos servidores de Tecnologia da Informação.	Estudo de corte longitudinal com 10 servidores de Tecnologia da Informação	Entre os entrevistados, 9 foram homens, 50% mostraram-se motivados e 50% muito motivados, pois afirmou-se que trabalhar motivados há um diferencial para atingir os melhores resultados.

Fonte: autoria própria.

Diante da literatura pesquisada, foi possível elencar os principais pontos que foram mencionados pelos diversos autores estudados, dentre estes tem-se: o impacto sistêmico, desafios na introdução da metodologia no ambiente de trabalho, prática de gestão alinhada ao setor tecnológico, comportamento dos colaboradores, eficiência na utilização de mídias digitais e na fidelização do cliente, utilização do TI para o alcance do sucesso.

No que tange o impacto sistêmico, autores como Felix; Gatto (2022) destacam que muitos negócios tiveram que se “reinventar apostando no comércio online”, buscando oportunidades que foram viáveis devido ao acesso à rede social. A disparidade de acesso à internet é um dos fatores mais destacados no quesito vulnerabilidade social econômica e a profundidade nessa temática se justifica devido as transformações observadas no mercado. Entende-se que a inclusão digital é relevante e impacta de diferentes formas os setores da economia. Durante a pandemia, enquanto algumas empresas do setor cultural apresentavam perdas de receita de até 50%, setores como o de jogos eletrônicos manifestavam crescimento de até 20% acarretando o faturamento de até US\$ 165,9 bilhões mundialmente.

No estudo de caso realizado por alunos da Universidade Federal de Pernambuco no ano de 2015, no qual tem como objetivo expor os fatores relevantes do uso da plataforma Uber no país e quais os perfis socioeconômicos, foi possível concluir com base nas respostas apuradas em sua pesquisa que cerca de 68,2% dos usuários possuem renda familiar superior a cinco salários-mínimos e apenas 11,2% fazem parte do grupo com menos de dois salários-mínimos. Com o surgimento da plataforma foi possível notar diversos protestos onde taxistas afirmavam que a utilização dessa tecnologia viria a extinguir os trabalhadores mais tradicionais. A

pesquisa também aborda que a taxa de substituição de taxis e transportes públicos foram de números redondos de 50% e 30% respectivamente e mostrou que a Uber ampliou o mercado de transporte (COELHO; LUÍS, 2017).

Em outro estudo denominado “Impacto da rede social LinkedIn nas empresas e nos profissionais, quanto aos processos de recrutamento e seleção” é possível evidenciar através da consultoria realizada pelo TNS que diversas mídias foram criadas com intuito de aproximar pessoas, nesse estudo com internautas de 12 países, expos que a maioria não usa as redes sociais para conseguir emprego. De 6 mil internautas que participaram do estudo, apenas 17% usam com esse intuito e 83% usam para compartilhar identidade, procurar informações sobre rivais e aumentar a rede de relacionamento. Conforme uma pesquisa realizada pela consultoria Roberto Ralph, 34% dos entrevistados no Brasil acreditam ser muito provável a substituição de Currículos tradicionais será, futuramente, por redes sociais como LinkedIn e Facebook (NAVARRO; IATAURO, 2017).

Com relação a contribuição das redes sociais na captação de clientes, a revista brasileira de marketing relata a importância da comunicação com o cliente, tendo como principal ponto de análise da área de hotelaria. É inegável que cada vez mais as viagens são planejadas por meio de informações captadas por redes sociais. Plataformas como Airbnb que possibilita a locação de imóveis em qualquer lugar do país, sem que seja necessário a visita física antes. Tendo como opções inúmeras plataformas que fornecem serviços como passeios de carro, barcos, trilhas e milhares de outras experiências que são adquiridas de forma totalmente online. Estabelecimentos que antes não conseguiam prestar serviços por estarem em áreas mais isoladas, hoje por meio do Airbnb, Olx, Marketplace, Facebook e WhatsApp conseguem realizar o procedimento por meio de um celular ou notebook sem sair de casa. De acordo com pesquisa divulgada relacionada ao uso do meio virtual e a hotelaria, o meio de hospedagem é o segundo item mais comprado de forma online pelos brasileiros, sendo que 89% pesquisam online antes de viajar, 47% compram pela internet e 40% pesquisam online e compram off-line. (GOMES; TOMACHESKI; MONDO; SAVI, 2016).

