

Plano de Busca e Seleção de Empresas para Pesquisa de Mestrado

Marketing Digital e Inteligência Artificial em PMEs de Capivari-SP

Pesquisador: Eduardo Camargo Maia

Programa: Mestrado em Business Administration (Digital Marketing Concentration)

Instituição: MUST University

Orientador: Prof. Dr. Marcos Crivelaro

1. Critérios de Seleção de Empresas

Critérios de Inclusão (Obrigatórios para Todos os Casos)

1. **Localização geográfica:** Sede principal ou filial operacional no município de Capivari-SP
2. **Classificação como PME:** Enquadramento como microempresa, pequena empresa ou média empresa segundo critérios do SEBRAE
 - Microempresas: até 9 funcionários (comércio/serviços) ou até 19 (indústria)
 - Pequenas empresas: 10-49 funcionários (comércio/serviços) ou 20-99 (indústria)
 - Médias empresas: 50-99 funcionários (comércio/serviços) ou 100-499 (indústria)
 - Excluir MEIs (Microempreendedores Individuais)
3. **Realização ativa de marketing digital:** Presença e atividade em ao menos um canal digital nos últimos 12 meses
4. **Disponibilidade do gestor:** Proprietário, sócio-gestor ou gerente de marketing disponível para entrevista

Critérios de Diversidade Intencional

1. **Porte:** Distribuição entre microempresas, pequenas empresas e médias empresas
2. **Sector de atuação:** Representação de pelo menos dois dos três setores — comércio, serviços e indústria
3. **Estágio de adoção de IA generativa:**
 - Adotantes ativos: utilizam regularmente (ao menos semanal) ferramentas de IA generativa no marketing digital há pelo menos 3 meses

- Experimentadores: testaram ferramentas de IA, mas não implementaram uso sistemático
 - Não-adotantes conscientes: conhecem as ferramentas, mas optaram por não adotar
4. **Maturidade digital prévia:** Variação entre PMEs com histórico consolidado de práticas digitais versus PMEs em estágios iniciais

Configuração Proposta (7-8 PMEs)

- **3 casos de replicação literal:** Pequenas empresas, setor comercial, adotantes ativas, maturidade digital similar
 - **2 casos de replicação teórica:** Pequenas empresas, setor comercial, não-adotantes
 - **2 casos de replicação teórica:** 1 microempresa + 1 média empresa, ambas adotantes
 - **1-2 casos de replicação teórica:** 1 PME de serviços + 1 PME industrial (opcional)
-

2. Fontes Potenciais para Busca de Empresas em Capivari-SP

Instituições e Associações Empresariais

- **SEBRAE-SP Regional Piracicaba/Capivari**
 - Cadastros de empresas atendidas
 - Programas de digitalização e marketing digital
 - Contatos: (19) 2104-0400 | regional.piracicaba@sp.sebrae.com.br
- **Associação Comercial e Industrial de Capivari (ACIC)**
 - Lista de associados por setor e porte
 - Eventos e reuniões empresariais para networking
 - Contato: (19) 3491-1600 | contato@acicapivari.com.br
- **CDL Capivari (Câmara de Dirigentes Lojistas)**
 - Foco no comércio varejista
 - Informações sobre empresas com presença digital
 - Contato: (19) 3492-3000 | cdlcapivari@cdlcapivari.com.br

Fontes Governamentais e Públicas

- **Prefeitura Municipal de Capivari**

- Secretaria de Desenvolvimento Econômico
- Alvarás de funcionamento
- Cadastro de empresas do município
- **Cadastro Nacional de Empresas da Receita Federal**
 - Dados públicos de empresas estabelecidas em Capivari
 - Filtragem por porte (CNAE e número de funcionários)

Plataformas Digitais e Redes Sociais

- **Google Maps e Google Business Profile**
 - Busca por "empresas em Capivari-SP"
 - Identificar empresas com sites e redes sociais ativas
 - Avaliar presença digital através de avaliações e fotos
- **Redes Sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn)**
 - Busca por hashtags: #Capivari, #EmpresasCapivari, #ComércioCapivari
 - Identificar empresas com marketing digital ativo
 - Analisar nível de engajamento e uso de ferramentas digitais

Setores Específicos para Foco

- **Comércio Varejista:** Lojas de vestuário, móveis, eletrônicos, supermercados
 - **Serviços:** Agências de marketing, consultorias, escolas, clínicas
 - **Indústria:** Empresas de transformação, agroindústrias, metalúrgicas
-

