



PUBLICIDADE E PROPAGANDA ON-LINE: UM DIAGNÓSTICO DAS PEQUENAS EMPRESAS DE JANDAIA DO SUL/PR

Jorge Janolio Junior

Acadêmico do Curso de Publicidade e Propaganda do CESUMAR – Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

Ana Paula Machado Velho

Orientadora e docente do Curso de Publicidade e Propaganda do CESUMAR – Centro Universitário de Maringá, Maringá - Paraná

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, iniciamos esta pesquisa através de um levantamento bibliográfico na área de Marketing, Publicidade e Propaganda, e-commerce e e-marketing para se ter uma base teórica-prática do assunto. Após isso, foi feita uma pesquisa de Campo, utilizando-se de 19 empresas, de pequeno porte da cidade de Jandaia do Sul. Considerando que a maior dificuldade dessas empresas é injetar seus produtos no mercado competitivo e manter-se na “escolha” do consumidor, além de manter um baixo custo para divulgação, o foco desta pesquisa foi verificar a possibilidade de se utilizar como meio de comunicação a Internet e, através de estratégias de e-marketing, colocando em evidência a Publicidade e Propaganda on-line, atingir o público desejado. De modo geral, a pesquisa se constituiu de um questionário, com 30 questões divididas em 5 partes: Dados da empresa, necessários para tipificar as empresas entrevistadas como pequenas; Tecnologia da Empresa: objetivando verificar a possibilidade das empresas em colocar a proposta deste trabalho em prática sem requer mais algum equipamento; Produção: visando observar o poder de atendimento da empresa no caso de um aumento de vendas; Clientes, fornecendo informações que contribuirão na montagem das peças e planejamento das campanhas da área promocional, e; Marketing e Divulgações, onde se priorizou verificar os conhecimentos e aplicações do marketing e da publicidade na empresa e, também, levantar um histórico da empresa na área de propaganda, apontando as intenções da empresa em relação a divulgação de produtos e seus gastos na área. Este trabalho, então, objetivou analisar as pequenas empresas da cidade de Jandaia do Sul, no novo Norte do



Paraná, mantendo seu foco na dinâmica da área de divulgação. A finalidade foi levantar informações para, em um trabalho posterior, 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 estratégias com baixo custo e com um retorno considerável e, por fim, deixar uma contribuição Bibliográfica para esta área, já que não existe em grande quantidade.

artesjorge@hotmail.com;anapaula@cesumar.br

PICC – Programa de Iniciação Científica do Cesumar