

**Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza**  
**Escola Técnica Estadual de Vargem Grande do Sul**  
**Ensino Médio com Habilitação Profissional em Técnico em**  
**Administração**

## **A IMPORTÂNCIA E A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO CRESCIMENTO DE NEGÓCIOS**

Fernanda da Silva Teixeira<sup>1</sup>

Julia de Oliveira Gerbasi<sup>2</sup>

Lívia Cristina Galbier<sup>3</sup>

Lívia Vitória Barbosa Garcia<sup>4</sup>

Marcella Bertoloto Boleta<sup>5</sup>

Prof. Orientador: Paulo Roberto Casagrande

<sup>1</sup> Aluna do curso de Ensino Médio com Habilitação profissional em Técnico em Administração, na Escola Técnica Estadual de Vargem Grande do Sul – fernanda.teixeira32@etec.sp.gov.br

<sup>2</sup> Aluna do curso de Ensino Médio com Habilitação profissional em Técnico em Administração, na Escola Técnica Estadual de Vargem Grande do Sul – julia.gerbasi@etec.sp.gov.br

<sup>3</sup> Aluna do curso de Ensino Médio com Habilitação profissional em Técnico em Administração, na Escola Técnica Estadual de Vargem Grande do Sul – livia.galbier@etec.sp.gov.br

<sup>4</sup> Aluna do curso de Ensino Médio com Habilitação profissional em Técnico em Administração, na Escola Técnica Estadual de Vargem Grande do Sul – livia.garcia8@etec.sp.gov.br

<sup>5</sup> Aluna do curso de Ensino Médio com Habilitação profissional em Técnico em Administração, na Escola Técnica Estadual de Vargem Grande do Sul – marcella.boleta@etec.sp.gov.br

**Resumo:** Este trabalho objetivou direcionar e demonstrar a importância do marketing digital para o crescimento de negócios. Sua metodologia trata-se de uma pesquisa de campo sobre o conhecimento dos entrevistados a respeito do assunto e para foi utilizada a ferramenta 4P's como apoio. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário FORMS que de forma geral, por meio das perguntas objetivas e dissertativas as pessoas puderam demonstrar seu conhecimento. A comunicação e aceitação da empresa foi de fácil acesso, pois uma das integrantes do grupo trabalha na empresa escolhida. Através do envio das propostas, os proprietários resolveram utilizá-las no início de 2025 para ter um parâmetro anual. Através dos dados coletados, sugestões e experiência adquirida na prática foi realizada a conclusão do trabalho.

**Palavras-chave:** Marketing, Crescimento, Relevância

## **1 INTRODUÇÃO**

A rede Multidrogas é a primeira Rede a expandir no mercado do varejo farmacêutico oficial do Brasil. Com o objetivo de alcançar a eficiência e bons resultados no ramo da atividade de Farmácias e Drogarias. Ela é composta por empresários distintos que trabalham através de uma única bandeira, são donos da empresa e com isso podem tomar decisões sobre a empresa. Eles compõem também o CDM (Copy Data Management ou gerenciamento de cópias de dados) onde efetuam as compras centralizadas com maior organização e melhores preços. O objetivo da rede Multidrogas é elaborar um diferencial competitivo para continuar no mercado, criando assim características de crescimento aos seus sócios. Eles buscam através de um bom atendimento, oferecendo aos clientes saúde e qualidade de vida, visando o comprometimento, ética, confiança e principalmente a satisfação dos clientes. A rede utiliza os princípios que contém na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) a serem seguidos no tratamento de dados pessoais, atendendo os padrões de proteção e estando em conformidade com a legislação e regulamentação aplicáveis. (CAPORROZ,2023).

### **1.1 O ramo da farmácia**

O ramo farmacêutico hoje em dia necessita de várias inovações para conseguir atender todas as necessidades do mercado, pois vem aparecendo várias doenças ao longo dos anos. Por isso, nos dias atuais, uma farmácia não é apenas o comércio de medicamentos, hoje em dia conta com uma variedade de outros produtos e serviços

que buscam pela melhoria da qualidade de vida e do bem-estar de seus clientes. (SEBRAE,2013).

Como por exemplo, convém investir em produtos de higiene pessoal, linhas de maquiagem e beleza, utilidades, alimentos com foco nutricional, como suplementos alimentares entre outros. Além de alta variedades de produtos, é muito importante que os vendedores conheçam os produtos que estão sendo vendidos, para melhor atender seus clientes e melhorar a divulgação dos produtos.

