

# A PUBLICIDADE E PROPAGANDA COMO FERRAMENTA DE E-MARKETING DE PEQUENAS EMPRESAS DE JANDAIA DO SUL/PR

JORGE JANOLIO JUNIOR

CESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ, MARINGÁ - PR

Num mundo globalizado e com um mercado cada vez mais competitivo, se manter no cotidiano do consumidor está sendo uma das maiores dificuldades das empresas, principalmente para as de menor porte, que estão abrindo suas portas e desejam inserir suas novidades em meio a produtos já consagrados e que já têm seus consumidores fiéis. O que pode contribuir, e muito, para a decisão do consumidor é o trabalho executado pelo Marketing que, ao se unir ao meio eletrônico, deu origem ao marketing eletrônico ou e-marketing que pode ser uma extraordinária forma de atingir o cliente já que a Internet é cada vez mais presente nas sociedades. A Internet é o meio ideal para a propagação de uma informação porque a transmissão de dados de um para vários usuários é uma de suas características e, ainda, segundo as próprias definições de marketing, devemos valorizar o cliente e toda a sua totalidade para convencê-lo e isso pode ser conseguido pela internet através dos serviços que ela oferece como Word Wide Web - www; correio eletrônico (e-mail); e o CHAT. Mas, mesmo tendo o público e o meio, ainda falta um instrumento, um gancho que ligue empresa e consumidor. Por este motivo, o e-marketing necessitou incluir também todas as ferramentas do marketing para a web, principalmente a Publicidade e Propaganda. Servindo como base principal para o marketing nas empresas, a Publicidade, que cria e protege a imagem do produto, e a Propaganda, que divulga tal imagem, também se ajustaram ao meio eletrônico e criaram formas e formatos (além de tecnologia) para que se fosse possível transitar suas informações na rede mundial. A partir destas informações daremos início à esta pesquisa onde inicialmente será feito um levantamento bibliográfico na área de Marketing, Publicidade e Propaganda, e-commerce e e-marketing para que se tenha uma base teórica-prática do assunto. Após isso será feito uma observação de Campo, utilizando-se de 3 empresas, de pequeno porte da cidade de Jandaia do Sul, levando em consideração aspectos de divulgação de produtos como a forma que as mesmas divulgam seus produtos e qual seu contato com o meio. O próximo passo será fazer um apanhado de informações, confrontando os dados do levantamento bibliográfico, feito na primeira etapa da pesquisa, e com as informações colidas nas empresas observadas, tentando entender como as mesmas trabalham o marketing e como poderia trabalhar a divulgação de seus produtos através da Internet. Ao final da pesquisa, será feito proposições de estratégias de e-marketing, utilizando a publicidade e propaganda, para uma pequena empresa fictícia objetivando a montagem de um modelo que poderá ser utilizado em diversas empresas do ramo, de forma que possam se espelhar, redirecionando os objetivos, mas utilizando dos mesmos métodos. Este trabalho, então, objetiva levantar exemplos de estratégias de e-marketing por meio da Publicidade e Propaganda e sugerir sua aplicação na estrutura e comunicação de pequenas empresas da cidade Jandaia do Sul, no novo Norte do Paraná. A finalidade é levar às pequenas empresas do ramo uma nova forma simples, moderna e barata de divulgar um produto, atendendo a demanda de empresas que procuram novas

**Palavras-chave:** publicidade e propaganda; e-marketing; internet

[artesorjorge@hotmail.com](mailto:artesorjorge@hotmail.com)