# O AVANÇO DAS MÍDIAS SOCIAIS COMO UM MEIO DE EMPREENDER POR VENDAS ONLINE

**INTRODUÇÃO**

O presente trabalho busca informar a importância e o avanço das redes sociais como um meio de empreender e realizar vendas na internet. As redes sociais são formas de gerar um marketing empresarial e mostrar seus produtos para que seu público alvo se interesse.

O escopo principal é definir como as vendas onlines crescem cada vez mais e tem um numero significativo para as empresas. Tendo em vista esse conceito, as redes sociais ou mídias sociais estão alavancando cada vez mais o desenvolvimento empresarial por meio dessas vendas. Esse é um modo de empreender e tornar a vida do cliente mais prática.

As redes sociais vêm tomando conta e se expandido cada vez mais nesse ramo. É muito importante compreender essa importância e evoluir para que sua empresa cresça cada vez mais por meio delas. As principais redes sociais mais utilizadas hoje são: Facebook e Instagram, ambas são usadas para divulgar seu trabalho, mercadoria e outros. Muitas pessoas dependem desse trabalho de divulgação para sobreviver.

Com isso, busca-se entender as formas que o empreendedor pode utilizar das redes sociais para realização de seu negócio. Para tanto, foi proposto como objetivo geral, compreender o processo de realização de negócios com a utilização de Redes Sociais. Tendo como objetivos específicos, conceituar empreendedorismo e empreendedor, caracterizar as redes sociais, e explicar como o empreendedor poderá se beneficiar da utilização das Redes Sociais.

Essa pesquisa é relevante para mostrar que com o avanço acelerado das tecnologias da informação e comunicação – TIC´s, e o uso das redes sociais, pelos empreendedores, como meio de divulgação e realização de negócios é condição importante para a sustentabilidade e desenvolvimento desse negócio nos dias atuais.

**MATERIAL E MÉTODOS**

O método utilizado para a realização deste trabalho foi à revisão bibliográfica com base nas leituras de alguns sites selecionados da internet, artigos científicos, revistas *online* e em livros que discorriam sobre o tema abordado. Além disso, foi utilizado um contexto histórico, para que o assunto fosse decorrido com mais facilidade e ser bem explicado e compreendido.

**DESENVOLVIMENTO**

Há alguns motivos por trás de uma pessoa que deseja começar a empreender, e mesmo que seja difícil definir o que é ser uma pessoa empreendedora, tendo uma observação mais atenta sobre o empreendedorismo, podem-se achar várias considerações que se referem a outros conceitos diversificados (OLIVEIRA 1995, *apud* FUZETTI, s.d.).

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal (SEBRAE, 2007, *apud* CUSTÓDIO, *et all.* 2011,).

Em uma de suas obras, Schumpeter se dedicou para ressaltar a importância do empreendedor no processo de inovação, dizendo que ele é o responsável pelo processo de realizar novas combinações, listando como exemplo, a abertura de um novo mercado, a conquista de uma nova fonte de matérias-primas, na introdução de um novo bem ou produto (SCHUMPETER, 1982, *apud* FUZETTI, s.d.).

Hoje os empreendedores não são mais vistos apenas como provedores de mercadorias desinteressantes e que são movidos unicamente por lucro a curto prazo. Ao contrário, são pessoas que energizam, que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento e produtiva. São pessoas que geram empregos, e que introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico (SEBRAE, 2007, *apud* CUSTÓDIO, *et all.* 2011). Podendo seguir a linha de pensamento de Bueno, podemos entender que o empreendedorismo é:

A capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacte no cotidiano das pessoas (BUENO, 2019, s.p.).

Segundo Costa, o Brasil depende muito de uma população empreendedora, e é preciso dar suporte para que essas empresas possam crescer com consistências e oferecer mais oportunidades de trabalho, tendo o Governo um grande desafio que é fazer com que essas empresas fiquem formalizadas, e para isso acontecer teria que diminuir os impostos e oferecer certas garantias para esses empresários (COSTA, 2009).

Com o avanço da tecnologia, de novos meios de comunicação e informação, e com a chamada era digital trouxe novas oportunidades para os empreendedores, tendo em vista novas possibilidades de realizar negócios, comercializar produtos, a divulgação de uma forma mais pratica, rápida e mais barata.

