GEDAM: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL APLICADA AO ATENDIMENTO E MARKETING DIGITAL PARA MICROEMPREENDEDORES

EVELIN CRISTINA PINEL[1], DAVI SILVA[2], ARTHUR DUTRA[3], GABRIEL CASSIANO[4], LUIZ GUSTAVO LEITE SOUZA[5], STHEFANY RHODES CICARINI[6]

[1]Graduanda em Administração, UNIFACIG, 2410059@sempre.unifacig.edu.br.
[2]Graduando em Administração, UNIFACIG, 2410239@sempre.unifacig.edu.br
[3]Graduando em Administração, UNIFACIG, 2410149@sempre.unifacig.edu.br
[4]Graduando em Administração, UNIFACIG, 2410006@sempre.unifacig.edu.br
[5]Mestre em Administração pela Fundação Dom Cabral, UNIFACIG, gustavo@sempre.unifacig.edu.br.
[6]Mestre em Desenvolvimento Local pela UNISUAM, UNIFACIG, gerenciais@unifacig.edu.br.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Microempreendedorismo; Atendimento ao Cliente; Marketing Digital; Automação.

INTRODUÇÃO

A transformação digital tem alterado significativamente a forma como empresas se posicionam, vendem e se relacionam com seus clientes. Para micro e pequenos empreendedores, esse cenário representa tanto desafios quanto oportunidades, especialmente diante da necessidade de competir em mercados cada vez mais conectados, rápidos e orientados por dados. Embora muitos negócios de pequeno porte enfrentem limitações de recursos, equipe e conhecimento técnico, o avanço de ferramentas acessíveis de Inteligência Artificial (IA) tem ampliado possibilidades de crescimento, automação e profissionalização.

Nesse contexto, a aplicação da IA ao atendimento ao cliente e ao marketing digital torna-se estratégica, permitindo respostas mais rápidas, personalização de experiências, automação de processos e decisões mais orientadas por métricas. Ainda assim, muitos microempreendedores desconhecem o potencial prático dessas tecnologias ou enfrentam dificuldades para compreender como implementá-las de forma eficiente e economicamente viável.

A proposta extensionista partiu da percepção de que muitos microempreendedores locais enfrentam dificuldades concretas para competir no ambiente digital por falta de conhecimento técnico, acesso a ferramentas estratégicas e compreensão sobre soluções acessíveis de automação e marketing. Nesse sentido, o GEDAM foi concebido não apenas como atividade acadêmica, mas como ação de democratização tecnológica voltada à transferência de conhecimento prático para a comunidade empreendedora, especialmente pequenos negócios com menor acesso a consultorias especializadas.

Diante dessa realidade, o projeto GEDAM (Grupo de Estudos e Desenvolvimento em Automação e Marketing da UNIFACIG) foi desenvolvido com o objetivo de produzir conteúdos educativos, análises práticas e orientações acessíveis sobre como a Inteligência Artificial pode ser aplicada ao atendimento ao cliente e ao marketing digital, promovendo transformação digital, crescimento e competitividade para micro e pequenos negócios.

DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE EXTENSIONISTA

O projeto GEDAM foi direcionado à comunidade de micro e pequenos empreendedores, com foco em apresentar de forma prática e educativa como ferramentas de Inteligência Artificial podem ser incorporadas à rotina de atendimento e marketing. A iniciativa surgiu da percepção de lacunas relacionadas à falta de conhecimento técnico, percepção de altos custos tecnológicos e dificuldade de integração entre canais digitais.

A metodologia adotada envolveu diagnóstico sobre desafios enfrentados por pequenos empreendedores no ambiente digital, análise de oportunidades de aplicação de IA e produção de conteúdos educativos voltados a automação, atendimento e marketing digital. O grupo estruturou materiais explicativos e canais de comunicação voltados a plataformas como Instagram, LinkedIn e site institucional, adaptando linguagem e profundidade conforme cada contexto.

Figura 1 – Análise de Cenário



Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Entre os principais temas trabalhados, destacaram-se automação de atendimento por chatbots, uso de plataformas como ChatGPT, Manychat e Dialogflow, aplicação de NLP para interpretação de mensagens, personalização da experiência do cliente, automação de campanhas e análise de desempenho por indicadores como tempo de resposta, satisfação e resolução de demandas.

O GEDAM também atuou como iniciativa educativa, promovendo conteúdos e orientações para que empreendedores pudessem compreender que a IA não se restringe a grandes empresas, mas pode ser aplicada de forma prática, acessível e estratégica por negócios locais e de pequeno porte.

Figura 2 – Estratégias de Comunicação



Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

O projeto extrapolou o ambiente universitário ao estruturar canais reais de comunicação e disseminação de conhecimento para a sociedade, especialmente por meio do perfil @gedam.ia no Instagram, produção de conteúdos educativos em linguagem acessível, materiais explicativos voltados a microempreendedores e articulação com plataformas digitais como LinkedIn e site institucional. Dessa forma, o acesso ao produto ocorreu de maneira aberta e contínua, permitindo que empreendedores locais, pequenos negócios e demais interessados utilizassem gratuitamente conteúdos, orientações e estratégias sobre aplicação de IA em seus negócios.

Além da produção de conteúdo, o GEDAM foi concebido como núcleo de apoio à transformação digital, com potencial de evolução para oficinas, mentorias e ações

educativas futuras, ampliando seu impacto social e fortalecendo o vínculo entre universidade e comunidade.

