

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR EDSON GALVÃO
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**LUCAS NUNES DA SILVA
HYGOR DE SOUZA LEITE**

**MARKETING DIGITAL
“A evolução da comunicação publicitária”**

**São Miguel Arcanjo
2023**

**LUCAS NUNES DA SILVA
HYGOR DE SOUZA LEITE**

**MARKETING DIGITAL
“A evolução da comunicação publicitária”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da ETEC Edson Galvão, orientado pelo Prof. Antônio da Silva, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**São Miguel Arcanjo
2023**

Epígrafe

“Toda publicidade é uma intromissão.
E o mínimo que um intrometido deve ser é
charmoso e bem-educado.”

Washington Olivetto

Resumo

O marketing e a publicidade desempenham papéis fundamentais no funcionamento das empresas em um mundo competitivo. O marketing identifica as necessidades dos clientes e cria produtos e serviços que atendem a essas demandas, enquanto a publicidade promove esses produtos e serviços por meio de canais de comunicação pagos.

No entanto, alguns mercados ainda utilizam estratégias de marketing antiquadas e ineficientes. Este trabalho apresenta o mercado digital na cidade de São Miguel Arcanjo como uma solução para esse problema. Por meio de uma pesquisa, foi constatado que a maioria dos entrevistados conhecem e/ou já visitaram a cidade de São Miguel Arcanjo, mas não acompanha as redes sociais das empresas locais.

Os resultados mostram que as empresas da região têm dificuldades em atrair e cativar clientes, não se posicionando nos novos meios de publicidade.

Diante desse cenário, é apresentado a TAKE, uma agência de publicidade que busca ajudar as empresas locais a se destacarem no mercado digital, utilizando estratégias assertivas para atrair clientes, promover os pontos turísticos e gerar mais visitantes.

Palavras-Chave: Marketing, Publicidade, comunicação, São Miguel Arcanjo, agência

Abstract

Marketing and advertising play fundamental roles in the functioning of companies in a competitive world. Marketing identifies customer needs and creates products and services that meet those demands, while advertising promotes these products and services through paid communication channels.

However, some markets still use outdated and inefficient marketing strategies. This work presents the digital market in the city of São Miguel Arcanjo as a solution to this problem. Through research, it was found that the majority of respondents are familiar with and/or have visited the city of São Miguel Arcanjo, but do not follow the social media of local businesses.

The results show that businesses in the region struggle to attract and engage customers, failing to position themselves in the new advertising channels.

In light of this scenario, TAKE is introduced, an advertising agency that aims to help local businesses stand out in the digital market by using effective strategies to attract customers, promote tourist attractions, and generate more visitors.

Keywords: Marketing, Advertising, communication, São Miguel Arcanjo, agency

SUMÁRIO

1.1 INTRODUÇÃO.....	1
1.2 Publicidade.....	1
1.3 Marketing.....	1
1.4 Visão Geral.....	1
1.5 Problemática.....	2
2.1 DESENVOLVIMENTO.....	3
2.2 Passando pela história.....	3
2.3 Pesquisa.....	4
2.4 Solução.....	11
2.5 Sobre a Agência.....	12
3.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	14
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	15

1.1 - INTRODUÇÃO

O marketing e a publicidade são fundamentais para o funcionamento das empresas em um mundo cada vez mais competitivo. O marketing é uma disciplina que envolve estratégias para identificar as necessidades e desejos dos clientes, criar produtos e serviços que atendam a essas demandas e entregar valor de forma eficaz. Por sua vez, a publicidade é uma ferramenta importante que permite promover produtos ou serviços por meio de canais pagos e/ou gratuitos, utilizando anúncios em mídias tradicionais. Juntas, essas duas áreas trabalham em sinergia para sustentar o crescimento dos negócios.

