



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA  
CAMPUS JOÃO PESSOA  
**DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR**  
**UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS**  
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

**ESTEVES FRANCISCO SILVA DO NASCIMENTO**

**GOOGLE ADS COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA O  
CRESCIMENTO DE MICROEMPREENDEDORES**

João Pessoa  
2025

**ESTEVES FRANCISCO SILVA DO NASCIMENTO**

**GOOGLE ADS COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA O  
CRESCIMENTO DE MICROEMPREENDEDORES**



Trabalho de conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em Administração.

**Orientador(a): Prof. O Me. Paulo Roberto Santos Costa**

JOÃO PESSOA  
2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP  
Biblioteca Nilo Peçanha –IFPB, *Campus* João Pessoa

N244g Nascimento, Esteves Francisco Silva do.  
Google ADS como ferramenta estratégica para o crescimento  
de microempreendedores / Esteves Francisco Silva do Nascimento.  
– 2025.  
32 f. : il.

TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) – Instituto  
Federal da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica de Gestão - UAG.  
Orientador: Me. Paulo Roberto Santos Costa.

1. Marketing digital. 2. Publicidade *online*. 3. Google ADS. 4.  
Microempreendedorismo. I. Título.

CDU 658.8(043)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

## FOLHA DE APROVAÇÃO

**ESTEVES FRANCISCO SILVA DO NASCIMENTO**

Matricula: 20202460076

### **GOOGLE ADS COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA PARA O CRESCIMENTO DE MICROEMPREENDEDORES**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO** apresentado em **12/03/2025** no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

**Resultado: APROVADO**

João Pessoa, 19/03/2025.

#### **BANCA EXAMINADORA:**

*(assinaturas eletrônicas via SUAP)*

Me. Paulo Roberto Santos Costa  
Orientador(a)

Me. Elionildo da Silva Menezes  
Examinador(a) interno(a)

Dr. Robson Oliveira Lima  
Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Paulo Roberto Santos Costa**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 20/03/2025 04:30:42.
- **Elionildo da Silva Menezes**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 20/03/2025 07:25:52.
- **Robson Oliveira Lima**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 20/03/2025 08:06:21.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 19/03/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 684514  
Verificador: 190e3754b3  
Código de Autenticação:



Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, JOÃO PESSOA / PB, CEP 58015-435  
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3612-1200

*Dedico este trabalho a Deus, e a minha esposa.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me dar a oportunidade de ingressar neste curso e por me conceder força, sabedoria e perseverança em cada etapa dessa jornada.

Expresso minha profunda gratidão à minha esposa, que está sempre ao meu lado, me apoiando, incentivando e me dando forças para seguir em frente. Sua dedicação e amor foram fundamentais para que eu pudesse alcançar este momento.

Agradeço também à minha mãe, ao meu pai e à minha irmã, que sempre me apoiaram incondicionalmente. Suas palavras de incentivo, ajuda e presença em minha vida foram essenciais para que eu superasse os desafios e continuasse a acreditar em meus sonhos.

A vocês, minha eterna gratidão e reconhecimento!

*"Ora, a fé é a certeza de  
coisas que se esperam, a  
convicção de fatos que não se  
veem" Hebreus 11:1*

## RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo analisar como a plataforma do Google Ads pode contribuir no marketing digital para os microempreendedores que querem alavancar suas vendas com anúncios na internet. A pesquisa foi fundamentada em uma revisão bibliográfica e em estudos de caso que exploram o impacto das campanhas publicitárias online no alcance e no desempenho dos pequenos negócios. Os resultados obtidos indicam que o Google Ads oferece benefícios significativos para microempreendedores locais, pois aumenta a visibilidade online, melhora nas taxas de conversão e de retorno positivo sobre o investimento (ROI). No entanto, desafios como a falta de conhecimento técnico e a concorrência em nichos competitivos foram identificados como barreiras para a plena utilização da plataforma. Com base nos dados analisados, recomenda-se que microempreendedores invistam em capacitação técnica, utilizem estratégias baseadas em dados e otimizem suas campanhas continuamente. Conclui-se que o Google Ads é uma ferramenta poderosa quando integrada a uma estratégia de marketing digital bem estruturada, possibilitando o fortalecimento da presença digital e a competitividade de pequenos negócios no mercado.

**Palavras-chave:** microempreendedor, google ads, marketing digital.

## ABSTRACT

The aim of this work was to analyze how the Google Ads platform can contribute to digital marketing for micro-entrepreneurs who want to boost their sales with internet advertising. The research was based on a literature review and case studies that explore the impact of online advertising campaigns on the reach and performance of small businesses. The results obtained indicate that Google Ads offers significant benefits for local micro-entrepreneurs, as it increases online visibility, improves conversion rates and positive return on investment (ROI). However, challenges such as lack of technical knowledge and competition in competitive niches were identified as barriers to fully utilizing the platform. Based on the data analyzed, it is recommended that microentrepreneurs invest in technical training, use data-based strategies and continually optimize their campaigns. It is concluded that Google Ads is a powerful tool when integrated into a well-structured digital marketing strategy, enabling the strengthening of the digital presence and the competitiveness of small businesses in the market.

**Keywords:** microentrepreneur; google ads; digital marketing.

## **LISTA DE FIGURAS**

<b>FIGURA 1 - ESCOLHA DE PALAVRAS CHAVE.....</b>	<b>18</b>
<b>FIGURA 2 - ESCOLHA DO ORÇAMENTO.....</b>	<b>19</b>
<b>FIGURA 3 - LOCALIZAÇÃO DO ANÚNCIO.....</b>	<b>20</b>
<b>FIGURA 4 - LAYOUT GOOGLE MEU NEGÓCIO DA EMPRESA .....</b>	<b>21</b>
<b>FIGURA 5 - CAMPANHA NO GOOGLE ADS MODELOS DE EXIBIÇÃO.....</b>	<b>23</b>
<b>FIGURA 6 - RESULTADO DA CAMPANHA NO GOOGLE ADS .....</b>	<b>27</b>
<b>FIGURA 7 - DADOS DA CAMPANHA NO GOOGLE ADS.....</b>	<b>29</b>

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CPM: Cost per Thousand impressions (Custo por mil impressões)

CPC: Cost per click (Custo por Clique)

CTR: Click-Through Rate (Taxa de Cliques)

ROI: Return on Investment (Retorno sobre o investimento)

