

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS

DIGITAL TRANSFORMATION AND ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR OF UNIVERSITY STUDENTS

SUSANNE CALDAS AZEVEDO

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

EDMILSON DE OLIVEIRA LIMA

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Comunicação:

O XIII SINGEP foi realizado em conjunto com a 13th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Apoio à Pesquisa - FAP UNINOVE e CAPES.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS

Objetivo do estudo

Analisar, por meio de um ensaio teórico, as inter-relações entre a transformação digital e o comportamento empreendedor de jovens universitários, identificando os principais desafios e oportunidades decorrentes desse processo.

Relevância/originalidade

O estudo destaca-se por integrar dimensões tecnológicas, educacionais, culturais e socioeconômicas, analisando criticamente como a transformação digital influencia o comportamento empreendedor de jovens universitários, revelando tanto oportunidades quanto desigualdades, e propondo uma abordagem inclusiva para educação e competências digitais.

Metodologia/abordagem

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, desenvolvida como ensaio teórico. Foram utilizadas fontes de literatura científica e cinzenta, selecionadas a partir de critérios temáticos dos últimos dez anos, incluindo obras clássicas. Essas referências foram organizadas em eixos temáticos e analisadas criticamente.

Principais resultados

O estudo mostra o empreendedorismo digital como fenômeno multidimensional e o jovem universitário como agente ativo. Defende abordagem crítica e inclusiva, papel central das universidades e políticas de inclusão digital, visando formar jovens preparados, criativos e comprometidos com a sustentabilidade e inovação.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo amplia o debate sobre empreendedorismo digital no contexto universitário, articulando educação para o empreendedorismo, competências digitais e inclusão social. Também identifica pontos para pesquisas futuras, especialmente sobre estratégias pedagógicas e impactos socioeconômicos, considerando dimensões tecnológicas, educacionais e socioculturais.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo contribui para a gestão ao discutir caminhos para integrar inovação tecnológica, competências digitais e formação empreendedora inclusiva, oferecendo reflexões que podem induzir universidades e formuladores de políticas na criação de ecossistemas capazes de reduzir desigualdades e potencializar impactos sustentáveis.

Palavras-chave: Transformação Digital, Comportamento Empreendedor, Jovens Universitários, Competências Digitais, Educação em empreendedorismo

DIGITAL TRANSFORMATION AND ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR OF UNIVERSITY STUDENTS

Study purpose

To analyze, through a theoretical essay, the interrelationships between digital transformation and the entrepreneurial behavior of university students, identifying the main challenges and opportunities arising from this process.

Relevance / originality

The study stands out for integrating technological, educational, cultural, and socioeconomic dimensions, critically analyzing how digital transformation influences the entrepreneurial behavior of university students, revealing both opportunities and inequalities, and proposing an inclusive approach to education and digital competencies.

Methodology / approach

This is a qualitative research study developed as a theoretical essay. Sources from scientific and grey literature were used, selected based on thematic criteria from the last ten years, including classic works. These references were organized into thematic axes and critically analyzed.

Main results

The study presents digital entrepreneurship as a multidimensional phenomenon and the university student as an active agent. It advocates a critical and inclusive approach, the central role of universities, and digital inclusion policies aimed at preparing creative, well-prepared youth committed to sustainability.

Theoretical / methodological contributions

The study broadens the debate on digital entrepreneurship in the university context, linking education for entrepreneurship, digital competencies, and social inclusion. It also identifies areas for future research, particularly on pedagogical strategies and socioeconomic impacts, considering technological, educational, and sociocultural dimensions.

Social / management contributions

The study contributes to management by discussing ways to integrate technological innovation, digital competencies, and inclusive entrepreneurship education, offering reflections that can guide universities and policymakers in creating ecosystems capable of reducing inequalities and enhancing sustainable impacts.

Keywords: Digital Transformation, Entrepreneurial Behavior, University Students, Digital Skills, Entrepreneurship Education

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS

1 Introdução

A transformação digital tem sido uma das maiores forças propulsoras de mudanças no mundo, afetando profundamente os modos de produção, comunicação, consumo e interação social. No contexto universitário, observa-se que essa transformação impacta não apenas os processos de ensino e aprendizagem, mas também a maneira como os jovens percebem suas possibilidades profissionais e constroem seus projetos de vida. A presença de tecnologias digitais no cotidiano acadêmico amplia o acesso a informações, conecta estudantes a redes globais de conhecimento e cria novas demandas para o desenvolvimento de competências digitais e socioemocionais (Bortolaso et al., 2024; Costa; Ribeiro, 2018).

Esse cenário gera reflexões importantes sobre o comportamento empreendedor de jovens universitários, pois as mudanças tecnológicas exigem adaptabilidade, criatividade, visão de futuro e proatividade (Farias et al., 2024). O empreendedorismo, tradicionalmente relacionado à criação de negócios, amplia-se para a ideia de comportamento empreendedor, que inclui atitudes de inovação, liderança, resolução de problemas complexos e busca constante por oportunidades, independentemente do campo de atuação. Assim, a transformação digital cria novos espaços para atuação empreendedora, mas também implica desafios significativos para aqueles que ainda não desenvolveram habilidades digitais essenciais (Raabe, 2021).

