**O MARKETING DIGITAL COMO ESTRATÉGIA DE PUBLICIDADE EM SAÚDE VISANDO O PROFISSIONAL DE ENFERMAGEM**

¹Ana Raquel Florindo Mateus Rangel; ² Yasmin da Silva; ³ Nataly Driely Miranda Lara; 4 Gabriela Santos Ferreira; 5 Paola Souza Santos

1,2,3,4Acadêmico de Enfermagem, Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Cáceres, Mato Grosso, Brasil; 5Dra. Enfermeira, Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), Cáceres, Mato Grosso, Brasil.

**Eixo Temático:** Empreendedorismo na Enfermagem

**E-mail do Autor Principal:** ana.raquel@unemat.br

**Resumo**

O empreendedorismo em suas várias significativas consiste em práticas adotadas que visam garantir mudanças e transformações na sociedade, ao profissional de enfermagem é necessária uma construção de uma imagem midiática nas redes sociais, contribuindo em sua credibilidade profissional. Trata-se de um estudo qualitativo baseado em revisão integrativa de literatura, sobre o marketing em saúde como estratégias de valorização da profissão de enfermagem. Na enfermagem, o profissional enfermeiro tem se atualizado baseando-se nas estratégias de marketing pessoal, no qual salienta a divulgação de suas capacidades e potencialidades profissionais, contribuindo na credibilidade profissional produzindo uma imagem positiva. Evidencia-se que o marketing na prática profissional na Enfermagem é um tema pouco explorado em pesquisas. Todavia, há perspectivas em despertar interesse e reconhecimento de sua relevância na atualidade.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Marketing Digital; Enfermagem;

**1 INTRODUÇÃO**

O empreendedorismo de negócios dentro de suas várias significativas consiste em práticas adotadas que visam garantir mudanças e transformações na sociedade, com a abertura e gestão de empreendimentos. Empreender requer criatividade, resiliência e persistência. Conforme as novas Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Enfermagem é estabelecido como competências do profissional de enfermagem a administrar e gerenciar, estando aptos a serem empreendedores, investidores, gestores, empregadores assumindo seus determinados papéis na equipe de saúde. (FONSECA,2020)

A resolução do Conselho Federal de Enfermagem (COFEN) nº 0568/2018, confere que o funcionamento das práticas autônomas em Enfermagem promove maior visibilidade, regulamentando o funcionamento dos consultórios e clínicas de enfermagem, proporcionando ao enfermeiro autonomia e expandir o seu mercado de trabalho, além de oportunizar de especializar-se na área a qual dispõe afinidade e interesse, permitindo atuar em diversos campos. (COFEN, 2018)

O interesse pelo estudo manifestou-se mediante a ascensão e a influência do marketing digital através das mídias de compartilhamento, possibilitando diferentes cenários que se inovam rapidamente e com um público que interage, se conecta e atribui novos significados aos conteúdos expostos, fazendo que o profissional esteja também em constante atualização da sua profissão. Associado a essa problemática, encontra-se o profissional de enfermagem, que enfrenta dificuldades referente a esses novos instrumentos de trabalho sendo a sobrecarga de trabalho, desvalorização profissional como também a utilização dos recursos publicitários das mídias digitais.

Dessa forma, o presente trabalho torna-se relevante, com o intuito de contextualizar as estratégias de marketing digital no âmbito da Enfermagem, descrevendo as justificativas de atrair a busca de clientes através da imagem divulgada nas redes sociais bem como evidenciar o público alvo a ser atraído.

**2 METODOLOGIA**

 Trata-se de um estudo qualitativo baseado em revisão integrativa de literatura, sobre o marketing em saúde como estratégias de valorização da profissão de enfermagem. Realizou-se a pesquisa sobre produções científicas acerca do marketing digital em saúde, contexto de empreender digitalmente aos profissionais de enfermagem, empreendedorismo durante a graduação de enfermagem nas bases de dados eletrônicas: Research, Society and Development, Scientific Electronic Library Online (SciELO), Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), Revista Brasileira de Enfermagem (REBEn), e Google Acadêmico utilizando a terminologias em saúde “empreendedorismo” “marketing digital” e “Enfermagem”, inter-relacionadas pelo operador booleano “AND”. Os critérios de inclusão adotados foram: artigos completos gratuitos publicados entre 2018 e 2023, divulgados em língua portuguesa, que condizem com os objetivos da pesquisa.

**3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA OU RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Na enfermagem, o profissional enfermeiro tem se atualizado baseando-se nas estratégias de marketing pessoal, no qual salienta a divulgação de suas capacidades e potencialidades profissionais, contribuindo na credibilidade profissional produzindo uma imagem positiva. O marketing é uma ferramenta de aumentar a visibilidade da profissão na busca pela satisfação dos clientes, atuando através das mídias digitais como *Instagram, TikTok,* comunicação, portfólios e estratégias de divulgação de conhecimentos científicos. (SANTOS, 2020)

Destacam-se técnicas e conhecimentos publicitários que interligados ao marketing é realizado uma construção da imagem deste profissional, de maneira que se torna mais eficaz a conduzir a própria carreira. Essa imagem é construída através do comportamento, boa apresentação pessoal, vestimentas, à aparência dos cabelos, à barda e a estrutura do perfil nas principais redes sociais. Não se pode descuidar do marketing pessoal, diferente de serviços quando malfeito, pode denegrir a imagem profissional e pessoal. (ANDRADE, 2021)

