



A Importância do Empreendedorismo Digital: Estudo de Caso na Empresa Ron Sisten Informática Manacapuru-AM

The Importance of Digital Entrepreneurship: A Case Study of Ron Sisten Informática in Manacapuru-AM

Nilma Nazaré da Silva

Rainah Silva Pessoa Melo de Souza

Resumo: O marketing digital envolve a divulgação de produtos e marcas que utiliza plataformas online como aplicativos, sites, blogs, canais online, mídias sociais e outros e é uma maneira direta de abordar os desejos dos seus clientes e que estabelece uma comunicação personalizada no momento certo. Diante deste contexto esta pesquisa tem como problemática: Quais sugestões de melhoria se propõe para a Empresa Ron'sisten Informática? Dessa forma tem como objetivo geral descrever os elementos identificados. Assim o artigo buscou compreender os conceito do empreendedorismo digital mediante pesquisa qualitativa e bibliográfica e com base nas informações que se reuniu e na utilização das ferramentas de gestão com o objetivo de alcance dos melhores resultados. Com as informações que se obteve então foi possível o reconhecimento de medidas essenciais e sugestões para implementação na empresa: redes sociais, anúncios com direcionamento, mídias offline local e foco nos clientes e essa proposta ajuda o aprimoramento e organização e trarão resultados e satisfação para o gestor, colaboradores e os clientes.

Palavras-chave: empreendedorismo; marketing digital; vendas.

Abstract: Digital marketing encompasses the promotion of products and brands through online platforms such as apps, websites, blogs, online channels, social media, among others, and serves as a direct way to address customer desires by establishing personalized communication at the right moment. In this context, the central question of this research is: What improvement suggestions can be proposed for the company Ron'sisten Informática? Accordingly, the general objective is to describe the elements identified. This article sought to understand the concept of digital entrepreneurship through qualitative and bibliographic research, using gathered information and management tools with the aim of achieving better results. Based on the information obtained, it was possible to identify essential measures and suggestions for implementation in the company: use of social media, targeted advertising, local offline media, and a focus on customer engagement. This proposal contributes to the improvement and organization of the business, generating positive outcomes and greater satisfaction for the manager, employees, and clients.

Keywords: entrepreneurship; digital marketing; sales.

INTRODUÇÃO

O marketing é essencial para empresas de todos os portes em um mundo competitivo e é fundamental para o aumento das vendas, a expansão dos negócios e a obtenção de vantagem competitiva no mercado, dentre as estratégias de marketing

digital de pequenas empresas a internet é uma que proporciona facilidade para microempresários. Contudo, é sempre válido que se saiba quais são as estratégias eficazes para o impulsionamento da sua empresa.

O empreendedorismo digital representa a chance do estabelecimento e estruturação do crescimento de uma empresa e o líder que opta pelo empreendedorismo terá confiança que as estratégias escolhidas serão eficientes e eficazes em cada contexto, uma vez que a empresa contará com bases robustas que garantirão sua sustentabilidade ao longo do tempo.

Diante do cenário apresentado, foi elaborada a pergunta central que direciona todo o trabalho: Quais sugestões de melhoria podem ser propostas para a empresa Ron'sisten informática?

Neste sentido no presente artigo, buscou-se realizar uma pesquisa com o objetivo geral de descrever os elementos identificados por meio da aplicação de um diagnóstico organizacional e mostrar a importância do marketing digital para a gestão. Tendo como objetivo específico: Conhecer os principais conceitos do marketing digital, entender a importância dessa ferramenta para a empresa e apresentar plataformas utilizadas para alavancar as vendas.

Isso pode incluir a procura por produtos e serviços que não são oferecidos pela própria empresa ou concorrentes e possibilita a expansão do escopo de atuação, o estabelecimento de alianças estratégicas e a modernização de procedimentos e processos. Nessa combinação de outras estratégias, possibilita não apenas sobrevivência, mas que avance diante dos desafios e oportunidades de um cenário de negócios com transformação constante.