A questão que se coloca, portanto, é: como a transformação digital influencia o comportamento empreendedor de jovens universitários e quais são os principais desafios e oportunidades advindos desse processo? Essa reflexão teórica busca compreender se as mudanças tecnológicas potencializam o desenvolvimento do comportamento empreendedor ou se, ao contrário, geram barreiras que ampliam desigualdades de acesso ao conhecimento, dificultando a emergência de jovens empreendedores preparados para o mercado de trabalho (Ladislau, 2020).

Diante disso, este estudo se justifica pela necessidade de compreender, de forma aprofundada, os impactos das mudanças tecnológicas no perfil e nas atitudes dos futuros profissionais. O ambiente universitário, como espaço formador, precisa refletir sobre como as tecnologias digitais podem ser usadas como ferramentas para estimular práticas empreendedoras inovadoras e inclusivas, capazes de gerar transformação social e desenvolvimento econômico sustentável.

Além disso, refletir teoricamente sobre esse tema é fundamental para alinhar os processos de ensino-aprendizagem às demandas contemporâneas do empreendedorismo digital. A análise dos desafios vivenciados pelos universitários pode embasar propostas pedagógicas que integrem tecnologia, inovação e práticas empreendedoras, contribuindo para a formação de jovens preparados para atuar como agentes de mudança.

Para tanto, esta pesquisa teve como objetivo geral: Analisar por meio de um ensaio teórico as inter-relações entre a transformação digital e o comportamento empreendedor, identificando os principais desafios e oportunidades advindos desse processo.

2 Referencial Teórico

2.1 Educação Para o Empreendedorismo e Competências Digitais

De acordo com Fayolle (2013), a educação para o empreendedorismo deve ser concebida como um processo formativo amplo, que vá além da simples transmissão de conteúdos técnicos e promova o desenvolvimento de atitudes, competências e valores por meio da reflexão e da experimentação. Essa perspectiva amplia o papel da formação empreendedora no ensino superior, ao associar o desenvolvimento pessoal e social dos estudantes.

No contexto acadêmico atual, observa-se a incorporação de metodologias que estimulam o pensamento crítico e a inovação, aspectos essenciais para o desenvolvimento de comportamentos empreendedores alinhados às demandas da sociedade digital (Martins, 2024). Nesse cenário, ganha destaque a necessidade de desenvolver competências alinhadas às exigências da sociedade digital, especialmente em ambientes educacionais mediados por tecnologia. A educação para o empreendedorismo, quando articulada ao uso das ferramentas digitais, favorece o fortalecimento de habilidades diversas.

Nos estudos de Gomes et al., (2025) os autores analisaram as práticas de gamificação e aprendizagem baseada em problemas no ensino de empreendedorismo digital. Os autores destacam que essas metodologias ativas promovem o desenvolvimento de competências empreendedoras em ambientes digitais, favorecendo a autonomia, a resolução de problemas complexos e o trabalho em equipe, indispensáveis no cenário de transformação digital.

Segundo Chais et al. (2019), em um estudo comparativo com estudantes de Administração de universidades do Brasil e do México, foram identificadas competências digitais mais desenvolvidas entre os alunos mexicanos, especialmente quando envolvidos em atividades e pesquisas voltadas à resolução de problemas reais. As autoras enfatizam que o uso de metodologias ativas e o avanço das práticas educacionais contribuem significativamente para o desenvolvimento de habilidades digitais, fundamentais para um comportamento empreendedor inovador e alinhado às tendências do mercado global.

De acordo com Sales e Moreira (2019), a competência digital é como a combinação integrada de conhecimentos, habilidades e atitudes que possibilitam o uso crítico e criativo das tecnologias digitais. Essa visão é ampliada por Engen (2019), que destaca as dimensões socioculturais e políticas das competências digitais, reforçando sua importância na formação de profissionais preparados para os desafios da sociedade do conhecimento.

Batista (2024) apresenta o letramento digital como um novo paradigma formativo que integra capacidades cognitivas e sociais necessárias para a participação ativa em ambientes digitais. Complementando essa perspectiva, Lévy (1999) argumenta que a educação deve preparar os indivíduos para aprender continuamente, usando as tecnologias como instrumentos de enriquecimento cognitivo e social, o que é essencial para o comportamento empreendedor na era digital.

Isso é fundamental para os jovens que desejam empreender, pois, na era digital, não basta ter boas ideias, é preciso saber como usar as ferramentas tecnológicas para colocá-las em prática, resolver problemas e se adaptar às mudanças constantes. Ou seja, a educação precisa acompanhar essa realidade, ajudando os estudantes a aprender de forma contínua e a usar a tecnologia como aliada na construção de projetos criativos, sustentáveis e com impacto social (Júnior, 2023; Aguiar; Passos, 2014).