## **1.2 Marketing**

O marketing é essencial para produzir, analisar e conceder conteúdo para satisfazer os clientes, a concorrência vem aumentando cada vez mais e os clientes estão gradativamente mais exigentes, que acaba se tornando fundamental para qualquer tipo de empresa, tendo a necessidade de cada um criar relacionamentos duradouros e lucrativos onde seu principal objetivo é captar a postura de cada consumidor e assim atender a demanda de cada um, com isso, o marketing procura aperfeiçoar os métodos ao se referir ao público alvo, dessa maneira deve considerar a cultura e o comportamento das futuras gerações (PEÇANHA 2020).

O trabalho de Conclusão de Curso será aplicado na loja Drogaria Multidrogas Santa Luzia, na rua Walter Tatoni, 471 - Vila Santana, atualmente a farmácia conta com 5 funcionários, sendo 2 farmacêuticos formados na área. Em Vargem Grande do Sul o ramo vem se tornando cada vez maior e estruturado, contando hoje com 25 farmácias, aumentando assim a concorrência. A proposta de nosso trabalho então é trazer um diferencial no mercado, fazendo assim que diminua a concorrência. Para dar andamento no nosso objetivo foi utilizada a ferramenta 4Ps, no intuito de trazer algumas melhorias de marketing para a farmácia e atrair novos clientes.

## **1.3 - OBJETIVOS**

### **1.3.1- Objetivo geral:**

Demonstrar a importância do marketing digital em prol do crescimento das empresas.

### **1.3.2- Objetivos específicos:**

- Atender a demanda dos clientes;

- Estabelecer e analisar a importância do marketing digital no processo de decisão de compras;
- Criar uma forma de divulgação dos produtos para que mais pessoas sejam alcançadas.

## **1.4 - JUSTIFICATIVA**

Esse tema foi escolhido devido a sua relevância a partir do grande crescimento das redes sociais, e teve o intuito de expandir o marketing da empresa, facilitando que os seus produtos e serviços sejam divulgados com mais rapidez para os consumidores.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Há técnicas que podem ter um impacto positivo ou negativo no funcionamento da empresa, um dos instrumentos é o marketing, que traz muitos benefícios. O marketing se tornou uma das principais ferramentas que uma empresa deve ter, pois ele ajuda os clientes a despertar interesse nos produtos e assim poder entender a necessidade dos clientes. É correto afirmar que diariamente temos contato com o marketing e ele nos ajuda a ter um equilíbrio entre as expectativas do cliente e os objetivos da empresa, assim tendo lucro para ambas as partes (DOURADO, 2024).

Atualmente, há uma variedade de modalidades de marketing, incluindo o marketing digital. Esta forma de marketing envolve a promoção de produtos por meio das plataformas de mídia social e tornou-se uma das principais estratégias para as empresas se conectarem efetivamente com seus clientes. Uma das vantagens do marketing digital é a sua eficácia na personalização, permitindo que alcance públicos específicos, tornando-se essencial em todas as empresas desde das menores até as maiores, facilitando a interação e o engajamento (PEÇANHA, 2020).

### **2.1 Importância do Marketing:**

O marketing é uma ferramenta que estuda a área de um mercado, do produtor ao consumidor, fornecendo os meios para qualificar produtos ou serviços. Essa área é primordial para empresas de todo porte, que visam um ambiente qualificado e também oferecendo aos seus clientes uma ótima experiência. Portanto, o marketing é uma ferramenta essencial das empresas, conseguindo compreender as necessidades e

interesses dos consumidores, qualificando produtos e serviços que tenham uma boa comunicação (VIACAVA,2023).

## **2.2 Vantagens do Marketing**

O marketing oferece diversas vantagens, como estabelecer uma conexão com o público, o que pode envolver e entender as preferências individuais. Além disso, ele melhora a visibilidade da marca, fazendo com que mais pessoas a conheçam. O marketing também ajuda a reduzir custos, já que as despesas de produção são menores em comparação com a criação de anúncios. Por fim, uma estratégia eficaz de marketing pode aumentar as vendas ao atrair novos clientes (ANDRADE, 2023).

As principais vantagens do marketing digital é garantir que a marca alcance um número maior de clientes, assim tendo alguns conjuntos de técnicas e estratégias para divulgar os produtos e marcas (PIOVESANA,2023).