IFPB: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>14</b>
2.1. OBJETIVO GERAL.....	14
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
<b>3. REFERENCIAIS TEÓRICOS.....</b>	<b>15</b>
3.1. MICROEMPREENDEDORISMO.....	15
3.2. MARKETING DIGITAL.....	15
3.3. PUBLICIDADE ONLINE.....	16
3.4. BIG DATA.....	16
3.5. GOOGLE ADS.....	17
3.6. GOOGLE MEU NEGÓCIO.....	20
3.6.1 BENEFÍCIOS DO GOOGLE MEU NEGÓCIO.....	21
3.6.2 INTEGRAÇÃO DO GOOGLE MEU NEGÓCIO COM O GOOGLE ADS.....	21
3.7. IMPACTO DOS ALGORITMOS DE PERSONALIZAÇÃO.....	23
3.8. DEFINIÇÃO DE TERMOS TÉCNICOS DO GOOGLE ADS.....	24
<b>4. METODOLOGIA.....</b>	<b>25</b>
<b>5. ANÁLISE DE RESULTADOS.....</b>	<b>25</b>
5.1. RESULTADOS OBTIDOS.....	25
5.2. DISCUSSÃO.....	27
5.3. RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS.....	28
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>29</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>31</b>

## 1. INTRODUÇÃO

No mundo atual, marcado por rápidas e constantes transformações tecnológicas, a busca por estratégias eficazes para conquistar e fidelizar clientes tornou-se uma prioridade para empresas de todos os portes. Nesse cenário, o marketing digital vem sendo uma ferramenta indispensável, especialmente para micro e pequenos empreendedores que almejam aumentar sua visibilidade no mercado e competir em igualdade de condições com grandes empresas (Kotler & Keller, 2012). A utilização de novas tecnologias e plataformas digitais possibilita às organizações explorar oportunidades e ganhar clientes de uma forma que antes eram mais difícil de conseguir, criando campanhas personalizadas, de alto impacto e com resultados rápidos.

Segundo Kotler e Keller (2012), "o marketing desempenha um papel crucial na geração de demanda por produtos e serviços, especialmente em contextos econômicos desafiadores, permitindo que empresas alcancem resultados financeiros expressivos." Além disso, o marketing funciona como um vetor de inovação, facilitando a introdução de novos produtos e a melhoria de itens já existentes, beneficiando consumidores e impulsionando o desenvolvimento da sociedade.

O marketing digital tem se mostrado essencial para o crescimento dos pequenos negócios. De acordo com pesquisa realizada pelo Sebrae em 2023, as vendas por canais digitais representam, em média, mais de 40% do faturamento de microempreendedores individuais, microempresas e empresas de pequeno porte no Brasil. Além disso, aproximadamente 70% desses negócios utilizam ferramentas digitais para comercializar seus produtos e serviços, destacando-se o WhatsApp (56%), o Instagram (43%) e o Facebook (23%) como as plataformas mais empregadas. Setores como Economia Criativa, Logística, Artesanato e Turismo apresentam uma digitalização ainda mais intensa, com cerca de 50% do faturamento originado de canais online (DCOMERCIO, 2023).

No entanto, com o avanço da tecnologia, plataformas menos conhecidas por microempreendedores como o Google Ads destacam-se como ferramentas essenciais para o marketing digital. Essa plataforma permite a criação de campanhas publicitárias segmentadas por região, segmento, gostos e interesses, que posicionam anúncios no topo das buscas no Google ou em sites parceiros. Por meio do uso de Big Data, o Google Ads coleta e analisa grandes volumes de dados, oferecendo anúncios otimizados com base no perfil e no comportamento dos usuários (SEBRAE, 2024). Esse desempenho aumenta significativamente

a eficácia das campanhas e promove maior retorno sobre o investimento (ROI), fortalecendo e aumentando o relacionamento entre marcas e consumidores.

O presente trabalho busca responder à seguinte questão central: "Como os microempreendedores podem utilizar o Google Ads de forma estratégica para aumentar a visibilidade e as vendas de seus negócios, maximizando a eficácia das campanhas publicitárias?" O objetivo principal é demonstrar como o Google Ads pode ser uma ferramenta acessível e eficiente para impulsionar pequenos negócios. Além disso, analisaremos os benefícios desta plataforma, explorando sua capacidade de alcançar públicos-alvo de forma precisa, mesmo com recursos financeiros e técnicos limitados.

Este estudo foi fundamentado em pesquisa bibliográfica, recorrendo a fontes confiáveis como artigos acadêmicos, livros especializados e publicações do próprio Google Inc. Inicialmente, conceitos teóricos sobre marketing digital, Big Data e publicidade segmentada serão explorados. Posteriormente, foi realizada uma análise específica das funcionalidades do Google Ads, com foco em microempreendedores. Além disso, foram apresentados relatórios de uma campanha real no google ads de uma loja de açaí e conveniência que evidenciam a eficácia da plataforma, bem como sugestões práticas para otimizar seu uso.

Assim, este trabalho tem como objetivo contribuir para o crescimento dos microempreendedores no marketing digital, oferecendo orientações práticas que os ajudem a alavancar suas vendas. Para isso, destaca o potencial do Google Ads como um aliado estratégico no ambiente digital vinculado ao Google meu negócio, demonstrando como essa ferramenta pode impulsionar a visibilidade e o alcance dos negócios.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. OBJETIVO GERAL**

Analisar como o Google Ads pode ser uma ferramenta importante para micro empreendedores alavancarem seus negócios.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar as principais funcionalidades do Google Ads que são acessíveis aos microempreendedores;
- Apresentar estratégias básicas de campanha adequadas para pequenos negócios;
- Avaliar os benefícios e desafios do uso do Google Ads para microempreendedores;

- Propor recomendações práticas para otimizar o uso da plataforma por esse público.

### 3. REFERENCIAIS TEÓRICOS

Este capítulo apresenta os fundamentos teóricos que embasam a pesquisa, abordando conceitos de micro empreendedorismo, marketing digital, publicidade online, Big data, Google Ads, Google meu negócio e Algoritmos de personalização.

#### 3.1. MICROEMPREENDEDORISMO

José Carlos Assis Dornelas, em *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios* (2018), aborda o papel do empreendedorismo como motor da economia e da inovação. Ele destaca que, no Brasil, os micro e pequenos empreendedores enfrentam desafios como restrições financeiras e concorrência acirrada, o que torna essencial a adoção de estratégias de marketing eficazes. Dornelas destaca que ferramentas digitais podem oferecer soluções acessíveis, permitindo que esses negócios atinjam novos mercados com custos reduzidos.

O SEBRAE, por meio de relatórios técnicos, contribui significativamente para o entendimento do microempreendedorismo e sua relação com o marketing digital. A instituição fornece materiais que orientam microempreendedores individuais a utilizarem ferramentas como o Google Ads de maneira estratégica, desde o planejamento de campanhas até a análise de resultados. De acordo com o SEBRAE (2024), a capacitação em ferramentas digitais é um dos pilares para aumentar a competitividade dos pequenos negócios, permitindo que eles superem barreiras tradicionais de acesso ao mercado.

