

ESTRATÉGIAS DIGITAIS PARA EMPREENDIMENTOS, APLICADOS PARA A ALAVANCAGEM E O CRESCIMENTO DOS NEGÓCIOS NOS TEMPOS ATUAIS

Ancelmo Brandão Neves

Graduando em Administração pela UniEVANGÉLICA - GO

ancelmobd3@gmail.com

Me. Juliana Luiza Moreira Del Fiaco.

Professora Orientadora UniEVANGÉLICA-GO

juliana.fiaco@unievangelica.edu.br

RESUMO

O artigo apresentado tem como objetivo mostrar a grande importância das ferramentas e estratégias de marketing digital, e de que forma elas podem influenciar diretamente no crescimento das atividades e negócios online. A abordagem mostra que o marketing digital tem sido uma ferramenta de grande relevância para a competitividade dos pequenos e grandes negócios. As informações contidas no artigo tiveram como intuito buscar e apresentar informações como é apresentada essas ferramentas dentro do quesito empreendedorismo digital e como chegar a ideias para empreender e ter planejamento para o sucesso na expansão do uso das plataformas de mídias digitais. A elaboração do presente artigo teve como métodos utilizados a aplicação de como é utilizado essa ferramenta no âmbito organizacional de uma empresa multinacional do ramo varejista no Brasil. Foram informados se a aplicação dessa estratégia contribuiu de alguma forma para o aumento das vendas online dessa empresa, também foi investigado de que forma e como é ela busca alavancar seus negócios e como isso pode ser benéfico com empreendedorismo digital, utilizando a ferramenta de marketing digital. A realização da pesquisa foi fundamental para alcançar os resultados. Pode-se destacar que levando em consideração os resultados da aplicação, que o mercado atual oferece situação de competitividade e que as empresas com seus planos de negócio devem ficar atentas às mudanças de cenário. Por isso, as ideias de marketing digital destacadas no artigo podem colaborar de forma benéfica para executar e alcançar mudanças significativas e para a alavancagem das atividades executadas usando a expansão da internet.

Palavras-chave: Estratégias do Marketing Digital; Empreendedorismo; Plataformas Digitais.

1. INTRODUÇÃO

O marketing Digital tem sido um fenômeno de grande relevância para os empreendedores nos tempos atuais, e tem contribuído com um papel muito importante e inovador nas estratégias das empresas para relacionar com seus

clientes. O atual cenário tem sido totalmente diferente de outras realidades e com isso as empresas tem investido cada vez

mais nas mídias sociais, pensando em manter bons relacionamentos, e em oferecer determinados produtos e serviços aos seus consumidores.

Para Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) a internet, que trouxe conectividade e transparência às nossas vidas, tem sido em grande parte responsável por essas transformações. Com constante crescimento de usuários e as navegações nos espaços virtuais, para buscas e entretenimentos, esse campo tem sido o potencial para os grandes negócios, daí surgiu o empreendedorismo digital.

O ato de criar negócios online tem sido o grande marco desde o surgimento dos novos mercados, as empresas estão cada vez mais migrando para as plataformas digitais. Já para o outro lado em tempos de Pandemia, e com o aumento do desemprego que impacta diretamente na economia, as pessoas tiveram que sair da zona de conforto e com isso surgiram várias ideias de empreender, uma maneira de buscar a sobrevivência, com isso foram criados vários negócios. E quanto as empresas de grandes portes e as pequenas que surgiram, em ambas, os empreendedores tiveram que reinventar e buscar novas ideias para gerir seus negócios. Podemos dizer que em todo esse cenário e realidade, o marketing digital tem sido uma ferramenta de grande relevância para a competitividade dos pequenos e grandes negócios.

As novas estratégias do marketing digital traçam o caminho a ser seguido pelas empresas, para tirar proveito das frequentes evoluções do mercado consumidor, das atividades do comercio ou da concorrência. O objetivo em novas estratégias envolvendo o marketing é o crescimento rentável das atividades, priorizando a satisfação dos clientes e um sucesso maior que os concorrentes.