1.2 - Publicidade

A publicidade desempenha um papel fundamental na promoção de marcas por meio de canais de comunicação pagos, como anúncios em televisão, rádio, mídias sociais, Google Ads, entre outros. As empresas podem criar mensagens persuasivas e criativas para alcançar seu público-alvo de forma efetiva, construir a conscientização de marca (*Brand Awareness*), aumentar a visibilidade e gerar interesse dos consumidores em relação aos produtos ou serviços oferecidos, esperando o aumento das vendas e da participação de mercado.

1.3 - Marketing

Por sua vez, o Marketing tem uma função mais estratégica, usando diversas ferramentas para aproximar o cliente do produto ou serviço de uma determinada empresa, adequando-os às necessidades e preferências dos consumidores.

As Marcas estão cada vez mais se atentando às tendências das mídias sociais, tendo em vista que 70% das empresas latino-americanas aumentaram seus investimentos em Marketing digital em 2021 segundo os dados presentes no estudo "Marketing Digital na América Latina", desenvolvido pela NTT DATA e a MIT Technology Review.

1.4 - Visão geral

Ambas as ferramentas são utilizadas por empresas para que, de alguma forma, possam se sobressair em meio à concorrência. Métodos como as pesquisas de mercado são essenciais. Permitindo aos empresários entender a influência dos

consumidores, identificar oportunidades de mercado e avaliar a concorrência. Com base em dados e insights obtidos por meio dessas pesquisas, as empresas podem segmentar seu público-alvo de forma mais precisa e desenvolver estratégias de marketing e publicidade direcionadas e adaptadas às necessidades e interesses dos clientes. Além disso, auxiliam na identificação de tendências emergentes e de oportunidades de inovação.

1.5 - Problemática

Porém, existem algumas regiões e mercados mais conservadores quando o assunto é marketing, que utilizam estratégias antigas e ineficientes para atingir o seu público. Dito isso, podemos afirmar que a função deste TCC é apresentar esse novo mercado digital. Utilizando a cidade de São Miguel Arcanjo como referência, mostraremos suas dores na prática e, mais do que apenas criticar, traremos a solução para o problema.

2.1 DESENVOLVIMENTO

O Marketing pode ser dividido em 4 eras, que representam a evolução das estratégias de negócios ao longo do tempo. A era da produção enfatizava a fabricação em massa, enquanto a era das vendas concentrava-se na persuasão para impulsionar as vendas. A era do marketing colocou o cliente no centro, buscando entender suas necessidades e criar valor. Já a era do marketing digital aproveita as oportunidades da internet e das mídias sociais para promover produtos e serviços. Embora essas eras se sobreponham e coexistam, elas mostram a transformação do marketing de uma abordagem de produção para uma orientação centrada no cliente, impulsionada pelo avanço da tecnologia.

2.2 - Passando pela História

No século XIX, com o advento da industrialização, houve uma mudança na forma como os produtos eram fabricados e distribuídos. A produção em massa tornou os produtos mais acessíveis e disponíveis em grande escala, criando uma necessidade de promovê-los para um público maior. Apareceram então os primeiros anúncios publicitários em jornais e revistas, bem como a distribuição de panfletos.

Logo após, no início do século XX, o marketing moderno começou a se desenvolver como uma disciplina acadêmica e profissional. A abordagem de marketing evoluiu de uma ênfase na produção para uma ênfase no consumidor, com a compreensão de que o sucesso dos negócios depende de viver as necessidades e desejos dos clientes. O conceito de marketing mix, desenvolvido por Jerome McCarthy em 1960, que incluía os famosos "4 Ps": Produto, Preço, Praça (Distribuição) e Promoção, tornou-se um marco importante na teoria do marketing.

A publicidade teve sua maior evolução, com o surgimento de novos meios de comunicação, como o rádio, a televisão e, mais tarde, a internet. A publicidade tornou-se uma indústria em crescimento, com agências especializadas na criação e veiculação de anúncios em diversos formatos, incluindo anúncios impressos, comerciais de televisão, spots de rádio e, mais recentemente, anúncios online e nas redes sociais.