A integração entre educação para o empreendedorismo e competências digitais também pode ser manifestada em iniciativas como o Movimento Empresa Júnior e formações técnicas integradas, que combinam conteúdos digitais e estratégias de projetos reais (Andrade, 2021). Essa abordagem demonstra a importância de articular ensino teórico e prático, possibilitando o desenvolvimento de competências empreendedoras alinhadas ao uso eficaz das tecnologias.

Dessa forma, observa-se que a educação para o empreendedorismo em meio digital deve ser contextualizada. A personalização do ensino digital e o foco em tecnologias emergentes têm

potencial para formar jovens mais críticos, autônomos e adaptáveis, características essenciais ao comportamento empreendedor (Wahl & Münch, 2022).

Não se trata apenas de utilizar ferramentas tecnológicas, mas de desenvolver competências que articulem pensamento estratégico, domínio tecnológico, letramento digital e cultura de inovação, formando jovens universitários preparados para atuar como agentes de mudança na economia contemporânea (Bacigalupo et al., 2019).

2.2 Transformação Digital e Juventude Universitária

A transformação digital configura-se como uma mudança profunda nas formas de produzir e prestar serviços, influenciada pelo uso de tecnologias e da internet, com impactos em pessoas, empresas e na sociedade (Pacheco et al. 2020). No âmbito universitário, esse fenômeno tem gerado reconfigurações significativas, impactando desde a forma de organização curricular até as dinâmicas de aprendizagem e construção da identidade profissional dos estudantes (Valenti; Bueno, 2020). A juventude universitária encontra-se no centro dessas mudanças, vivenciando uma realidade educacional mediada por plataformas digitais, inteligências artificiais e redes de informação em tempo real.

Lévy (1999) defende que a cibercultura cria novos espaços de aprendizagem, expandindo a inteligência coletiva e potencializando a autonomia intelectual. No entanto, esse potencial não é igualmente acessível, pois depende de condições socioculturais, infraestrutura tecnológica e competências digitais avançadas. Ferrari et al. (2012) ressaltam que a competência digital vai além do uso instrumental de ferramentas, envolvendo pensamento crítico, criatividade e habilidades de resolução de problemas em ambientes digitais, competências indispensáveis para os jovens universitários diante do mercado de trabalho 4.0.

A juventude universitária, conforme Castells (1999), representa o grupo social mais conectada e mais influenciável, sendo, ao mesmo tempo, produtora e consumidora de conteúdos digitais. Essa relação cria um novo ambiente cognitivo, em que os estudantes não apenas aprendem com as tecnologias, mas também as ressignificam em suas práticas de estudo, comunicação e mobilização social. Contudo, autores como Arrabal (2024) alertam para a fragmentação do conhecimento decorrente do excesso de informações digitais não contextualizadas, o que implica a uma educação universitária que desenvolva sínteses críticas e capacidade de articulação interdisciplinar.

Diante disso, a transformação digital não pode ser vista apenas como uma inserção tecnológica, mas como um fenômeno cultural que modifica a própria estrutura do conhecimento e a relação dos estudantes com o saber (Albertin, 2021). Nesse sentido, a universidade enfrenta o desafio de reconstruir seus paradigmas pedagógicos, promovendo não apenas um letramento digital instrumental, mas também competência digital, que envolva a compreensão sociocultural e política do uso das tecnologias, além da capacidade de participação ativa em processos de inovação (Okada, 2023).

Estudos como o de Gobbi (2018) evidenciam que, embora os jovens universitários apresentem um perfil digital marcante, com domínio de ferramentas comunicacionais e redes sociais, muitos ainda não possuem competências digitais avançadas para atuação estratégica no mercado ou na construção de soluções inovadoras.

Em consonância a isso, Nascimento, Barbosa e Lins (2021) destacam que a transformação digital, ao mesmo tempo em que amplia possibilidades de inclusão e democratiza o acesso à informação, também aprofunda desigualdades preexistentes quando não acompanhada de políticas institucionais adequadas, formação docente continuada e estratégias de desenvolvimento humano integral. Isso evidencia a necessidade de repensar o currículo universitário para além da simples transmissão de conteúdos, integrando experiências digitais

significativas que estimulem a criatividade, o empreendedorismo e a produção de soluções inovadoras e inclusivas para problemas sociais e locais.

A juventude universitária, portanto, está imersa em tensões paradoxais. De um lado, o discurso dos nativos digitais pressupõe habilidades automáticas e fluência tecnológica; por outro, estudos indicam que muitos estudantes ainda não dominam competências digitais mais complexas, como o pensamento computacional, a análise de dados e a criação de soluções digitais inovadoras (Gobbi, 2018; Okada, 2023). Esse cenário limita o potencial transformador das tecnologias no ensino superior, exigindo estratégias pedagógicas que articulem formação técnica, pensamento crítico, inclusão social e cidadania digital.