## **2.3 Desvantagens do Marketing**

O marketing, em termos gerais, também apresenta diversas desvantagens. Entre elas estão a restrição geográfica, que dificulta a avaliação do alcance, e a percepção de impulsividade por uma grande parte da população, o que pode limitar a interação entre a empresa e seus clientes. Uma campanha mal executada e planejada pode abalar negativamente a imagem da empresa, com isso a chance de diminuir os clientes é grande. São usadas estratégias que acabam surpreendendo os consumidores enquanto ele anda pela rua ou lê seu jornal e revista, muitas vezes eles não têm relação alguma com a empresa, a venda ocorre por meio de uma enxurrada de informações e promoções que tende a despertar o desejo de consumo nessa pessoa (DIGITAL,2016).

## **2.4 Ferramenta Mix de Marketing (4Ps)**

O Mix de Marketing, mais conhecido como 4P's, se caracteriza por ser a ferramenta mais utilizada dentro de uma empresa, analisando quatro fatores: PRODUTO, PREÇO, PRAÇA e PROMOÇÃO. São eles que despertam interesse, e desejo de comprar para os clientes, o que faz com que a empresa tenha um rendimento e fama a mais. O Preço refere-se ao valor que o produto ou serviço será vendido, podendo ser influenciado por vários fatores como por exemplo os custos de produção. Já o Produto refere-se ao produto ou serviço que a empresa oferece ao

mercado de trabalho. Praça tem como finalidade os canais e métodos utilizados para disponibilizar para os clientes como por exemplo o transporte e o armazenamento. Com isso a Promoção tem como intuito as atividades de comunicação utilizadas para informar e lembrar os clientes sobre o produto ou serviço. Se tornando cada vez mais essencial para ajudar as empresas a atender e entender as necessidades da clientela com o valor eficaz e necessário (PEÇANHA,2020).

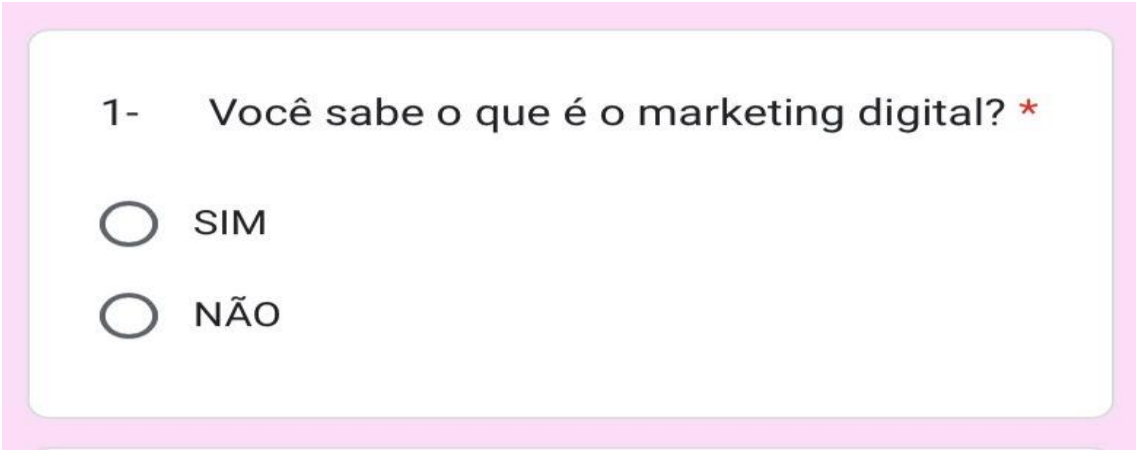
### 3 METODOLOGIA

As primeiras informações foram obtidas através de uma integrante do grupo que trabalha na empresa a qual foram sugeridas as melhorias, através disso foi aplicada a ferramenta 4Ps. Dentro da ferramenta foram analisados os 4 quadrantes.

Para reforçar a ideia da introdução e do referencial teórico sobre o marketing e os 4P'S, foi formulado e distribuído um formulário FORMS com 10 perguntas sendo 5 dissertativas e 5 alternativas. Com o objetivo de saber a opinião dos entrevistados em relação ao marketing, se ele é visto frequentemente no dia a dia das pessoas e se elas acreditam que o marketing pode ser um pilar para o crescimento das empresas. Com a data final de coleta no dia 29 de agosto de 2024.