O método de pesquisa foi realizado através da aplicação de entrevista com o gestor, funcionários e clientes, além disso apresenta uma abordagem qualitativa e tem caráter descritivo, realizado na empresa Ron'sisten Informática. Com a finalidade de reconhecer elementos que influenciam na relação e na interação tanto com os seus consumidores regulares quanto com os potenciais clientes.

O estudo será estruturado em três capítulos: o primeiro foi pesquisados artigos no google acadêmico e sites referente a temática, o segundo apresenta a metodologia, onde são apresentados os processos metodológicos e a característica do objeto da pesquisa e no terceiro a análise dos pontos fracos da empresa e a proposta de melhoria em relação as vendas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Pombo (2019) o empreendedor é alguém que realiza e gera novas ideias através da harmonia, criatividade e imaginação. Ele não apenas tem ideias, mas as coloca em prática e supera obstáculos para que inove e crie algo novo além de ser quem enxerga à frente, que sonha e coloca o que foi sonhado em ação. A criatividade é vista como a fonte da inovação, gerando soluções e produtos.

O empreendedorismo exige um conjunto de qualidades e habilidades que vão além do conhecimento técnico e para que se identifique oportunidades, tome

decisões e conduza a empresa ao sucesso, é fundamental que se tenha iniciativa, visão estratégica, capacidade de gestão de riscos, resiliência, criatividade e habilidades de liderança.

O Conceito de Empreendedorismo e a Origem do Microempreendedor Individual

As gerações recentes estão alterando gradualmente a tradição de atuação em empresas com formas de trabalhos autônomas (Gerbelli, 2021) e constata-se que cada vez mais pessoas desejam dar início aos seus próprios negócios, nesse contexto que o Microempreendedor Individual se insere e a base que guia o microempreendedor individual está relacionada às suas qualidades empreendedoras.

Ao se considerar que a história da humanidade abrange milhões de anos e a evolução das espécies é um processo contínuo desenvolvimento, é possível que se afirme que o ser humano é um empreendedor desde os tempos antigo, pois em linha gerais, o que a humanidade tem realizado ao longo do tempo é a facilitação e o aprimoramento de sua existência e a história revela que sempre houve uma procura por melhorias e a utilização a criatividade e a perspectiva, que são qualidades fundamentais para um empreendedor de sucesso.

Marketing Digital

O marketing digital se refere à integração dos recursos tecnológicos com a jornada do consumidor em meios de comunicação digitais e, nesse contexto, essa abordagem oferece às empresas a chance de melhorarem suas interações e o relacionamento com clientes regulares com potenciais novos compradores o que assim como no marketing convencional, a promoção online requer que se identifica que as necessidades do público-alvo e a criação de produtos e serviços que sejam atrativos para eles e possibilite que envolva a exposição e venda desses produtos e serviços, análise de mercado e divulgação (Revillion, 2020).

O marketing digital emprega táticas que baseadas em plataformas de mídias sociais, enquanto o marketing convencional envolve a interação física ou participativa e clientes com produtos e serviços disponíveis.

Tipos de Marketing Digital

Alguns dos principais tipos de marketing digital: Marketing de conteúdos; E-mail marketing; Search Engine Optimization (SEO); Marketing de mídias sociais; Marketing de afiliados; Marketing de influência; Mobile marketing; Marketing de vídeos; Marketing de busca paga. Para as pequenas empresas, adotar estratégias de marketing digital é essencial, pois oferece uma série de benefícios. Abaixo quadro I com os principais tipos de marketing digital.