2.3 O Jovem como Consumidor e Empreendedor

Os jovens, especialmente universitários, ocupam uma posição estratégica na sociedade, atuando simultaneamente como consumidores e como potenciais empreendedores. Essa dupla posição relaciona-se às transformações socioculturais e tecnológicas que reconfiguram comportamentos de consumo e modelos de negócios (Gobbi, 2018; Salgado, 2013). Enquanto consumidores, jovens demonstram preferência por produtos e serviços que valorizem inovação, agilidade, personalização e conectividade, aspectos que refletem tendências do mercado digital e globalizado (Nascimento et al., 2019).

Pesquisas indicam que o consumo juvenil transcende a aquisição material, configurando-se como expressão de identidade, pertencimento e construção de imagem perante o grupo social (Kotler & Keller, 2012; Salgado, 2013). Essa influência é perceptível tanto na definição de estilos de vida e estética, quanto no engajamento com causas sociais e culturais, consolidando os jovens como um segmento estratégico para o marketing contemporâneo e a economia digital (Junior et al., 2025).

Paralelamente, observa-se o crescimento de um perfil de jovem mais interessado no empreendedorismo, motivado tanto pela necessidade de inserção no mercado de trabalho, quanto pelo desejo de autonomia e realização pessoal (Rossato et al., 2019). Esse movimento é impulsionado pela cultura das startups, pela valorização da inovação e pelas facilidades oferecidas pelas tecnologias digitais, que permitem criar negócios com baixo investimento inicial e potencial de amplo alcance de mercado (Andrade & Damascena, 2025).

No entanto, há uma romantização do empreendedorismo juvenil, muitas vezes dissociada das condições materiais reais de cada contexto. Como alertam Nascimento et al. (2021), nem todo jovem possui capital social, cultural e econômico suficiente para iniciar e manter um negócio sustentável, sobretudo em um país marcado por desigualdades estruturais como o Brasil. Essa realidade evidencia que, embora socialmente valorizado, o empreendedorismo não é acessível de forma equitativa a todos os jovens.

Autores clássicos como Schumpeter (1982) já apontavam que o empreendedorismo se baseia na capacidade de promover inovação que transforma mercados. Ohara et al. (2023) destacam que os recursos digitais estimulam a percepção de oportunidades e a ação empreendedora, promovendo comportamentos que articulam consumo criativo e inovação prática. Contudo, ao se analisar a juventude empreendedora, percebe-se que muitos negócios se restringem ao autoemprego, sem possibilidades reais de crescimento ou inovação disruptiva, configurando uma precarização disfarçada de empreendedorismo (Rossato et al., 2019).

No campo do consumo, Bauman (2008) e Nascimento et al. (2019) descrevem que a juventude é moldada pela lógica da sociedade de consumo, em que identidades são continuamente reconstruídas pela aquisição de novos produtos, serviços e experiências. Isso gera tensões significativas, pois, enquanto consumidores, os jovens tornam-se alvo de estratégias de marketing digital cada vez mais sofisticadas e, como empreendedores, precisam

compreender criticamente essa lógica para oferecer produtos e serviços que dialoguem com as necessidades reais de seu público.

Ser consumidor e aspirar ao papel de empreendedor revela uma tensão central na formação da mentalidade empreendedora dos jovens universitários. Ao mesmo tempo em que são influenciados por um modelo de consumo baseado em imediatismo, desejo e visibilidade, esses jovens precisam desenvolver uma postura mais reflexiva e estratégica, capaz de interpretar tendências, identificar demandas reais do mercado e propor inovações que não apenas vendam, mas gerem valor sustentável. Assim, a transformação digital não deve apenas potencializar o consumo, mas também servir como plataforma para o exercício de um empreendedorismo crítico, ético e alinhado às necessidades sociais (Nascimento et al. 2019; Bauman, 2008).

Na sociedade da informação, o jovem não apenas consome conteúdos digitais, mas também os produz, seja criando vídeos, podcasts, lojas virtuais ou aplicativos. Essa característica de produtor e consumidor simultaneamente configura um dos traços centrais da juventude digital, potencializando seu papel como mediadores de redes e influências (Junior et al., 2025; Tapscott, 2009). Portanto, o jovem empreendedor contemporâneo não comercializa apenas produtos, mas experiências, conteúdos e identidades, articulando consumo e produção em uma lógica integrada.

Em termos educacionais, o grande desafio está em fomentar um comportamento empreendedor crítico, que não reproduza modelos de consumo acrítico, mas que seja orientado à inovação responsável e sustentável. Bacigalupo et al. (2016) defendem que competências empreendedoras envolvem criatividade, pensamento crítico, mobilização de recursos e ética, compondo um perfil de jovem preparado para criar soluções economicamente viáveis e socialmente justas em qualquer campo de atuação.