3. Estratégias de Contato e Abordagem

Abordagem Institucional (Recomendada como Primeiro Passo)

Contato com Instituições Parceiras

- **SEBRAE-SP Regional Piracicaba/Capivari**
 - Agendar reunião com gestores para apresentar a pesquisa
 - Solicitar indicação de empresas que participaram de programas de digitalização
 - Possibilidade de utilizar o espaço do SEBRAE para realizar algumas entrevistas

- **ACIC (Associação Comercial e Industrial de Capivari)**
 - Apresentar a pesquisa em reunião da diretoria
 - Solicitar autorização para contatar associados
 - Propor palestra sobre "Marketing Digital e IA para PMEs" como contrapartida

Abordagem Direta (Personalizada e Segmentada)

Contato Inicial via E-mail

- Assunto claro e profissional: "Convite para Pesquisa de Mestrado sobre Marketing Digital e IA em PMEs de Capivari"
- Mensagem personalizada mencionando algo específico sobre a empresa
- Apresentação concisa da pesquisa e seus benefícios para os participantes
- Tempo estimado de participação (60-90 minutos)
- Garantia de confidencialidade e anonimato

Contato via WhatsApp/Telefone

- Após envio do e-mail (2-3 dias depois)
- Abordagem mais pessoal e direta
- Disponibilidade para esclarecer dúvidas imediatas

Estratégia para Diferentes Perfis de Empresas

Para Adotantes Ativos de IA

- Foco nos benefícios de compartilhar experiências
- Destacar oportunidade de contribuir para conhecimento acadêmico
- Oferecer feedback preliminar dos resultados

Para Não-Adotantes

- Enfatizar importância de incluir diferentes perspectivas
- Oferecer acesso aos resultados para auxiliar em decisões futuras
- Reduzir ansiedade sobre "não estar usando IA"

Estratégia de Follow-up

Contato de Acompanhamento

- E-mail de follow-up após 5-7 dias sem resposta
- Mudança de canal (e-mail → WhatsApp) após segunda tentativa

- Limite de 3 tentativas de contato para não ser insistente demais
-

4. Questionário de Triagem para Pré-seleção de Empresas

Introdução

"Olá! Sou Eduardo Camargo Maia, pesquisador de mestrado da MUST University, realizando um estudo sobre o uso de Inteligência Artificial no marketing digital de empresas de Capivari-SP. Este breve questionário (5 minutos) ajudará a identificar se sua empresa se encaixa nos critérios da pesquisa. Suas respostas são confidenciais."

Dados Cadastrais da Empresa

1. **Nome da Empresa:** ____
2. **Nome do Responsável pela Resposta:** ____
3. **Cargo:** ____
4. **E-mail:** ____
5. **Telefone/WhatsApp:** ____
6. **Tempo de atuação em Capivari-SP:**
 - ☐ Menos de 2 anos
 - ☐ 2-5 anos
 - ☐ 5-10 anos
 - ☐ Mais de 10 anos

Perfil da Empresa

7. **Número de funcionários:**
 - ☐ 1-9 (Microempresa)
 - ☐ 10-49 (Pequena empresa)
 - ☐ 50-99 (Média empresa)
 - ☐ 100+ (Fora do escopo da pesquisa)
8. **Setor de atuação principal:**
 - ☐ Comércio varejista
 - ☐ Comércio atacadista
 - ☐ Serviços
 - ☐ Indústria
 - ☐ Outro: ____

9. Faturamento anual aproximado:

- ☐ Até R\$ 360 mil (Microempresa)
- ☐ R\$ 360 mil - R\$ 4,8 milhões (Pequena empresa)
- ☐ R\$ 4,8 milhões - R\$ 300 milhões (Média empresa)
- ☐ Prefiro não informar

Marketing Digital

10. Quais canais de marketing digital sua empresa utiliza atualmente? (Marcar todos que aplicam)

- ☐ Site institucional
- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ LinkedIn
- ☐ WhatsApp Business
- ☐ E-mail marketing
- ☐ Google Ads
- ☐ Facebook/Instagram Ads
- ☐ Outro: ____