Perguntas contidas no formulário:

#### Questionário 1 – Pesquisa sobre conhecimento do Marketing



1- Você sabe o que é o marketing digital? \*

☐ SIM

☐ NÃO

2- Qual o principal objetivo no marketing digital em uma empresa? \*

Sua resposta

---

3- E a sua importância referente a empresa? \*

Sua resposta

---

4- Como as redes sociais podem ajudar no crescimento da empresa? \*

Sua resposta

---

5- Quais aplicativos você mais encontra o marketing digital? \*

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Outra Rede social

6- Qual área da farmácia o marketing digital influencia? \*

Sua resposta \_\_\_\_\_

7- Você já ouviu falar sobre os 4Ps? \*

- ☐ SIM
- ☐ NÃO

8- As campanhas publicitárias que você analisa são convincentes e claras? \*

- ☐ SIM
- ☐ NÃO
- ☐ AS VEZES

9- Como as farmácias podem usar as redes sociais para aumentar sua visibilidade e a atrair novos clientes? \*

Sua resposta

10- As redes farmacêuticas o marketing digital e os 4Ps podem andar lado a lado? \*

☐ SIM

☐ NÃO

Fonte (Autores)

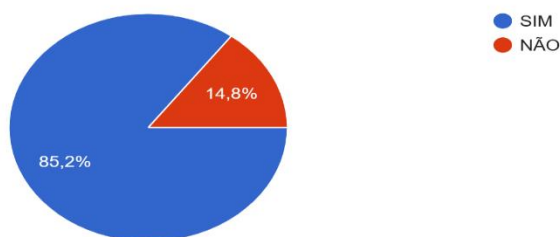
O grupo utilizou a ferramenta 4P's para sugerir algumas melhorias para serem aplicadas na rede social Instagram.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Análise dos dados coletados a partir, da pesquisa FORMS

Gráfico 1: Conhecimento sobre o marketing digital

1- Você sabe o que é o marketing digital?  
54 respostas



Fonte: Autores

O gráfico 1 nos mostra que (14,8%) dos entrevistados não conhecem o marketing digital, porém não representa todo o ramo da pesquisa, já (85,3%) dizem conhecer o marketing digital, demonstrando seu conhecimento sobre a área, concluímos que muitas pessoas sabem sobre o assunto por conta de redes sociais e propagandas da Internet.

#### Resultados da pergunta 2 - Objetivo do Marketing

Através da pergunta 2, os resultados apontam que os entrevistados acreditam que o principal objetivo do marketing é a divulgação como por exemplo de produtos, lojas e diversas outras coisas, mas também podemos utilizar o marketing para satisfazer a vontade do cliente e atrair cada vez mais clientes.

#### Resultados da pergunta 3 - Importância do Marketing

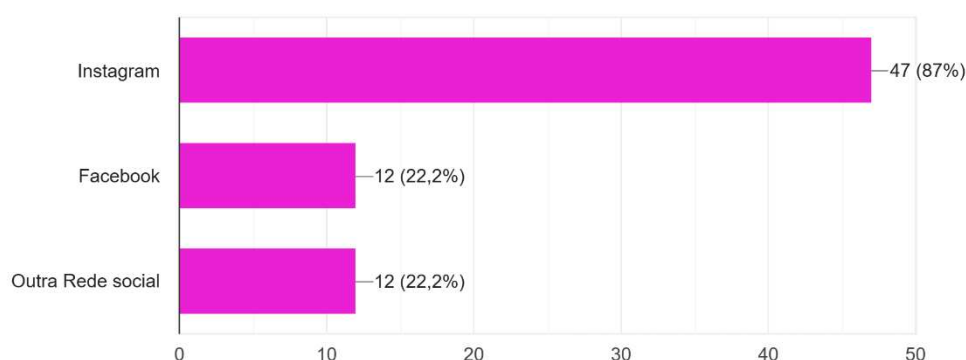
Através da pergunta 3 os resultados demonstram que acreditam que a principal importância do marketing está no fato de que, hoje em dia, todo mundo está muito ligado com a tecnologia, então é fundamental estar presente e se destacar no ambiente de trabalho. Ajudando a empresa a alcançar mais pessoas, de forma mais certa.