3 Metodologia

Para a construção das reflexões, realizou-se ensaio teórico de caráter analítico-reflexivo da literatura cinza, incluindo livros clássicos, artigos científicos, dissertações, teses, relatórios técnicos e documentos de organismos internacionais. Com uma abordagem qualitativa, buscou-se aprofundar a compreensão entre o comportamento empreendedor de jovens universitários e a transformação digital.

A literatura cinza foi consultada visando complementar os achados da literatura científica, trazendo informações atualizadas e sustentáveis à discussão sobre práticas de educação empreendedora, formação de competências digitais e projetos de inovação voltados à juventude universitária em contextos locais e globais. Foram utilizadas bases como Google Acadêmico, Repositórios Institucionais de Universidades Federais, Banco de Teses e Dissertações da CAPES, BVS e repositórios.

Os critérios de inclusão consideraram materiais que abordassem diretamente a transformação digital, a educação empreendedora e as juventudes, publicados nos últimos 10 anos, além de obras clássicas essenciais para a fundamentação conceitual do tema. A busca contemplou documentos em português, espanhol e inglês, utilizando palavras-chave como “transformação digital”, “comportamento empreendedor”, “jovens universitários”, “competências digitais” e “educação empreendedora”. Após a seleção, foi realizada leitura exploratória e analítica, organizando as referências em eixos temáticos para estruturação coerente do texto reflexivo.

Por se tratar de um ensaio teórico, o processo metodológico incluiu também o exercício interpretativo sobre o tema, com articulação crítica entre diferentes fontes, identificação de teorias existentes e análise de novas categorias que possam subsidiar pesquisas futuras. Essa estratégia confere ao estudo não apenas a função de síntese do conhecimento disponível, mas

também o caráter propositivo, característica essencial dos ensaios teóricos na construção de novos olhares sobre fenômenos sociais como a relação entre juventude, empreendedorismo e transformação digital.

4 Análise dos Resultados e Discussões

Com base na literatura estudada a educação para o empreendedorismo se configura como instrumento de estímulo à transformação socioeconômica, na medida em que forma indivíduos capazes de inovar e atuar de maneira autônoma em diferentes contextos. No entanto, Damasceno (2021) enfatiza que a transformação digital exige mais do que habilidades empreendedoras tradicionais, pois demanda competências específicas relacionadas às tecnologias digitais, como análise de dados, marketing digital, automação e gestão de plataformas digitais. Essa realidade impõe desafios adicionais para jovens empreendedores, que muitas vezes não possuem formação técnica suficiente para lidar com tais ferramentas.

Autores como Schumpeter (1982), definiram o empreendedorismo pela capacidade de inovar e promover a “destruição criativa”, modificando mercados e modelos de negócios. Contudo, estudos recentes, como os de Bortolaso, Siqueira e Altmann (2024), apontam que a transformação digital intensifica essa perspectiva, ao acelerar os processos de inovação e permitir a criação de novos produtos, serviços e modelos de negócio baseados em plataformas digitais. Nesse cenário, o empreendedor digital torna-se mais conectado, colaborativo e orientado por dados, exigindo não apenas visão estratégica, mas também habilidades interpessoais para atuar em rede.

Por outro lado, essa visão otimista encontra contrapontos em análises críticas que alertam para fragilidades nas relações de trabalho e o risco de exclusão digital. Pandolfi e Lopes (2013) discutem que o empreendedorismo juvenil muitas vezes é romantizado como solução para o desemprego, mas, sem políticas inclusivas, acaba reproduzindo desigualdades sociais. Além disso, Peixoto (2021) argumenta que a transformação digital, por si só, não é suficiente para democratizar oportunidades, sendo imprescindível a criação de ecossistemas de inovação inclusivos, que garantam suporte técnico, financeiro e formativo aos jovens.

Outro ponto importante refere-se aos desafios éticos e de segurança implicados pelo uso intensivo de tecnologias digitais. Guimarães e Lukosevicius (2020) ressaltam que questões como proteção de dados e governança digital são frequentemente negligenciadas na formação de jovens empreendedores, comprometendo a confiança dos consumidores e a sustentabilidade dos negócios digitais. Isso evidencia a necessidade de articulação entre educação para o empreendedorismo, transformação digital e políticas regulatórias voltadas à inovação responsável.

No campo educacional, Schaefer e Minello (2016) defendem que a educação para o empreendedorismo deve integrar o desenvolvimento de competências digitais e socioemocionais, fomentando criatividade, pensamento crítico, resolução de problemas e comunicação. Todavia, Damasceno (2021) observa que muitas instituições de ensino ainda enfrentam dificuldades para incorporar essas competências em seus currículos, evidenciando a lacuna entre discurso de inovação e prática pedagógica real. Bortolaso, Siqueira e Altmann (2024) sugerem metodologias ativas, como aprendizagem baseada em projetos e design thinking, para aproximar os estudantes da realidade digital e empreendedora.

