



Evento	Salão UFRGS 2018: SIC - XXX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2018
Local	Campus do Vale - UFRGS
Título	O PAPEL DAS REDES SOCIAIS FACEBOOK E INSTAGRAM NA CAPTAÇÃO DE CLIENTES EM PEQUENAS EMPRESAS DO SETOR DE MODA E ACESSÓRIOS
Autor	ALINA SCHMITT DOS REIS
Orientador	MARISTELA DE OLIVEIRA FRANCO

**O PAPEL DAS REDES SOCIAIS FACEBOOK E INSTAGRAM NA
CAPTAÇÃO DE CLIENTES EM PEQUENAS EMPRESAS NO SETOR DE
MODA E ACESSÓRIO**

ALINA SCHMITT DOS REIS

ORIENTADORA: MARISTELA DE OLIVEIRA FRANCO

alinaschmitt@hotmail.com

Bacharel em Administração do Centro Universitário Metodista - IPA

RESUMO

Tendo como premissas básicas o grande crescimento de microempresas e as redes sociais como aliadas, o presente trabalho buscou identificar o papel das redes sociais Facebook e Instagram na captação de clientes de microempresas no ramo de moda e acessórios. O referencial teórico que dá embasamento ao artigo baseou-se em autores consagrados da administração e da área de comunicação, abordando temas como microempresas e empreendedorismo, marketing, marketing digital, redes sociais, Facebook e Instagram. A pesquisa teve caráter descritivo, com a abordagem mista (quali-quantitativa), sendo o levantamento de campo uma entrevista com a gestora da empresa e um survey com os clientes. Para a entrevista foi utilizado um roteiro semi-estruturado com perguntas abertas, para que a empresária pudesse expor sua visão referente à relação da sua microempresa e as redes sócias, e para os clientes foi utilizado um questionário referente à como as redes sociais influenciam na hora da compra. Os resultados obtidos foram que as duas redes sociais tiveram e tem um papel importante para o desenvolvimento e crescimento da empresa. Verificou-se que os clientes, por mais que não comprem através da internet, sofrem influências e impulsionam o crescimento da microempresa.