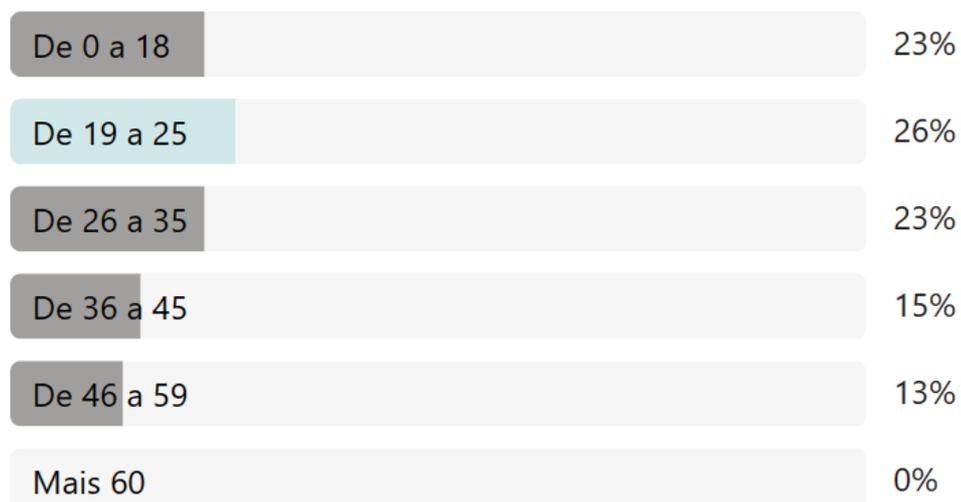
Com o tempo, o marketing e a publicidade conseguiram se tornar cada vez mais sofisticadas, com o uso de pesquisa de mercado, segmentação de público-alvo, branding, marketing digital e análise de dados para informar estratégias e tomar decisões de negócios. A tecnologia e a globalização também têm desempenhado um papel significativo na evolução do marketing e da publicidade, permitindo a personalização e a segmentação de mensagens de marketing, bem como a extensão do alcance das campanhas em nível global. Hoje em dia são peças fundamentais para o funcionamento das empresas em um mundo cada vez mais competitivo.

2.3 - Pesquisa para desenvolvimento dos argumentos

Os gráficos a serem apresentados referem-se à pesquisa realizada sobre o estudo proposto. Que foi elaborado utilizando *Microsoft Forms* para coleta de informações. Foram recebidas respostas de um total de 53 pessoas diferentes. Com um questionário composto por 10 perguntas, foi selecionado e aplicado no período de 1 a 19 de maio de 2023. O objetivo principal foi questionar os entrevistados sobre como eles enxergam o marketing da cidade em questão e sobre suas preferências no âmbito publicitário.

Gráfico 1 – Quantos anos você tem?

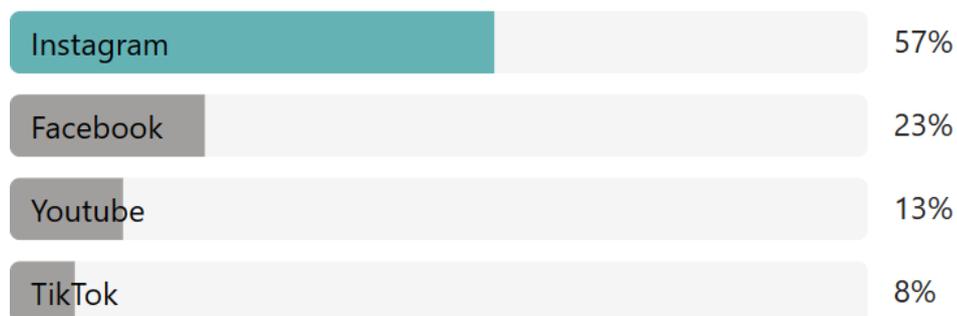
1. Quantos anos você tem?