A transformação digital também potencializa o surgimento de novos modelos de negócios, como as startups baseadas em plataformas digitais e a economia compartilhada, ampliando o conceito tradicional de empreendedorismo (Peixoto, 2021). Essa realidade exige do jovem empreendedor a capacidade de atuar como produtor e consumidor simultaneamente, criando não apenas produtos e serviços, mas também experiências, conteúdos e identidades digitais (Junior et al., 2025).

No entanto, o excesso de informações, a saturação dos mercados digitais e a volatilidade das tendências tecnológicas configuram desafios adicionais para a juventude empreendedora. Damasceno (2021) alerta que esses fatores podem gerar paralisia decisória, dificuldades na definição de modelos de negócios sustentáveis e aumento da vulnerabilidade financeira. Por isso, torna-se essencial que os jovens desenvolvam habilidades de gestão do tempo, foco, análise crítica e capacidade de adaptação frente a cenários dinâmicos.

Diante desse cenário, a preparação de jovens empreendedores demanda não apenas o domínio de ferramentas digitais, mas também uma formação crítica, que articule inovação tecnológica e capacidade adaptativa. A educação para o empreendedorismo, nesse contexto, visa formar sujeitos capazes de atuar de forma ética e estratégica em um ecossistema digital complexo e em constante transformação.

5 Considerações Finais

Do ponto de vista teórico, o estudo contribuiu para a ampliação do entendimento sobre o empreendedorismo digital como um fenômeno que demanda articulação entre dimensões tecnológicas, educacionais, culturais e socioeconômicas. Propôs-se a visão do jovem universitário como agente ativo que não apenas consome tecnologias, mas as ressignifica em suas práticas empreendedoras.

O ensaio ressaltou a necessidade de abordagem crítica e inclusiva, enfatizando que a transformação digital não deve ser vista isoladamente, mas inserida em um projeto educativo e social que promova equidade e sustentabilidade. Por isso, as universidades têm um papel importante na conexão entre os jovens, a inovação e a inclusão social. Quando oferecem uma formação que estimula o uso das tecnologias, o pensamento crítico e o compromisso com a sociedade, ajudam a preparar estudantes para empreender de forma mais justa, criativa e com impacto positivo.

Como desdobramentos futuros, sugere-se a realização de estudos empíricos que avaliem as estratégias pedagógicas mais eficazes para integrar competências digitais e empreendedoras no ensino superior e que investiguem, na prática, como jovens de diferentes contextos socioeconômicos constroem trajetórias empreendedoras mediadas por tecnologias digitais. Também podem ser investigadas outras dimensões relevantes, como a influência da cultura universitária, da liderança educacional e dos ecossistemas locais de inovação na formação de competências empreendedoras, políticas públicas que ampliem o acesso às tecnologias digitais e fomentem ecossistemas inovadores inclusivos são igualmente essenciais.

Por fim, a reflexão evidencia que o avanço da transformação digital, quando aliado a uma formação empreendedora crítica e contextualizada, pode impulsionar uma geração de jovens universitários preparados para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades do século XXI, contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

Referências

Aguiar, I. A., & Passos, E. (2014). A tecnologia como caminho para uma educação cidadã. *Cairu em revista*. [Artigo A TECNOLOGIA COMO CAMINHO PARA UMA EDUCACAO CIDADÃ](#)

Andrade, A. F. A. (2021). Planejamento estratégico, gestão do conhecimento e inteligência de negócios: proposição de um modelo de aplicação à sucessão de empresas juniores (*Doctoral dissertation, Universidade Fernando Pessoa (Portugal)*). [Planejamento estratégico, gestão do conhecimento e inteligência de negócios: proposição de um modelo de aplicação à sucessão de empresas juniores - ProQuest](#)

Andrade, T., & Damascena, E. O. (2025). Jovens empreendedores e o acesso ao crédito: uma discussão sobre vulnerabilidade do consumidor e bem-estar financeiro. *Revista Bindi: Cultura, Democracia e Direito*, 4(5), 23-36. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15693316>

Arrabal, A. K. (2024). Tecnologia digital, paradigma complexo e sociedade da (des) informação. *Revista Sociais e Humanas*, 37, e84062-e84062. DOI: <https://doi.org/10.5902/2317175884062>

Albertin, A. L., & de Moura Albertin, R. M. (2021). Transformação digital: gerando valor para o "novo futuro". *Gv-Executivo*, 20(1), 26-29. DOI: <https://doi.org/10.12660/gvexec.v20n1.2021.83455>

Bacigalupo, M. (2022). Competence frameworks as orienteering tools. *RiiTE Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa*, 20-33. DOI: <https://doi.org/10.6018/riite.523261>

Bacigalupo, M. (2019). The European Entrepreneurship Competence Framework (EntreComp). A conceptual model built and tested by the European Commission's joint research centre. *Journal of Creative Industries and Cultural Studies: JOCIS*, (4), 38-53. [The European Entrepreneurship Competence Framework \(EntreComp\). A Conceptual Model Built and Tested by the European Commission's Joint Research Centre - Dialnet](#)