Essa nova realidade do comercio digital, dá a capacidade do consumidor ir mais além, com essa transformação as pessoas tem mais conforto, capacidade e poder de escolha, é nítido que o e-commerce no Brasil e no mundo vive em constante crescimento, a demanda de procura por essa nova realidade, deu aos profissionais do conhecimento e aos empreendedores o objetivo de transformar ideias em produtos digitais, e nessa transformação vários fatores podem ajudar e contribuir com os usuários nas decisões de compras para um determinado produto ou serviços.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico desse resumo expandido é estruturado com os seguintes tópicos: surgimentos embasados em conceitos; empreendedorismo digital e sua importância; base para começar a empreender; a contribuição direta do marketing digital para o empreendedorismo.

No contexto dos seguintes tópicos, as ideias foram embasadas em vários autores, levantando discussões e apresentações de análises com o intuito de chegar a uma conclusão de como o empreendedorismo digital é de total importância para os tempos atuais, e baseado nessas ideias mostrar obras em citações que contribuíram para o crescimento desse tema que vem ganhando cada vez proporção no mercado atual.

2.1. Surgimentos Embasados em Conceitos

O empreendedorismo digital surgiu a partir das inovações tecnológicas, ou podemos dizer que desde o surgimento e expansão da internet. A inovação e a conectividade com várias redes foram fundamentais para a expansão dos negócios online, a criação de conteúdos diversos influenciou diretamente para que os empreendedores tivessem um olhar diferente para esse espaço e encontrassem um ponto fundamental para entrar nessa área e começar a empreender usando a internet.

Para Chiavenato (2007), o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Diante dessa afirmação, podemos definir que o espírito de um empreendedor é identificar as oportunidades que o mercado pode oferecer, e é nessas oportunidades que pode surgir um grande negócio. A essa visão o empreendedorismo surgiu nas plataformas digitais, e com certeza alguém enxergou essa oportunidade e teve o desejo de expandir para essa plataforma. A transformação faz parte do empreendedor e acompanha as ideias que ele tem para ajudar a sociedade oferecendo produtos e serviços de qualidade. O conceito de empreendedorismo digital é um modelo de desenvolvimento, ou a criação de um determinado produto e serviço que possa ser vendido nas plataformas online, por meio de ambientes virtuais como sites, blogs, redes sociais e outros. Para

Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017), na era digital, os consumidores podem adquirir produtos e serviços de forma fácil e instantânea. De acordo com Chiavenato (2007), a identificação de uma oportunidade é o primeiro passo que impulsiona o empreendedor para o desenvolvimento de um produto ou serviço que propiciará o negócio. Identificar oportunidade é um impulso para lançar no mercado e oferecer novidades para o conforto das pessoas. Seguindo esse raciocínio para o conceito do empreendedorismo digital, Tameirão (2019) frisa que o empreendedorismo digital permite que profissionais em geral possam começar um negócio investindo muito pouco financeiramente e que tenham um rápido retorno a partir dos esforços corretos.

2.1.1. Empreendedorismo Digital e sua Importância

O empreendedorismo não é só um fator que contribui para o crescimento econômico, mas também é um fator do crescimento e desenvolvimento social que leva as pessoas a colocarem suas ideias para ajudar a sociedade como um todo. Começar a empreender é para aqueles que têm um foco ou projetos de atingir objetivos, e têm metas e capacidades de enxergar além. Segundo Feitosa (2019), é necessário que o indivíduo deseje ser empreendedor e busque o seu desenvolvimento pessoal e profissional para atingir esse objetivo. Para alcançar esse objetivo não necessariamente é preciso um perfil, mas ideias e um esforço de implementar o projeto em um papel (FEITOSA, 2019).

Diante do atual cenário, muitas pessoas encontraram oportunidades de criar seus próprios negócios. Com o impacto da pandemia mundial que afetou diretamente a economia, muitas empresas e grandes negócios fecharam e o aumento de desemprego foi inevitável. De acordo com o IBGE, o número de desempregados (desocupados) chegou a 12,8 milhões só no 2º trimestre de 2020 e a taxa de desemprego (desocupação) chegou a 11,8%. Esses dados mostram como a taxa de desemprego no Brasil aumentou, e com tudo isso oportunidades surgiram para que várias pessoas criassem e alavancassem seus próprios negócios. Os empreendedores não entram na taxa de desocupação, e sim de ocupação, segundo o próprio (IBGE). A ocupação mostra como as pessoas buscaram oferecer suas ideias, que colocadas em papel viraram produtos e serviços para contribuir com uma sociedade melhor, gerando renda e empregos. Esses fatores são muito importantes para o Brasil, que pode se destacar como um país que soube reinventar e criar

soluções para vencer o impacto econômico. O fato de a criação de um negócio poder virar sucesso e trazer comodidade às pessoas é um dos fatores fundamentais de grande importância que o empreendedorismo trouxe.