Como demonstrado no gráfico 1, responsável por traçar uma média de idade entre os entrevistados, 23% declararam ter de 0 a 18 anos, seguido de 26% com 19 a 25 anos, 23% com 26 a 30 anos, 15% com 36 a 40 anos, 13% com 46 a 59 anos e nenhum entrevistado com mais de 60 anos. Mostrando que a pesquisa atingiu majoritariamente um público jovem/adulto, sendo 72% dos entrevistados com 0 a 35 anos.

Gráfico 2 – Qual rede social você mais usa?

2. Qual rede social você mais usa?



Como demonstrado no gráfico 2, responsável por definir a rede social mais utilizada pelos entrevistados, ou apenas para reforçar aquilo que todos nós já sabíamos, 57% declararam usar mais o *Instagram*, seguido de 23% usando mais o *Facebook*, 13% *YouTube* e 8% *TikTok*. Mostrando que mais da metade dos entrevistados passam mais tempo no *Instagram*, mesmo estando em 3º lugar no *ranking* de número de usuários, ficando atrás apenas do *YouTube* (2º lugar) e *Facebook* (1º lugar), ele ainda é a rede social em que as pessoas passam mais tempo no seu dia a dia.

Gráfico 3 – Você conhece São Miguel Arcanjo?

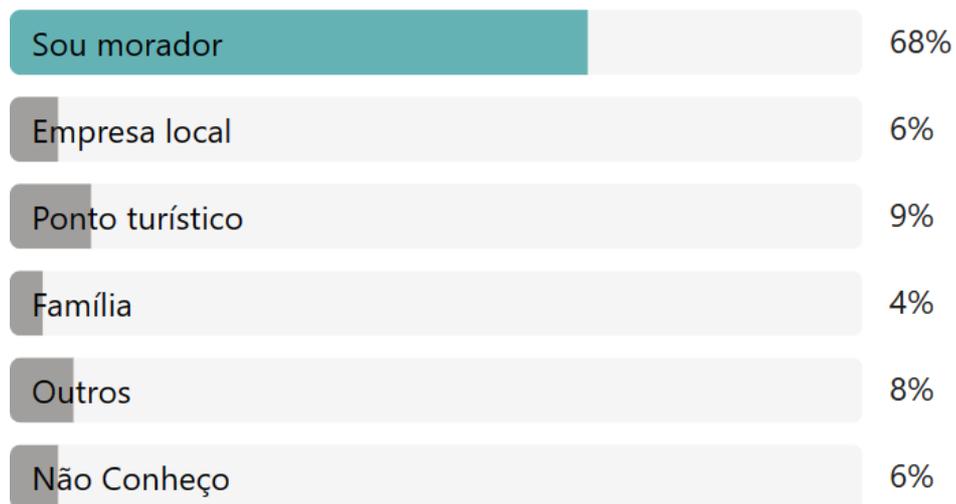
3. Você Conhece São Miguel Arcanjo?



Como demonstrado no gráfico 3, responsável por traçar uma média entre os entrevistados que conhecem ou não a cidade em questão, 94% declararam conhecer a cidade e apenas 6% ainda não conhecem. Mostrando que a pesquisa atingiu majoritariamente pessoas que já conhecem São Miguel Arcanjo.

Gráfico 4 – Se sim, por qual meio você conheceu a cidade?

