

# VOZES DIVERSAS

# DIFERENTES SABERES



## SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA XXX SIC

15 A 19  
OUTUBRO  
CAMPUS DO VALE



## O PAPEL DAS REDES SOCIAIS FACEBOOK E INSTAGRAM NA CAPTAÇÃO DE CLIENTES DE UMA PEQUENA EMPRESA NO SETOR DE MODA E ACESSÓRIOS

Centro Universitário Metodista IPA – Ciências Sociais Aplicadas

Alina Schmitt dos Reis <sup>1</sup> - Maristela de Oliveira Franco <sup>2</sup>

1: Autora – 2: Orientadora

### INTRODUÇÃO

Para novos e pequenos empreendedores, investir em ferramentas digitais é mais fácil e produtivo, pois como destaca Oliveira (2010), a internet é uma ferramenta importante para a empresa e é considerada por muitos estudiosos e profissionais, um meio bem-sucedido de negócios e comunicação mercadológica, que contém diversas informações propiciando às pessoas novas formas de consumo. Neste trabalho será apresentado o papel que as redes sociais Facebook e Instagram têm para captar clientes de uma micro empresa no setor de moda e acessórios. Para isso, será usado como base a empresa Estilo 4 Olhos, sediada na cidade de Porto Alegre, Rio Grande do Sul.

### METODOLOGIA

É uma pesquisa descritiva com abordagem quali-quantitativa. Para a coleta de dados foi utilizado um levantamento de campo. O tipo de amostragem utilizado foi probabilística e, como técnica de amostragem, foi utilizado aleatória simples.

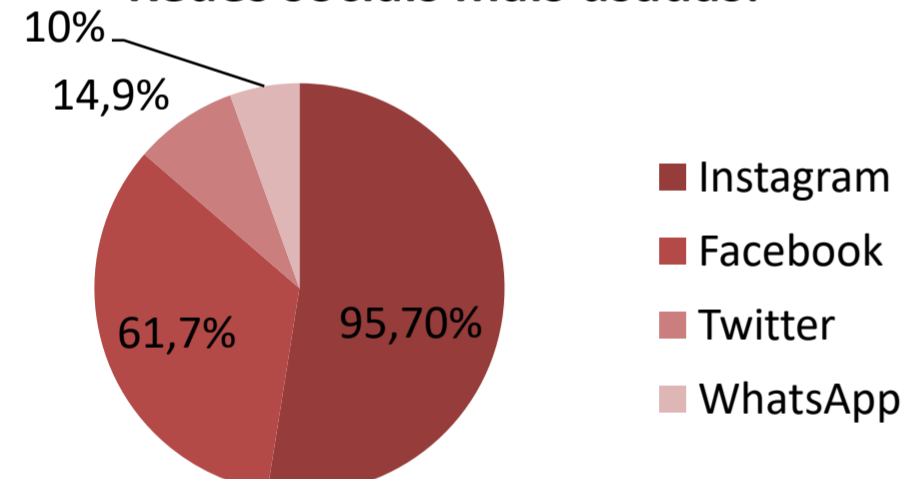
#### QUANTITATIVO

- Questionário com 24 perguntas;
- Realizado com clientes da empresa;
- Amostra com base no número de curtidas da pág. da rede social Facebook;
- Amostra necessária: 147;
- Número de entrevistados atingidos: 188.

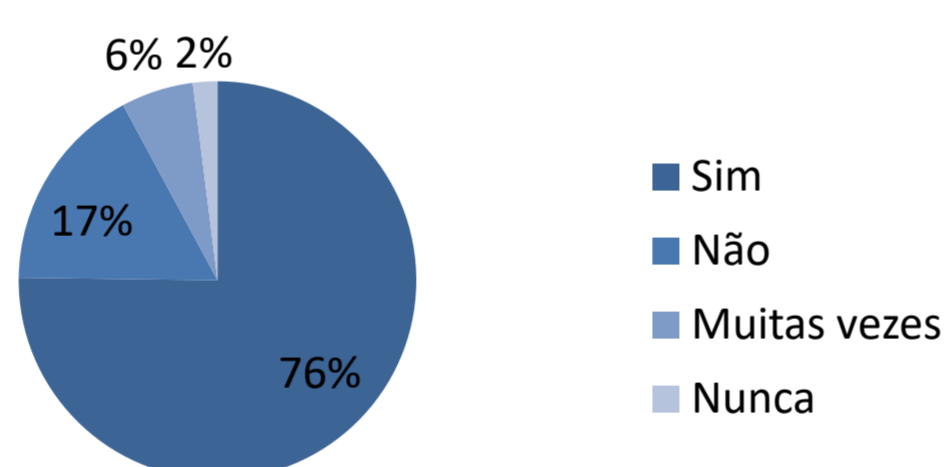
#### QUALITATIVO

- Entrevista semi-estruturada;
- Realizada com a gestora da empresa;
- Roteiro com 11 perguntas abertas.

