

## ANÁLISE ESTRATÉGICA DO MARKETING DIGITAL NO SETOR DE VESTUÁRIO EM COELHO NETO-MA: UMA AVALIAÇÃO DAS TÉCNICAS E TENDÊNCIAS

Ana Luísa Marques Lima <sup>1</sup>  
Fabrizio Soares Caldas <sup>2</sup>

### RESUMO

Esta pesquisa tem a intenção de realçar o valor do olhar estratégico direcionado ao marketing digital dos negócios e de mostrar a importância que o ensino digital tem para contribuir na formação extra a ser aplicada nas empresas, com o objetivo de analisar a efetividade de estratégias implementadas no setor vestuário de Coelho Neto-MA e de levar conhecimento àquelas que não utilizam. Ainda, o estudo aborda ferramentas estratégicas, especialmente a Matriz de Ansoff para identificar características do mercado. Pois segundo dados do IBGE a internet está presente em mais de 90% dos lares desde 2021, o que revela um cenário animador para trabalhar o marketing digital e realça a sua importância desde os últimos anos. Na parte teórica foram reunidos apontamentos de diversos autores que abordam o ensino, planejamento estratégico e o marketing digital, sobretudo nas ideias de Kotler (2017), Ansoff (1979), Oliveira (2009) e Assis Neto (2013). A metodologia da pesquisa se caracteriza como quantitativa e qualitativa e possui caráter descritivo e exploratório trazendo também a análise bibliográfica. Ademais, selecionou-se 20 empresas que atuam no ramo vestuário composto por lojas de varejo, multimasas e de departamento que localizam-se na cidade de Coelho Neto-MA, dessa forma traçando o perfil do setor através de amostragem. Para coleta de dados houve aplicação de questionário virtual, bem como entrevistas *in loco*, as perguntas foram elaboradas para verificar se as ferramentas aplicadas no marketing digital são regulares comparando-as entre as empresas participantes, além de fazer aplicação da Matriz Ansoff para auxiliar a pesquisa. Os resultados contribuíram para realçar a dimensão do planejamento estratégico e suas ferramentas, acompanhado do marketing digital nas organizações, sejam elas pequenas ou grandes, além de revelar as alternativas que o ensino digital oferece para implementar a tecnologia nos negócios.

**Palavras-chave:** Planejamento estratégico, Marketing Digital, Ferramentas do planejamento estratégico, Ensino.

---

<sup>1</sup> Graduanda do Curso de Administração do Instituto Federal - MA, [luisa.m@acad.ifma.edu.br](mailto:luisa.m@acad.ifma.edu.br);

<sup>2</sup> Professor orientador: Mestre, Instituto Federal - MA, [fabrizio.caldas@ifma.edu.br](mailto:fabrizio.caldas@ifma.edu.br).