AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

AS TRANSFORMAÇÕES DIGITAIS COM SEUS DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA A EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA

AUTOR: ANA PAULA VENTURIN

A transformação digital visa o processo evolutivo da tecnologia, ou seja, o surgimento de novas pesquisas e projetos tem sido abordado constantemente nas estruturas organizacionais, principalmente no setor empresarial em todo o mundo, sendo possível perceber os desafios e perspectivas no contexto educacional.

O mercado atual do qual as empresas estão inseridas está cada vez mais exigente com o intuito de crescimento na evolução tecnológica. Neste sentido a gestão precisa fazer uso de alguns mecanimos e estratégias que demostre o desempenho da empresa. Para Kaydos (1991) a mediação é um dos elementos centrais de gestão, considerando que o desempenho é resultado das decisões tomadas e, por tanto, os indicadores de desempenho é a forma de como a empresa se organiza.

Através de análises se investiga o desenvolvimento das empresas no qual se deseja saber se a situação economica ou financeira pode atender as objetivos desejados, além da importância de se possuir o objetivo a medida de desempenho é importante nesse processo.

A transformação digital apresenta muitos desafios, mas se coloca como uma estratégia de crescimento na evolução tecnológica. Segundo Ambrósio, (2002, p.4), "Marketing é o conjunto de técnicas voltadas para maximizar a felicidade das pessoas por meio da satisfação das necessidades e desejos, otimizando o retorno para organização". Sendo assim pode-se

dizer que marketing é uma estratégia empresarial a qual envolve todo plano da empresa, gerando retorno para à organização através da construção de valor para o consumidor, ou seja a pesquisa de markting contribui para conhecer melhor seu cliente.

No espaço escolar a flexibilidade, inovação e adaptação continua são ferramentas fundamentais para o sucesso nesse novo paradigma digital, além de ser uma forma de superar os desafios, é apostar no investimento em formação para professores e disponibilização de recursos adequados favorece a atualização constante dos conteúdos da escola, isso dá aos profissionais possibilidades de atuar mais estrategicamente e enfrentar melhor os desafios da transformação digital. Nessa perspectiva, espera-se que as políticas de formação continuada valorizem a diversidade, incentivem a conciência crítica sobre a prática docente e promovam a construção de relações mais humanas e respeitosas no contexto educacional.

Segundo Araújo (2008), a sociedade exige um papel social das empresas, e para isso a comunicação tem enfrentado um novo desafio no intuito de promover a participação desse processo por meio da imagem social, além de proporcionar e comunicar sua política e valores relacionados aos seus diversos públicos. Compreendendo o papel da comunicação é importante ressaltar que a empresa espera que o trabalho seja desenvolvido com ética e com isso a responsabilidade social que se faz necessária.

Neste sentido é importante destacar Bahia (1995, p.47) que afirma:

> A comunicação empresarial se processa na perspectiva do mercado, seja local, regional ou internacional, mas não se limita a essa função. Os fatos do desenvolvimento econômico e social, os fatos políticos e até os eventos culturais e esportivos, da mesma forma que as relações humanas e profissionais, interessam à empresa e interferem no seu sistema de informações.

É preciso ter um sistema eficaz de informação e de entrosamento entre empresa e sociedade que garantam os objetivos e as metas esperados, sendo assim a comunicação empresarial envolve o essencial e prima pelo entrosamento entre a empresa e seus funcionários, entre a empresa e a mídia, entre a empresa e a sociedade, são uma perspectiva humana que visa a criação de espaços de diálogo e troca de experiências entre a gestão, porém estes desafios podem ser superados se houver a colaboração e o engajamento de todos os envolvidos.

Para se obter uma gestão financeira de qualidade é preciso ter um bom planejamento financeiro, através deste se alcança resultado e se possui o controle dos recursos financeiros, Ross (1998, p.82) afirma que:

> O planejamento financeiro formaliza a maneira pelo qual os objetivos financeiros podem ser alcançados. Em visão mais sintetizada, um plano financeiro significa uma declaração do que a empresa deve realizar no futuro.