4. Se sim, por qual meio você conheceu a cidade?

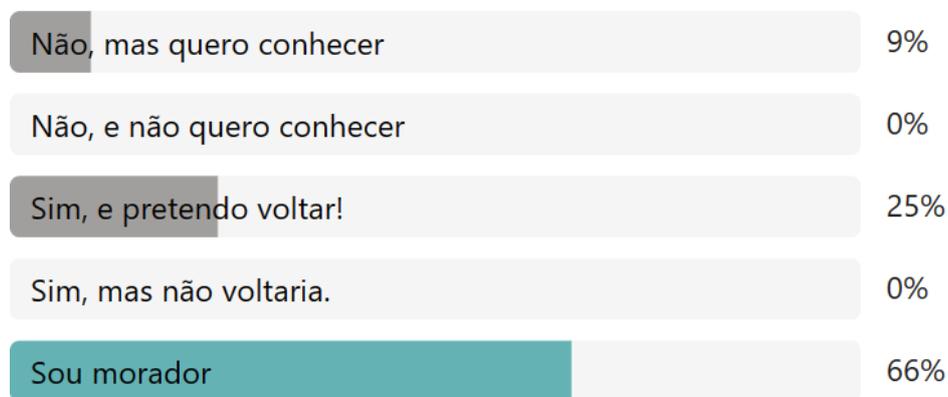


Como demonstrado no gráfico 4, responsável por informar como os entrevistados conheceram a cidade, 68% declararam se moradores da cidade, seguido de 6% que conhecem por alguma empresa local, 9% por um ponto turístico, 4% por algum familiar, 8% responderam “outros” e, como visto no gráfico anterior, 6% não

conhecem. Demonstrando alguns dos principais motivos para as pessoas conhecerem a cidade.

Gráfico 5 – Você já visitou São Miguel Arcanjo?

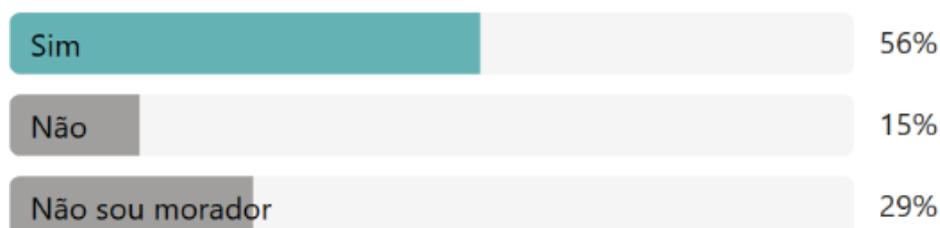
5. Você já visitou São Miguel arcanjo?



Como demonstrado no gráfico 5, responsável por questionar os não moradores da cidade sobre o seu desejo de visitá-la, 9% declararam que nunca visitaram, porém tem esse desejo, enquanto 25% já visitaram e pretendem voltar, 66% dizem ser moradores e nenhuma pessoa disse que não quer conhecer ou que não voltaria. Mostrando que a Cidade tem uma boa reputação entre os visitantes, mas é claro que devemos levar em consideração o senso ético de cada pessoa, dificilmente alguém responderia que não quer conhecer alguma cidade ou que não voltaria, pois se torna mais complicado sermos sinceros perante algo que pertence a outra pessoa, falaremos mais sobre o assunto no próximo gráfico.

Gráfico 6 – Pergunta aos moradores. Se você não fosse um morador, viria visitar a cidade?

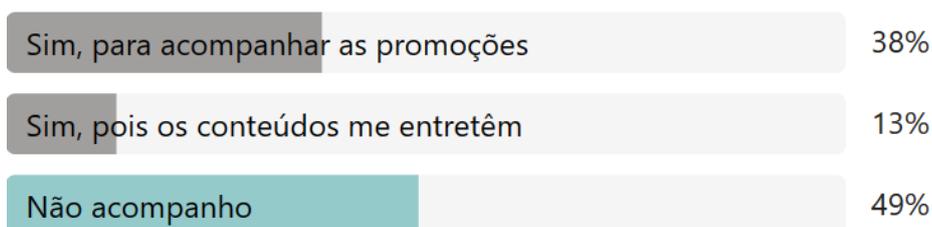
6. Pergunta aos moradores. Se você não fosse um morador, viria visitar a cidade?