Quadro I - Tipos de marketing digital

| Tipos | Conceito |
|----------------------------------|--|
| Marketing de conteúdo | Consiste na elaboração e na disseminação de variedades de conteúdos, incluindo textos, postagens, repostagens, vídeos, seminário online e outros formatos, com o objetivo de atrair possíveis clientes. |
| E-mail Marketing | Trata-se de uma das formas mais eficientes de se comunicar com o cliente, desempenhando um papel fundamental nas várias estratégias de vendas utilizadas por meio de um e-mail. |
| Search Engine Optimization (SEO) | Utiliza técnicas para melhorar o posicionamento de um site ou página na web nos resultados orgânicos (gratuitos) dos mecanismos de busca, como o google, com o objetivo de aumentar a visibilidade e atrair visitantes qualificados para o site. |
| Marketing de mídias sociais | Utiliza plataformas de rede sociais como Facebook, Instagram, Tik Tok e outros para divulgar uma marca, produto ou serviços. O objetivo é ampliar o reconhecimento das marcas, atrair mais visitantes, promover ofertas e estreitar os laços com os clientes. |
| Marketing de afiliados | É uma estratégia eficaz que permite a geração de renda online para que se promova produtos ou serviços de terceiros. |
| Marketing de influência | Trata-se da promoção de um produto, serviços ou marca que utiliza a imagem ou alcance de celebridades ou influenciadores digitais e é uma estratégia que busca que se engaje o público por meio da credibilidade e conexão que essas personalidades têm com seus seguidores. |
| Mobili marketing | Inclui o uso de dispositivos móveis, como smartphones e tablets, abrange a realização de campanhas promocionais e estratégia de marketing, por meio de aplicativos, mensagens de texto, anúncios online e diversas outras ferramentas de comunicação. |
| Marketing de vídeos | É uma estratégia digital que explora conteúdos audiovisuais para que se promova produto ou serviços, com o objetivo de atração, conversão e fidelização de clientes. |
| Marketing de busca paga (PPC) | É um tipo de marketing digital onde os anunciantes pagam sempre que um usuário clica no anúncio, direcionando o tráfego para uma página ou aplicativo específico. |

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Existem diversas modalidades de Marketing conforme se apresenta no quadro I. Nesse contexto nota-se que os consumidores estão cada vez em busca de mais informações sobre produtos e serviços na internet, mesmo quando planejam adquirir algo em uma loja física. E isso torna a visibilidade da empresa essencial o que demonstra que o marketing digital se apresenta como a principal estratégia para que se alcance o público alvo ideal para a empresa.

Estratégias de Vendas

É fundamental definir uma estratégia para qualquer empresa ou organização. Sem uma estratégia clara, todos os direcionamentos são válidos, pois não há um destino definido. Essa abordagem servirá como guia para a conduta da organização rumo às metas. Um plano deve ser elaborado, o qual pode ser modificado com o tempo, para facilitar a navegação em situações imprevisíveis.

Segundo Marques (2022) Deve ser construindo um plano simples, com estrutura clara e funcional, que permita adaptações rápidas conforme variáveis diversas, como o ambiente externo, avanços tecnológicos, mudanças de hábitos dos consumidores, inovações, novas ferramentas, ajustes em algoritmos ou outros fatores que possam surgir.

O consumidor busca informações por meio de dispositivos móveis e em diversas situações, as vezes com o tempo restrito, mas ele tende a buscar acesso a mais informações em outras plataformas, como um tablete ou um computador, para que satisfaça suas necessidades e essas variedades de dispositivos.

Conforme o quadro 2 mostra algumas sugestões de como melhorar os processos da empresa.

Quadro 2 – Estratégias de melhorias para a empresa.

| | |
|----------------|--|
| Produto | Foque em desenvolver produtos ou serviços que satisfaçam as demandas dos consumidores. |
| Preço | Estabeleça preços competitivos com base no que os clientes estão dispostos a pagar. |
| Ponto de venda | Ofereça seus produtos de forma prática para os clientes. |
| Promoção | Divulgue a existência da sua empresa e faça a promoção dos seus produtos. |
| Pessoas | Capacite sua equipe para assegurar a satisfação dos clientes. |
| Padrão | Estabeleça processos para todos os setores da sua empresa. |

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Tendo em vista o quadro 2 acima, são apresentadas algumas ações estratégicas, pois com esses elementos, você terá uma base sólida para implementar, ajustar sua estratégia ao longo do tempo, através de um bom planejamento e organização é possível aumentar o lucro e manter-se competitivo no mercado, com soluções criativas e inovadoras para seus clientes.