#### 3.2. MARKETING DIGITAL

Philip Kotler e Kevin Lane Keller, em *Administração de Marketing* (2012), destacam que o marketing digital transformou a forma como empresas se conectam com seus consumidores. A possibilidade de criar campanhas segmentadas e personalizadas com base no comportamento e nas preferências do público tornou o marketing uma ferramenta ainda mais estratégica. Segundo os autores, a personalização não apenas melhora a experiência do cliente, mas também aumenta a eficácia das ações de marketing, o que é muito importante para micro e pequenos empreendedores que precisam maximizar o retorno sobre investimentos limitados.

Dave Chaffey, em *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (2022), reforça a importância de integrar canais digitais como redes sociais, e-mail marketing e publicidade paga para alcançar resultados de impacto. Ele ressalta que o planejamento estratégico é muito importante para o sucesso no marketing digital, permitindo que as empresas alinhem objetivos de curto e longo prazo às ferramentas disponíveis. Para Chaffey, plataformas como Google Ads desempenham um papel essencial ao possibilitar que negócios de pequeno porte alcancem uma audiência ampla sem a necessidade de investimentos exorbitantes.

Damian Ryan e Calvin Jones, em *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (2016), falam como as gerações mais jovens, que crescem com as tecnologias digitais no seu dia a dia, necessitam de abordagens diferenciadas. Os autores destacam a importância de adaptar a comunicação e a linguagem para captar a atenção desses consumidores, destacando o papel de dados comportamentais e de segmentação na criação de campanhas digitais de sucesso.

### 3.3. PUBLICIDADE ONLINE

Tim Ash, em *Landing Page Optimization: The Definitive Guide to Testing and Tuning for Conversions* (2012), explora a importância das páginas de destino (landing pages) para o sucesso das campanhas de publicidade online. Ele fala que campanhas de Google Ads, por mais bem segmentadas que sejam, podem falhar caso não encaminhe os usuários para páginas otimizadas. Isso inclui elementos como design responsivo, velocidade de carregamento, chamadas para ação (CTAs) claras e informações relevantes.

Rob Stokes, em *E-Marketing: The Essential Guide to Digital Marketing* (2013), apresenta uma visão ampla sobre o papel das plataformas digitais no marketing contemporâneo. O autor discute como ferramentas como o Google Ads permitem que empresas de todos os portes alcancem públicos específicos de forma eficiente, utilizando anúncios pagos que aparecem em resultados de busca ou sites parceiros. Segundo Stokes, o diferencial dessas plataformas é a capacidade de medir e ajustar as campanhas em tempo real, possibilitando uma gestão dinâmica dos investimentos.

### 3.4. BIG DATA

Atualmente o impacto do Big Data no marketing digital é de grande relevância é uma ferramenta que empresas como o Google utilizam para coletar, processar e interpretar grandes volumes de dados, permitindo que os anunciantes criem campanhas altamente personalizadas. Estudos apresentados por Chaffey (2022) indicam que empresas que utilizam dados comportamentais em suas campanhas conseguem aumentar significativamente suas taxas de conversão. Essa abordagem não apenas melhora a experiência do consumidor, mas também aumenta a eficiência dos investimentos em marketing.

### 3.5. GOOGLE ADS

O Google Ads é uma plataforma de publicidade online desenvolvida pelo Google que permite às empresas exibirem anúncios pagos nos resultados de pesquisa, Youtube e em sites parceiros. Seu funcionamento baseia-se em um sistema de leilão de palavras-chave, no qual os anunciantes definem lances para que seus anúncios sejam exibidos quando os usuários pesquisam termos específicos. Esse processo ocorre em três etapas principais: escolha das palavras-chave, leilão de anúncios e exibição com pagamento por clique (Rock Content, 2023).

**Figura 1** - Escolha de palavras chave.



**Fonte:** Google Ads, 2025.

Na primeira etapa, os anunciantes selecionam as palavras-chave como mostra a **figura 1**, o google mostra quais são as palavras mais relevantes para seus negócios, o exemplo da **figura 1**, é de uma Conveniência que vende açaí e sorvete. Quando um usuário pesquisa esses termos no Google, os anúncios concorrentes entram em um leilão. Nesse leilão, o Google determina quais anúncios serão exibidos com base em dois fatores: o valor do lance e o Índice de Qualidade, que considera a relevância do anúncio e a experiência do usuário na página de destino (Google Ads Help, 2023).

Se o anúncio vencer o leilão, ele é exibido nos resultados de pesquisa ou em sites parceiros, e o anunciante só paga quando o usuário clica no anúncio, utilizando o modelo de Custo por Clique (CPC) (Hostinger, 2023). Porém, na criação da campanha o Google lhe dá um valor aproximado de orçamento diário para se ter uma noção de quanto se pode investir por dia para não ficar atrás dos concorrentes do mesmo segmento, como mostra a imagem abaixo. Pois cada palavra chave tem um valor mínimo de lance que o anunciante pode pesquisar, para não ficar abaixo dos concorrentes. É um ótimo benefício já que os anunciantes podem definir um orçamento diário máximo, garantindo que os custos permaneçam sob controle (Rock Content, 2023).

**Figura 2** - Escolha do orçamento.

Defina um orçamento para conseguir os resultados que você espera

Selecionar uma opção de orçamento

Inserir seu próprio orçamento Moeda: Real brasileiro (R\$) ▼

médio diário · Orçamento mensal máximo: R\$ 182  
Receba de 170 a 280 cliques no anúncio todos os meses