Em um estudo realizado através de análise, verificou-se motivações de funcionários das empresas, diante dos fatores de Herzberg influenciando no ambiente de trabalho. Dos 15 funcionários entrevistados, 60% são mulheres. Diante das entrevistas analisou-se que 47% gostam do que faz, pois, gostar do que se faz pode

interferir no dia a dia nas empresas e somando na motivação dos funcionários, empresas precisam que colaboradores esteja motivado para alcançar tarefas e objetivos. Sendo diagnosticado que entre os entrevistados um ponto principal para a motivação é o ambiente interno e relacionamentos interpessoais. Logo dos entrevistados foram coletados que 53% são com atitudes de algumas pessoas em seus relacionamentos (SIQUEIRA, 2018).

Abrangendo a utilização do TI para o alcance do sucesso, o Instituto PricewaterhouseCoopers publicou o estudo denominado “O Abismo digital” destacando em seu destrinchar a enorme lacuna existente em relação ao acesso à internet, seja ela por meio de celulares ou computadores. No mesmo estudo é divulgado que mais “8 milhões de estudantes ou 21% dos alunos matriculados nas redes municipais e estaduais de educação básica estão em escolas sem acesso à banda larga, tecnologia essencial para o ensino virtual”. Destaca que é necessário investimento urgente na “formação digital da atual forma de trabalho e das gerações futuras, tanto para assegurar sua empregabilidade, quanto para aproveitar as oportunidades que se abrem no mercado “. O Instituto reafirma a ideia apresentada anteriormente onde cita a importância da tecnologia para crescimento de uma organização, nele expõe dados informando que funções tradicionais que representavam cerca de 15,4% encolherão para 9% até 2025, em contrapartida, oportunidades voltadas a tecnologia quase dobrarão de 7,8% para 13,5% no mesmo período (PWC, 2022).

É possível também notar que, para uma empresa ser bem-sucedida, deve-se trabalhar em toda a estrutura organizacional, um dos maiores diferenciais nos tempos atuais é a maneira na qual o empregado é motivado para vir a aumentar sua produtividade. Pode-se levar em consideração vários aspectos atribuídos a uma maior produtividade e que estejam acompanhadas de bons resultados: ter condições favoráveis de trabalho, ambiente de qualidade, fatores higiênicos, boa alimentação, horário de repouso. Ou seja, consegue-se cada vez mais motivar o funcionário e ter como consequência a possibilidade de aumentar as chances de sucesso empresarial. (DÉBORA, 2021).

As tecnologias abrem um universo de oportunidades e são as protagonistas no quesito evolução. E não foge à regra quando aplicado ao quesito organizacional, com as ferramentas apropriadas e manipuladores habilitados se consegue transformar uma pequena empresa a crescer potencialmente dentro de um intervalo de tempo

bem mais reduzido que o habitual (BERTIN; VISOLI; DRUCKER, 2017).

Ao direcionar as atenções para dados, podemos aprofundar e compreender a importância dessa verdadeira “mina de ouro” da era digital. Como observado por De Lemos Viana; Queiroga; Serrano (2015), a capacidade de interpretar as informações de forma correta e tomar as melhores decisões deve ser uma qualidade que não pode estar ausente de nem um gestor.

No geral, as organizações devem coletar e armazenar dados de maneira segura e se guiar pelas práticas adequadas de segurança de dados, propiciar políticas transparentes, instalar softwares de segurança com alta qualidade e confiança, assegurar que somente profissionais capacitados tenham acesso aos dados, backups sucessivos, proteger e alocar os dados em locais seguros e proporcionar treinamento adequado aos funcionários, o que reforça, mais uma vez, o presente trabalho do trio (BERTIN; VISOLI; DRUCKER, 2017).