A facilidade de acessos e buscas ficou evidente com o crescimento da expansão da internet. Com tudo isso, muitas empresas encontraram grandes oportunidades de oferecer seus produtos e serviços. A exploração das plataformas digitais deu aos empreendedores uma dimensão de que os negócios não devem ficar somente em áreas físicas e sim conectados uns com os outros. Para Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017), a internet tem sido a espinha dorsal dessas interações baseadas em telas. As soluções online estão sempre ao nosso alcance, com sites sempre mais atrativos, e-commerce em constante evolução, canais, youtube, blogs e até mesmo cursos online. O espaço sempre vai existir para que negócios saiam do papel e virem realidade. Seguindo esse mesmo conceito, os autores Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017), enfatizam que, em um mundo cada vez mais caracterizado pela alta tecnologia, a interação de envolvimento profundo está se tornando a nova diferenciação.

2.1.1. Base para começar a Empreender

Para começar a empreender usando as plataformas digitais talvez nem seja necessário investimento inicial muito alto, mas necessariamente precisará de duas coisas, o planejamento e o esforço. Para aqueles que desejam empreender, assim afirma Chiavenato (2007), é preciso conhecer suas medidas para saber se o negócio lhe cabe. Nesse sentido, Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) dizem que a internet empoderou os consumidores, que se tornaram muito mais espertos e bem informados do que no passado. Dentro de um planejamento de quem deseja empreender e oferecer um determinado produto ou serviço ao mercado é preciso definir o nicho de mercado por onde começar e que vai oferecer. Chiavenato (2007) afirma que: esta talvez seja a sua principal arma, a sua vantagem competitiva preliminar: saber exatamente o que fazer, quando, quanto, como e onde. É necessário seguir as fórmulas corretas no direcionamento de um empreendimento de sucesso e isso requer muita consistência para o momento certo de agir. O saber é fundamental, mas o agir é essencial. Saber agir consiste nas ideias de grandes empreendedores que entendem o mercado.

Para entender o que oferecer aos consumidores e compreender quais

produtos devem ser ofertados, podemos recorrer a Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) que afirmam que um produto é muitas vezes desenvolvido com base nas necessidades e nos desejos dos consumidores. Com essa afirmação é preciso compreender quais produtos podem atender às demandas dos consumidores e assim o empreendedor começa a enxergar uma oportunidade de um negócio. Dentro desse caminho cabe aos empreendedores ter percepção e análise para começar a expandir e criar produtos e serviços de qualidade. Nesse sentido, Chiavenato (2007) nos explica que o que representa uma ameaça para uns pode significar oportunidades para outros. De acordo com análise que vimos sobre as ameaças, isso pode gerar um novo sentido para a criação de novos negócios, e como aponta Chiavenato (2007) sobre as oportunidades, é isso que visam alguns empreendedores.

Para aqueles que têm o desejo de empreender, é preciso estar atentos em relação às lacunas existentes no mercado, ter visão crítica e observadora em momentos delicados, acompanhado de crises existentes em um cenário, ou em determinadas áreas específicas. Tudo isso é levado em conta e podem se tornar pontos positivos para quem busca oferecer uma prestação de serviços de qualidade.

2. METODOLOGIA

Este estudo foi realizado por meio de pesquisa qualitativa, exploratória sobre o assunto de modo específico, embasadas em como é implementada o uso dessa ferramenta em uma organização do ramo alimentício da cidade de Anápolis. Empresa CB que é uma multinacional no ramo do varejo.