11. Há quanto tempo sua empresa utiliza marketing digital?

- ☐ Menos de 6 meses
- ☐ 6 meses - 1 ano
- ☐ 1-2 anos
- ☐ Mais de 2 anos

12. Com que frequência sua empresa publica conteúdo nas redes sociais?

- ☐ Diariamente
- ☐ 2-3 vezes por semana
- ☐ 1 vez por semana
- ☐ 1-2 vezes por mês
- ☐ Raramente

Inteligência Artificial

13. Você já ouviu falar de ferramentas de Inteligência Artificial como ChatGPT, Gemini ou DALL-E?

- ☐ Sim
- ☐ Não

14. Sua empresa utiliza alguma ferramenta de Inteligência Artificial no marketing digital?

- ☐ Sim, regularmente (pelo menos 1 vez por semana)
- ☐ Sim, mas esporadicamente
- ☐ Já testamos, mas não utilizamos atualmente
- ☐ Nunca utilizamos

15. Se utiliza IA, quais ferramentas são usadas? (Marcar todas que aplicam)

- ☐ ChatGPT/GPT
- ☐ Google Gemini/Bard
- ☐ DALL-E/Midjourney/Stable Diffusion
- ☐ Copilot da Microsoft
- ☐ Ferramentas de automação de marketing com IA
- ☐ Outra: ____

16. Para quais finalidades sua empresa utiliza IA no marketing? (Marcar todas que aplicam)

- ☐ Criação de textos para redes sociais
- ☐ Criação de imagens
- ☐ Atendimento ao cliente (chatbots)
- ☐ Análise de dados/métricas
- ☐ Criação de e-mails marketing
- ☐ Otimização de anúncios
- ☐ Outra: ____

Disponibilidade para Participação

17. Você (ou outro gestor) teria interesse em participar de uma entrevista de 60-90 minutos sobre este tema?

- ☐ Sim
- ☐ Talvez (gostaria de mais informações)
- ☐ Não

18. Qual o melhor meio para contarmos para agendar a entrevista?

- ☐ E-mail
- ☐ WhatsApp
- ☐ Telefone

- () Prefiro que entre em contato por outro meio: ____

Informações Adicionais

19. **Comentários adicionais ou sugestões de outras empresas que possam se interessar pela pesquisa:**

Crerios de Classificação Automática

Classificação Elegível:

- Respostas 7: opções 1, 2 ou 3 (PMEs)
- Resposta 10: pelo menos um canal de marketing digital marcado
- Resposta 17: "Sim" ou "Talvez"

Classificação por Perfil:

- **Adotantes Ativos:** Resposta 14 = "Sim, regularmente"
 - **Experimentadores:** Resposta 14 = "Sim, mas esporadicamente" ou "Já testamos, mas não utilizamos atualmente"
 - **Não-Adotantes Conscientes:** Resposta 13 = "Sim" e Resposta 14 = "Nunca utilizamos"
-

5. Protocolo de Seleção Final

Etapa 1: Triagem Inicial (Automática)

Crerios de Elegibilidade Obrigatórios:

1. **Localização:** Sede em Capivari-SP
2. **Porte:** Micro, pequena ou média empresa (excluir MEIs e grandes empresas)
3. **Atividade de Marketing Digital:** Presença em pelo menos um canal digital
4. **Disponibilidade:** Interesse em participar da entrevista

Etapa 2: Análise e Categorização

Categorias de Classificação:

A. Estágio de Adoção de IA:

- **Adotantes Ativos:** Uso regular de IA (≥ 1 vez/semana) há ≥ 3 meses
- **Experimentadores:** Uso esporádico ou teste sem implementação sistemática
- **Não-Adotantes Conscientes:** Conhecem as ferramentas mas optaram por não usar

B. Porte da Empresa:

- **Microempresas:** Até 9 funcionários (comércio/serviços) ou até 19 (indústria)
- **Pequenas Empresas:** 10-49 funcionários (comércio/serviços) ou 20-99 (indústria)
- **Médias Empresas:** 50-99 funcionários (comércio/serviços) ou 100-499 (indústria)

C. Setor de Atuação:

- **Comércio:** Varejo ou atacado
- **Serviços:** Serviços profissionais, pessoais, etc.
- **Indústria:** Transformação, agroindústria, etc.