Com as possibilidades em torno da *big data*, termo que pode ser entendido como “grande quantidade de dados”, vem a necessidade de ligar essa grande fonte de informações a um profissional com alta inteligência analítica, o que permite *insights* que podem potencializar a organização (INOUE *et al.*, 2019).

Ao fazer um paralelo cerca dos pontos abordados, podemos afirmar que a 4ª revolução é real e que as organizações estão em um processo contínuo e acelerado de modernização: sistemas de gestão ágeis e eficientes, computadorizados ou não, surgem a todo momento (MAZZAFERRO, 2018). Na mesma medida que impacta a sociedade de maneira positiva, impacta na mesma proporção de forma negativa, apesar da diminuição nos últimos anos, o Brasil segue que uma alta porcentagem de pessoas sem acesso à internet e/ou sem computador, é o que traz a pesquisa realizada por (TIC DOMICÍLIOS, 2021). A solução passaria por procedimentos complexos que envolvem, entre outras coisas, incentivos socioeconômicos e consequente geração de empregos, diminuição da desigualdade social e investimentos em educação de qualidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É fato que, nas últimas décadas, o desenvolvimento tecnológico trouxe à tona diversos avanços que atingiram diversas áreas, o que ocasionou transformações impressionantes e muito significativas. É consenso entre os autores envolvidos no presente trabalho que a evolução tecnológica é inevitável e o que pode variar, no decorrer do tempo, é a velocidade na qual são produzidas e colocadas em prática. O impacto de decisões tomadas por gestores, acarretarão, na mesma medida, consequências positivas e negativas a depender do preparo de cada um, seja um indivíduo ou grupo. Observou-se que o preparo profissional dos tomadores de decisões é tão importante quanto a implementação das tecnologias no ambiente corporativo.

Em virtude do que foi proposto, concluiu-se que o acesso a aparelhos tecnológicos é necessário para que se possa prover não só como corpos empresariais, mas como sociedade em geral.

REFERÊNCIAS

ANDRÉ, ROBSON GOMES; DA SILVA, ROSANA OLIVEIRA; NASCIMENTO, Rejane Prevot. **“Precário não é, mas eu acho que é escravo”**: Análise do Trabalho dos Motoristas da Uber sob o Enfoque da Precarização. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, v. 18, n. 1, p. 7-34, 2019.

BERALDI, L. C., & ESCRIVÃO FILHO, E. (2000). **Impacto da tecnologia de informação na gestão de pequenas empresas**. Ciência da Informação, 29, 46-50.

BERTIN, P. R. B., VISOLI, M. C., & DRUCKER, D. P. (2017). A gestão de dados de pesquisa no contexto da e-science: **benefícios, desafios e oportunidades para organizações de P&D**. PontodeAcesso, 11(2), 34-48.

BIANCHI, ISAÍAS SCALABRIN. O impacto das Tecnologias e Sistemas de Informação no desempenho organizacional. **RISTI-Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, n. 47, p. 1-4, 2022.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Conselho Pleno. Parecer CNE/CP nº5, de 28 de abril de 2020.

BRASIL. **Lei nº 12.551, de 15 de dezembro de 2011**. Altera o art. 6º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 16 dez. 2011.

CASTAMAN; RODRIGUES. **Educação a distância na crise COVID-19 um relato de experiencia**.

CETIC. (2021). Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros.

Coelho, Luís A. De A. Et al. **Perfil socioeconômico dos usuários da Uber e fatores relevantes que influenciam a avaliação desse serviço no Brasil**. In: congresso de pesquisa e ensino em transporte. 2017.

DA SILVA FÉLIX, A. V.; GATTO, M. F. **INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS**.

DA SILVA, CHAYENE CRISTINA SANTOS CARVALHO; DE SOUSA TEIXEIRA, Cenidalva Miranda. **O uso das tecnologias na educação: os desafios frente à pandemia da COVID-19**.