Foram estabelecidos alguns fundamentos para definir os objetivos traçados e colher dados especificados sobre o tema, para aprofundamento no estudo pretendido. Os métodos utilizados na aplicação da ferramenta de gestão no campo de âmbito organizacional, são de extrema importância para a conclusão dos fatos e o encontro de decisões mais adequadas sobre determinado e situação. Acreditamos que o estudo descritivo realizado foi satisfatório e os dados encontrados chegaram à conclusão de como é aplicado as ferramentas de gestão nessa organização. Aplicação é feita das seguintes maneiras: e-commerce com vendas em sites, para satisfazer as necessidades e demandas dos consumidores, anúncios feitos em canais e plataformas digitais, como redes sociais, exposição da marca em programas

de televisões e etc. A pesquisa do estudo realizado no âmbito organizacional traz fatos e visões mais detalhada e significativas, como a abordagem do determinado assunto é aplicado pela empresa CB, e como ela leva a sério o trabalho e toda a estratégias utilizadas pelos profissionais de marketing.

Os resultados que a empresa CB obtém, é satisfatório, e de total importância para o crescimento rentável da companhia de alimentos e varejo no Brasil, levando em consideração o crescimento econômico, gerando renda e capacitação de trabalhadores no mercado de trabalho.

O artigo demonstrou a importância das estratégias digitais para a alavancagem dos empreendimentos, uma área que está em constante crescimento na atualidade devido à grande expansão das novas tecnologias e ferramentas da internet.

3. CONCLUSÃO

O tema escolhido surgiu devido à crescente criação de conteúdo, e diversos acessos que as pessoas têm a essa área. O surgimento de empresas e projetos na era digital fez com que a abordagem principal deste artigo destacasse a importância do empreendedorismo para as estratégias de marketing utilizadas na era digital, pelo simples fato de incentivar e levar mais empreendedores buscando não somente oferecer serviços em locais fixos, mas também expandir suas ideias para as plataformas digitais.

Desse modo, a elaboração do artigo trouxe aprofundamento em vários autores que ampliaram e desenvolveram técnicas que contribuíram diretamente para o crescimento dos pequenos e grandes negócios nas plataformas digitais. Foram técnicas de abordagem citadas por eles, que apresentaram soluções de como engajar os negócios nesse meio, e como eles contribuíram para essa expansão.

A partir do processo e análise do estudo aplicada no âmbito organizacional, foram citados os aspectos que a empresa utiliza para colocar em prática o uso dessa ferramenta, para que seu negócio esteja conectado diretamente com os consumidores no mercado.

Pode-se destacar que o empreendedorismo digital, levando em consideração as incertezas e riscos encontrados no mercado atual, com o fechamento e proibições devido ao período e cenário de pandemia, possibilitou o acesso e conforto

para os clientes na opção e decisão por compras e tem contribuído diretamente para a movimentação da economia mundial. A facilidade de acessos a conteúdos e produtos tem auxiliado empresas a virarem grandes potências no e-commerce nas vendas de produtos e prestação de serviços.

Considerando o que já foi estudado nesse artigo, e explorando a análise de como é aplicada o uso dessa ferramenta, identificamos que as estratégias digitais para empreendimentos, aplicados para a alavancagem e o crescimento dos negócios nos tempos atuais, são fundamentais para o desenvolvimento de novas oportunidades e transformações em um cenário de oportunidades.

4. REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.p.7 Disponível em:<<http://www.buscadaexcelencia.com.br/wp-content/uploads/2010/08/Livro-Empreendedorismo-Idalberto-Chiavenato.pdf>. Acesso em: 16 de setembro. 2020.

FEITOSA, Sanmya. **EMPREENDEADORISMO CONCEITOS E APLICAÇÕES**. Editora Saraiva, 2019.p.1. Disponível em:<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536531625/pageid/0>. Acesso em: 01 set. 2020.

IBGE. Disponível em:< <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>>. Acesso em: 01 de set. 2020.

KOTLER, Philip. KARTAJAYA, Hermawa. SETIAWAN, Iwan. **Marketing-4.0-Do-Tradicionao-Digital-Philip-Kotler.pdf**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.p.44. Disponível em:<[http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17352/material/Marketing-4-0-Do-tradicionao-digital%20\(1\).pdf](http://professor.pucgoias.edu.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/17352/material/Marketing-4-0-Do-tradicionao-digital%20(1).pdf)>. Acesso em: 25 agosto. 2020.

TAMEIRÃO, Nathália. **Empreendedorismo Digital: o que é, como começar e razões para se aventurar**. Disponível em:<<https://sambatech.com/blog/insights/empreendedorismo-digital/>>. Acesso em: 18 de setembro. 2020.