

FACULDADE CATÓLICA DOM ORIONE

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MARYANE RODRIGUES ARAUJO

**A INTERNET COMO FERRAMENTA PARA O MARKETING EMPRESARIAL
NA CIDADE DE ARAGUAINA TO**

ARAGUAINA
2014

MARYANE RODRIGUES ARAUJO

**A INTERNET COMO FERRAMENTA PARA O MARKETING EMPRESARIAL
NA CIDADE DE ARAGUAINA TO**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado a Faculdade Católica Dom Orione, como requisito parcial para a obtenção de título de Bacharel em Administração.

Orientador: Sérgio Zeno Granetto

ARAGUAINA
2014

MARYANE RODRIGUES ARAUJO

**A INTERNET COMO FERRAMENTA PARA O MARKETING EMPRESARIAL
NA CIDADE DE ARAGUAINA TO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do grau de Bacharel em Administração da Faculdade Católica Dom Orione e aprovado em sua forma final: em 27 de Junho de 2014.

Apresentado à Banca Examinadora composta pelos professores:

SÉRGIO ZENO GRANETTO
ORIENTADOR

GERALDO ALVES LIMA
EXAMINADOR

GIANINNA MARTINS BRUNO
EXAMINADOR

A INTERNET COMO FERRAMENTA PARA O MARKETING EMPRESARIAL NA CIDADE DE ARAGUAÍNA TO

INTERNET AS A MARKETING TOOL FOR BUSINESS IN TOWN TO ARAGUAINA

Maryane Rodrigues Araújo¹
Orientador: Sérgio Zeno Granetto²

RESUMO

O marketing que é tão útil para as empresas pode ser ainda melhorado com a Internet, fazendo com que a empresa se torne competitiva e atinja suas metas. Neste trabalho de pesquisa podemos constatar formas de uso inteligente de implantação para o uso de internet para o marketing empresarial. O marketing por meio da internet torna-se vantajoso devido a inúmeras vantagens: torna-se de baixo custo em comparação a outros recursos disponíveis de divulgação. Pode-se tornar ainda um grande aliado dos empresários garantindo a promoção de vendas e fazendo com que a empresa fique competitiva no mercado. Todo o composto de marketing pode ser usado de forma estratégica por meio da internet. Os números de pesquisas comprovam a eficácia do marketing empresarial por meio da internet, não obstante entende-se, é evidenciado nesse trabalho que a empresa que mais utiliza o marketing por meio da internet é a que tem maior participação do mercado via comércio eletrônico. Este estudo oferece uma orientação onde orienta a empresa a utilizar de forma competitiva o marketing empresarial por meio da internet, fazendo com que a internet seja mais uma ferramenta para o sucesso da organização.

Palavras-chaves: publicidade eletrônica. Diferencial competitivo. Estratégia de vendas.

ABSTRACT

The marketing is so useful for businesses can be greatly improved even with the internet causing the company to become competitive and achieve your goals. In this research we can see forms of intelligent use of deployment for the use of internet for business marketing. Marketing through the internet makes it convenient due to numerous advantages: it is inexpensive compared to other

¹ Acadêmica de Administração de Empresas na Faculdade Católica Dom Orione

² Graduado em Administração pela ULBRA. Especialista em Ciências Empresariais pela Universidade Fernando Pessoa e especialista em Gestão Pública pelo ITOP. Professor da Faculdade Católica Dom Orione.

resources available for dissemination. Can still become a great ally of the business ensuring sales promotion and making the company stay competitive in the market. All the marketing mix can be used strategically by the internet. The numbers of studies show the effectiveness of the marketing business through the internet, nevertheless understands, is evidenced in this work that the company that uses marketing through the internet is that it has greater market share via ecommerce. This study provides a framework that guides the company to use competitively business marketing through the Internet, making the Internet is another tool to the organization's success.

Keywords: electronic advertising. Competitive advantage. Sales Strateg

INTRODUÇÃO

O marketing empresarial há muito tempo tem se firmado como um grande responsável pelo sucesso das organizações, alavancando o prestígio das empresas como também um dos principais agentes de consolidação de marcas no mercado, além de desempenhar um grande papel para a divulgação de vendas de produtos e serviços.