De acordo com Champaneri e Jain (2021) essas estratégias contribuem para que se influencie o público, e uma aplicação regular eficaz para atração, educação, convencimento, atendimento e engajamento do público-alvo. A partir dos casos apresentados, é possível que se afirme que as táticas de marketing de conteúdos dependem das ações do público e dos consumidores, além dos objetivos ou metas que a empresa deseja que se atinja.

FERRAMENTAS GERENCIAIS

Análise de SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta de planejamento estratégico que avalia forças, fraquezas, oportunidades e ameaças e quando se considera esses fatores as empresas tem o entendimento do que acontece e são mais acertadas as decisões, pois nesse caso usam seus recursos de forma eficiente, suas ações são melhoradas, estratégias se criam para o sucesso e tem crescimento.

Segundo Da Costa (2024) as informações mais importante sobre a análise SWOT são essenciais para um planejamento estratégico bem feito e a ferramenta ajuda a empresa a ter o entendimento do que melhora sua situação e identifica o que precisa ser mudado para que alcance sucesso de forma planejada e consciente, nesse caso para que obtenha bons resultados é fundamental que tenha um planejamento que combine com as melhorias que deseja que se faça.

Matriz GUT

De acordo com Cevada (2021) o jeito de chegar na melhor solução foi a Matriz GUT. Essa é uma ferramenta de qualidade que ajuda a organizar os problemas que encontramos, mostrando a importância de cada um ao analisar sua gravidade, urgência e tendência. Para ter os melhores resultados, essa ferramenta precisa se usada por uma alcançar os melhores resultados, essa ferramenta precisa ser usada por uma equipe qualificada que acredite nos valores da empresa, criando um plano para resolver de forma eficiente e clara para todos os envolvidos.

Porquês

A técnica dos 5 porquês é usada para que se entenda a origem de problemas dentro da empresa e permite que se revise a forma como a organização lida com desafios e ajuda a localização da causa de situações recorrentes, porém é importante que se diga que embora seja simples, o método funciona bem, pois pergunta-se “por quê?” até cinco vezes até que se chegue ao ponto central do problema (Totvs, 2024).

Modelo 5W2H

O método 5W2H é uma ferramenta que facilita a organização de ações, distribuição de responsabilidades e estabelecimento de prazos de forma clara e objetiva e é muito utilizada na gestão de projetos e na tomada de decisões, pois ela fornece uma estrutura para a identificação do que seja feito, quem será o responsável, como será feito e quando acontece e ajuda a manutenção do foco na eficiência e resultados e seu objetivo principal é definição das tarefas e acompanhamento do processo de uma maneira visual, rápido e de fácil entendimento.

Segundo Alves (2021) o 5W2H é uma ferramenta de administração criada para a resolução de questões que surgem nos processos metodológicos das empresas e trata-se de uma ferramenta que tem a capacidade de síntese das tarefas diárias o que ajuda no planejamento, distribuição de responsabilidades, definição de itens que farão parte de um plano de ação.

METODOLOGIA

Metodologia é o meio que se utiliza para a análise de métodos e cria um conjunto de regras e processos científicos que orienta a condução de uma pesquisa e proporcione a estrutura necessária para que se explore um assunto de forma organizada e confiável o que, ao expor os procedimentos e abordagens empregados, o resumo da metodologia esclarece de forma breve como a pesquisa foi realizada e engloba a essência do estudo, como os dados foram coletados e analisados, quem participou e quais objetivos e para que garanta que os resultados sejam certos e possam ser repetidos.