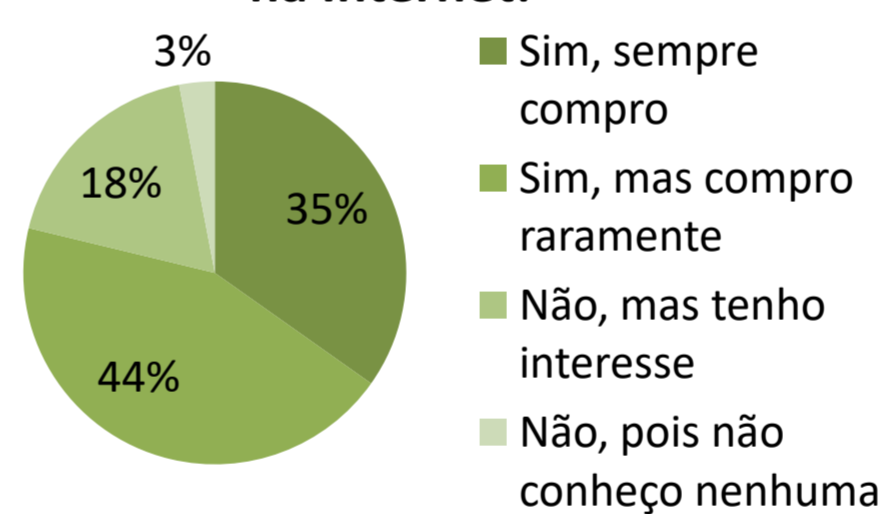
Redes sociais mais usadas:



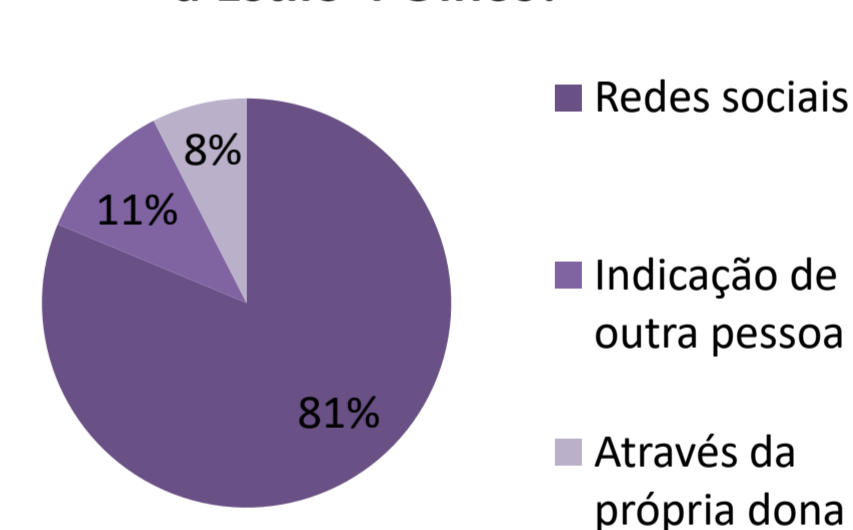
Compras em pequenas empresas por influência de uma rede social



Compra de pequenas empresas na Internet:



Por qual rede social conheceu a Estilo 4 Olhos?



Nathalia Cristina Camargo Alves, de 29 anos, é a dona da empresa Estilo 4 Olhos. Com dificuldades em achar armações, nas óticas locais, que aguentasse o peso da lente que precisava, comprava coleções de óculos e armações, para ela mesma, através do AliExpress. A empresa existe há 3 anos e começou as vendas através da rede social Facebook, e hoje conta com a ajuda do Instagram, para fazer divulgações, e site para fazer a venda final. Sem ter o conhecimento teórico necessário, Naty abriu sua empresa. A credibilidade foi a parte mais difícil de construir através das redes sociais, devido a falta de confiança dos futuros clientes para com o atendimento.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

- ❖ A empresa construiu seu nome através das redes sociais, pois verifica-se que 81,20% dos entrevistados conheceram a marca através delas.
- ❖ Confirmou-se que na pesquisa quantitativa que os papéis do Facebook e Instagram foram importantes para o crescimento da empresa, pois são um meio de comunicação que permite interatividade de fácil acesso.
- ❖ A vantagem que as redes permitem ao empreendedor é de ter o alcance de uma segmentação mais abrangente.
- ❖ Sem ter o conhecimento necessário teórico para abrir uma empresa, a dona, aos poucos conseguiu enxergar uma necessidade dentro de um nicho de mercado.
- ❖ De acordo com a pesquisa qualitativa, as redes sociais foram o meio mais fácil de chegar até os clientes que a empresaria tinha necessidade de alcançar. Consequentemente, o Facebook e Instagram tiveram grande impacto nos resultados.
- ❖ Raramente os clientes compram de pequenas empresas através da internet.
- ❖ 76% dos entrevistados já compraram por causa de alguma influência que sofreram através das redes sociais.
- ❖ A rede social mais usada é o Instagram e a segunda mais usada é o Facebook.
- ❖ Tanto a pesquisa qualitativa quanto quantitativa apresentaram um resultado favorável e permitiu analisar se as duas redes sociais estudadas correspondem às necessidades tanto do empreendedor quanto dos clientes.