Como demonstrado no gráfico 6, responsável por questionar os moradores da cidade sobre o seu desejo de visitá-la caso não morassem na mesma, 56% declararam que visitariam a cidade, enquanto 15% afirmam que não teriam esse desejo e 29% não são moradores. Mostrando que a Cidade tem uma boa reputação entre os moradores, porém, nesse caso, podemos avaliar melhor o tal “senso ético” descrito no gráfico 5, mesmo que a maioria tenha jogado a favor da sua cidade, é minimamente intrigante 15% dos moradores entrevistados alegarem que não visitariam a cidade, para um lugar que pretende viver do turismo, esse número é pode ser preocupante.

Gráfico 7 – Você acompanha as redes sociais de alguma empresa/instituição da cidade?

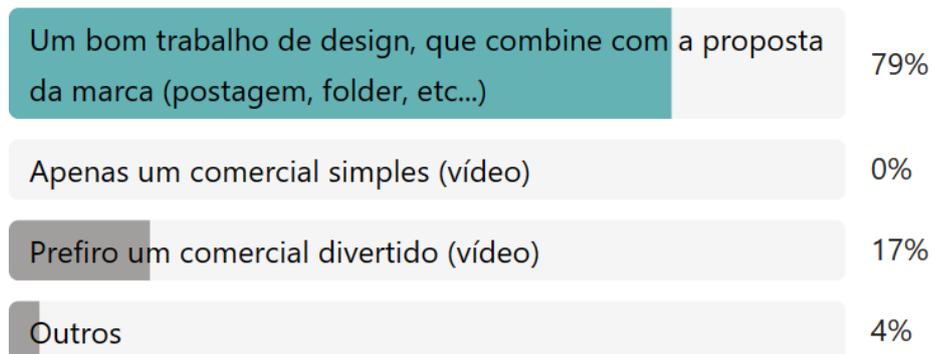
7. Você acompanha as redes sociais de alguma empresa/instituição da cidade?



Como demonstrado no gráfico 7, responsável por questionar os entrevistados sobre sua relação com os perfis em redes sociais das empresas da cidade, 38% dizem acompanhar apenas para ver algum tipo de promoção, seguido de 13% que acompanham para fins de entretenimento e 49% que não acompanham nenhuma. Demonstrando que a maioria das empresas não são capazes de prender a atenção de seus usuários, pois quase metade dos entrevistados afirmam não acompanhar nada.

Gráfico 8 – O que uma propaganda deve ter para chamar a sua atenção?

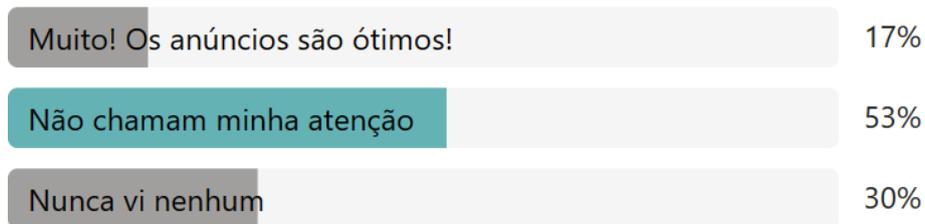
8. O que uma propaganda deve ter para chamar a sua atenção?



Como demonstrado no gráfico 2, responsável por questionar os entrevistados sobre o que uma peça publicitária deve ter para atrair sua atenção, 79% afirmam preferir um bom trabalho de design, que combine com a identidade e proposta da marca, enquanto 17% dizem preferir um comercial mais divertido, 4% marcaram “outros” e ninguém disse que prefere um comercial. Mostrando que o público não aceita mais qualquer tipo de propaganda, o ser humano é movido por coisas que chamam a sua atenção. Pior do que não investir em marketing, é investir errado; é como queimar dinheiro, pois ninguém se atrairá pela propaganda.

Gráfico 9 – Você gosta dos anúncios das empresas de São Miguel Arcanjo?