Segundo Guerra (2023) As pesquisas científicas podem ser divididas de diversas formas, levando em conta sua essência, a forma de abordar a questão, as metas estabelecidas e as técnicas empregadas. Para atingir os objetivos deste trabalho, foi realizado um estudo de caso na empresa Ron'sisten Informática na cidade de Manacapuru-AM, esta pesquisa é de caráter descritivo com abordagem qualitativa.

Segundo Mineiro (2022) a pesquisa qualitativa é um tipo de investigação que leva em conta a relação das pessoas com o ambiente e suas interações, sem ignorar a visão pessoal tanto dos participantes quanto do pesquisador, reconhecendo que não se pode realizar um estudo de forma neutra. O estudo de campo realizado nesta pesquisa, na empresa Ron'sisten Informática, uma vez que existe a necessidade de entender o público-alvo, fazendo uso de entrevistas. No levantamento, atribuiu-se entrevista com o gestor, funcionários e clientes com perguntas objetivas e dissertativas para a coleta de dados.

Segundo Oliveira (2023), Ao combinar um roteiro de perguntas centrais com outras questões relacionadas ao contexto do diálogo, as entrevistas semi estruturadas oferecem maior liberdade ao pesquisador e permitem que o participante se manifeste com mais liberdade sobre o assunto abordado. De forma simples, ela coleta e documenta as propriedades de um fenômeno específico, como, por exemplo, a quantidade de homens e mulheres de um grupo ou as pesquisas eleitorais e as preferências política da população.

Os métodos empregados para coletar dados qualitativos são técnicas que permitem obter informações detalhadas, contextualizadas e subjetivas sobre fenômenos, experiências e opiniões. As ferramentas Análise de SWOT apontaram as problemática da empresa e, a matriz GUT ajudou a destacar e dar prioridade as tais problemática, os cinco por quês ajudaram a descobrir a origem do problema e, ao mesmo tempo, a 5W2H colaborou para a explicação dos métodos da proposta.

Caracterização do Objeto de Pesquisa

A empresa Ron'Sisten Informática teve início em 2004 no Município de Manacapuru, Bairro da Liberdade na Rua: Professor João de Deus, nº 2083 A, é uma empresa de pequeno porte que trabalha com variedades, serviços e equipamentos relacionados a área de informática. O proprietário percebeu que o bairro precisava de uma loja de informática com esses serviços, já que a maioria das lojas ficavam no centro da cidade. A empresa Ron'Sisten Informática vem tentando manter-se atualizada com as últimas tendências e inovações no mercado, ampliando a atratividade da loja, mantendo-a relevante e competitiva.

Missão: A missão da empresa Ron'Sisten Informática é o fornecimento de soluções aos clientes de TI e de produtos e serviços de qualidade para o atendimento das suas necessidades, e melhora da experiência com a tecnologia e apesar de ainda é uma empresa de pequeno porte, ela oferece uma variedade de serviços e produtos, pois a loja atua como ponto de contato para que os clientes encontrem soluções tecnológicas seja para fins pessoais, profissionais ou comerciais.

Visão: A empresa Ron'Sisten informática tem como visão de que possua local próprio, com espaço maior para o atendimento, necessidade e conforto de seus clientes e funcionários e se torne uma empresa de excelência e que seja reconhecida pela sua qualidade de trabalho, profissionalismo e ética, com foco na satisfação dos clientes e colaboradores e que busca constantemente novas tecnologias e soluções para o atendimento das necessidades do mercado e dos clientes.