Quando há a maximação de oportunidades, podem ser criados negócios de sucesso, e as redes sociais são essenciais para os donos de negócios, levando em conta que no inicio de um novo empreendimento, o próprio empreendedor não está em busca somente de recursos, locais para instalação ou dinheiro, mas principalmente de conselho, informação e também confiança (BIRLEY, 1985).

Uma boa ajuda, um conselho confiável, até certo ponto, pode ser obtido através de redes sociais que podem ser elas formais ou não, de um pequeno negócio ou de uma multinacional. Pode dizer que, uma rede se assemelha com uma teia, é um conjunto de nós interconectados, e esse nós são pontos de intersecção de linhas (CASTELLS, 1999). Se um ponto ou um nó de uma rede for um de um ator social, se tem uma rede social (*Social Network*). Sendo esse um conceito ligado à área da sociologia, que tem sido utilizado em diversos campos e níveis organizacional (LOPES, 2004).

As redes sociais são essenciais como um meio de empreender, por se tratar de um local onde fornecem oportunidades, obtenção de recursos, como também a facilitação da utilização de outros recursos, que são essenciais também para a vantagem competitiva (BARNIR *et al.,* 2002). Novos negócios são criados por empreendedores motivados e que tenham em vista um nicho de oportunidades, para obtenção de oportunidades.

São diversos os fatores que influenciam os resultados dentro de uma empresa, e na área de vendas principalmente. Sendo as novas tecnologias grandes aliada na mudança de como os clientes veem e avaliam as empresas, e que por isso elas precisam se adaptar nesse novo contexto de negócios (JASMAND *et al.,* 2012).

Segundo o site UOL, as melhores redes sociais para se empreender é o *Instagram, Facebook, Twitter, GOOGLE*+ e o *Youtube* (UOL, s.d., s.p.). Sendo essas redes as mais utilizadas no mundo, podendo ser utilizadas de diversas formas possíveis.

**RESULTADOS E DISCUSSÃO**

É visto que diante de todas as pesquisas feitas é mais entender que vendas *online* aumentam de forma brusca, e só tende a aumentar. Conforme André Dias, diretor executivo do Compre & Confie:

O *smartphone* tornou-se um ativo praticamente indispensável em nossas vidas, ganhando também cada vez mais relevância para as compras online. Por isso, consumidores estão investindo em aparelhos cada vez mais rápidos e modernos, o que ajudou no aumento de 25% do tíquete médio para esta categoria no período (CORDEIRO VIRTUAL).

As redes sociais ou podendo chamar também de mídias sociais, são os principais meios para que um empreendedor possa crescer, e poder vender seus produtos ou serviços, principalmente pelo fato de hoje as pessoas poder utilizá-las de forma prática e fácil, apenas nas palmas das mãos, com *smarthphones*. A imagem a seguir mostra como a prática das vendas *online* cresce.



Figura 1. Disponível: <https://plugg.to/tendencias-do-e-commerce-para-2020-o-que-esperar-e-como-se-preparar/>. Acesso em 30 set. 2020.

Nos últimos anos, houve um crescimento não só no número de vendas como também subiu o valor gasto pelas pessoas em compras online.

Cerca de 7,3 milhões de brasileiros fizeram sua primeira compra online durante o primeiro semestre de 2020, um crescimento de 40%. Com isso, o Brasil chega à marca de 41 milhões de usuários ativos no e-commerce. Desse total, 58% compraram pelo menos quatro vezes ao longo do semestre e 20% realizaram mais de dez pedidos no período (INGIZZA, 2020).

O IBGE apresentou no primeiro semestre que em 2019, 54% da população brasileira já obtém acesso à internet, e que a tendência é só de aumentar, sendo que a internet continua sendo cada vez mais popular em todo o mundo e mais acessível, independente da condição financeira.

Com a constante expansão da internet e a crescente facilidade de acesso ao virtual a partir de dispositivos como smartphones e tablets, esse ambiente se torna propício não só para a divulgação de produtos e serviços, mas para a consolidação de empreendimentos totalmente digitais (TAMEIRÃO, 2019).

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante o exposto, pode-se concluir que atualmente, o empreendedorismo está evoluindo, buscando novos meios, e assim, seguindo com os avanços tecnológicos para que haja sucesso. Analisou-se que as redes sociais se tornaram uma forma de marketing empresarial facilitando para os clientes e para a própria empresa a forma de mostrar seus produtos vendidos, tendo em vista que quase 54% da população brasileira têm acesso à internet.