9. Você gosta dos anúncios das empresas de São Miguel Arcanjo?

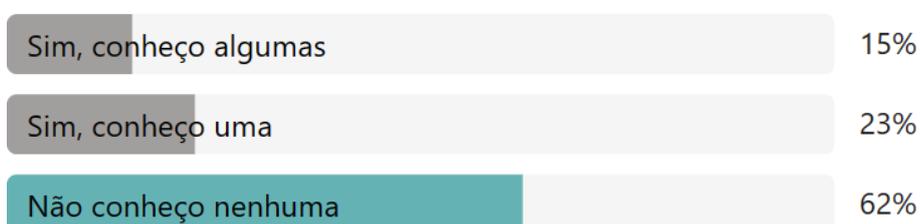


Como demonstrado no gráfico 9, responsável perguntar aos entrevistados se eles gostam dos anúncios das empresas da cidade, 17% declararam gostar muito das propagandas, porém 53% não se sentem atraídos e 30% nunca sequer viram alguma propaganda. Mostrando que 83% dos entrevistados não se atraem ou nem veem qualquer anúncio.

"Em alguns anos vão existir dois tipos de empresas: as que fazem negócios pela Internet e as que estão fora dos negócios.", uma frase dita pelo fundador da Microsoft, Bill Gates. Podemos aplicar o mesmo conceito para a publicidade, pois a empresa incapaz de cativar seus clientes através de uma propaganda, hora ou outra cairá no esquecimento.

Gráfico 10 – Você conhece alguma agência de marketing e publicidade na região?

10. Você conhece alguma agência de marketing e publicidade da região?



Como demonstrado no gráfico 10, responsável traçar uma média de quantos dos entrevistados conhecem alguma agência de marketing e/ou publicidade na região, 15% dizem conhecer algumas, 23% conhecem apenas uma e 62% não conhecem nenhuma agência. Mesmo com dezenas de agências de marketing espalhadas pela região, ainda nos deparamos com números assim. Mais da metade dos entrevistados não conhece nenhuma agência.

Após uma breve análise dos gráficos acima, podemos concluir que as empresas regionais têm serias dificuldades para cativar os seus clientes, não se posicionando assertivamente nos novos meios de comunicação e publicidade, tornado mais longo o caminho da venda. Além do que, para uma cidade turística, o marketing é uma ferramenta essencial, divulgando e atraindo novos visitantes, deixando os pontos turísticos brilharem e fidelizarem as pessoas, gerando cada vez mais visitantes.

2.4 - Solução

Dito isso, queremos apresentar-lhes a **TAKE**, uma agência de publicidade que surgirá com o objetivo de auxiliar pequenos e médios negócios, para que possam crescer nesse mundo digital



A identidade visual da agência **TAKE** é uma representação visual de seu compromisso com a modernidade e profissionalismo. Através de uma abordagem limpa e minimalista, a agência destaca sua expertise na criação de peças publicitárias para diversos formatos e mídias.

A identidade visual da agência é baseada em uma paleta de cores preto e branco, transmitindo autenticidade e superioridade. Essa escolha de cores atemporais permite que uma identidade da agência se adapte facilmente a diferentes contextos e ambientes, garantindo uma presença consistente.

A fonte utilizada na identidade visual é simples, com letras em caixa alta, conferindo um ar de seriedade e profissionalismo. Essa escolha tipográfica reforça a dedicação da agência em fornecer serviços publicitários de alta qualidade para seus clientes.

A abordagem minimalista da identidade visual da agência **TAKE** permite que as letras sejam protagonistas, representando a essência da marca. Ao optar por focar exclusivamente nas letras, a agência reforça sua confiança em sua confiança e experiência no mercado.

A identidade visual da agência **TAKE** é multifacetada e adaptável, permitindo que se destaque em diferentes ambientes e mídias. Seja em anúncios impressos, campanhas digitais ou materiais promocionais, a marca se mantém coesa e reconhecível.

