A INFLUÊNCIA DO MARKETING NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM EMPRESARIAL: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA QUE MIGROU DO RAMO GARIMPO PARA O AGRONEGÓCIO EM ITAITUBA-PA

Iasmin Bezerra de Sousa[1]; Rafaela Cássia da Silva Moraes[2]; Ana Paula Maffezzolli[3]

RESUMO: **Tema**: O município de Itaituba, no Pará, possui uma trajetória historicamente marcada pela exploração de recursos naturais, com destaque para o garimpo. Contudo, nos últimos anos, o agronegócio tem se destacado como uma importante fonte de renda e desenvolvimento econômico para a região. Nesse cenário de transição, entender como as estratégias de Marketing podem contribuir para a construção da imagem empresarial é indispensável para garantir o triunfo e o desenvolvimento sustentável da organização deste setor. **Justificativa:** A pesquisa em questão, visa contribuir para a compreensão da importância do Marketing no agronegócio em uma empresa em Itaituba-PA, fornecendo *insights* valiosos sobre como os métodos de Marketing podem ser utilizados para construir uma imagem empresarial positiva e promover o desenvolvimento econômico e social da região. **Objetivo:** O estudo tem como objetivo geral analisar como as estratégias de Marketing contribuíram para a construção da imagem de uma empresa durante a transição da atuação no ramo de vendas de peças para garimpos para o agronegócio em Itaituba-PA. **Metodologia:** Foi utilizada pesquisa de natureza exploratória, descritiva e explicativa tendo como abordagem a pesquisa qualitativa. Como procedimentos metodológicos, serão utilizadas a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo, a ser realizada em uma empresa no município de Itaituba–PA. A coleta de dados ocorrerá por meio de entrevistas semiestruturadas com o gestor e a gerente da organização, e as informações obtidas serão analisadas por meio da análise de conteúdo. **Resultados esperados:** Levando em consideração que esta é uma pesquisa em andamento, os resultados esperados indicam que as estratégias de Marketing desempenharam papel relevante no processo de transição da empresa do

[1] Acadêmica do 7º período do Curso de Administração da Faculdade de Itaituba. E- mail: iasminbezerraitb@gmail.com
[2] Acadêmica do 7º período do Curso de Administração da Faculdade de Itaituba. E- mail: rafaelacssia@gmail.com
[3] Orientadora: Ana Paula Maffezzolli. Professora da Faculdade de Itaituba. E-mail: anaitb@hotmail.com

ramo garimpeiro para o agronegócio em Itaituba-PA. Espera-se identificar que ações voltadas ao marketing digital contribuíram para fortalecer a imagem empresarial, ampliar a visibilidade da organização e melhorar a percepção dos gestores e clientes em relação à nova atuação da empresa. Além disso, a pesquisa busca destacar os desafios enfrentados durante esse processo de mudança organizacional. **Considerações Finais:** Conclui-se previamente, que o Marketing possui papel estratégico na construção e fortalecimento da imagem empresarial, principalmente em contextos de transformação organizacional. A transição do garimpo para o agronegócio exige não apenas mudanças operacionais, mas também um reposicionamento da empresa perante o mercado e a sociedade. Nesse sentido, as estratégias de marketing tornam-se fundamentais para consolidar a nova identidade organizacional, fortalecer o relacionamento com os clientes e ampliar a competitividade da empresa no setor agropecuário.

Palavras-chave: Marketing. Garimpo. Agronegócio.