

# A implementação do marketing digital e do e-commerce em tempos de pandemia

Giovanna Cararine Gonçalves<sup>1\*</sup>; Eliza Oliveira da Silva<sup>2</sup>; Lucas Coelho Pires Nunes<sup>3</sup>;  
Helen Kaylan Barbosa Vicente<sup>4</sup>; Raphael de Mello Veloso<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Estudante do IFF Campus Itaperuna; <sup>2</sup>Estudante do IFF Campus Itaperuna;  
<sup>3</sup>Estudante do IFF Campus Itaperuna; <sup>4</sup>Estudante do IFF Campus Itaperuna; <sup>5</sup>Docente  
do IFF Campus Itaperuna  
\*[giovanna.cararine@gsuite.iff.edu.br](mailto:giovanna.cararine@gsuite.iff.edu.br)

## Resumo

A pandemia causada pela propagação do coronavírus SARS-CoV-2, acarretou grandes mudanças no cotidiano, além da adoção de medidas extremas de isolamento social. Tal fato provocou a necessidade de implementar novas estratégias de vendas das empresas, que tinham o intuito de sobreviver a esse cenário atípico. O presente estudo tem como objetivo principal expor a importância do marketing digital e do e-commerce neste momento de crise, e como eles foram fundamentais para a manutenção das microempresas do setor varejista instaladas no município de Itaperuna-RJ. O período de análise está compreendido entre o mês de janeiro/2020 a outubro/2021. Para melhor compreensão do assunto estudado, a metodologia utilizada foi a pesquisa exploratória, realizada por meio de pesquisa bibliográfica e documental, analisando os impactos que a pandemia causou no setor empresarial. O estudo também optou por fazer uma pesquisa descritiva, por meio de coleta de dados, a fim de obter informações dos microempresários do município de Itaperuna. Tal levantamento de dados será realizado por meio de um questionário pela plataforma digital *Google Forms*. Portanto, espera-se com este estudo obter informações acerca das estratégias de marketing digital e e-commerce adotadas pelos empresários locais, e se essas contribuíram para a sobrevivência das microempresas, diante deste cenário pandêmico, além de analisar as perspectivas futuras dos microempresários a respeito da continuidade de tais estratégias digitais.

**Palavras-Chave:** E-commerce. Marketing digital. Coronavírus.

Instituição de fomento: IFFluminense