



## Destaque competitivo em mercados tecnológicos: inovação e marketing estratégico

### Autor(es)

Cristina Carvalho Alves Lima  
Márcio Joaquim Dos Santos  
Beatriz Araújo Costa  
Nicollas Gary  
Mel Rodrigues De Souza

### Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

### Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE SÃO PAULO

### Introdução

Diante de um cenário tecnológico em constante transformação, as empresas precisam se reinventar para permanecer competitivas e relevantes. Embora muitas ainda apresentem resistência à digitalização e insistam em práticas tradicionais que limitam o crescimento, a inovação deixou de ser uma escolha para se tornar requisito de sobrevivência.

Segundo Cunha e Urdan (2023), a transformação digital não se resume à adoção de ferramentas tecnológicas, mas envolve a integração de processos, pessoas e estratégias voltadas à geração de valor para o cliente. Estudos recentes também apontam que organizações que alinham tecnologia e inovação apresentam maior produtividade, eficiência e capacidade de adaptação a mercados dinâmicos (Research, Society and Development, 2018).

Nesse contexto, buscar a evolução tecnológica é fundamental não apenas para oferecer experiências mais personalizadas, mas também para otimizar operações, ampliar o alcance da marca e conquistar novos espaços competitivos. Estar aberto à transformação, portanto, não é apenas uma vantagem, mas o caminho necessário para garantir sustentabilidade e crescimento em um ambiente de negócios marcado pela rapidez das mudanças.

### Objetivo

O objetivo do nosso artigo é analisar como a integração entre inovação, transformação digital e marketing estratégico pode tornar as empresas mais competitivas em mercados em constante evolução tecnológica.

### Material e Métodos

Este estudo adotou uma abordagem exploratória de caráter qualitativo, com foco em compreender como as empresas podem se destacar em um mercado em constante transformação tecnológica.

A pesquisa baseou-se em dados secundários, a partir de uma revisão de literatura em artigos acadêmicos, periódicos especializados e relatórios de mercado relacionados à transformação digital, inovação e marketing estratégico. Esse levantamento permitiu identificar conceitos-chave, práticas recorrentes e tendências consolidadas no campo, que serviram de base para a análise e discussão dos resultados.



## 28º Encontro de Atividades Científicas

03 a 07 de novembro de 2025

Evento Online

Assim, o estudo buscou sistematizar diferentes perspectivas teóricas e aplicadas, oferecendo um panorama sobre os desafios e oportunidades que a integração entre tecnologia, inovação e marketing pode gerar para as empresas.

### Resultados e Discussão

A revisão de literatura evidenciou que a transformação digital é um dos principais motores de competitividade no mercado atual. Cunha e Urdan (2023) destacam que a adoção de tecnologias digitais permite maior agilidade operacional e personalização de serviços, aspectos cada vez mais valorizados pelos consumidores. Nesse sentido, a inovação não deve ser vista apenas como adoção de ferramentas, mas como parte de uma estratégia integrada de negócios.

Além disso, o marketing digital consolidou-se como ferramenta essencial para ampliar o alcance das marcas e fortalecer o relacionamento com o público. Segundo Research, Society and Development (2018), estratégias digitais bem estruturadas permitem que empresas construam presença sólida no mercado, utilizando canais interativos para fidelização e geração de valor.

Casos de mercado reforçam esse cenário. O Magazine Luiza (Magalu) é um exemplo brasileiro de sucesso na integração entre varejo físico e digital, por meio de plataformas online que ampliaram a experiência do cliente. O Nubank, no setor financeiro, consolidou-se ao aliar inovação tecnológica à comunicação personalizada, conquistando milhões de clientes com foco em simplicidade e engajamento. Já a Amazon mostra como a análise de dados e a automação podem sustentar modelos de negócio altamente escaláveis, garantindo liderança em diferentes segmentos globais.

Esses exemplos confirmam que o diferencial competitivo em um mercado de rápidas transformações não se resume à incorporação de ferramentas digitais, mas à capacidade de integrá-las a estratégias de inovação e marketing. Ao alinharem tecnologia e visão estratégica, as empresas conseguem oferecer experiências relevantes, fortalecer vínculos com clientes e sustentar crescimento em um ambiente cada vez mais dinâmico.

### Conclusão

O estudo mostrou que, em um mercado impulsionado por rápidas mudanças tecnológicas, destacar-se exige mais do que adotar novas ferramentas. A verdadeira vantagem competitiva surge da integração entre inovação, transformação digital e marketing estratégico. Para as empresas, isso significa alinhar tecnologia a objetivos de negócio, investir em personalização e fortalecer o relacionamento com clientes. Assim, é possível garantir diferenciação sustentável e relevância em um cenário cada vez mais competitivo.

### Referências

UNHA, Júlio Araújo Carneiro da; URDAN, André Torres. Marketing e transformação digital. Revista Brasileira de Marketing – ReMark, v.22, n.4, 2023.

RESEARCH, SOCIETY AND DEVELOPMENT. Marketing digital como ferramenta de inovação e alavancagem de negócios. Research, Society and Development, v.7, n.3, p.1-13, 2018.