



INSTITUTO FEDERAL

Sertão Pernambucano

Campus Floresta

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO SERTÃO
PERNAMBUCANO – CAMPUS FLORESTA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TECNOLOGIA DA
INFORMAÇÃO**

ALUCÉLIA DE OLIVEIRA

**A utilização das mídias sociais como ferramenta de apoio e divulgação
do artesanato: Um estudo de caso em Floresta-PE**

FLORESTA - PE

2024

ALUCÉLIA DE OLIVEIRA

**A utilização das mídias sociais como ferramenta de apoio e divulgação
do artesanato: Um estudo de caso em Floresta-PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do curso de Gestão da
Tecnologia da Informação, do Instituto Federal
de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão
Pernambucano - *Campus* Floresta, como
requisito parcial à obtenção do título de
Tecnólogo em Gestão da Tecnologia da
Informação.

Orientadora: Prof. Ayane Gonçalves.

FLORESTA - PE

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

O48 Oliveira, Alucélia de.

A utilização das mídias sociais como ferramenta de apoio e divulgação do artesanato : Um estudo de caso em Floresta-PE / Alucélia de Oliveira. - Floresta, 2024.
59 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Gestão de T.I.) -Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano, Campus Floresta, 2024.
Orientação: Prof^a. Msc. Ayane Maria Gonçalves da Silva.

1. Administração em geral. 2. Artesanato. 3. Estratégia de marketing digital. 4. Redes sociais. I. Título.

CDD 658

ALUCÉLIA DE OLIVEIRA

**A utilização das mídias sociais como ferramenta de apoio e divulgação
do artesanato: Um estudo de caso em Floresta-PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do curso de Gestão da Tecnologia da
Informação, do Instituto Federal de Educação, Ciência
e Tecnologia do Sertão Pernambucano - *Campus*
Floresta, como requisito parcial à obtenção do título de
Tecnólogo em Gestão da Tecnologia da Informação.

Aprovado em: 17 / 09 / 2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ayane Maria Gonçalves da Silva
Orientadora
IF Sertão PE – Campus Floresta

Prof. Tássio José Gonçalves Gomes
IF Sertão PE – Campus Floresta

Prof. José Emanuel Medeiros Marinheiro
IF Sertão PE – Campus Floresta

FLORESTA - PE

2024

Dedicatória

Dedico esse trabalho a Deus por ser a minha fortaleza em todos os momentos. E aquelas pessoas que me deram total apoio direto ou indiretamente.

Agradecimento

Agradeço primeiramente a Deus por ser minha fortaleza para que eu pudesse concluir este trabalho por ter passado longas noites sem dormir direito, aos artesãos que contribuíram para realização deste trabalho, em especial a uma pessoa que entrou em minha vida recentemente que me apoiou durante essa jornada final do trabalho. As pessoas que me apoiaram direta e indiretamente por acreditarem em mim.

Reflexão

Os rios não bebem sua própria água. As árvores não comem seus próprios frutos, o sol não brilha para si mesmo . E as flores não espalham sua fragrância para si. Viver para os outros é uma regra de natureza. A vida é boa quando você está feliz, mas a vida é muito melhor quando os outros estão felizes por sua causa.

Autor desconhecido

“Tudo posso naquele que me fortalece.”

Filipenses 4,13

RESUMO

Compreender a utilização das estratégias de marketing digital pelos artesãos de Floresta-PE. A metodologia usada neste trabalho foi através de uma pesquisa definida como quantitativa com aplicação de um questionário a fim de mensurar o grau de concordância, na percepção dos entrevistados, com relação a utilização das mídias digitais no trabalho dos artesãos. Na análise de resultados pode-se constatar que a maior parte dos entrevistados são maiores de 35 anos (50%) e com uma renda familiar entre R\$2.000,01 a 4.000,01. Vale ressaltar que 100% dos entrevistados (artesãos) dizem que suas vendas são para cliente final e 83,3% dos entrevistados responderam que sua empresa utiliza algum meio digital para divulgação de suas peças artesanais. Percebeu-se, ao longo do trabalho, que o uso das redes sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam no aumento das vendas, facilitam e melhoram a comunicação e o relacionamento com os clientes.

Palavras chaves- Artesanato, Estratégias de Marketing Digital; Redes Sociais.

ABSTRACT

To understand the use of digital marketing strategies by artisans in Floresta-PE. The methodology used in this work was through a research defined as quantitative with the application of a questionnaire in order to measure the degree of agreement, in the perception of the interviewees, regarding the use of digital media in the work of artisans. When analyzing the results, it can be seen that the majority of interviewees are over 35 years old (50%) and with a family income between R\$2,000.01 and 4,000.01. It is worth mentioning that 100% of respondents (craftsmen) say that their sales are to end customers and 83.3% of respondents responded that their company uses some digital means to promote its handcrafted pieces. It was noticed, throughout the work, that the use of social networks and other digital marketing strategies help to increase sales, facilitate and improve communication and relationships with customers.