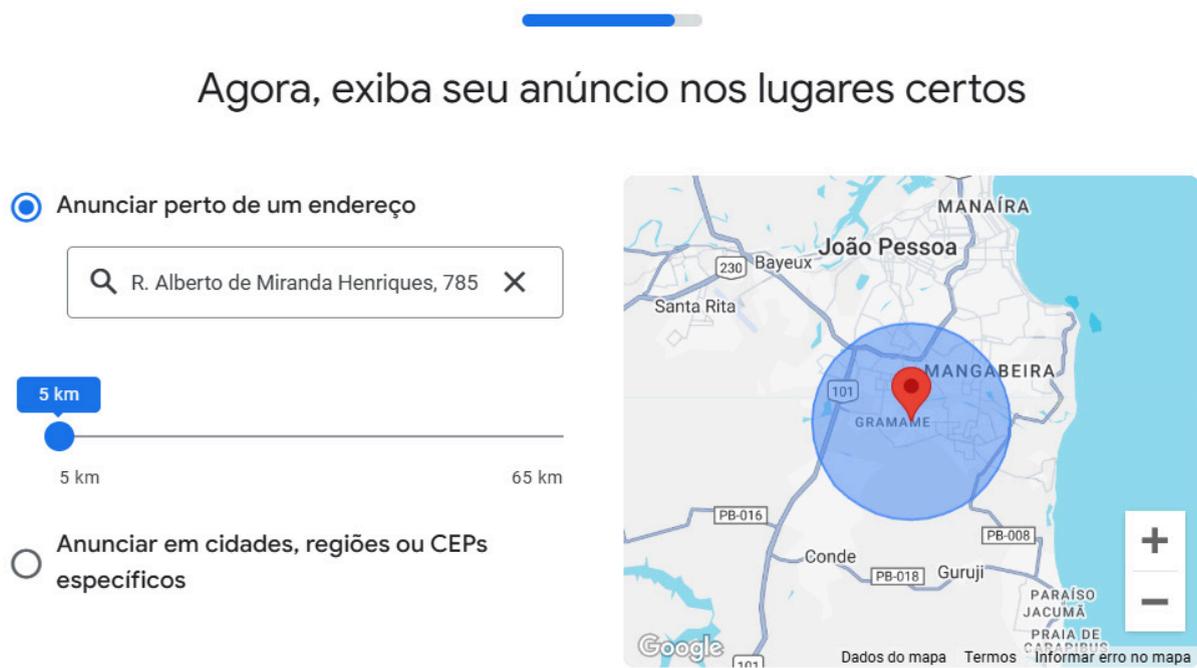
Orçamentos típicos da concorrência

Você só paga pelos cliques no seu anúncio. O gasto poderá ser menor do que a média diária em alguns dias e, em outros, maior. No entanto, você não pagará mais do que o orçamento mensal máximo ao longo do mês. [Saiba mais sobre os custos e os detalhes da forma de pagamento.](#)

**Fonte:** Google Ads, 2025.

O Google Ads oferece uma série de utilidades que ajudam os microempreendedores a impulsionar seus negócios. Primeiramente, ele possibilita o aumento de visibilidade ao posicionar a empresa nos primeiros resultados de busca, proporcionando maior exposição para o público-alvo (Sebrae, 2023). Além disso, a plataforma oferece segmentação precisa, permitindo que os anúncios sejam exibidos com base em localização geográfica, idade, interesses e comportamento do usuário, o que aumenta a eficácia das campanhas (Agência Raised, 2023). Conforme a **Figura 3**, se pode escolher anunciar para a cidade inteira ou por raio de localização.

**Figura 3** - Localização do anúncio.



Seu anúncio é veiculado para as pessoas que estão nos locais configurados ou têm interesse nesses lugares. [Saiba mais](#)

**Fonte:** Google Ads, 2025.

Assim, o Google Ads se destaca como uma ferramenta essencial no marketing digital, especialmente para microempreendedores que desejam aumentar suas vendas e expandir sua

presença online de maneira eficiente e segmentada (Sebrae, 2023).

### 3.6. GOOGLE MEU NEGÓCIO

O Google Meu Negócio ou Google empresas é uma ferramenta gratuita e indispensável para empresas que desejam estabelecer presença online e aumentar sua visibilidade, especialmente em contextos locais. Conforme apontado por Stokes (2013), ferramentas digitais que priorizam a conexão entre negócios e consumidores locais desempenham papel essencial no fortalecimento de pequenas empresas. O Google Meu Negócio cumpre essa função ao permitir que negócios sejam encontrados com mais facilidade em pesquisas no Google e no Google Maps, sendo um recurso estratégico para microempreendedores.

**Figura 4** - Layout Google meu negócio.

The image shows the Google My Business dashboard for a business named 'Raízes açaí e conveniência'. The interface is in Portuguese and includes several sections:

- Navigation:** 'Todas', 'Imagens', 'Shopping', 'Vídeos', 'Maps', 'Notícias', 'Web', 'Mais', and 'Ferramentas'.
- Sua empresa no Google:** Shows '52 interações com clientes' and 'Força do perfil' with 'Informações completas'.
- Management Tools:** A row of icons for 'Editar perfil', 'Ler avaliações', 'Fotos', 'Desempenho', 'Anunciar', and 'Editar cardá...'. Below it are icons for 'Entrega de c...', 'Editar produt...', 'Editar serviços', 'Retirada e en...', and 'Perguntas e ...'.
- Recommendations:** Three cards:
  - 'Complete seu perfil': 'Adicione detalhes para que mais clientes encontrem sua empresa'.
  - 'Aproveite seu crédito': 'Você poderia alcançar mais clientes com o crédito de R\$ 1.200 do...'.
  - 'Adicione retirada e entrega': 'Permita que os clientes façam pedidos antecipados e escolham...'.
- Business Profile:**
  - Header: 'Raízes açaí e conveniência' with a 5.0 star rating and '2 avaliações no Google'.
  - Category: 'Loja de Conveniência'.
  - Status: 'Você gerencia este Perfil da Empresa'.
  - Actions: 'Rotas', 'Salvar', and 'Compartilhar'.
  - Location: 'Localizado em: Posto Ipiranga'.
  - Address: 'Endereço: R. Alberto de Miranda Henriques, 785 - Gramame, João Pessoa - PB, 58068-228'.
  - Hours: 'Horário de funcionamento: Aberto · Fecha às 21:30'.
  - Update: 'Atualizado por esta empresa há 4 semanas'.
  - Link: 'Editar suas informações comerciais'.

At the bottom left, a note states: 'Só os administradores do perfil podem ver isso'.

**Fonte:** Google, 2025.

Ao registrar sua empresa no Google Meu Negócio, os empreendedores têm a oportunidade de criar um perfil detalhado, incluindo informações como endereço, telefone, horário de funcionamento, fotos e descrição dos produtos ou serviços como na Figura 4

acima. Segundo Ryan e Jones (2016), "uma presença bem estabelecida em plataformas digitais aumenta a credibilidade do negócio e facilita a jornada de compra do consumidor".

Além de oferecer visibilidade orgânica, o Google Meu Negócio também desempenha um papel relevante na introdução ao uso do Google Ads, especialmente para empresas que estão iniciando suas estratégias de marketing digital. A integração entre as duas plataformas é fluida, possibilitando que dados registrados no Google Meu Negócio sejam aproveitados diretamente na criação de anúncios, pois o microempreendedor pode anunciar suas redes sociais, localização ou plataformas de vendas diretas, adicionadas no google meu negócio sem precisar de um site.