No geral, a identidade visual da agência **TAKE** transmite uma imagem moderna, profissional e confiável. Com sua abordagem minimalista e foco nas letras, a marca se destaca como uma escolha sólida para empresas de pequeno e médio porte que buscam serviços publicitários de qualidade.

2.5 - Sobre a agência

Nossa missão é oferecer soluções eficazes e acessíveis, ajudando as empresas a alcançarem seu pleno potencial e conquistarem visibilidade em um mercado altamente competitivo. Combinamos criatividade, estratégia e expertise para atender às necessidades exclusivas de nossos clientes, impulsionando o crescimento de seus negócios.

Valorizamos cada cliente e acreditamos que o sucesso deles é o nosso sucesso. Trabalhamos de perto com nossos clientes, entendendo suas metas, valores e público-alvo para criar campanhas personalizadas que realmente ressoam.

Reconhecemos os desafios e recursos limitados que pequenas e médias empresas enfrentam. Nossa equipe possui ampla experiência em trabalhar com esse segmento, oferecendo soluções adaptadas que otimizam o orçamento disponível.

Acreditamos que a criatividade é a chave para se destacar no mercado. Nossa equipe de profissionais criativos está constantemente atualizada com as últimas tendências e práticas inovadoras para garantir que suas campanhas sejam únicas e envolventes. Não criamos apenas campanhas atraentes, mas também nos concentramos em alcançar resultados tangíveis. Desenvolvemos estratégias sólidas, monitoramos em dados e analisamos, para direcionar o crescimento dos negócios de nossos clientes e aumentar sua presença no mercado.

Sabemos da importância de uma abordagem multicanal para atingir o público-alvo de forma eficaz. Oferecemos uma gama completa de serviços, desde *branding*, *design* gráfico, *social media*, publicidade em diversos formatos e muito mais.

Valorizamos a transparência em todas as etapas do processo. Manteremos nossos clientes informados sobre o andamento de suas campanhas, fornecendo relatórios detalhados e análises relevantes. Acreditamos em uma comunicação aberta e eficiente para alcançar resultados avançados.

Nossa agência se destaca por sua abordagem personalizada, experiência no segmento, criatividade, estratégia orientada a resultados, serviços multicanais e comunicação transparente. Estamos aqui para ajudar a sustentar o crescimento e a visibilidade dos negócios de nossos clientes, permitindo que eles se destaquem em um mercado cada vez mais competitivo. Entre em contato conosco para saber mais sobre como podemos ajudar a sua empresa a atingir seus objetivos de marketing e alcançar o sucesso merecido.

3.1 – Considerações Finais

Por fim, antes das considerações finais, é importante ressaltar a importância de uma agência como essa, que mostre o caminho para o futuro da comunicação publicitária. Focando, claramente, nas empresas locais.

Nossa agência tem um compromisso absoluto com a satisfação do cliente. Trabalhamos em estreita colaboração com nossos clientes, ouvindo suas metas, necessidades e expectativas. Acreditamos na construção de relacionamentos duradouros com base na confiança, transparência e excelência em nossos serviços.

Em conclusão, desempenhamos um papel crucial ao oferecer soluções personalizadas, maximizar o impacto dos recursos investidos, criar campanhas publicitárias envolventes, oferecer flexibilidade e adaptabilidade, e priorizar a recebida do cliente. Ao escolher nossa agência, os negócios têm a oportunidade de alcançar resultados alcançados e se destacar em um mercado competitivo. Estamos prontos para ajudá-los a elevar sua presença e receber seu crescimento através de estratégias publicitárias eficazes e criativas.

Referências Bibliográficas:

- Estudo de 2021 (acessado em 2023) - [Investimento em marketing digital aumenta em 70% das empresas na América Latina \(propmark.com.br\) acesso 25maio2023;](#)