Keywords- Crafts, Digital Marketing Strategies; Social media.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1– Faixa etária dos entrevistados.....	42
Imagem 2– Gêneros dos entrevistados.....	42
Imagem 3– Renda familiar dos entrevistados.....	43
Imagem 4– Grau de escolaridade dos entrevistados.....	43
Imagem 5– Incluindo você, quantas pessoas trabalham no seu negócio.....	44
Imagem- 6– Há Quanto tempo você trabalha com artesanato.....	44
Imagem 7– A maior parte de suas vendas vão para atacadista /varejista/cliente Final.....	45
Imagem- 8 – Sua empresa utiliza algum meio digital para promover, divulgar e/ ou vender seus produtos.....	45
Imagem 9 – Quais redes sociais você mais utiliza em seu negócio.....	46
Imagem 10 – O Uso das redes sociais e outras estratégias do marketing digital ajuda a tornar meu negócio mais conhecido.....	46
Imagem 11– O uso das redes sociais e de outras estratégias de marketing digital ajuda a aumentar as vendas do meu negócio.....	47
Imagem 12– O Uso das redes sociais e de outras estratégias de marketing digital facilita a comunicação com meus clientes.....	48
Imagem 13 – As ações de marketing digital realizadas nas redes sociais são planejadas de acordo com os objetivos do meu negócio.....	48
Imagem 14– O Uso de das redes sociais em estratégias de marketing digital aumenta a confiança do meu cliente em meu negócio.....	49
Imagem 15 – O uso das redes sociais e de outras estratégias de marketing digital ajuda a conseguir a conseguir novos clientes.....	49
Imagem 16 – As redes sociais e outras estratégias de marketing protegem meu negócio dos concorrentes.....	50
Imagem 17 – Usar as redes sociais em estratégias de marketing digital tem uma boa relação de custo-benefício (investimento e grande retorno.....	51
Imagem 18 – As redes sociais e outras estratégias de marketing digital são indispensável para o sucesso do meu negócio.....	51
Imagem 19 – As redes sociais e outras estratégias de marketing digital influenciam as vendas e os lucros do meu negócio.....	52
Imagem 20 – As redes sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam a divulgar os produtos e a cultura do sertão.....	52
Imagem 21 – As redes sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam a fortalecer o nome da minha loja.....	53
Imagem 22 – Uso de pessoas conhecidas em redes sociais e em outras estratégias de marketing digital (artistas, blogueiros, personalidades, entre outros) ajuda a divulgar o negócio.....	54
23 – Imagem- O Uso das redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital melhorar O relacionamento com meus clientes	54
24– Imagem- Costumo usar as redes sociais e internet de forma geral para pesquisar novidades para o meu negócio.....	55

TABELAS DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Windows FP preencher memória windows drivers

UGC MacOS sistema operacional

GNU Licença Pública Geral

GNU/Linux sistema operacional Unix like- Kernel Linux

IOS iPhone Operating System - ou Sistema operacional do iPhone em português

Firefox OS sistema operacional livre desenvolvido pela Mozilla

Linguagem de programação C++, JavaScript

PHP Hypertext Preprocessor

APIs Application Programming Interface- Interface de programação aplicações

Erlang- linguagem de programação

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	25
1.1 Justificativa.....	26
1.2 Problema de pesquisa.....	26
2. OBJETIVO.....	26
2.1 Objetivo geral.....	26
2.2 Objetivos específicos.....	27
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	27
3.1 Artesanato.....	27
3.1.2 História do artesanato.....	27
3.1.2.1 Como surgiu o artesanato.....	28
3.1.3 Arte.....	29
3.1.3.1 Surgimento da arte.....	29
3.1.3.2 Definição de arte.....	29
3.1.3 As definições de arte ao longo da história.....	30
3.1.3.4 Tipos de arte.....	30
3.2 Marketing.....	32
3.2.1 O que é marketing.....	32
3.2.2 Os 4P's do marketing.....	33
3.2.3 Áreas de atuação do marketing.....	33
3.4 Tipos de marketing.....	34
3.4.1 Marketing digital.....	34
3.4.2 Marketing de relacionamento.....	35
3.4.3 Marketing viral.....	35
3.4.4 Inbound marketing.....	35
3.5 Eras do marketing.....	36
3.6 Mídia social.....	36
3.6.1 Diferenciação das mídias tradicionais	37
4. METODOLOGIA.....	41
5. ANÁLISE DE RESULTADOS.....	41
6. CONCLUSÃO.....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58 -59
ANEXO.....	