D. Maturidade Digital:

- **Alta:** Presença em múltiplas plataformas, investimento recorrente em mídia paga
- **Média:** Presença consolidada em 2-3 plataformas, publicidade esporádica
- **Baixa:** Presença básica em 1 plataforma, sem investimento em mídia paga

Etapa 3: Configuração dos Casos

Meta: Selecionar 7-8 empresas com a seguinte configuração:

Replicação Literal (3 casos):

- **Perfil:** Pequenas empresas (10-49 funcionários)
- **Setor:** Comércio varejista
- **Adoção de IA:** Adotantes ativos
- **Maturidade Digital:** Similar (preferencialmente média-alta)

Replicação Teórica - Contraste 1 (2 casos):

- **Perfil:** Pequenas empresas (10-49 funcionários)
- **Setor:** Comércio varejista
- **Adoção de IA:** Não-adotantes conscientes
- **Maturidade Digital:** Similar aos adotantes (para controle)

Replicação Teórica - Contraste 2 (2 casos):

- **Perfil:** 1 microempresa + 1 média empresa
- **Setor:** Comércio varejista
- **Adoção de IA:** Adotantes ativos
- **Maturidade Digital:** Variada

Replicação Teórica - Contraste 3 (1-2 casos opcionais):

- **Perfil:** PME de serviços + PME industrial
- **Adoção de IA:** Adotantes ativos
- **Maturidade Digital:** Variada

Etapa 4: Priorização e Seleção Final

Critérios de Priorização:

1. **Adequação ao perfil necessário** (maior peso)
2. **Disponibilidade imediata para entrevista**
3. **Diversidade dentro da categoria necessária**
4. **Potencial para fornecer dados ricos e detalhados**

Etapa 5: Validação Final

Verificação de Qualidade:

1. **Contato telefônico breve** com empresas selecionadas
2. **Confirmar disponibilidade real** para entrevista
3. **Verificar adequação do respondente** (gestor/tomador de decisão)
4. **Confirmar compreensão dos objetivos da pesquisa**

6. Materiais de Contato e Apresentação

E-mail de Contato Inicial

Assunto: Convite para Pesquisa de Mestrado sobre Marketing Digital e IA em PMEs de Capivari-SP

Corpo do E-mail:

Prezado(a) [Nome do Gestor],

Meu nome é Eduardo Camargo Maia, pesquisador de mestrado da MUST University, e estou desenvolvendo uma pesquisa sobre o uso de Inteligência Artificial no marketing digital de empresas de Capivari-SP.

Ao analisar o perfil da [Nome da Empresa], identifiquei uma interessante presença digital que torna sua empresa uma potencial participante importante para este estudo acadêmico.

Objetivo da Pesquisa: Investigar como as Micro, Pequenas e Médias Empresas de Capivari estão utilizando (ou não) ferramentas de Inteligência Artificial em suas estratégias de marketing digital, compreendendo os benefícios, desafios e fatores que influenciam essa decisão.

Sua Contribuição é Valiosa: Sua participação representará uma contribuição significativa para o conhecimento sobre transformação digital no contexto empresarial brasileiro, especialmente em cidades do interior como Capivari.

Compromissos:

- Entrevista de única vez, com duração de 60-90 minutos
- Total confidencialidade e anonimato dos dados
- Flexibilidade de horário e local (podendo ser em sua empresa ou remotamente)
- Compartilhamento dos resultados consolidados da pesquisa

Gostaria de agendar uma breve conversa (15 minutos) para apresentar melhor a pesquisa e responder a quaisquer dúvidas que possa ter.

Agradeço sua atenção e fico à disposição.

Atenciosamente,

Eduardo Camargo Maia Mestrando em Business Administration (Digital Marketing Concentration) MUST University E-mail: eduardo.maia@must.edu WhatsApp: (XX) XXXXX-XXXX LinkedIn: [linkedin.com/in/eduardocamargomaia](https://www.linkedin.com/in/eduardocamargomaia)

Script de Abordagem Telefônica

Introdução: "Bom dia/tarde, meu nome é Eduardo Camargo Maia, pesquisador de mestrado da MUST University. Estou entrando em contato pois enviei um e-mail na semana passada sobre uma pesquisa de marketing digital e Inteligência Artificial em empresas de Capivari-SP. O senhor(a) teve chance de ler?"

Caso não tenha lido: "Sem problemas! Vou ser breve. Estou realizando um estudo sobre como empresas como a sua estão utilizando IA no marketing digital. A pesquisa consiste em uma única entrevista de 60-90 minutos, com total confidencialidade. O senhor(a) teria alguns

minutos agora para conversarmos sobre isso ou prefere que eu envie os detalhes novamente por e-mail?"

