

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



A REALIDADE DO MERCADO DA COMUNICAÇÃO A PARTIR DA PERSPECTIVA DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS PÓS PANDEMIA COVID-19.

Pesquisador(es): KAFER, Júlia Gabriela; SANTOS, Paulo Ricardo dos
Instituição de Ensino Superior/Curso: Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc),
Curso de Publicidade e Propaganda
Área: Área das Ciências Sociais.

Introdução: A nova crise enfrentada devido ao COVID-19, não só desencadeou diversos problemas ao sistema de saúde, como também causou sérias consequências na crise econômica global. Inúmeras restrições e mudanças tiveram que ser impostas, nos mais diversos setores do mercado de trabalho, incluindo no mercado da comunicação que é o nosso principal foco de estudo. **Objetivo:** Analisar a situação atual do mercado de comunicações na perspectiva das pequenas e médias empresas após a pandemia Covid-19 no Meio Oeste de Santa Catarina. **Método:** A pesquisa foi realizada na região do Meio Oeste Catarinense. Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2010 a população das cidades alcançaram 349.143 mil habitantes, composta por 32 municípios. (SEBRAE, 2013). Foi aplicado um questionário em pequenos e médios anunciantes da região, filiados ao CDL e também à ACIOC, sendo o mesmo de caráter descritivo e quantitativo. **Resultados:** Ao analisar os principais resultados da pesquisa, conseguimos visualizar que a maior parte das empresas não aumentaram seus investimentos em Marketing e propaganda durante a pandemia, e a grande maioria, tiveram que adotar novas estratégias dentro do seu estabelecimento. Além disso, a comunicação direta com os clientes foi um ponto bem relevante e que não podemos deixar de citar. Por fim, é notório que as empresas da região analisadas, sofreram economicamente devido ao Covid-19, no qual a maior parte delas não aumentaram o investimento em mídia durante o período de pandemia, ou mantiveram seus gastos, ou diminuiram. **Conclusão:** Os resultados da pesquisa, demonstram que a maior parte das empresas do Meio Oeste Catarinense, foram afetadas em suas estratégias, quadros de

- XXVII Seminário de Iniciação Científica
- XIV Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão - SIEPE



funcionários e financeiramente, principalmente nas micro e pequenas empresas do Brasil, e o mercado da comunicação não ficou de fora, pandemia, tendo que se reinventar constantemente. Não conseguimos ter uma resposta concreta do que irá acontecer com a área de comunicação, pois o mercado de trabalho está em constante transformação. A única situação que podemos afirmar, é que o mundo não é mais o mesmo, e a era digital irá conquistar cada vez mais a população. Mas, precisamos dar atenção aos consumidores, e focar nas estratégias que nos conectam com os mesmo, pois as mudanças significativas ainda não acabaram e com tanta tecnologia e informação, não irão normalizar tão cedo. Por fim, podemos verificar a importância das pesquisas científicas para a população, com elas podemos comparar dados e informações para termos perspectivas/hipóteses para o futuro. Ademais, como sugestão, devemos continuar com a determinada pesquisa pós pandemia, para conseguirmos verificar como está o mercado de comunicação em comparação aos dias atuais.

Palavras-chave: COVID-19. Propaganda. Marketing. Comunicação.

E-mails: julia.kafer@unoesc.edu.br e paulo.santos@unoesc.edu.br