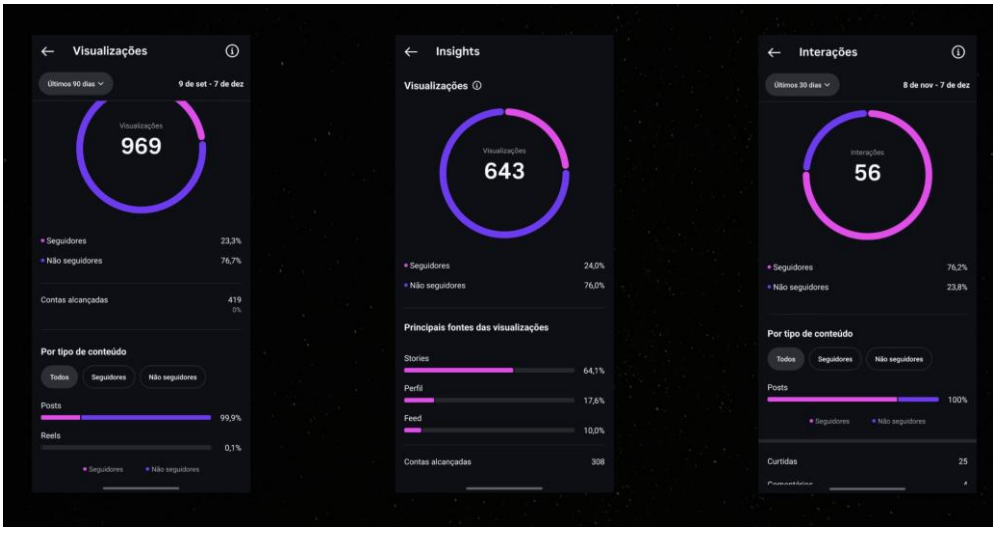
DISCUSSÃO

Os resultados do projeto evidenciaram que a Inteligência Artificial possui forte potencial de democratização tecnológica para microempreendedores, especialmente quando traduzida em aplicações concretas, acessíveis e orientadas às dores reais do pequeno negócio. A proposta reforçou que ferramentas de automação, personalização e análise podem reduzir barreiras operacionais e ampliar competitividade sem exigir estruturas robustas.

Entre os principais pontos positivos, destacaram-se a acessibilidade de diversas ferramentas, a possibilidade de atendimento contínuo, melhoria na experiência do cliente, otimização de campanhas e fortalecimento de presença digital. O projeto também demonstrou que redes sociais, especialmente Instagram, assumem papel central na estratégia comercial contemporânea, tornando-se ambientes fundamentais para comunicação, vendas e posicionamento.

Do ponto de vista formativo, a atividade extensionista proporcionou aos estudantes experiência prática em análise de mercado, comunicação digital, inovação e empreendedorismo aplicado. Foi relatado pelos participantes que o GEDAM ampliou a compreensão sobre como tecnologia pode ser convertida em impacto econômico e social, enquanto empreendedores impactados passaram a visualizar novas possibilidades de crescimento e profissionalização.

Figura 3 – Painel de resultados iniciais



Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Do ponto de vista extensionista, o GEDAM contribuiu ao oferecer retorno direto à sociedade por meio da socialização de conhecimentos estratégicos sobre Inteligência Artificial, reduzindo barreiras informacionais e aproximando microempreendedores de ferramentas frequentemente percebidas como complexas ou inacessíveis. Assim, a universidade atuou como ponte entre inovação tecnológica e desenvolvimento econômico local.

Entre os desafios identificados, destacam-se a necessidade de ampliar conhecimento técnico da comunidade, superar percepções de custo elevado e fortalecer educação contínua para adoção responsável e estratégica dessas ferramentas.

O trabalho foi apresentado ainda na II Mostra de Atividades Extensionistas, realizada em dezembro de 2025, em Manhuaçu/MG.

Figura 4 – II Mostra de Atividades Extensionistas



Fonte: UniFacig (2025)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto GEDAM demonstrou que a Inteligência Artificial pode atuar como ferramenta estratégica e acessível para micro e pequenos empreendedores, especialmente nas áreas de atendimento ao cliente e marketing digital. Ao traduzir conceitos tecnológicos em orientações práticas, a iniciativa fortaleceu o potencial de transformação digital de negócios locais, promovendo eficiência, competitividade e inovação.

A experiência extensionista também reafirmou o papel da universidade como agente de democratização do conhecimento, aproximando inovação tecnológica das necessidades concretas da comunidade empreendedora. Ao integrar educação, tecnologia e empreendedorismo, o projeto contribuiu tanto para a formação acadêmica dos estudantes quanto para o fortalecimento de capacidades estratégicas em pequenos negócios.

Enquanto ação extensionista, o GEDAM demonstrou que o conhecimento acadêmico pode ser traduzido em benefício social concreto ao oferecer suporte educativo acessível à comunidade empreendedora, promovendo inclusão tecnológica, qualificação estratégica e potencial geração de impacto econômico em pequenos negócios.

Como desdobramentos futuros, recomenda-se expansão das oficinas, desenvolvimento de materiais mais aprofundados, acompanhamento de implementação prática por empreendedores e ampliação da atuação multicanal. Em síntese, o GEDAM representa uma proposta extensionista relevante, alinhada às demandas contemporâneas por inovação acessível, crescimento sustentável e transformação digital.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios.** Empreende, 2016.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital.** Wiley, 2017.

KOTLER, P.; KELLER, K**. Administração de Marketing**. Pearson, 2012.

MEIRA, R. C. **As ferramentas para a melhoria da qualidade**. Porto Alegre: SEBRAE, 2003.

NAKAGAWA, M. **Ferramenta 5W2H**: plano de ação para empreendedores. São Paulo: Globo, 2012.