Valor: Os valores incluem novidade, qualidade, ética, foco no cliente, trabalho em equipe, responsabilidade social e respeito o que mostra a importância de estar à frente da tecnologia, o oferecimento de soluções confiáveis, seja honesta e transparente e, priorize que os clientes precisam, ajude a todos, contribua para a sociedade e valorize as pessoas.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base na entrevista realizada com a equipe que compõe o quadro de funcionários da empresa e com o gestor, através de questionários, foram identificadas as problemáticas baseado na análise de SWOT, que serão demonstradas no Quadro 1 abaixo:

Quadro 1 – Análise de SWOT.

| | Forças | Fraquezas |
|-------------------------|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Tomada de decisão • Planejar tarefas • Bom relacionamento com os clientes • Boa Localização no bairro • Produtos variados | <ul style="list-style-type: none"> • Impaciência com a improdutividade • Pouco capital disponível para investimento • Falta de programas de capacitação para os funcionários • Dificuldade em integrar novas tecnologias • Pouco uso da redes sociais |
| Ambiente Externo | Oportunidades | Ameaças |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Empreender • Formação de novas parcerias • Trabalhar com profissionais capacitados • Expandir o negócio | <ul style="list-style-type: none"> • Concorrência grande na área • Rotatividade da equipe • Aumento no valor dos produtos no mercado |

Fonte: elaborada pela autora, 2025.

Conforme a quadro 1 acima, a empresa possui grande número de força e oportunidade, porém suas fraquezas e ameaças são pontos de atenção para melhorar seus processos de trabalho, e assim aplicar a análise SWOT em seu estabelecimento pode ser uma ferramenta valiosa, auxiliando a empresa a identificar melhores chances de expansão e adaptações.

A partir dos problemas identificados, será utilizada a ferramenta Matriz GUT, onde o gestor vai poder resolver os problemas de acordo com a sua gravidade, urgência e tendência, conforme o quadro abaixo:

Quadro 2 – Matriz GUT.

| Lista de Problemas | G | U | T | Pontuação | Prioridade |
|--|----------|----------|----------|------------------|-------------------|
| Falta de programas de capacitação para os funcionários | 4 | 5 | 4 | 80 | 1º |
| Dificuldade em integrar novas tecnologias | 4 | 4 | 4 | 64 | 2º |
| Pouco capital disponível para investimento | 4 | 4 | 3 | 48 | 3º |
| Pouco uso das redes sociais | 4 | 3 | 3 | 36 | 4º |
| Impaciência com a improdutividade | 4 | 4 | 2 | 32 | 5º |

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

De acordo com a quadro 2 acima da matriz GUT, a empresa possui três prioridades chave, a primeira e mais crítica é a falta de programas de capacitação para os funcionários, a segunda diz respeito a dificuldade em integrar novas tecnologias e a terceira pouco capital disponível para investimento. Assim, a técnica dos cinco porquês evidenciará que a empresa deverá desenvolver programas de incentivos que permita chegar à raiz do problema e compreender detalhadamente suas causas.

Quadro 3 - Cinco Porquês.

| O quê? | 1 Por quê? | 2 Por quê? | 3 Por quê? | 4 Por quê? | 5 Por quê? | Contra medida |
|--|---|----------------------------------|--|---------------------------------|------------------------------|---|
| Falta de programas de capacitação para os funcionários | O gestor não percebe quão valioso o treinamento e a capacitação podem ser para a empresa. | Falta de alinhamento estratégico | Baixa priorização | Falta de incentivo | Colaboradores insatisfeitos | Implementação de um plano de treinamento e desenvolvimento para toda a equipe |
| Dificuldade em integrar novas tecnologias | Resistência a mudanças | Falta de habilidades técnicas | Dificuldades com novas tecnologias já existentes | Optar sempre pelo mais barato | Falta de planejamento | Treinamento contínuo para Capacitar os funcionários e impulsionar uma cultura dentro da empresa |
| Pouco capital disponível para investimento | Aumento de custos e despesas | Quedas nas vendas | Inadimplência de clientes | Ciclo financeiro desequilibrado | Má gestão de capital de giro | Buscar linhas de crédito de baixo custo, como as oferecidas pelo BNDES |
| Pouco uso das redes sociais | Conteúdos irrelevantes | Riscos de exposição | Retorno sobre o investimento | Falta de preparo | Gestão inadequada | Criar um plano de conteúdo, definir um cronograma de postagens |
| Impaciência com a improdutividade | Desorganização | Má comunicação | Desmotivação | Distrações | Falta de treinamento | Marcar reunião com a equipe para alinhar os processos de trabalho |

