



## **MARKETING DIGITAL: INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS QUE DESAFIAM O EMPREENDEDOR NAS MÍDIAS DIGITAIS**

Aline Pereira Salgado, Euzeanne Elias De Souza Rodrigues, Lorrane Ribeiro Lima, Luís Antônio Alves Júnior

baalinesouza@gmail.com, euzeanne@hotmail.com, loraneauxadm@gmail.com, admluisalves@gmail.com

Universidade Estadual de Goiás – Câmpus Goianésia – Administração  
Goianésia – GO

### **RESUMO:**

Com o passar dos anos, os avanços tecnológicos e a internet deixou de ser apenas um meio de comunicação entre pessoas para se tornar um canal de vendas, informações e conteúdos, com fins pessoais e profissionais. O meio empreendedor também evoluiu, passando a vender pelo meio virtual, através do marketing digital. Com intuito de entender sobre o tema em questão, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, levantando-se a seguinte problemática a cerca do assunto pretendido: Como as inovações tecnológicas desafiam o empreendedor nas mídias digitais? O tema marketing digital é bastante abordado hoje em dia em virtude de ser uma nova forma de se empreender tecnologicamente. A priori, verificamos que o marketing por si só, já é uma ferramenta de grande utilidade para as empresas físicas; e, que se a empresa passa a oferecer serviços e produtos on-line, ela continuará a utilizar o marketing, porém, um pouco diferenciado do comum. Atualmente existe uma gama de redes sociais as quais se podem fazer anúncios e conseguir atrair pessoas para seu negócio. Este estudo tem como objetivo demonstrar como a inovação da tecnologia é importante para o empreendedor e como empreender digitalmente pode se tornar uma vantagem competitiva perante os concorrentes.

**Palavras-Chave** – Tecnologia, marketing digital, desafios, empreendedor.

## **DIGITAL MARKETING: TECHNOLOGICAL INNOVATIONS THAT CHALLENGE THE ENTREPRENEUR IN DIGITAL MEDIA**

### **ABSTRACT:**

Over the years, technological advances and the Internet have ceased to be just a means of communication between people to become a channel for sales, information and content, for personal and professional purposes. The entrepreneurial environment also evolved, starting to sell through the virtual medium through digital marketing. In order to understand the topic in question, we used the bibliographical research, raising the following problem about the subject: How do technological innovations challenge the entrepreneur in digital media? The subject of digital marketing is widely approached nowadays because it is a new way to undertake technologically. A priori, we found that marketing alone is already a very useful tool for physical companies; and that if the company starts to offer services and products online, it will continue to use marketing, however, somewhat different from the

ordinary. Currently there is a range of social networks that can advertise and attract people to your business. This study aims to demonstrate how technology innovation is important to the entrepreneur and how to undertake it digitally can become a competitive advantage over competitors.

**KEYWORDS** – Technology, digital marketing, challenges, entrepreneur.

## **I. INTRODUÇÃO**

Com o passar dos anos os avanços tecnológicos e a internet deixou de ser apenas um meio de comunicação entre pessoas para se tornar canal de vendas, informações e conteúdos com fins pessoais e profissionais, possuindo como características agilidade e rapidez, que faz com que as informações circulem rapidamente e de forma ilimitada.

Com esses avanços tecnológicos o meio empreendedor também evoluiu, deixando de vender apenas em lojas física para vender também no meio virtual, vivenciando assim o marketing digital, o qual, por sua vez, é uma das ferramentas utilizadas por organizações para conseguirem obter resultados positivos por meio da conexão com o público ao qual está ou deseja estar inserido.

Portanto, sabendo que o marketing digital é uma das formas de se promover uma empresa/organização entre outras no meio social e, com intuito de entender sobre o tema em questão, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, levantando-se a seguinte problemática a cerca do assunto pretendido: Como as inovações tecnológicas desafiam o empreendedor nas mídias digitais?

O objetivo deste Trabalho é demonstrar como a inovação da tecnologia é importante para o empreendedor e como empreender digitalmente pode se tornar uma vantagem competitiva perante os concorrentes.

## **II. METODOLOGIA**

Este estudo foi produzido através da técnica de pesquisa bibliográfica, caracterizada pelas publicações em livros, artigos e entre outros.

Segundo Marconi e Lakatos (2016), a pesquisa bibliográfica é um tipo de pesquisa que está dentro do campo de documentação indireta, abrange fontes secundárias por meio de livros, teses, monografias, pesquisas etc.

Portanto, a pesquisa bibliográfica possui um papel importante para dentro da realização de um estudo, trazendo a ele fundamentação teórica para a escrita e conhecimento sobre o assunto.

A pesquisa bibliográfica utilizada para embasar este estudo, foi realizada com base nas obras dos autores Kotler e Keller (2006), Terry (1993), Shumpeter (1984) e Dornelas (2005).

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA OU DISCUSSÕES**

25 a 27 de outubro de 2018

O tema marketing digital é bastante abordado hoje em dia em virtude de ser uma nova forma de se empreender tecnologicamente. Com base nisso e analisando a definição de marketing por Kotler e Keller (2006) sobre a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais, pode-se então subtender que a forma de se obter lucro depende exclusivamente de identificar o que trará satisfação ao consumidor.