#### Resultado da pergunta 4 – Redes sociais e crescimento

#### Gráfico 2- Aplicativos utilizados no marketing digital (Referente a pergunta 5)

5- Quais aplicativos você mais encontra o marketing digital?

54 respostas



Fonte: Autores

Neste segundo gráfico, foi analisado quais aplicativos (Redes Sociais) os entrevistados encontram o marketing digital, onde 47 dos entrevistados (87%) geralmente encontram mais esse tema na rede social Instagram, isso pode ser em relação por ser uma das redes mais utilizadas para divulgar algo, 12 entrevistados (22,2%) encontram mais na rede social Facebook, foi identificado que esse resultado acontece por não ser uma rede social utilizada por muitas pessoas e 12 dos entrevistados (22,2%) encontram em outras rede sociais.

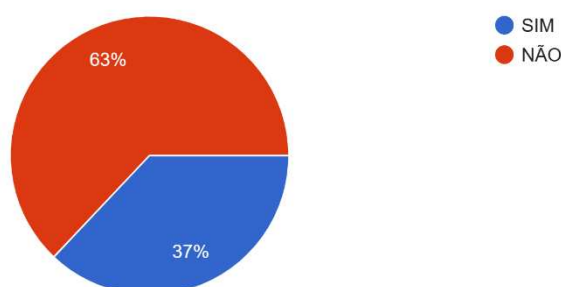
#### Resultado da pergunta 6 - Área influenciada

Segundo as respostas da sexta pergunta, o marketing digital influencia positivamente a compra de mercadorias no setor farmacêutico de várias maneiras. Ele facilita a decisão de compra de medicamentos por meio de campanhas direcionadas e conteúdos informativos, ajuda a impulsionar as vendas de medicamentos através de estratégias online e lojas virtuais, e promove medicamentos manipulados e terceirizados, destacando suas vantagens e personalização. Além disso, a divulgação de produtos é ampliada por meio de redes sociais, e-mail marketing e outras ferramentas digitais, aumentando a visibilidade e o engajamento com os consumidores. Em resumo, o marketing digital melhora a experiência de compra e otimiza as oportunidades de vendas no setor farmacêutico.

#### Gráfico 3 - Conhecimento sobre os 4P's

7- Você já ouviu falar sobre os 4Ps?

54 respostas



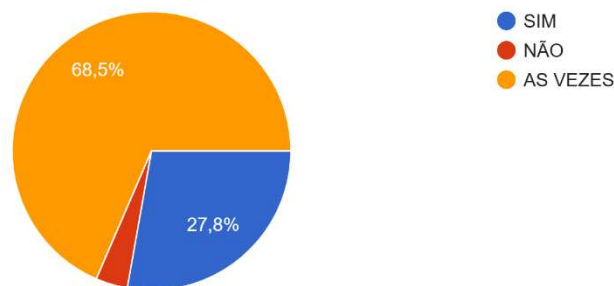
Fonte: Autores

O terceiro gráfico demonstra que dos 54 entrevistados (63%) já ouviram falar sobre os 4Ps, mesmo que (37%) acabam não tendo um conhecimento sobre, por ser um assunto mais conhecido por pessoas que estudam e trabalham nessa área.

#### Gráfico 4 - Satisfação em relação as publicações

8- As campanhas publicitárias que você analisa são convincentes e claras?

54 respostas



Fonte: Autores

O quarto gráfico demonstra se as campanhas são claras e que há objetivos diretos, dos 54 entrevistados (68,5%) as vezes não se sentem satisfeitos com a propaganda, porém ainda (27,8%) se sentem satisfeitos com a maneira que as campanhas são elaboradas, mesmo que (3,7) não entenda com facilidade.

#### Resultado da pergunta 9 - Uso das redes sociais

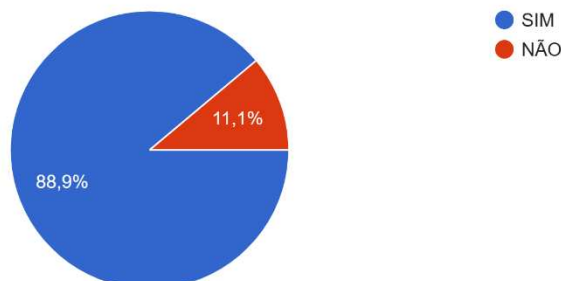
Para aumentar a visibilidade e atrair novos clientes, farmácias devem focar em mostrar o melhor do seu estabelecimento, destacando produtos e diferenciais de forma atraente. É importante divulgar produtos e promoções, criando ofertas especiais e eventos para engajar o público. Parcerias com influenciadores também são eficazes para expandir o alcance e atrair novos clientes.