Batista, A. F. F. (2024). Letramento digital e a formação do professor no contexto da educação de jovens e adultos. *Master's thesis, Universidade do Estado da Bahia (Brazil)*. [Letramento Digital e a Formação do Professor no Contexto da Educação de Jovens e Adultos - ProQuest](#)

Bauman, Z. (2008). Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. *Editora Schwarcz-Companhia das Letras*. [Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria - Zygmunt Bauman - Google Livros](#)

Bortolaso, I. V., de Siqueira, M. L., & Altmann, I. F. (2024). *Reflexões sobre Empreendedorismo, Inovação e Tecnologias na Educação*. AYA Editora. [Reflexões sobre Empreendedorismo, Inovação e Tecnologias na Educação - Google Livros](#)

Castells, M. (1999). Manuel. A sociedade em rede. *São Paulo: Paz e Terra*, 2.

Chais, C., Güemes-Castorena, D., Welchen, V., Mukendi, J. T., Maciel, J. V., Ganzer, P. P., ... & Olea, P. M. (2019). Análise da Opinião de Acadêmicos sobre Universidades Empreendedoras: Uma Comparação entre Brasil e México. *Revista Economia & Gestão*, 19(54), 133-153. DOI: <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2019v19n54p133-153>

Damasceno, A. L. T. (2021). Negócios digitais: analisando a intenção empreendedora e o empreendedorismo de. *Technological Forecasting and Social Change*, 5, 4.

Gobbi, M. C. (2018). Tempos de Convergência: o perfil digital do jovem universitário da UFAC. *Revista Paradoxos*. DOI: <https://doi.org/10.14393/par-v1n2-2016-45160>

Gonçalves, V. (2020). Educação para o empreendedorismo e tecnologias associadas. *Pedagogias Digitais no Ensino Superior*, 169.

Costa, E. S., & dos Santos Ribeiro, M. E. (2024). Formação empreendedora: a nova demanda do capital para o ensino superior. *Revista Eletrônica de Educação*, 18(1), e456434. DOI: <https://doi.org/10.14244/198271994564>

Farias, E. S., Pérez-Barreira, S. G., Delou, C. M. C., & Wechsler, S. M. (2024). A importância da criatividade e inovação na educação contemporânea. *Farol*, 144-162. [A importância da criatividade e inovação na educação contemporânea | Farol](#)

Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7–8), 692–701. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.821318>

Ferrari, A., Punie, Y., & Redecker, C. (2012, September). Understanding digital competence in the 21st century: An analysis of current frameworks. In European conference on technology enhanced learning (pp. 79-92). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. DOI: doi.org/10.1007/978-3-642-33263-0_7

Guimarães, J., & Prudêncio Lukosevicius, A. (2020). Educação Empreendedora como Instrumento de Estímulo à Transformação Socioeconômica. *Revista FSA*, 17(10). DOI: doi.org/10.12819/2020.17.10.13

Gomes, J., de Paiva Júnior, F. G., & da Silva, Í. (2025). Educação Para O Empreendedorismo Na Transformação Digital: Integrando As Metodologias Ativas De Gamificação E Aprendizagem Baseada Em Problemas. *Revista Políticas Públicas & Cidades*, 14(1), e1489-e1489. DOI: <https://doi.org/10.23900/2359-1552v14n1-60-2025>

Júnior, J. F. C. (2023). A importância da educação como ferramenta para enfrentar os desafios da sociedade da informação e do conhecimento. *Convergências: estudos em Humanidades Digitais*, 1(01), 127-144. DOI: <https://doi.org/10.59616/conehd.v1i01.97>

Ladislau, D. (2020). Criatividade e inovação tecnológica na educação. Editora Senac São Paulo. [Criatividade e inovação tecnológica na educação - Douglas Ladislau - Google Livros](#)

Leite, N. M. (2019). Tecnologia e educação empreendedora: estamos no caminho certo?. *Appris Editora e Livraria Eireli-ME*. [Tecnologia e Educação Empreendedora: Estamos no Caminho Certo? - Nelson Moreira Leite - Google Livros](#)

Lévy, P., & Levis, D. (1999). *¿ Qué es lo virtual?* (Vol. 163). Barcelona: Paidós.

