

EDITORIAL

Caros leitores,

Desde o início do ano de 2020 estamos vivendo uma situação sem precedentes em virtude da pandemia de COVID-19. Dentre as situações de mudanças causadas por ela, o impacto no consumo apresentou uma série de alterações significativas e que tendem a permanecer. Também, as organizações tiveram que adaptar suas estratégias de marketing. Neste sentido, a Revista Gestão e Desenvolvimento apresentou um editorial especial para contemplar pesquisas que tangem o marketing no período pandêmico.

As contribuições dos trabalhos submetidos para a edição especial da revista versaram sobre elementos que ecoam a pandemia, possibilitando uma série de insights para os profissionais e acadêmicos da área.

As pesquisas refletem as mudanças em marketing com destaque para a virtualização do consumo e da oferta de serviços que pode ser analisada nos artigos Comportamento do consumidor Físico x Virtual nos serviços do mercado fitness, Comportamento de consumo de streaming e Co-criação e colaboração no segmento de hospedagem.

Assim como o artigo relacionado com “A mudança de hábitos por conta da COVID-19” também destaca o crescimento do mercado virtual em diferentes contextos, além da necessidade de análise com a ótica das empresas no segmento virtual para que sejam propostas estratégias digitais de marketing, caso desenvolvido no artigo “O marketing digital em tempos de crise”.

Considerando o que foi proposto pelos autores, percebe-se uma tendência considerável para o consumo e oferta virtual de serviços, seja por sites ou apps, sugerindo que a análise dos diferentes mercados e contextos deve ser encorajada e aprofundada.

Boa leitura e bons insights

Profa. Dra. Manuela Albornoz Gonçalves

Prof. Dr. Marcelo Curth de Oliveira