



MÍDIAS SOCIAIS E MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS: UMA INTERAÇÃO CADA VEZ MAIS GLOBALIZADA PARA O EMPREENDEDOR.

Matheus da Silva do Nascimento Cerqueira¹; Monica da Silva Machado dos Santos²

¹Graduanda no Bacharelado em Administração (FAMAM), FAMAM, msn.matheus@gmail.com; ²Mestra em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente FAMAM, FAMAM, monika728@hotmail.com.

O ser humano ao longo dos anos vem sofrendo mudanças devido a globalização, que é capaz de conectar todas as pessoas com a utilização da internet, facilitando uma maior relação interpessoal entre elas, tendo em vista o surgimento das redes sociais, que através de aplicativos os indivíduos, grupos ou organizações se relacionam em busca de interesses multos, de relacionamentos afetivos, de negócios ou na construção de uma sociedade globalizada, que por meio delas possa ajudar também no desenvolvimento dos seus empreendimentos. As mídias sociais, hoje, podem ser consideradas uma poderosa ferramenta para o desenvolvimento dos Microempreendedores Individuais (MEIs), visto que auxiliam na divulgação dos produtos, serviços e das empresas desses microempreendedores que estão começando em vários tipos de mercados ao qual estão inseridos. Por esse entendimento, o objetivo geral dessa pesquisa busca analisar a utilização das mídias sociais pelos MEIs no processo de interação com os consumidores no município de Governador Mangabeira – BA. Portanto busca-se, identificar quais mídias sociais são mais utilizadas; descrever os benefícios da utilização das redes sociais pelos MEIs e compreender como o processo de empreender se relaciona com as mídias sociais. Metodologicamente, essa pesquisa se configura em um estudo de caso exploratório e descritivo de natureza qualitativa. O trabalho será realizado com empreendedores cadastrados no MEI, na cidade de Governador Mangabeira – Bahia, localizada a 136 km da capital, Salvador. Pretende-se com o resultado mostra que a utilização das mídias sócias, ajuda a auxiliar e desenvolver os empreendimentos dos MEIs que o utilizam, trazendo uma maior interação entre o empreendedor, empresa e cliente, de modo que essa ferramenta é capaz de unir ambas as partes, servindo como vitrine promocional dos negócios e tornando a distância entre o seu produto e o consumidor menor. Dessa forma, percebe-se a importância e relevância do marketing e do empreendedorismo para o desenvolvimento dos empreendimentos no município.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Marketing digital. Desenvolvimento.