Além disso, forneça conteúdo relevante e educativo sobre saúde para estabelecer credibilidade e valor. Divulgar pesquisas e feedbacks de clientes pode reforçar a confiança em seus produtos e serviços. Por fim, seja claro e transparente quanto aos produtos e preços, garantindo que os clientes saibam exatamente o que estão adquirindo.

## Gráfico 5- Parceria entre o marketing digital e os 4P's

10- As redes farmacêuticas o marketing digital e os 4Ps podem andar lado a lado?

54 respostas



Fonte: Autores

O 5º Gráfico nos mostra que (11,1%) dos entrevistados não concordaram que as redes farmacêuticas e o marketing digital mais a ferramenta 4Ps não andam lado a lado. Já (88,9%) concordam que as redes farmacêuticas e o marketing e a ferramenta 4Ps são parceiros, concluímos que a maior parte das pessoas sabem sobre o assunto, pois ambos são parceiros para o desenvolvimento do ramo.

Depois de finalizado o período para respostas, foi feita uma análise das repostas obtidas, através das quais pôde se levantar a real situação da empresa.

Por meio dos pontos fortes identificados, foi sugerido algumas melhorias. Com relação aos produtos, verificamos que no momento, não precisam de nenhuma modificação. Com relação à praça, o local está muito bem localizado, movimentado e com bastante clientela, não sendo necessário sugestões nesse tópico. As promoções (divulgação) são feitas mensalmente de acordo com o caderno de ofertas disponibilizados pela rede multidroga. Como sugestões de melhoria, aumentar a frequência das postagens, pois através do formulário analisamos que o marketing digital é um fator importante para o crescimento da empresa.

Com relação ao preço, identificamos que está dentro de orçamento compatível com os demais concorrentes, sem sugestões.

A aplicação dessas melhorias facilitaria a visualização dos valores e as promoções para serem divulgadas em meios afins de facilitar a visualização no cotidiano dos clientes

Sugestões de melhorias propostas para a empresa após análise detalhada dos resultados do questionário:

- Feedback dos clientes
- Diversificação e inovação
- Ofertas e promoções
- Segmentação por valor
- Canais de distribuição
- Campanhas integradas

Após o envio das sugestões de melhorias para os proprietários do estabelecimento, os mesmos verificaram que as propostas apresentadas pelo grupo são de grande relevância para o âmbito comercial e farmacêutico. Dessa forma, apresentaram interesse em executá-las no início de 2025, a fim de buscar melhorias e crescimento a partir do primeiro mês do ano.

4.1 Análise da Empresa

A análise da Matriz SWOT abaixo serve de referência para análise inicial da empresa:

Figura 1: Matriz SWOT aplicada na empresa Rede Multidrogas

| Matriz SWOT      |                                                                                                                            |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fatores internos | 1. Pontos Fortes                                                                                                           |
|                  | Ótima localização<br>Variedades de produtos<br>Disponibilidade de horário<br>Preços acessível<br>Grande clientela          |
|                  | 2. Pontos Fracos                                                                                                           |
|                  | Pouca divulgação de produtos<br>Diferença de preço da concorrência no mercado                                              |
| Fatores externos | 3. Oportunidades                                                                                                           |
|                  | Avanços da tecnologia no marketing digital<br>Criação de itens viralizados na internet em relação a produtos de perfumaria |
|                  | 4. Ameaças                                                                                                                 |
|                  | Concorrentes no mercado<br>Aumento da tecnologia dos concorrentes                                                          |

Fonte: Autores (2024)

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do nosso trabalho possibilitou que aplicássemos na prática os conteúdos aprendidos na escola. Optamos pelo contato direto com uma empresa real, com seus problemas e sua realidade agregou muito conhecimento, pois o que para nós aparentemente estava tudo bem continha problemas a serem melhorados. Após nossa análise e decisão de quais ferramentas seriam utilizadas, aplicamos um questionário e através de seu resultado conseguimos entender melhor os resultados da Matriz SWOT também aplicado pelo o nosso grupo.