As empresas cada vez estão destinando um percentual maior de suas receitas para o marketing por acreditarem que essa ferramenta é indispensável para o aumento das vendas, nesse sentido a internet vem para agregar valor, maximizar a divulgação e diminuir os custos. Sendo assim, surge uma problemática que gira em torno e traça um estudo que venha tornar e identificar os elementos básicos do uso racional da internet como estratégia para o marketing empresarial na cidade de Araguaína. Existe a idéia de que Araguaína é a capital do boi, mas a grande força de Araguaína não é só essa. O comércio e o DAIARA-Distrito Agro Industrial de Araguaína, com indústrias e contando com 3 Frigoríficos de referência nacional sendo o Bertin, o Minerva e o Boiforte. Araguaína é cercada de grandes, médias e pequenas fazendas, que impulsionam o desenvolvimento econômico da cidade através da agricultura e da pecuária. Também a instalação de faculdades na cidade impulsionou nos últimos tempos a iniciativa privada na construção civil. Percebe-se também que o comércio eletrônico vem ganhando cada vez mais espaço no cenário de transações comerciais.

Este trabalho se justifica pelo fato de que a internet vem ao encontro de agregar valor ao composto do marketing tornando se um diferencial competitivo quando usada de forma estratégica, racional e obedecendo a pesquisas que discrimine o público alvo. Para tanto este estudo evidencia quais são os fatores que são necessários para a utilização da rede mundial na promoção de produtos.

Dentro dessa ótica surge uma lacuna que precisa ser preenchida: como implementar a internet no marketing empresarial de forma inteligente e racional? Porque o uso indiscriminado da internet pelas empresas ao invés de ser uma

ferramenta para o alcance de objetivos torna-se improcedente, prejudicial para as organizações.

Este estudo identifica os elementos essenciais para o bom uso da internet. Objetiva-se ainda a organizar um estudo baseado, pesquisas bibliográficas e de campo que venha proporcionar uma orientação para organizações que precisam inserir em seu composto de marketing a internet, além de observar quais os fatores negativos que não contribuem para o uso estratégico da internet dentro do marketing.

Na primeira parte do estudo é trabalhada a temática do marketing dissociável da ferramenta denominada de internet, consubstanciando o tema e, por conseguinte fundamentado em autores especialistas sobre o marketing, bem como a estratégia utilizada para o marketing por meio da internet, trabalhando assim os conceitos básicos evoluindo para a implementação do marketing por meio da internet.

Na segunda parte desse trabalho está inserido o marketing utilizado por meio da internet no ambiente empresarial, a apresentação da pesquisa de campo e a resolução final desta pesquisa.

O PAPEL DO MARKETING PARA AS ORGANIZAÇÕES

Desde os tempos mais remotos a humanidade ainda de forma arcaica e elementar empregou o marketing em suas transações comerciais, mesmo quando envolvia uma simples troca de bens ou serviços, houve o emprego dessa ferramenta indispensável para as organizações quando o assunto é aquisição de produto, comercialização e lançamentos de produtos.

Nesse sentido, há muitos conceitos para o marketing, onde os autores se esforçam para definirem o tema da mais completa e abrangente forma. O conceito segundo Urdan e Urdan (2006, p. 06) é bastante fácil de assimilação:

Marketing é troca ou transferência entre duas ou mais partes de algo que possuem. Neste sentido o marketing existe desde quando as pessoas começaram a procurar coisas aos outros na expectativa de receber algo em contrapartida, melhorando a existência de ambos.

O Marketing, no entanto, em sua forma mais restrita de ser conceituado é uma forma de melhoria nos processos onde envolve comercialização. O foco direcionado por esse autor é que o marketing vem à existência devido à necessidade de atender as expectativas dos clientes. Para tanto entende-se que quando essas necessidades são atendidas num certo grau de satisfação o marketing pode ser mensurável. Pois nenhuma estratégia é empregada em vão quando, por exemplo, estudam-se comportamentos de humanos aumentando assim a probabilidade de acertar estrategicamente as vontades e desejos dos consumidores.

Já Philip Kotler entende marketing como:

Marketing é um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros.

A grande possibilidade do marketing ocupar um lugar no planejamento das empresas deve-se principalmente a capacidade do marketing proporcionar a produtividade, potencialidade de estimular consumo e, por conseguinte gerar lucros aos empreendedores. É bem verdade que se essa ocupação da organização não gerasse lucros, em hipótese alguma seriam dedicados pesquisas, recursos e capital humano para o tão famoso marketing empresarial.

A COMPOSIÇÃO DO MARKETING EMPRESARIAL

Quando estudamos sobre o marketing pensamos logo que se trata da parte da propaganda de publicidade de uma empresa, mas poucos nos preocupamos em buscar se o marketing é composto por mais elementos que se tornam tão importante como também a divulgação ou a vendas de ideias de uma empresa. Nessas acepções encontramos em seguida o famoso composto do marketing, intitulado de os 4 P's, sigla inglês que designa produto, promoção, preço e distribuição.