Com os avanços tecnológicos, torna-se necessário empreender virtualmente, pois, a modernidade traz vantagens como praticidade e comodidade, e surge-se então um novo conceito para dar ênfase a esse novo meio de empreender, o marketing digital.

Segundo Terry (1993) marketing digital é:

“O conjunto de estratégias de marketing e publicidade, aplicadas à Internet e ao novo comportamento do consumidor quando está navegando. Não se trata de uma ou outra ação, mas de um conjunto coerente e eficaz de ações que criam um contato permanente de sua empresa com seus clientes. O marketing digital faz com que seus clientes conheçam seu negócio, confiem nele, e tomem a decisão de comprar a seu favor”.

A priori, verificamos que o marketing por si só, já é uma ferramenta de grande utilidade para as empresas físicas; e, que se a empresa passa a oferecer serviços e produtos on-line, ela continuará a utilizar o marketing, porém, um pouco diferenciado do comum, porque se trata de anúncios através das mídias digitais que ficam o tempo todo em contato com o cliente, seja no site do empreendedor ou em outros sites que o cliente visita que ficam ali a todo o momento mostrando e tentando incentiva-lo a consumir. E isso aliado a boas estratégias de negocio se torna um diferencial no mercado perante os concorrentes.

O marketing digital deriva das inovações tecnológicas, pois, sem a inovação o termo marketing digital não existiria. Para Shumpeter (1984):

“[...] inovar é produzir outras coisas, ou as mesmas coisas de outra maneira, combinar diferentemente materiais e forças, enfim, realizar novas combinações que tragam retorno financeiro. A inovação produz uma contínua destruição criativa, ou seja, uma mutação industrial que incessantemente revoluciona a estrutura econômica a partir de dentro, incessantemente destruindo a velha e criando uma nova. Esse processo de Destruição Criativa é o fato essencial acerca do capitalismo.”

Portanto, inovar em todas as formas existentes seja elas por produtos/serviços; processos; a tecnologia é fundamental para as organizações se manterem atualizadas, competitivas frente ao mercado inserido. Não existe inovação sem um agente inovador que seja capaz de fazer acontecer à transformação em um ambiente organizacional. Somente o empreendedor é capaz de girar a chave de seu empreendimento e fazê-lo ser diferenciado dos demais. Dornelas (2005) aborda que:

“Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”.

Desta maneira, empreender requer uma inovação contínua, inovação esta que em termos de avanço tecnológico pode-se chamar de mídias digitais, que é uma

25 a 27 de outubro de 2018

forma de chamar a atenção do internauta quando ele esta a utilizar a internet, por meio de propagandas e anúncios feitos através das mídias digitais, tais como o Facebook, Instagram, You Tube, anúncios Google e entre outros. Essas ferramentas por serem muito utilizadas pelas pessoas é uma ótima alternativa para se fazer o marketing digital, podendo ser tanto de produtos ou serviços já existentes, como da criação de algum empreendimento novo no mercado.

Sendo assim, o grande numero de redes sociais existentes na internet faz do marketing digital uma ferramenta valiosa para os empreendedores, trazendo a eles uma maior possibilidade e expansão e alavancagem de seus negócios.

### III. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo aqui abordado demonstrou que o marketing digital é fruto das inovações tecnológicas ocorridas nos últimos tempos, e essa evolução trouxe consigo uma nova forma de se empreender, que é o empreendedorismo digital. Podendo ser feito em um site específico da empresa ou através das mídias digitais.

Desta forma, ao utilizar as inovações tecnológicas de forma correta com comunicação eficaz, torna-se uma ferramenta importante para alavancar resultados através do uso da internet, pois, a tecnologia é altamente usada no dia-a-dia pelas pessoas no notebook, aparelhos celulares, tablets, fazendo com que seja possível um negócio/empresa estar presente em vários lugares imensuravelmente, chegando a pessoas e lugares remotos, dando acessibilidade e praticidade a seus usuários.

Contudo, o maior desafio que o empreendedor pode sofrer é o de não estar conectado com essa tecnologia, não se mostrar frente aos concorrentes, pois, uma empresa que se prese nos dias atuais, tem comunicação estabelecida em todos os lugares seja por meio de outdoors, panfleto, redes sociais.

Portanto, se manter atualizado frente a tantas novidades tecnológicas e ao mercado o qual está inserido trará o diferencial competitivo esperado e abrangência ao público alvo.

No entanto, este trabalho pode ser continuado por outrem, pois, é um assunto valioso e minucioso e que tem muito a mostrar/ensinar; é indicado para acadêmicos de administração e sistemas de informação, a sociedade, empresários ou empreendedores que queiram saber um pouco mais sobre empreendedorismo digital.

### REFERÊNCIAS

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 5ª reimpressão.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: 53 Pearson Prentice Hall, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de**

25 a 27 de outubro de 2018

**Metodologia Científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, Socialismo e Democracia.** Zahar Editores S.A., Rio de Janeiro, 1984. (edição original em inglês de 1942).

VAVRA, Terry G. **Marketing de relacionamento: aftermarketing.** Tradução de Ailton Bonfim, São Paulo: Atlas, 1993.