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

O quadro dos cinco porquês apresentado acima ilustra a causa fundamental da questão e, em sequência, explica as razões subjacentes do problema, identificando assim a origem. Em seguida, propõe medidas corretivas para auxiliar na resolução dos aspectos que têm impacto negativamente na empresa. Tais recomendações buscam promover o desenvolvimento profissional e pessoal dos funcionários, além de contribuir para a solução dos desafios enfrentados pela empresa. Para ajudar na execução de medidas que resolvam a origem do problema, será utilizada a ferramenta 5W2H.

Planejamento da Proposta

A ferramenta 5W2H mostrará a organização, acontecimentos e medidas com datas e prazos, visando indicar alternativas que proporcionem melhorias, incluindo

o que, por que, onde, quando, quem, como e quanto, com o objetivo de revelar as ações a serem realizadas, fundamentando-se nas informações coletadas para atingir suas metas.

Quadro 4 - 5W2H.

| O que? | Porquê? | Onde? | Quando? | Quem? | Como? | Quanto? |
|---|--|------------|--|----------------------------|--|-------------------------------------|
| Implementação de um plano de treinamento e desenvolvimento para toda a equipe | Alinhar as habilidades dos funcionários com as metas estratégicas da empresa, facilitando um aumento na eficiência | Na empresa | Início: 01/12/2025 Fim: 29/12/2025 Aos sábados | Gestores de treinamento | Curso de capacitação | 800 para 3 colaboradores e o gestor |
| Treinamento contínuo para Capacitar os funcionários e impulsionar uma cultura dentro da empresa | Melhorar a compreensão sobre as exigências atuais dos consumidores visando aumento da satisfação | SEBRAE | Início: 24/11/2025 Fim: 28/11/2025 | Supervisora de atendimento | Curso de capacitação online pelo SEBRAE | R\$ 0,00 |
| Buscar linhas de crédito de baixo custo, como as oferecidas pelo BNDES | Banco oferece taxas de juros mais baixa, prazos de pagamentos mais longo | No banco | 08/12/2025 | Gestor | Financiamento para expandir o negócio | R\$ 20.000 |
| Criar um plano de conteúdo, definir um cronograma de postagens | Essencial para garantir consistência, organização e estratégia | Na empresa | Meados de dezembro de 2025 | Consultoria pontual | Mantendo a regularidade das publicações, melhorar o engajamento com o público e otimizar o tempo | R\$ 300 |
| Marcar reunião com a equipe para alinhar os processos de trabalho | Melhorar a comunicação, resolver problemas, definir e acompanhar metas, e aumentar a colaboração e o engajamento | Na empresa | Início: 07/11/2025 Todas as sextas-feiras Será contínuo | Gestor e funcionários | Presencial na empresa | R\$ 0,00 |

Fonte: elaborado pela autora, 2025.

Com base nos dados apresentados no quadro 4 é perceptível que a empresa necessita de investimento em capacitação, para o gestor e equipe. Além disso, é essencial que se busquem novos recursos para a ampliação dos negócios e que valorize o trabalho dos colaboradores e nesse sentido, recomenda-se a elaboração de propostas práticas que auxiliem na resolução dos desafios cotidianos e desenvolva-se um plano estratégico capaz de que se assegurem resultados positivos a longo prazo.