A argumentação sobre os 4 P's conforme Cobra, (2010, p. 43) bem como a explicação sobre cada elemento desse composto evidencia a importância e o

reflexo que o marketing pode imprimir no que diz respeito ao sucesso das organizações.

Para satisfazer às necessidades dos consumidores é preciso que os produtos ou serviços a serem ofertados tenham boa qualidade, que as características atendam aos gostos dos consumidores, com boas opções de modelos e estilos, com nome atraente de marca, acondicionados em embalagens sedutoras, em vários tamanhos de produtos, com serviços e quantias ao usuário que proporcionem adequados retornos financeiros à organização.

Identificamos muita exigência pelo cliente, pelo mercado e conseqüentemente muitas tarefas a serem delegadas a pessoas dentro das organizações que realmente cumpre os princípios do marketing empresarial. O autor termina a definição geral do grupo dos quatro elementos do composto do marketing afirmando que todo esse processo deve proporcionar retorno adequado à empresa. Lembramos que esse processo também é responsável diretamente pela sobrevivência, permanência e crescimento da organização no mercado em que ela atua.

Preço diz respeito às listas disponíveis, descontos subsídios, período de pagamento e termos de crédito, esse composto deve ser muito bem definido, mas não tem muita flexibilidade como os outros componentes devido à lei da oferta e demanda do mercado que acaba por naturalmente fixar uma média para o preço, além de o empresário não ter autonomia para instituir um preço conforme a sua expectativa.

Produto é comunicação direcionada para a propaganda, venda pessoal, promoção de vendas, relações públicas e merchandising, nome de marca, etc. está relacionado com qualidade, características, opções, embalagem garantias entre outros. Essa variável do marketing pode e deve ser bem trabalhada em virtude da gama de oportunidades que pode ser oferecida, a promoção apesar de se configurar como uma meta e estratégia de curto prazo é bastante interessante para a empresa formular metas e objetivos de acordo com as promoções da empresa.

Distribuição condiciona a canais de cobertura, localização e transporte. Esse item torna-se um grande aliado da empresa quando a mesma realiza serviço de bastante entrega a domicilio, e realiza o pós venda. Todas essas variáveis devem

ser trabalhadas de forma estratégica dentro da empresa, a fim de elevar o diferencial competitivo empresarial, agregando valor ao produto e por consequência fazendo que a empresa alcance seus objetivos, visão e valores.

O USO ESTRATÉGICO DA INTERNET PARA A IMPLANTAÇÃO DO MARKETING

Quase todo o processo de implantação do marketing passa por pesquisas, que geralmente consomem muito dinheiro e tempo. A organização que decidir investir em pesquisas de marketing tem que estar disposta para tais disponibilidades. A internet torna-se uma grande aliada para as empresas nesse processo, desde pesquisas, até mesmo o uso de uma intranet pela empresa otimizando assim o processo de comunicação empresarial, evitando burocracia e abrindo mais um portal, para que os consumidores possam entrar e comprar os produtos.

Nesse sentido, a internet não substitui nenhum dos elementos do composto de marketing ela apenas oferece mais uma faceta no universo de recursos que temos disponíveis hoje no mercado. Para entendermos como a internet pode ser aplicada no marketing empresarial precisamos primeiro definir no que consiste uma pesquisa de marketing (PM). Sobre essa pesquisa Sandhusen (2006, p. 144) argumenta:

Pesquisa de Marketing (PM) é a coleta sistemática, o registro, a análise e a distribuição de dados e informações sobre problemas e oportunidades de marketing. Na identificação de ameaças e oportunidades ambientais, na comparação dos potenciais de diferentes mercados, na seleção de mercados-alvo, na determinação de missões e metas realistas.

O autor apresenta várias etapas em que se consiste uma pesquisa de marketing e a internet torna-se uma parceira no desenvolvimento desse processo. Há uma dúvida no que diz respeito ao uso da internet nas empresas: quando usar e como usar a internet de forma estratégica. A internet deve ser usada desde o processo de implantação do marketing até a implantação de site que disponibilize acesso aos consumidores por meio de uma página na internet.

A internet veio mesmo para revolucionar os meios de comunicações, além de se tornar uma grande ferramenta de transferências de conteúdo, conhecimentos e cultura. Essa ferramenta tão importante para o marketing dos negócios é uma jovem e ousada revolução tecnológica. Keegan (2005, p. 357) relembra como se deu o processo do surgimento da internet:

A história da internet remonta a 1969, quando o departamento de defesa dos Estados Unidos criou a Arpanet.³ Além de possibilitar o acesso remoto a computadores, a rede também permitia a transferência de mensagens eletrônicas (e-mail).