O empreendedor adaptou-se aos novos meios de vendas, que são as redes sociais. Essa praticidade só foi possível por causa do avanço tecnológico que, cada vez mais vem se reinventando e facilitando cada vez mais a forma de comprar.

**REFERÊNCIAS**

BARNIR, Anat.; SMITH, Ken A. Alianças entre firmas na pequena empresa: o papel das redes sociais. Interfirm alliances in the small business: The role of social networks. **Journal of Small Business Management**, v. 40, n.3, p. 219-232, 2002. Disponível em: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1540-627X.00052. Acesso em 30 set. 2020.

BIRLEY, Sue. O papel das redes no processo empreendedor. The role of networks in the entrepreneurial process. **Journal of Business Venturing**, v.1, n.1, p. 107-117, 1985. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0883902685900102. Acesso em 30 set. 2020.

BUENO, Jefferson Reis. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** 2019. Disponível em: https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empreendedorismo/#:~:text=Empreendedorismo%20%C3%A9%20a%20capacidade%20que,impacto%20no%20cotidiano%20das%20pessoas. Acesso em 30 set. 2020.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. Tradução: Roneide Venâncio Majer; atualização para 6ª edição: Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Disponível em: https://globalizacaoeintegracaoregionalufabc.files.wordpress.com/2014/10/castells-m-a-sociedade-em-rede.pdf. Acesso em 30 set. 2020.

CORDEIRO VIRTUAL. **Vendas online aumentam 23% no primeiro trimestre de 2019, afirma Compre&Confie**. Disponível em: https://cordeiropolis.corderovirtual.com.br/noticias/14097/economia/vendas-online-aumentam-23-no-primeiro-trimestre-de-2019-afirma-compre-confie. Acesso em 30 set. 2020.

COSTA, Carlos Eduardo da. **O empreendedor no Brasil.** Administradores, [s.l.], 23 mar. 2009. Disponível em: https://administradores.com.br/artigos/o-empreendedor-no-brasil. Acesso em 29 set. 2020.

CUSTÓDIO, Telma Padilha; TÓFOLI, Eduardo Teraoka; NOGUEIRA, Ana Beatriz. **Empreendedorismo: Um Estudo sobre a Importância do**

**Empreendedorismo como Estratégia de Negócios na Empresa**

**Fênix Locações e Eventos**. Universitári@ - Revista Científica do Unisalesiano – Lins – SP, ano 2, n.4, jul/dez de 2011. Disponível em: http://www.salesianolins.br/universitaria/artigos/no4/artigo31.pdf. Acesso em 29 set. 2020

FUZETTI, Diana Leite Kochmanski. **Empreendedorismo na visão Schumpeteriana como fator de estratégia de inovação empresarial: Estudo em uma metalúrgica.** Disponível em: https://www.unimep.br/phpg/mostraacademica/anais/7mostra/3/ 131.pdf. Acesso em 29 set. 2020.

INGIZZA, Carolina. **Vendas online no Brasil crescem 47% no 1º semestre, maior alta em 20 anos.** 2020.Disponível em: https://exame.com/pme/e-commerce-brasil-cresce-47-primeiro-semestre-alta-20-anos/. Acesso em 30 set. 2020.

JASMAND, C; BLAZEVIC, V; RUYTER, K. **Generating sales while providing service: a study of customer service representatives’ ambidextrous behavior.** Journal of Marketing. v. 76, n. 1, p. 20-37, 2012. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/10.1509/jm.10.0448. Acesso em 30 set. 2020.

LOPES, Humberto Elias Garcia. **Reflexões teóricas sobre o conceito de redes sociais. Theoretical Reflections About the Concept of Social Networks**. Revista de Administração Contemporânea, v. 8, n. 1, p. 179-200, Jan/Mar., 2004. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S1415-65552004000100009. Acesso em 30 set. 2020.

TAMEIRÃO, Nathália. **Empreendedorismo digital: o que é, como começar e razões para se aventurar.** 2019. Disponível em: https://sambatech.com/blog/insights/empreendedorismo-digital/. Acesso em 30 set. 2020.

UOL. **Qual é a melhor rede social para o seu negócio?** Disponível em: http://ecommerce.uol.com.br/impulso-digital/temas/redes-sociais-e-seo/qual-e-a-melhor-rede-social-para-o-seu-negocio.html#rmcl. Acesso em 30 set. 2020.