

## FÓRUM CIENTÍFICO DO UNICERP E ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EDIÇÃO 2021

### MARKETING DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA: Uma pesquisa de campo aplicada na cidade de Patrocínio-MG

Gabriel França Siqueira<sup>1</sup>, Fátima Yukari Akiyoshi França<sup>2</sup>

E-mail: marra.gabriel@gmail.com

1Discente do curso de Administração pelo UNICERP. 2 Mestre em Teoria Literária pela UFU (Universidade Federal de Uberlândia). E-mail: fyaf@unicerp.edu.br

#### RESUMO

**Introdução:** Este presente trabalho abordou sobre a temática Marketing Digital durante a pandemia causada pelo vírus Covid-19. Pois, é necessário entender como o impacto econômico e social em decorrência da pandemia afetou o mercado que estava em constante crescimento. Com a globalização e a facilidade de informação a propaganda digital vem sendo desenvolvida através dos anos e empresas destinadas a esse serviço começaram a surgir. Na atualidade grande parte dos esforços dedicados a essa área se concentram principalmente nas redes sociais portanto deve se entender como a pandemia influenciou e o que as empresas esperam para o futuro. **Objetivo:** O objetivo será analisar como a presente situação de pandemia influenciou nas empresas direcionadas ao marketing digital, visando entender quais foram os impactos positivos e negativos de tempos tão adversos. **Material e Métodos:** O presente trabalho está pautado em uma pesquisa de campo que abrangerá a participação de empresas de assessoria e marketing digital atuantes de maneira física e online. O trabalho foi realizado com profissionais que atuam em empresas que prestam assessoria na área de marketing digital. O principal intuito da pesquisa foi entender o aumento da procura e o perfil de clientes que costumam buscar esse tipo de serviço. Os dados serão coletados mediante a utilização de questionários aplicados pelo próprio aluno pesquisador, buscando obter informações que possam dar veracidade a problemática estudada. **Resultados:** A partir do ano 2020, a demanda pelos serviços de assessoria no marketing digital notoriamente obteve um significativo aumento da procura e constatou-se, o estilo, as características e o perfil de clientes que buscaram esse tipo de serviço. Esse crescimento repentino despertou a atenção de empresas que perceberam que uma saída para sobreviver à crise gerada pela pandemia se encontrava no marketing digital. **Conclusão:** Em suma, este trabalho pretendeu analisar, entender e quantificar o efeito do crescimento do uso de redes sociais

## FÓRUM CIENTÍFICO DO UNICERP E ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EDIÇÃO 2021

causado pela pandemia e seu impacto na área, nas empresas e aos consumidores do marketing digital. É nítido que a era do marketing digital chegou com evidência na vida dos consumidores e, conseqüentemente, houve uma melhora neste seguimento empresarial.

**Palavras-chave:** Assessoria. Crise. Propaganda. Saúde.