É claro que nessa época o uso da internet era limitado a um pequeno número de soldados do exército americano, o mesmo autor supracitado afirma que foi somente em 1992 que houve uma ruptura de uso restrito, graças a pesquisas da NASA a IBM e a MCI. Contudo o conceito de World Wid Web (www), foi lançado nesse mesmo ano na Europa por meio do conselho de pesquisas espaciais na Suíça.

Quando imaginamos o uso da internet como ferramenta para marketing empresarial, concluímos logo que a divulgação de produtos e serviços ganham destaque, mas atualmente existe todo um comercio eletrônico e virtual que consegue oferecer produtos e serviços a consumidores onde os mesmos conseguem efetuarem compra remotamente sem saírem de casa.

Nesse aspecto entendemos que o próprio comércio eletrônico lança mão do marketing empresarial a fim de alavancar suas vendas. Isso quer dizer que o uso do marketing empresarial por meio da internet está diretamente proporcional ao tamanho do comercio eletrônico que a empresa tem. Pois é bem verdade que para uma empresa vender mais pela internet é necessário que ela utilize estratégias pela própria internet.

³ Rede de computadores interconectados a distância de modo que a informação que trafega em pacotes separados e roteados entre esses computadores possa fluir independentemente da disponibilidade de qualquer ponto dela.

A grande estratégia no marketing empresarial ocorre quando há uma implantação do comércio eletrônico denominado de e-commerce⁴, ou seja, uma plataforma que combina informação, transações, diálogos e intercâmbios.

Comércio eletrônico segundo Limeira (2007, p. 37) “é a venda não só de produtos e serviços físicos, entregues off-line, isto é por meios tradicionais, mas de produtos como softwares que podem ser digitalizados e entregues on-line”.

A mesma autora lembra que a colocação de banners em sites de grande audiência, como os provedores de acesso Uol e Terra, bem como a realização de links patrocinados nos sites de busca com o Yahoo! E o Google, são as formas de propagandas mais utilizadas na internet.

Já a propaganda on-line é importante para atrair clientes, porém sua eficácia depende da maneira que é realizada, nesse sentido a associação de mídia interativa divulga algumas práticas de como o profissional de marketing pode realizar propaganda com maior eficiência.

PESQUISA SOBRE O USO DA INTERNET COMO FERRAMENTA PARA O MARKETING EMPRESARIAL

Como forma de aprofundar o estudo desse tema optamos por desenvolver uma pesquisa pela qual viéssemos a obter informações necessárias para as indagações a respeito do uso da internet como marketing empresarial, saber: as empresas de Araguaína estão usando essa ferramenta como marketing? E se as hipóteses que foram levantadas no início do trabalho condizem com a realidade do meio empresarial.

Foi realizada uma pesquisa através de questionários com perguntas fechadas, nos meses de maio e junho/2014, de forma aleatória sem prévia escolha, feita com 15 acadêmicos do curso de administração de empresas, cursando entre o 6º, 7º e 8º períodos, dos quais trabalham em empresas locais.

⁴ É o conjunto de ações de marketing intermediadas por canais eletrônicos, como a internet, em que o cliente controla a quantidade e o tipo de informação recebida.

Após o levantamento dos dados, foi realizada a análise e verificou-se que um pouco mais da metade das pessoas que foram submetidas a responder o questionário com perguntas atinentes ao universo do uso da internet como ferramenta para o marketing empresarial foram do sexo feminino. Sendo que a maioria delas tem uma faixa etária situada de 26 a 35 anos. Analisaram de forma academicamente, a maioria são colaboradores na área de vendas nas empresas de Araguaína, sendo acadêmicos de períodos diferenciados da faculdade católica, todos estudantes de administração de empresas. 98% responderam que as empresas utilizam a internet na empresa como marketing empresarial, demonstrando assim que o meio empresarial já percebeu as vantagens que a internet pode proporcionar para as empresas. E que hoje é praticamente inviável para a empresa não optar por possuir uma página na internet para a divulgação de seus produtos.

Mais de 95% acreditam também que a internet pode se tornar um meio de divulgação para a empresa e publicidade de seus produtos. Evidenciando que as pessoas consumidoras e até mesmo colaboradoras de empresas reconhecem que a internet é uma forma estratégica para a empresa possuir um diferencial competitivo no que diz respeito ao marketing, desde que saiba implantar a internet por meio de pesquisa de mercado e elaborada para atender as necessidades dos consumidores dos seus devidos produtos.