Martins, M. R., dos Santos, J. M., Corrêa, R. O., & de Carvalho, G. D. G. (2024). Empreendedorismo Digital: Tendências E Gaps De Pesquisa. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 21(2). DOI: <https://doi.org/10.25112/rgd.v21i2.3724>

Medeiros, M. F., & Medeiros, A. M. (2018). Educação e tecnologia: explorando o universo das plataformas digitais e startups na área da educação. In *Anais do V CONEDU-Congresso nacional de educação; Pernambuco: Realize* (Vol. 1). [Microsoft Word - EducaÃ§Ã£o e Tecnologia artigo.docx](#)

Nascimento, A. M., Barbosa, H. B. A., & Lins, N. A. D. A. (2021). Transformação digital como estratégia de inclusão por meio do desenvolvimento de um banco de talentos para pessoas com deficiência na Universidade de Pernambuco, tendo como base as tecnologias inovadoras da China. *Boletim do Tempo Presente*, 10(11), 23-37. [Transformação digital como estratégia de inclusão por meio do desenvolvimento de um banco de talentos para pessoas com deficiência na Universidade de Pernambuco, tendo como base as tecnologias inovadoras da China | Boletim do Tempo Presente](#)

Nascimento, C. F., da Silva, A. F., da Rosa, K. C., Bortoli, C., & Gollo, S. S. (2019, January). Marketing, empreendedorismo e consumo sustentáveis: uma análise do comportamento do consumidor jovem do Alto Uruguai Gaúcho/RS. In 7º JEPEX e 1º Mostra. <https://eventos.ifrs.edu.br/index.php/JEPEXErechim/JepexErechim2018/paper/view/6018>

OHARA, J.; NOVELI, M. (2023). Empreendedorismo universitário: um estudo sob as óticas do empreendedorismo digital e da teoria de affordances. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, v. 8, n. 6, p. 233-259, 2023. DOI: <https://10.5281/zenodo.10066777>

Okada, A. E. S. D. P. (2023). As experiências subjetivas de professores e estudantes no contexto da transformação digital do ensino superior. *Repositório Uniceub*. <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/prefix/17615>

Pandolfi, M., & Lopes, R. E. (2013). A educação voltada para o empreendedorismo: Um levantamento do debate acadêmico. *Revista HISTEDBR On-line*, 13(49), 177-196. DOI: [10.20396/rho.v13i49.8640327](https://doi.org/10.20396/rho.v13i49.8640327)

Pacheco, R. C., dos Santos, N., & Wahrhaftig, R. (2020). Transformação digital na Educação Superior: modos e impactos na universidade. *Revista Nupem*, 12(27), 94-128. DOI: <https://doi.org/10.33871/nupem.2020.12.27.94-128>

Peixoto, E. C. (2021). Transformação digital: uma jornada possível. *Editora Jandaíra*. [Transformação Digital: Uma jornada possível - Eduardo C. Peixoto - Google Livros](#)

Raabe, A. (2021). Inovação na Educação. *Computação Brasil*, (45), 32-35. DOI: <https://doi.org/10.5753/compbr.2021>.

Rossato, G. D., Da Rosa, A. P., Sartor, S., & Alberton, A. (2019). Uma Lembrança Para Toda a Vida: A História de Uma Jovem Empreendedora. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 13(2), 116-134. [Uma Lembrança Para Toda a Vida: A História de Uma Jovem Empreendedora - Dialnet](#)

Rüdiger, F. (2013). As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores. *Sulina*. [As Teorias da Cibercultura: Perspectivas, Questões e Autores - Francisco Rüdiger - Google Livros](#)

Sales, M., & Moreira, J. A. (2019). Cartografia conceitual de competência e competência digital: uma compreensão ampliada. *Revista UFG*, 19, 1-31. DOI: <https://doi.org/10.5216/revufg.v19.65122>

Santos, S. S. C., & Hammerschmidt, K. S. D. A. (2012). A complexidade e a religação de saberes interdisciplinares: contribuição do pensamento de Edgar Morin. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 65, 561-565. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0034-71672012000400002>

Salgado, J. (2013). A cultura empreendedora nos discursos sobre a juventude. *Galáxia (São Paulo)*, 13, 193-204. [SciELO Brasil - A cultura empreendedora nos discursos sobre a juventude](#)
[A cultura empreendedora nos discursos sobre a juventude](#)

Schaefer, R., & Minello, I. F. (2016). Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 10(3), 60-81. [Redalyc.EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: PREMISSAS, OBJETIVOS E METODOLOGIAS](#)

Schumpeter, J. A. (1982). The " crisis" in economics-fifty years ago. *Journal of Economic Literature*, 20(3), 1049-1059.

Valenti, W. C., & Bueno, G. W. (2020). Inovação e empreendedorismo nas universidades do século XXI. *Universidade em transformação*, 283-304. [Miolo Universidade em transformacao \(GRAFICA\) v3 OK.pdf](#)

Venâncio, D. M. (2017). Comportamento empreendedor e a capacidade dinâmica e sua relação com o desempenho financeiro. *Repositório Institucional da UFSC*, 283-304. [Comportamento empreendedor e a capacidade dinâmica e sua relação com o desempenho financeiro](#)

WAHL, D., MÜNCH, J. (2022). Transformando estudantes em empreendedores da Indústria 4.0: design e avaliação de um programa de estudos personalizado. *Entrepreneurship Education*. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41959-022-00077-9>