### 3.6.1 BENEFÍCIOS DO GOOGLE MEU NEGÓCIO

1. **Visibilidade Local:** O Google Meu Negócio aumenta a probabilidade de um negócio ser encontrado por consumidores locais. Relatórios indicam que 76% dos usuários que realizam buscas locais visitam o estabelecimento dentro de um dia, e 28% dessas buscas resultam em compras (Google, 2023).
2. **Credibilidade e Confiança:** Um perfil atualizado, que inclui avaliações de clientes, transmite maior profissionalismo e segurança ao consumidor. Chaffey (2022) destaca que "feedbacks positivos em plataformas como o Google Meu Negócio influenciam diretamente as decisões de compra dos consumidores".
3. **Gratuidade e simplicidade:** Por ser uma ferramenta gratuita, é especialmente acessível para microempreendedores com recursos financeiros limitados, permitindo que iniciem sua presença digital sem custos elevados.
4. **Insights sobre o Público-Alvo:** A ferramenta disponibiliza dados valiosos sobre como os clientes encontram o negócio, como palavras-chave utilizadas nas buscas e ações realizadas (ligações ou cliques). Esses insights auxiliam no planejamento de estratégias de marketing.

### 3.6.2 INTEGRAÇÃO DO GOOGLE MEU NEGÓCIO COM O GOOGLE ADS

O Google Meu Negócio também simplifica a transição para o uso de anúncios pagos no Google Ads, permitindo que empresas iniciantes maximizem o retorno de suas campanhas publicitárias. Algumas formas de integração incluem:

- **Segmentação Local:** Os dados registrados no Google Meu Negócio são utilizados para criar campanhas de segmentação local, permitindo que os anúncios sejam exibidos

para clientes próximos ao estabelecimento. Segundo Kotler e Keller (2012), "segmentação geográfica é uma estratégia eficaz para alcançar públicos com alta probabilidade de conversão".

- Extensão de Localização: O Google Ads permite adicionar informações de localização, como endereço e mapa, diretamente vinculadas ao perfil do Google Meu Negócio. Isso facilita o acesso dos consumidores às informações do negócio e melhora a interação com os anúncios.
- Avaliações e Reputação: As avaliações positivas do perfil no Google Meu Negócio podem ser destacadas nos anúncios, aumentando a taxa de cliques (CTR) e a confiança do público.

**Figura 5 - Campanha no Google Ads Modelos de exibição.**

The figure displays four different ad creatives for 'Raizes Açai & Conveniência'. Each ad includes a high-quality photograph of the store's interior, showcasing the counter, seating area, and product displays. The text on the ads provides key information such as the business name, address ('Loja De Conveniência - Abertos agora'), a 5-star rating, and a 'Ver rotas' (View routes) button. The ads are designed to be visually appealing and informative, highlighting the store's offerings like açai, pastries, and cold beer.

**Ad 1 (Top Left):** Features a wide shot of the store interior. Text includes: 'Verificado', 'Raizes açai e conveniência', 'Loja De Conveniência - Abertos agora · 5 ★★★★★ (2)', and a 'Ver rotas' button.

**Ad 2 (Top Right):** Features a close-up of the counter and display cases. Headline: 'Açaí e Cerveja Sempre Gelada'. Text: 'Açaí, salgados e cerveja gelada te esperam. Venha agora! Açai cremoso, salgados, tortas e cerveja gelada. Parada obrigatória no Posto Ipiranga'.

**Ad 3 (Bottom Left):** Features a view of the seating area. Headline: 'Açaí e Cerveja Sempre Gelada - Açai Top no Posto Ipiranga -...'. Text: 'Raizes Açai & Conveniência Acessar o site >'.

**Ad 4 (Bottom Right):** Features a view of the store interior. Text includes: '8 novas avaliações', 'Verificado', 'Raizes Açai & Conveniência', 'Loja De Conveniência - Fechado', '5 ★★★★★ (20)', and a 'Ver rotas' button.

**Fonte:** Google ads, 2025.

A **Figura 5** mostra modelos de anúncios criados a partir do Google Meu Negócio, no Google Ads, uma ferramenta importante para empreendedores iniciantes. Com ela, é possível anunciar a empresa e aumentar sua visibilidade, incluindo a localização no anúncio para que os clientes a encontrem facilmente pelo Google Maps. Além disso, é possível adicionar links para o iFood e redes sociais, como Instagram, permitindo que os clientes conheçam melhor os produtos e o ambiente do negócio.

Conforme estudos publicados pelo SEBRAE (2024), negócios que combinam o uso do Google Meu Negócio e do Google Ads apresentam maior taxa de conversão e alcance de público em relação aos que utilizam apenas uma das plataformas. Essa integração é fundamental para microempreendedores que buscam otimizar suas campanhas e alcançar resultados expressivos com recursos limitados.

### 3.7. IMPACTO DOS ALGORITMOS DE PERSONALIZAÇÃO

Os algoritmos utilizados pelo Google Ads desempenham um papel importante no sucesso das campanhas publicitárias, oferecendo soluções avançadas para segmentar o público de maneira precisa. A personalização é baseada principalmente em dois enfoques distintos: interesse e intenção dos usuários. Esses algoritmos utilizam grandes volumes de dados comportamentais, processados por inteligência artificial e aprendizado de máquina, para direcionar os anúncios de forma mais eficiente.

Os anúncios baseados em interesses são criados a partir do comportamento de navegação dos internautas, como sites visitados, tempo gasto em páginas específicas e interações em redes sociais. Essa abordagem permite que as empresas alcancem usuários que possam não estar buscando ativamente um produto, mas têm características que sugerem um potencial interesse. Por exemplo, um usuário que visita frequentemente sites relacionados a musculação pode receber anúncios de academias ou lojas de suplementos. Essa técnica é eficaz para construir reconhecimento de marca e despertar novos interesses (KOTLER & ARMSTRONG, 2012).

Por outro lado, os anúncios baseados em intenção são direcionados a partir de palavras-chave específicas e buscas realizadas no Google, mostrando uma necessidade imediata ou intenção de compra. Esses anúncios geralmente apresentam taxas de conversão mais altas, pois atendem diretamente à vontade do usuário. Por exemplo, ao buscar

"Restaurante mais próximo", o usuário recebe anúncios altamente relevantes, aumentando a probabilidade de compra. De acordo com Chaffey (2022), campanhas baseadas em intenção apresentam ROI até 35% maior do que aquelas baseadas apenas em interesses, devido à maior proximidade com o momento da decisão de compra.