Cerca de 60% das pessoas entrevistadas responderam que o uso da internet para a promoção do marketing na sua empresa ainda é realizada de forma insatisfatória, denotando com isso que não basta implantar a internet numa empresa, mas que é preciso haver uma pesquisa de público para que haja uma eficácia, pois essa questão revela que a internet no meio empresarial ainda é feita de forma indiscriminada, insuficiente e ineficaz, não atingindo assim os objetivos que uma internet pode proporcionar para uma empresa.

Nessa mesma pesquisa quando foi perguntado se a propaganda por meio da internet atinge o público alvo para que fosse destinada em torno de 80% das pessoas responderam que sempre atinge. Os estudos sobre o uso da internet revelam que nem sempre publicidades veiculadas por meio da internet atingem seus objetivos, o mesmo estudo afirma que existem sites especializados em

divulgação e que sempre a empresa deve procurar um especialista quando for optar pela propaganda na internet.

Todos os entrevistados disseram que acham mais fácil comprar pela internet por isso, o uso da internet na empresa não pode mais ser negligenciado e que a empresa que não se adequar ao comércio eletrônico e não usar essa ferramenta estará perdendo mercado. 60% dos entrevistados afirmaram que é preciso haver uma pesquisa de mercado para o implante do uso da internet nas empresas. E praticamente 90% afirmaram que a internet pode se tornar uma aliada para o marketing empresarial.

CONCLUSÃO

Essa pesquisa apontou várias deficiências que existem nas empresas de Araguaína, indicando que ainda precisa ser feito muito para que a internet seja aplicada de forma mais inteligente por parte das empresas. Apontou ainda também que a internet como ferramenta para o marketing empresarial é feita sem nenhum estudo prévio tornando assim insuficiente nos resultados.

Diante dos fatos abordados, da temática abordada e a realidade que acontece em meio empresarial sugerimos que as empresas precisam definir um planejamento mais adequado quanto ao uso da internet tanto para o marketing como para a venda, pois o comércio eletrônico assim como o convencional não comporta uma atuação desorganizada, sem objetivo e sem uma pesquisa de mercado antecipada. Observamos que na cidade de Araguaína ainda não existe uma empresa especializada para a promoção do uso da internet de forma proveitosa, fazendo com isso se agravar o mau uso da internet no marketing das empresas de Araguaína TO.

Por todo esse trabalho realizado entende-se que não basta apenas ter a internet na empresa, mas é preciso saber como utilizá-la de forma inteligente, racional e estratégica por meio de pesquisa de mercados, pesquisa de público e sempre obter o trabalho de um Administrador de Empresas ou empresa de consultoria, acompanhada de capacitações aos colaboradores para assim alcançarem uma eficácia aos serviços prestados ao público. Na minha visão como

administradora de empresas esse mecanismo de capacitações seria pertinentes e aplicados durante esse momento do mercado em reestruturação. Em Araguaína TO, as empresas usam a internet, mais ainda de forma não competitiva e inteligente. Uma simples página na internet não garante um marketing efetivo nas empresas é preciso desenvolver com isso outros mecanismos para que possa realmente obter realmente um marketing inteligente.

Fica assim definido por meio desse estudo, que a consultoria de um Administrador de Empresas, ou de Empresas especializadas na área de marketing por meio da internet é a forma do investimento mais proveitoso que as empresas podem implementar o marketing por meio da ferramenta da internet de modo que possa gerar lucros e garantir a competitividade no mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing**. 2. Ed. 6. Reimp. São Paulo: Atlas, 2010.

Keegan, Warren J. **Marketing Global**. Tradução Adriano de Jonge e Mauricio de Andrade. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

Las Casas, Alexandre Luzzi. **Marketing de Varejo**. 4. Ed são Paulo: Atlas, 2006.

LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. **E-Marketing**. 2. Ed. São Paulo, Saraiva, 2007.

SANDHUSEN, Ricard L. **Marketing Básico**. Tradução Célio Knipel Moreira. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

URDAM, Flávio Torres; URDAM, André Torres: **Gestão do Composto de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2006.

VASCONCELLOS, Eduardo. **E-commerce nas Empresas Brasileiras**. São Paulo. Atlas, 2005.

[HTTP://PT.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/ARAGUA%C3%ADNA.](http://pt.wikipedia.org/wiki/Aragua%C3%ADna) Pesquisado em 02/07/2014.