Caso tenha lido e demonstrado interesse: "Ótimo! Gostaria de confirmar alguns detalhes e agendar nossa conversa. A entrevista pode ser realizada na sua empresa, por videochamada ou em outro local de sua preferência. Qual seria o melhor formato para você?"

7. Plano Logístico para as Entrevistas

Cronograma de Execução

Fase 1: Mapeamento e Contato Inicial (2 semanas)

- Semana 1: Contato institucional com SEBRAE e ACIC
- Semana 2: Início de contatos diretos com empresas potenciais

Fase 2: Triagem e Seleção (2 semanas)

- Semana 3: Aplicação de questionário de triagem
- Semana 4: Análise e seleção final das empresas

Fase 3: Entrevistas (3-4 semanas)

- Semana 5-6: Realização das entrevistas
- Semana 7: Entrevistas complementares e follow-up

Fase 4: Análise Preliminar (1 semana)

- Semana 8: Transcrição e organização inicial dos dados

Preparação para as Entrevistas

Checklist de Equipamentos:

- ☐ Notebook com bateria carregada e carregador portátil
- ☐ Microfone externo de alta qualidade
- ☐ Smartphone como backup para gravação
- ☐ Câmera (se autorizada gravação em vídeo)
- ☐ Extensão elétrica
- ☐ Termo de Consentimento impresso (2 vias)

- ☐ Roteiro de entrevista impresso
- ☐ Caneta e bloco de anotações
- ☐ Cartão de visitas do pesquisador

Formatos de Entrevista

Opção A: Presencial (Preferencial)

- **Local:** Na empresa do entrevistado
- **Vantagens:** Maior conexão pessoal, observação do ambiente
- **Desvantagens:** Deslocamento, dependência de espaço físico

Opção B: Remoto (Videochamada)

- **Plataformas:** Zoom, Google Meet ou WhatsApp
- **Vantagens:** Flexibilidade de horário, sem deslocamento
- **Desvantagens:** Possíveis problemas técnicos, menor conexão pessoal

Gestão de Tempo

Duração Total: 90 minutos por entrevista

- **Apresentação e TCLE:** 10 minutos
- **Entrevista principal:** 60 minutos
- **Perguntas finais e encerramento:** 15 minutos
- **Buffer técnico:** 5 minutos

Protocolo de Contingência

Problemas Técnicos:

- **Falha na gravação:** Interrupção educada, reinício rápido, explicação transparente
- **Problemas de internet:** Mudança para chamada telefônica
- **Equipamento que falha:** Uso de backup (smartphone)

Imprevistos:

- **Entrevistado precisa adiar:** Flexibilidade total, reagendamento sem penalidades
- **Interrupções durante a entrevista:** Pausa educada, retomada posterior
- **Entrevistado desconfortável:** Oferecer opção de continuar sem gravação

Armazenamento e Segurança de Dados

Durante a Coleta:

- Arquivos temporários em notebook criptografado
- Backup automático na nuvem (Google Drive/Dropbox)
- Nomenclatura padronizada: Entrevista_Empresa_Data

Pós-Entrevista:

- Transcrição em até 48 horas
- Verificação de qualidade da gravação
- Backup em HD externo criptografado
- Exclusão de arquivos temporários

Acompanhamento e Controle

Planilha de Controle: | Empresa | Data | Horário | Local | Status | Observações |
 |-----|-----|-----|-----|-----|-----| | [Nome] | DD/MM | HH:MM | [Local] |
 [Agendado/Realizado] | [Detalhes] |

Indicadores de Progresso:

- Empresas contatadas: /
- Questionários respondidos: /
- Entrevistas agendadas: /
- Entrevistas realizadas: /

8. Considerações Finais

Este plano detalhado fornece um roteiro completo para a busca e seleção de empresas para a pesquisa de mestrado sobre Marketing Digital e Inteligência Artificial em PMEs de Capivari-SP. A execução sistemática deste plano garantirá a seleção adequada dos participantes conforme os critérios metodológicos estabelecidos, assegurando a qualidade e a validade dos resultados da pesquisa.

A abordagem multiestratégica, combinando contatos institucionais, abordagens diretas e utilização de plataformas digitais, maximizará as chances de identificar e selecionar empresas que representem adequadamente a diversidade necessária para o estudo de caso múltiplo proposto.

Documento elaborado por: Eduardo Camargo Maia

Data: 21 de outubro de 2025

Versão: 1.0