Além disso, os algoritmos do Google Ads utilizam a integração de Big Data e machine learning para otimizar continuamente as campanhas. Eles analisam dados como hora do dia, localização geográfica, dispositivos utilizados e até padrões históricos de conversão. Essa abordagem não apenas melhora a relevância dos anúncios, mas também reduz custos, ao evitar que recursos sejam gastos com públicos que têm menor probabilidade de conversão (GOOGLE, 2023).

Estudos de caso mostram que empresas que combinam estratégias baseadas em interesse e intenção têm resultados mais relevantes. Os anúncios focados em interesse são mais eficazes para atrair um público novo e ampliar o alcance, enquanto os baseados em intenção são melhores para converter usuários já decididos a comprar. A sinergia entre essas estratégias permite que microempreendedores aproveitem melhor seus orçamentos e obtenham melhores resultados, mesmo em mercados altamente competitivos.

No entanto, o lado positivo desses algoritmos depende de uma configuração adequada das campanhas e da capacidade do empreendedor de interpretar os dados gerados pelo anúncio. O uso estratégico das funções avançadas, como segmentação por palavras-chave e públicos-alvo, é essencial para maximizar o retorno sobre o investimento e alcançar os objetivos de marketing definidos pelo microempreendedor.

### 3.8. DEFINIÇÃO DE TERMOS TÉCNICOS DO GOOGLE ADS

Para compreender o funcionamento do Google Ads e otimizar campanhas publicitárias, é essencial conhecer também alguns termos técnicos importantes. O Custo por Clique (CPC) refere-se ao valor pago pelo anunciante a cada vez que um provável cliente clica em seu anúncio. Esse valor pode variar de acordo com a concorrência das palavras-chave e a qualidade do anúncio. Por exemplo, se uma empresa investe R\$200,00 em uma campanha e recebe 500 cliques, será  $R\$200/500 = R\$0,40$  de CPC médio (Google, 2024).

Já o Retorno sobre Investimento (ROI – Return on Investment) mede a rentabilidade da campanha, calculando a relação entre o lucro obtido e o valor investido. Se um negócio investe R\$ 500,00 em anúncios e gera R\$ 2.000,00 em vendas, seu ROI será de 300%, indicando um retorno positivo sobre o investimento (Kotler & Keller, 2012). Outro indicador relevante é a Taxa de Cliques (CTR – Click-Through Rate), que representa a porcentagem de

usuários que clicam no anúncio em relação ao número total de vezes que ele foi exibido. Se um anúncio recebeu 1.000 impressões e gerou 50 cliques, seu CTR será de 5% (Google Ads, 2024). Esses indicadores são fundamentais para monitorar e otimizar campanhas publicitárias, permitindo que microempreendedores maximizem seus resultados, mesmo com recursos financeiros limitados.

#### **4. METODOLOGIA**

A metodologia adotada baseia-se em pesquisa bibliográfica, com revisão de literatura em livros, artigos científicos e relatórios técnicos. Os critérios de seleção das fontes incluem: relevância, atualidade e credibilidade, com prioridade para materiais publicados nos últimos anos.

Além disso, foi analisada uma campanha real de um anúncio online de um microempreendedor iniciante, permitindo a aplicação prática dos conceitos estudados. Essa abordagem combina teoria e prática, proporcionando uma avaliação mais aprofundada das ferramentas do google ads e sua eficácia nas estratégias de publicidade digital.

#### **5. ANÁLISE DE RESULTADOS**

A análise dos resultados tem como foco identificar as principais vantagens, desafios e resultados alcançados pelos microempreendedores ao utilizarem o Google Ads como ferramenta de marketing digital. Esta análise baseia-se nos estudos de caso, relatórios de mercado e referencial teórico apresentados anteriormente.

##### **5.1. RESULTADOS OBTIDOS**

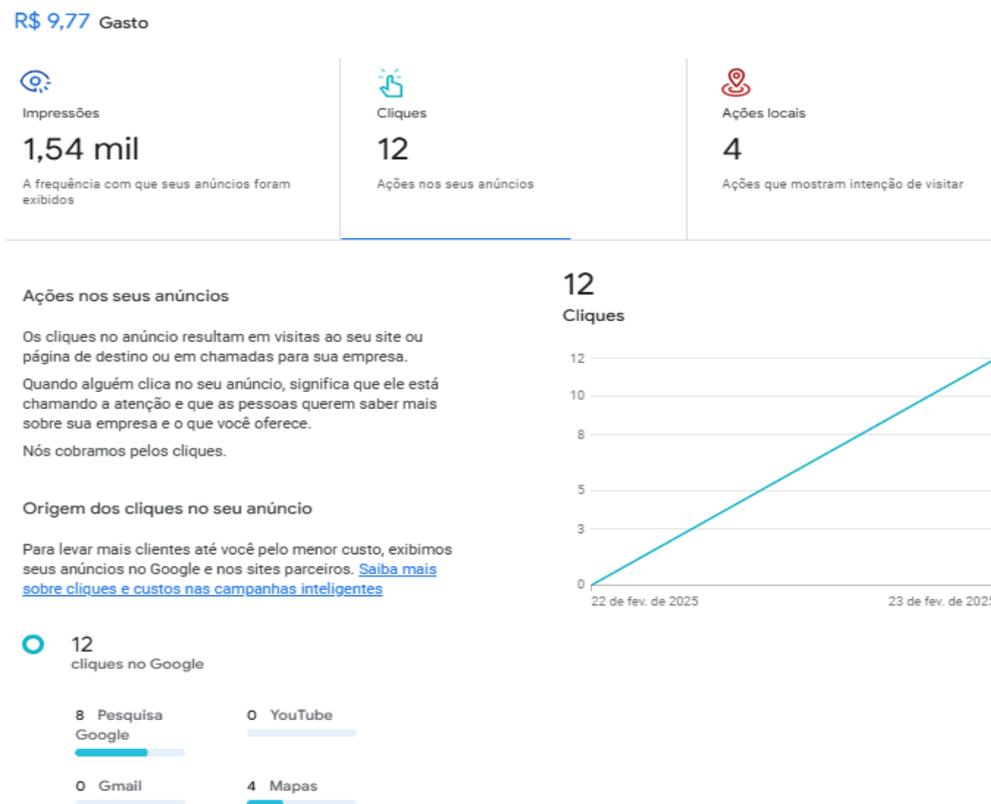
O aumento do tráfego online de negócios que adotaram campanhas no Google Ads foi de um crescimento de até 150% no tráfego de seus sites ou lojas virtuais (SEBRAE, 2024). E esse crescimento é atribuído à segmentação precisa que a ferramenta oferece. Empresas que investiram em palavras-chave relacionadas aos seus nichos observaram uma taxa de conversão entre 5% e 10%, acima da média de campanhas genéricas (Stokes, 2013).