Para o mapeamento do marketing digital, é desenvolvido uma ferramenta conhecida como matriz SWOT. É um instrumento publicitário que analisa o profissional para ajudar a elaborar seu planejamento pessoal de acordo com o eixo temático, ou seja, sua especialização, a área com a qual tenha afinidade. A matriz tem 4 variáveis por siglas, S: Strenghts, Forças; W: Weaknesses, Fraquezas; O: Oppotunities, Oportunidades; T: Threats, ameaças. O uso da matriz SWOT é uma das formas de manter o sucesso continuo no mercado, justamente por conhecer as variáveis e planejar com antecedência para alcançar as metas. Como podemos observar na Figura 1 (SANTOS 2018)

**Figura 1.** Conceituação sobre a matriz SWOT

|  |
| --- |
| Conceito |
| Strenghts (Forças) | Imagem, postura, conhecimento, aparência, respeito, atitude, ética, responsabilidade, maturidade, persistência, empatia, otimismo, bom senso e importância profissional. |
| Weaknesses (Fraquezas) | Desvalorização da enfermagem, competitividade, história, rivalidade, desonestidade, fofoca, insatisfação, intriga e vandalismo. |
| Oppotunities(Oportunidades) | Crescimento profissional, crescimento pessoal, valorização do profissional, profissão futurista e auto-realização. |
| Threats(Ameaças) | Conformidade, mudanças, atualizações tecnológicas, fortalecimento da concorrência, desempenho e hospital médicocêntrico. |

**Fonte**: Santos, 2018

A partir das plataformas de redes sociais, o próprio algoritmo direciona o público alvo que tem interesse nos conteúdos expostos. De maneira que, os clientes são atraídos pelos que já se interessam naquela temática. O profissional de enfermagem vende o saber sobre o cuidar, ele é seu próprio outdoor, ele é a imagem dos seus conhecimentos. A postura humana é o crucial para criar uma imagem que seja um espelho de seus conhecimentos técnicos agregando as estratégias de publicidade. (SODER, 2020)

Em um mundo onde o acesso à internet e a busca por informações é cada vez mais constante, é necessário que a enfermagem faça uso desse recurso para a divulgação da profissão. Os beneficiados pelo resultado do seu trabalho abrangem muitas possibilidades, como o paciente, a família, a comunidade, os prestadores de serviços, assim como muitos outros clientes subjetivamente acabam sendo alcançados pela ferramenta virtual. (COLICHI,2019)

**4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

 Evidencia-se que o marketing na prática profissional na Enfermagem é um tema pouco explorado em pesquisas. Todavia, há perspectivas em despertar interesse e reconhecimento de sua relevância na atualidade. Os artigos analisados abordaram a importância da construção da imagem do profissional de enfermagem através de um mapeamento de marketing digital direcionado ao público alvo especifico com cada especialidade.

 Esta pesquisa demonstra a necessidade dos enfermeiros terem acesso a instruções publicitária que facilite a construção de sua imagem profissional para a promoção de saúde, veiculada as mídias digitais.

**REFERÊNCIAS**

Fonseca, Grace & Araújo, Clícia & Olivindo, Dean. (2020). Empreendedorismo em Enfermagem: motivações e possibilidades para o enfermeiro empreender. **Research, Society and Development**. 9. 597974442. 10.33448/rsd-v9i7.4442.

Conselho Federal de Enfermagem (Cofen). Resolução COFEN nº 568, de 9 de fevereiro de 2018. Aprova o Regulamento dos Consultórios de Enfermagem e Clínicas de Enfermagem. Diário Oficial da União 2018;

SANTOS, José Luís Guedes; BOLINA, Alisson Fernandes. Empreendedorismo na Enfermagem: uma necessidade para inovações no cuidado em saúde e visibilidade profissional. **Enfermagem em Foco**, v. 11, n. 2, 23 jul. 2020. Conselho Federal de Enfermagem - Cofen. <http://dx.doi.org/10.21675/2357-707x.2020.v11.n2.4037>.

ANDRADE, Josivaldo Barreto; CAVALCANTE, Maria de Belém; APOSTOLICO, Maíra Rosa. MARKETING PESSOAL E ENFERMAGEM: projeção para visibilidade social do enfermeiro. **Enfermagem em Foco**, v. 8, n. 1, p. 82, 7 abr. 2021. Conselho Federal de Enfermagem - Cofen. <http://dx.doi.org/10.21675/2357-707x.2017.v8.n1.946>.

SANTOS, Daniela Ferreira dos; MOLINA, Beatriz Sarmento; DRGANOV, Patrícia Bover. Subsídios para o marketing pessoal do enfermeiro. **Revista de Administração em Saúde**, v. 18, n. 73, p. 1-8, 28 dez. 2018. Associacao Brasileira de Medicina Preventia e Administracao em Saude - ABRAMPAS. http://dx.doi.org/10.23973/ras.73.141.

SODER, Rafael Marcelo; CECHET, Caroline Egger Cordeiro; HIGASHI, Giovana Dorneles Callegaro; SILVA, Luiz Anildo Anacleto da; AMARAL, Thayza Mirela Oliveira; MENEGAZ, Jouhanna do Carmo; ERDMANN, Alacoque Lorenzini; SANTOS, José Luís Guedes dos. Entrepreneurship among Undergraduate Nursing Students at a public university. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 75, n. 1, p. 1-7, mar. 2022. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7167-2020-1388>.

COLICHI, R. M. B. et al.. Entrepreneurship and Nursing: integrative review. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 72, n. Rev. Bras. Enferm., 2019 72 suppl 1, jan. 2019.