DE LEMOS VIANA, M. A., QUEIROGA, M. D. V., & SERRANO, P. H. S. M. A personificação da marca: Uma análise sobre o posicionamento digital da empresa Ponto Frio.

DE MORAES WYSE, Robert. Motivação: teorias motivacionais do comportamento humano. Revista de ciências gerenciais, v. 22, n. 36, p. 134-141, 2018.

FERIGATO, EVANDRO; DE SOUZA, SUZY MARY NUNES LOPES. **Fatores psicológicos que interferem no comportamento de compra do consumidor, através do estudo da teoria motivacional de Maslow**.

GIL, ANTÔNIO CARLOS. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GOMES, Bruna Laiene Tomacheski; MONDO, Tiago Savi. A contribuição das redes sociais na captação de clientes sob a percepção dos gestores hoteleiros. *Revista Brasileira de Marketing*, v. 15, n. 2, p. 195-206, 2016.

GONÇALVES, J. E. L. (1994). **Os impactos das novas tecnologias nas empresas prestadoras de serviços**. *Revista de Administração de Empresas*, 34, 63-81.

JUNIOR, D. J. S., & HUZAR, V. (2020). **Marketing Digital**. *Administração*, 12-12.

KOTLER, P. (2017). Marketing 4.0: do tradicional ao digital. *Marketing 4.0*, 1-168.
LUIZ, Jéssica Damian et al. **análise da avaliação de desempenho de funcionários no trabalho remoto-um estudo de caso na universidade federal da integração latino-americana-unila**. *Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR*, v. 24, n. 1, p. 20-40, 2023.

MAZZAFERRO, J. A. E. (2018). **Indústria 4.0 e a Qualidade da Informação**. *Soldagem & Inspeção*, 23, 1-2.

MENEZES, DÉBORA EMANUELA GOMES DE. **Motivação e satisfação dos servidores da área de tecnologia da informação do IF Sertão PE-Campus Floresta**. 2021.

MISKULIN, ROSANA G. S. **Concepções teórico-metodológicas sobre a introdução e a utilização de computadores no processo ensino/aprendizagem da geometria**.

NAVARRO, Tathiana Iatauro. **Impacto da rede social LinkedIn nas empresas e nos profissionais, quanto aos processos de recrutamento e seleção**. 2013.

NERI, Rogério Costa. **Um estudo sobre o comportamento de líderes e liderados à luz da teoria X e Y, de Douglas McGregor**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso. **Perfil socioeconômico dos usuários da Uber e fatores relevantes que influenciam a avaliação desse serviço no Brasil**. In: CONGRESSO DE PESQUISA E ENSINO EM TRANSPORTE. 2017.

PWC. **O abismo digital no Brasil**. São Paulo (SP): PRICEWATERHOUSE COOPERS BRASIL, Ltda., 2022.
RODRIGUES JUNIOR, E.

RODRIGUES, Raimundo Ferreira; CASTRO, Darlene Teixeira. **Os desafios da educação frente as novas tecnologias**. *Revista Observatório*, v. 6, n. 1, p. a6pt-a6pt, 2020.

RODRIGUES, DEUSAMAR JOSÉ. **Lei da Reforma Trabalhista: Comentado artigo por artigo**. São Paulo: JHMIZUNO, 2017.

SANTOS, RACHEL. **Motivação no ambiente de trabalho: Uma aplicação da teoria dos dois fatores de Frederick Herzberg O caso da empresa Rossi Residencial**. 2016. Tese de Doutorado. Tese de mestrado não publicada). Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro.

SCHWAB, KLAUS. **A quarta revolução industrial**. Edipro, 2019.

VINICIUS, M. A., GERIBELLO, R. S., PINTO, S. B., INOUE, J. S. P., & DOS SANTOS AMARANTE, M. (2019). **INDÚSTRIA 4.0**. *Revista Pesquisa e Ação*, 5(1), 127-147.