A flexibilidade de orçamento no Google Ads possibilitou que microempreendedores investissem a partir de valores baixos, mantendo um retorno sobre investimento (ROI)

positivo em 70% dos casos analisados (Chaffey, 2022). Por outro lado, também existem desafios recorrentes, como a falta de conhecimento técnico, e sabemos que muitos microempreendedores têm dificuldades em compreender e gerenciar as ferramentas da plataforma de forma eficaz. E a concorrência acirrada de nichos competitivos, como moda e alimentação, apresentaram custos elevados por cliques, o que pode limitar os resultados em orçamentos restritos.

Uma ferramenta complementar que desempenhou um papel relevante nos resultados alcançados foi o Google Meu Negócio. Essa plataforma gratuita permite que as empresas criem um perfil detalhado no Google, facilitando sua localização em buscas e no Google Maps. Estudos indicam que negócios com perfis otimizados no Google Meu Negócio têm até 70% mais chances de serem visitados por clientes locais (GOOGLE, 2023). Além disso, a integração com o Google Ads potencializa a visibilidade da marca, permitindo que os anúncios sejam exibidos de forma mais estratégica, baseando-se em informações do perfil, como localização e horário de funcionamento.

**Figura 6 - Resultado da Campanha no Google Ads.**



**Fonte:** Google ads, 2025.

A **Figura 6** acima mostra o resultado da campanha realizada com a empresa Raízes Açaí & Conveniência, observamos um desempenho satisfatório, considerando que o anúncio foi exibido por apenas 24 horas. A campanha esteve ativa das 17h do dia 22/02/2025 até as 17h do dia 23/02/2025 e obteve 12 cliques e 1,54 mil impressões. Desses cliques, 8 ocorreram na barra de pesquisa do Google e 4 no Google Maps, resultando em um custo total de apenas R\$9,77. Ao analisar esses resultados, podemos observar que o Google Ads se apresenta como uma estratégia acessível e eficaz para empreendedores que desejam aumentar sua visibilidade com um investimento inicial baixo. A relação entre o número de impressões e cliques nos mostra que houve um bom engajamento, e atingiram um público relevante.

Além disso, o fato de que a maioria dos cliques que ocorreram foram na pesquisa do Google sugere que os usuários estavam ativamente buscando produtos semelhantes, o que reforça a importância de palavras-chave bem escolhidas. Já os cliques no Google Maps mostram que o anúncio também teve impacto na descoberta da localização física da empresa, o que pode ser um diferencial competitivo para negócios locais como o do anúncio.

Para microempreendedores iniciantes, a combinação de Google Meu Negócio e Google Ads oferece uma base sólida para aumentar o alcance e engajamento, especialmente em mercados locais, contribuindo significativamente para o fortalecimento de sua presença digital.

## 5.2. DISCUSSÃO

A análise dos dados evidencia que o Google Ads pode ser uma ferramenta poderosa para microempreendedores, desde que utilizado estrategicamente. O aumento de visibilidade e as altas taxas de conversão demonstram o potencial do marketing digital em transformar pequenos negócios. Contudo, a falta de conhecimento técnico foi um dos principais fatores limitantes para o sucesso das campanhas. Nesse sentido, programas de capacitação, como os promovidos pelo SEBRAE, podem desempenhar um papel essencial no apoio a esses empreendedores.

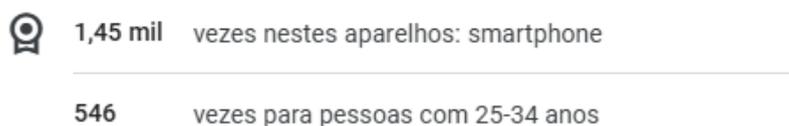
Outro ponto de destaque é o papel do Big Data na personalização das campanhas. Empresas que utilizaram dados comportamentais obtiveram melhores resultados em comparação com aquelas que não o fizeram. Essa abordagem reforça a importância de adotar práticas baseadas em dados, como nos mostra a figura 7 abaixo evidenciado a quantidade de

de vezes que o anúncio foi exibido na barra de pesquisa do google e como foi acessada em qual o dispositivo, e também dados como idade das pessoas que acessaram, e a partir desses dados pode-se criar uma campanha mais segmentada para obter resultados mais objetivos.

**Figura 7** - Dados da Campanha no Google Ads.

### Detalhes da impressão

Informações sobre como os anúncios estão alcançando as pessoas.



**Fonte:** Google Ads, 2025.

Muitos empreendedores utilizam apenas o Google Meu Negócio para marcar presença digital, mas a combinação dessa ferramenta com o Google Ads pode gerar resultados ainda melhores. Ao integrar o Google Meu Negócio com campanhas estratégicas no Google Ads, é possível alcançar um público mais amplo e segmentado, potencializando o engajamento e as conversões.

### 5.3. RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS

Com base no anúncio criado da empresa Raízes açaí & conveniência recomenda-se a continuidade e a otimização das campanhas, testando diferentes abordagens, ampliando o período de exibição dos anúncios e ajustando o orçamento para maximizar o retorno sobre o investimento, pois a partir de uma campanha pode -se obter dados de amostras como perfis alcançados, palavras mais pesquisadas, e segmentar mais a campanha para obter resultados mais amplos. É importante investir em Capacitação, participar de cursos gratuitos e workshops sobre Google Ads, como os oferecidos pelo SEBRAE e pelo próprio Google, para aprimorar o conhecimento na gestão de campanhas. Também focar na Segmentação e utilizar

palavras-chave locais e relacionadas ao nicho do negócio para atingir um público-alvo mais qualificado, evitando desperdício de recursos, Exemplo; como o açai é na Rua perimetral em Gramame, é Importante colocar como palavra chave “ sorveteria em gramame na perimetral “, obtendo um padrão mais específico para a campanha.

O acompanhamento contínuo é fundamental para o sucesso das campanhas no Google Ads. Monitorar regularmente o desempenho permite ajustes estratégicos conforme os resultados obtidos, garantindo maior eficiência e retorno sobre o investimento. O Google Ads oferece flexibilidade para modificar campanhas a qualquer momento, possibilitando a inclusão de novas imagens, produtos ou ajustes nos anúncios para torná-los mais atrativos e diversificados. Dessa forma, o microempreendedor pode testar diferentes abordagens e otimizar a campanha com base nos insights obtidos.