RESULTADOS ESPERADOS

O resultado que se espera é que a empresa Ron'sisten Informática colabore com sua equipe para a melhora dos aspectos que se identifica nas ferramentas que utiliza e é essencial que cada problema que detecte receba a devida atenção às ações que sugere como o treinamento de sua equipe e que empregue técnicas para a utilização das mídias sociais e permita a comunicação direta e interativa entre os consumidores o que a equipe poderá ter como costume o uso do sistema com o intuito de que ofereça um serviços eficaz para os clientes e formalize os pedidos que tenha otimização do tempo nas respostas o que resultará em atendimento com personalização e com informações mais precisas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se com a pesquisa que o assunto é relevante para a empresa que deseja o destaque no cenário atual já que possibilita vantagens para o êxito das organizações e que com o início dessa pesquisa, foi possível que perceba que o Marketing Digital apresenta várias oportunidades como a chance de conexão com o público e construção de relações duradouras.

A investigação decidiu identificar as fraquezas da instituição e percebeu a carência na qualidade atendimento e a falta de um plano estratégico em relação as mídias digitais. Recomenda, portanto, que sejam feitos investimentos em capacitação eficaz, pois os treinamentos representam a alternativa mais eficiente para auxiliar na conquista de novos consumidores, na lealdade dos clientes, nos ganhos financeiros, no incentivo aos colaboradores. Isso permitirá que eles tenham visão engajada e colaborem para a permanência sustentável da empresa.

Neste contexto conclui-se que, para atingir o sucesso e os objetivos e se tornar uma empresa de referência e dinâmica, é recomendável que a organização priorize investimentos em treinamento de qualidade para seus colaboradores e gestor. E também a importância do marketing digital como canal de vendas. É essencial que a empresa adote as vantagens do marketing digital em suas estratégias comerciais, para se diferenciarem em um mercado que se torna cada vez mais competitivo. Dessa forma, poderá atender de maneira eficaz seus clientes, facilitando e organizando o crescimento da instituição.

REFERÊNCIAS

- ALVES, B. N. de P. **A utilização da ferramenta 5W2H: uma proposta de melhoria no setor produtivo de uma empresa industrial de artefatos em acrílico.** 2021.
- CEVADA, L. Z.; PATRICIA DE CARVALHO, DAMY-BENEDETTI. **Uso da matriz de priorização (matriz gut) como aliada em auditorias.** Revista Científica Unilago, v. 1, n. 1, 2021.
- CHANPANERI, A., Prachi, J. (2021). **A Content Marketing as the leading technique in digital marketing: a case of Nike.** International Journal of Research and Analytical Reviews, 8, 226-236
- DA COSTA, E. J. *et al.* **Análise do SWOT: uma ferramenta estratégica para gestão de resultados.** Revista Ilustração, v. 5, n. 1, p. 145-151, 2024.
- GERBELLI, L. **60% dos jovens com até 30 anos querem ser empreendedores, mostra levantamento.** G1 Economia, 2021.
- GUERRA, A. de L. e R. **Metodologia Da Pesquisa Científica E Acadêmica.** Revista OWL (OWL Journal) - Revista Interdisciplinar De Ensino E Educação, 1(2), 149–159. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8240361>, 2021
- MARQUES, V. **Marketing Digital de A a Z.** Digital 360, 2022.
- MINEIRO, M., A. ALVES da SILVA, M., GRACIA FERREIRA, L. **Pesquisa Qualitativa E Quantitativa: imbricação de múltiplos e complexos fatores das abordagens investigativas.** Momento - Diálogos Em Educação, 31(03), 201–218. <https://doi.org/10.14295/momento.v31i03.14538>
- OLIVEIRA. **Revista Mirante**, Anápolis (GO), v. 16, n. 2 edição especial, junho de 2023.
- POMBO, A. A. **O que é ser empreendedor. Biblioteca Temática do Empreendedor** – SEBRAE, 2019. Disponível em: <http://www.bte.com.br>. Acesso em: 28 nov. 2020.
- RÉVILLION, Anya S. P. *et al.* **Marketing digital.** Porto Alegre: SAGAH, 2019. E-book.