



**Universidade Federal do Pampa**

**Campus Santana do Livramento  
Graduação em Administração  
Trabalho de Curso**

**UMA ANÁLISE DA USABILIDADE DAS REDES SOCIAIS PARA A PROMOÇÃO  
DE NEGÓCIOS DE MICROEMPREENDEDORES DO SEGMENTO ALIMENTÍCIO  
DA CIDADE DE SANT'ANA DO LIVRAMENTO/RS**

Autoria: Karen Gabrieli Muniz Nunes

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Flaviani Souto Bolzan Medeiros

**RESUMO:** As redes sociais tornaram-se importantes aliadas dos negócios atualmente, sendo utilizadas como peças fundamentais para o sucesso de um negócio. Os microempreendedores utilizam das mesmas como principal meio para divulgação de seus produtos, para se comunicar com o seu público e atrair novos clientes. Diante disso, o objetivo geral deste trabalho foi analisar como as redes sociais virtuais favorecem a promoção de produtos de microempreendedores da cidade de Sant'Ana do Livramento/RS. A pesquisa possui abordagem qualitativa, caráter descritivo e a técnica de coleta de dados foi realizada através de entrevista semi-estruturada. Os dados foram analisados de maneira qualitativa e pode-se observar que o marketing digital e as redes sociais transformaram a forma de negócios, evidenciando a importância de se construir uma boa imagem digitalmente. No caso dos empreendedores estudados, ambos se preocupam com a imagem do negócio, procuram atender o cliente com agilidade, priorizando a qualidade do produto e do atendimento prestado para que dessa maneira possam fidelizar seus clientes.

**Palavras-chave:** Redes sociais; Microempreendedores; Marketing digital.

**AN ANALYSIS OF THE USABILITY OF SOCIAL NETWORKS FOR THE  
PROMOTION OF BUSINESS BY MICRO-ENTREPRENEURS IN THE FOOD  
SEGMENT IN THE CITY OF SANT'ANA DO LIVRAMENTO/RS**

**ABSTRACT:** Social networks have become important business allies today, being used as fundamental pieces for the success of a business. Microentrepreneurs use them as the main means of publicizing their products, communicating with their audience and attracting new customers. Therefore, the general objective of this work was to analyze how virtual social

networks favor the promotion of microentrepreneurs' products in the city of Sant'Ana do Livramento/RS. The research has a qualitative approach, descriptive character and the data collection technique was carried out through semi-structured interview. Data were analyzed qualitatively, and it can be seen that digital marketing and social networks have transformed the way of doing business, highlighting the importance of building a good image digitally. In the case of the entrepreneurs studied, both are concerned with the image of the business, seek to serve the customer quickly, prioritizing the quality of the product and the service provided so that in this way they can retain their customers.

**Keywords:** Social media; Microentrepreneurs; Digital marketing.