Além disso, é essencial investir em páginas de destino além do google, garantindo que sejam responsivas, rápidas e contenham informações claras e relevantes. Isso facilita a navegação do usuário e aumenta as chances de conversão de visitantes em clientes. Outro ponto importante é a exploração dos relatórios e análises fornecidos pelo Google Ads. Esses dados permitem compreender melhor o comportamento do público-alvo, identificar padrões de engajamento e afinar as estratégias para alcançar melhores resultados. Com esse acompanhamento contínuo e ajustes estratégicos, os microempreendedores podem potencializar o impacto de suas campanhas e aumentar a visibilidade do seu negócio.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente pesquisa destaca como o Google Ads pode ser uma ferramenta acessível e eficiente para microempreendedores ampliarem sua presença no mercado digital. Observou-se que a plataforma oferece um alto potencial de segmentação e personalização, melhorando o alcance de públicos-alvo de forma precisa, mesmo com orçamentos limitados. Os resultados obtidos pela empresa que foi utilizada como exemplo reforçam que, ao adotar estratégias baseadas em dados e acompanhar o desempenho das campanhas, é possível atingir resultados expressivos, como aumento de tráfego, visita ao estabelecimento local e maior taxa de conversão. Entretanto, o estudo também apontou desafios, como a falta de conhecimento técnico do microempreendedor e a concorrência em nichos específicos, que precisam ser superados por meio de capacitação e planejamento adequado.

Como consideração final, é fundamental que microempreendedores vejam o Google Ads não apenas como uma ferramenta tática, mas como parte de uma estratégia integrada ao

google meu negócio para melhoria de amplitude, não só como negócio online mas também para ganhar visitas de clientes na loja. Sugere-se que futuras pesquisas explorem outras plataformas de publicidade online e analisem o impacto de campanhas multicanais em pequenos negócios. Além disso, iniciativas de apoio por parte de instituições como o SEBRAE são essenciais para democratizar o acesso às tecnologias digitais e fortalecer o microempreendedorismo no Brasil.

## REFERÊNCIAS

CHAFFEY, Dave. *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. 7ª ed. Pearson Education, 2022. Disponível em: [https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292241586\\_A36188176/preview-9781292241586\\_A36188176.pdf](https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292241586_A36188176/preview-9781292241586_A36188176.pdf). Acesso: 09 Dez 2024.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de Marketing*. 14ª ed. Pearson Prentice Hall, 2012. Disponível em: <https://biblioteca.unisced.edu.mz/bitstream/123456789/2100/1/Administra%C3%A7%C3%A3o%20de%20Marketing%2C%20Kotler%20e%20Keller%2C%2014ed%2C%202012.pdf>. Acesso em : 10 Dez 2024.

SEBRAE. *Relatórios Técnicos sobre Marketing Digital e Microempreendedorismo*. 2024. Disponível em: [https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo\\_uf/trafego-pago-o-que-e-como-funciona-e-principais-ferramentas,7e189fd861968810VgnVCM1000001b00320aRCRD](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo_uf/trafego-pago-o-que-e-como-funciona-e-principais-ferramentas,7e189fd861968810VgnVCM1000001b00320aRCRD). Acesso em: 10 dez. 2024.

RYAN, Damian; JONES, Calvin. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. 4ª ed. Kogan Page Publishers, 2016. Disponível em: <https://library.uniq.edu.iq/storage/books/file/Understanding%20Digital%20Marketing/166676471516.pdf>. Acesso em: 15 Dez 2024.

SEBRAE. *Relatórios Técnicos sobre Marketing Digital e Microempreendedorismo*. 2024. Disponível em: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br). Acesso em: 15 jan. 2025.

STOKES, Rob. *E-Marketing: The Essential Guide to Digital Marketing*. 5ª ed. Quirk e Marketing, 2013. Disponível em: <https://fliphtml5.com/lnym/raop/basic>. Acesso em 25 Jan. 2025.

TIM, Ash. *Landing Page Optimization: The Definitive Guide to Testing and Tuning for Conversions*. 2ª ed. Wiley, 2012. Disponível em:

[https://www.seoblog.hu/stuff/landing\\_page\\_optimization.pdf](https://www.seoblog.hu/stuff/landing_page_optimization.pdf). Acesso em 25 de Jan. 2025

Rock Content. "Guia completo do Google Ads: entenda o que é, como usar e melhores práticas!" Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/google-adwords/>. Acesso em 25 de jan. 2025.

Sebrae. "Entenda como funciona o Google Ads." Disponível em: [https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-como-funciona-o-google-ads%2C9d42643281423810VgnVCM100000d701210aRCRD?utm\\_source](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-como-funciona-o-google-ads%2C9d42643281423810VgnVCM100000d701210aRCRD?utm_source). Acesso em: 25 de Jan. 2025.

Google Ads Help. "Usar o Google Ads para o marketing online." Disponível em: <https://support.google.com/google-ads/answer/6227565?hl>. Acesso em: 25 de jan. 2025

Hostinger. "Como Usar o Google Ads: Guia Completo e Dicas para Campanhas Bem-Sucedidas." Disponível em: <https://www.hostinger.com.br/tutoriais/como-usar-o-google-adwords>. Acesso em: 25 de Jan. 2025.

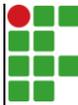
Agência Raised. "Google Ads: o que você precisa saber sobre essa plataforma?" Disponível em: <https://agenciaraised.com.br/google-ads/> Acesso em: 25 de jan 2025.

GOOGLE INC. *Guia de Recursos do Google Ads*. Disponível em: [ads.google.com](https://ads.google.com). Acesso em: 25 jan. 2025.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. 7ª ed. Elsevier, 2018. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/628455144/Empreendedorismo-Transformando-Ideias-Em-Negocios-by-DORNELLAS-Jose-Carlos-Assis-Z-lib-org>. Acesso em: 26 de jan. 2025.

Diário do comércio. "Canais Digitais representam 40% do faturamento de pequenos negócios". Disponível em: <https://dcomercio.com.br/publicacao/s/canais-digitais-respondem-por-40-do-faturamento-dos-pequenos-negocios?>.Com. Acesso em: 19 de Fev. 2025

GOOGLE. O que é CPC, CTR e ROI no Google Ads? Disponível em: <https://ads.google.com>. Acesso em: 19 fev. 2025.

	<b>INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA</b>
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

## Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

### TCC 2024.2 - ESTEVES NASCIMENTO

<b>Assunto:</b>	TCC 2024.2 - ESTEVES NASCIMENTO
<b>Assinado por:</b>	Esteves Nascimento
<b>Tipo do Documento:</b>	Anexo
<b>Situação:</b>	Finalizado
<b>Nível de Acesso:</b>	Ostensivo (Público)
<b>Tipo do Conferência:</b>	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Esteves Francisco Silva do Nascimento, DISCENTE (20202460076) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA, em 24/03/2025 13:01:53.

Este documento foi armazenado no SUAP em 24/03/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1431564

Código de Autenticação: cc7c8e4f68