Após a análise da empresa chegamos a conclusão que estava precisando de melhorias na parte do marketing da empresa, com isso realizamos a criação de um formulário FORMS para saber opinião do publico em relação a importância do marketing, através das respostas confirmamos mais ainda que o marketing hoje em dia é o braço direito para o crescimento da empresa e cada vez mais esta crescendo no mercado e sendo procurado.

Com isso, elaboramos melhorias e sugestões para empresa utilizar na melhoria da qualidade do marketing, através das propostas analisadas os proprietários optaram por utilizar no ano seguinte, para terem base do resultado anual, mas através das pesquisas realizadas pelo o grupo aprofundamos nossos conhecimentos sobre diversos assuntos. Isso possibilitou um crescimento mais sustentável, pois a empresas consegue expandir sua presença online, fortalecer a marca e melhorar o relacionamento com os clientes de maneira contínua e escalável. Em resumo, o marketing digital é uma peça-chave para empresa que deseja crescer no mercado moderno, onde a presença digital se tornou essencial

### **TÍTULO DO SEU ARTIGO: subtítulo (em língua estrangeira)**

#### **Abstract:**

This work aimed to direct and demonstrate the importance of digital marketing for business growth. Its methodology is a field survey on the interviewees' knowledge on the subject and the 4P's tool was used as support. Data collection was carried out using a FORMS questionnaire that, in general, through objective and essay questions, people were able to demonstrate their knowledge. Communication and acceptance from the company was easy to access, as one of the group members works at the chosen company. By sending the proposals, the owners decided to use them at the

beginning of 2025 to have an annual parameter. Through the collected data, suggestions and experience gained in practice, the work was concluded.

**Keywords:** Marketing, Growth, Relevance

## REFERÊNCIAS

ARAUJO, Camila **INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS: CARACTERÍSTICAS DO RAMO FARMACÊUTICO BRASILEIRO.**

Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Camila-De-Araujo3/publication/299975968\\_Inovacao\\_e\\_desenvolvimento\\_de\\_novos\\_produtos\\_Caracteristicas\\_do\\_ramo\\_farmaceutico\\_brasileiro/links/5900e21fa6fdcc8ed50ed260/Inovacao-e-desenvolvimento-de-novos-produtos-Caracteristicas-do-ramo-farmaceutico-brasileiro.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Camila-De-Araujo3/publication/299975968_Inovacao_e_desenvolvimento_de_novos_produtos_Caracteristicas_do_ramo_farmaceutico_brasileiro/links/5900e21fa6fdcc8ed50ed260/Inovacao-e-desenvolvimento-de-novos-produtos-Caracteristicas-do-ramo-farmaceutico-brasileiro.pdf). Acesso em: 18 abr. 2024.

BIZDIGITAL. **MARKETING ONLINE E OFFLINE: VANTAGENS E DESVANTAGENS.**

Disponível em: <https://biz2digital.com.br/marketing-online-offline-vantagens-desvantagens/>. Acesso em: 07 jun. 2024.

CONTENT, Rock. **DESCUBRA AGORA QUAL A IMPORTÂNCIA DO MARKETING PARA AS EMPRESAS.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/importancia-do-marketing-para-empresas/>. Acesso em: 03 maio 2024.

MARISTA, Pucpr Grupo. **O QUE É MARKETING E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA?.**

Disponível em: <https://blogs.pucpr.br/marketing/2023/05/04/o-que-e-marketing-e-qual-a-sua-importancia/#:~:text=O%20marketing%20%C3%A9%20uma%20%C3%A1rea,competitivo%20e%20conquistar%20novos%20clientes>. Acesso em: 17 maio 2024

SEBRAE. **O RAMO DA FARMÁCIA E O POTENCIAL DAS DROGARIAS.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-ramo-da-farmacia-e-o->

potencial-das        drogarias,dbd99e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD.  
Acesso em: 05 abr. 2024.

PEÇANHA, Vitor. **O QUE É MARKETING DIGITAL? TUDO SOBRE O CONECITO, COMO FAZER E COMEÇAR SUA ESTRATÉGIA DE MARKETING ONLINE** .  
Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital/>. Acesso em: 07 jun. 2024.

PIOVESANA, Luiz. **8 VANTAGENS DO MARKETING DIGITAL PARA SEU NEGÓCIO.**  
8 vantagens do marketing digital para seu negócio. Disponível em:  
<https://www.nuvemshop.com.br/blog/vantagens-do-marketing-digital/>. Acesso em: 07 jun. 2024.