Sendo assim, o planejamento oferece a empresa elementos para que a mesma realize investimentos, podendo realizar emprestimos sem gerar danos, dentro do planejamento financeiro, apresenta-se o fluxo de caixa que permitir o controle das atividades do ciclo operacional da empresa. Para ganhos significativos a empresa precisa se preocupa com o controle operacional, para atender todas as atividades de compra e venda de mercadoria e os seus respectivos pagamentos e recebimentos.

É importante observar todas essas transformações sociais se estão articuladas, o desafio é propor e garantir ética na conduta das empresas que respondam as práticas sociais,

pois a ética contribui para fazer de cada pessoa um sujeito de transformação. Muita coisa depende de um trabalho em conjunto entre empresa e seus funcionários, entre a empresa e a mídia, entre a empresa e a participação da comunidade local, para evoluir e mudar no sentido de descentralizar, tornando assim as estruturas mais participativas e criativas na transformação digital.

Através da realização do planejamento financeiro percebe-se que é suma importância para que os planos financeiros da uma empresa obtenham sucesso e desempenhem um papel e que sua organização seja eficiente, sendo assim o gestor possui condições de tomar decisões que sejam relevantes e possíveis para o desenvolvimento da empresa.

A elaboração e análise de projeto se apresenta como a principal ferramenta para fortalecer as empresas e manterem informações necessárias para que a gerência possa tomar a decisões necessárias, com objetivo de diminuir riscos e aumentar os resultados. Neste sentido a aplicação das tecnologias emergentes, como *Big Data*, Internet das Coisas (IoT) e Inteligência Artificial (IA), transforma significativamente as estratégias empresariais, contribuindo para impulsionar a automação e a eficiência operacional.

Outro aspecto importante a ser destacado na gestão de projetos digitais, a escolha de uma metodologia apropriada é necessaria para alinhar as operações com as expectativas estratégicas da empresa e proporcionar uma execução eficiente. Conforme Rogers (2024), a estruturação de um *roadmap* digital é essencial para orientar as organizações na transformação digital, alinhando esforços tecnológicos com objetivos estratégicos. Por tanto proporcionar estratégias de flexibilidade do plano para adaptação a novas tecnologias e mudanças de mercado são fatores que contribuem para esse crescimento.

Para tanto o aperfeiçoamento nas técnicas e ferramentas do planejamento financeiro é essencial e evidenciou-se que a gestão de projetos vem se revelando um desafio crescente nas organizações, sendo assim se encontra dificuldade de abordar estratégias organizacionai e ao

mesmo tempo busca estar acompanhando as transformações digitais, ou seja na análise, na rentabilidade e na liquidez do projeto.

Considera-se importante análisar o bom desempenho de uma empresa se faz através de uma boa análise de demostrações financeira, gestão de projetos e sua aplicação e determinação do preço e da quantidade de seus produtos e serviços, sendo possivel perceber que a integração de tecnologias emergentes na análise de dados está transformando diversas indústrias, promovendo um avanço significativo em como as informações são apresentadas e utilizadas para tomada de decisões estratégicas.

Observou-se também que os objetivos traçados nestes artigos foram alcançados, e a pesquisa trouxe um grande conhecimento e oportunidades de crescimento profissional relacionado aos métodos distintos de elaboração e análise de projetos, e na gestão de projetos, tendo presente as transformações digitais, bem como seus desafios e perpecivas, ficando aberto o espaço para futuras pesquisas e elaboração de novos gestão de projetos tecnológicos.

REFERÊNCIAS

AMBROSIO, V.; SIQUEIRA, R. **Plano de Marketing: passo a passo: serviços**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2002.

KAYDOS, W (1991**). Measuring, managing and maximizing performance**. Portland. Productivity Press.

ROGERS, David L. **Transformação digital**: repensando o seu negócio para a era digital; São Paulo: Autêntica Business, 2017

TITMAN S, Martin, J, D. **Avaliação de Projetos e Investimentos**. Porto Alegre: Brokman, 2010.