1. INTRODUÇÃO

Com a evolução da tecnologia surgiram várias ferramentas de apoio para ajudar as pessoas no seu dia a dia, principalmente em relação à condução de seu trabalho. Os computadores, o surgimento da internet, a automatização dos processos, armazenamento de dados em nuvens, ou seja, uma série de inovações que mudaram a forma de se trabalhar e atuar no mercado.

Dentre essas inovações pode-se destacar o surgimento e propagação das mídias digitais, como instagram, facebook, youtube, WhatsApp e Tik Tok, demais mídias que passaram a serem utilizadas como ferramentas de divulgação dos produtos/serviços ofertados no mercado, devido a seu baixo custo e alto alcance.

Com o passar dos anos o marketing digital vem evoluindo cada vez mais, cada uma das eras do marketing se desenvolveu em uma época específica, e continuam vivas e sendo utilizadas. Neste contexto, Kotler, um dos maiores teóricos modernos da administração, é considerado por muitos o “Pai do Marketing”.

Por sua vez, o artesanato é uma técnica manual utilizada para produzir objetos feitos a partir de matéria-prima natural. Normalmente, os artesanatos são fabricados por famílias, dentro de sua própria casa ou em uma oficina. Tal técnica é praticada desde o período antigo, denominado Neolítico, quando poliam pedras para fabricar armas e objetos de caça e/ou pesca, cerâmica para guardar alimentos e tecelagem para fabricar redes, roupas e/ou colchas.

A partir da Revolução Industrial que iniciou na Inglaterra, o artesanato foi fortemente desvalorizado deixou de ser tão importante, já que neste período capitalista o trabalho foi dividido colocando determinadas pessoas para realizarem funções específicas, essas deixaram de participar de todo o processo de fabricação. Além disso, os artesãos eram submetidos a péssimas condições de trabalho e baixa remuneração.

Atualmente, o artesanato voltou a ter prestígio e importância, utilizando como base elementos naturais para desenvolver suas peças originadas do barro, couro, pedra, folhas e ramos secos entre outros. Em todas as regiões é possível encontrar artesanatos diversificados originados a partir da natureza típica do local e de técnicas específicas. (TODA MATÉRIA, 2022)

Floresta, município brasileiro que fica localizado no estado de Pernambuco, distante 433 km da capital pernambucana, Recife. Este município é o ponto de partida do Eixo Leste da transposição do Rio São Francisco e, de acordo com o IBGE (2015, possui uma população total de 31.809 habitantes.

Em Floresta, na cultura do artesanato, tem-se como destaque o crochê, bordados, renda de bilro, tecelagem e couro. Alinhando o artesanato, marketing digital, e tendo em vista seu importante papel no município em comento como meio de movimentação da economia local e geração de renda, compreender e **analisar a utilização das mídias sociais como ferramenta de apoio e divulgação do artesanato, através da realização de um estudo de caso com os artesãos de Floresta-PE.**

1.1 JUSTIFICATIVA

O desenvolvimento dessa pesquisa se justifica pela necessidade de entendimento e conhecimento da utilização das mídias sociais como ferramenta de apoio e divulgação do artesanato, tendo, no marketing digital, um meio de expandir e propagar o artesanato.

De acordo com Kotler e Keller (2012) o agitado cenário econômico vivenciado pelo mundo na primeira década do século XXI desafiou muitas empresas a prosperar financeiramente e, em alguns momentos, até mesmo a sobreviver. Diante de tal realidade, o marketing tem um papel de extrema importância para enfrentar os desafios, ajudando assim diversas áreas como operações e financeiro que só fazem sentido quando existe a procura por produtos que façam com que a empresa obtenha lucro.

As inovações tecnológicas, entre elas a internet, mudaram a forma de se fazer negócios em todo mundo. Seja qual for o tamanho da empresa ou a sua localização, a internet e outros mecanismos digitais permitem a exploração de espaço para reduzir os custos operacionais, por meio de estratégias de marketing (QUEIROZ; BERGANO; MELO 2016). Logo, a tecnologia é, sem dúvida, o mais importante e maior evento que surgiu no século XX e início do século XXI, chamado milênio digital (KOTLER, KELLER, 2015). Artesanato é a arte de criar objetos por meio da transformação da matéria prima, usando as mãos como o principal instrumento de trabalho. As Ferramentas e equipamento são sempre auxiliares, não se sobrepondo ao fazer manual (ARTESOL, ARTESANATO SOLIDÁRIO, 2022).

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Diante do exposto, emerge, como questão problema para essa pesquisa: as mídias digitais são utilizadas como estratégias de marketing pelos artesãos de Floresta-PE?

2.OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Compreender a utilização das estratégias de Marketing Digital pelos artesãos de Floresta-PE.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analisar as estratégias de Marketing Digital dos artesãos de Floresta-PE.
2. Descrever a evolução do Marketing Digital.
3. Evidenciar o papel das mídias sociais como ferramenta de divulgação dos produtos para o público-alvo almejado.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 ARTESANATO

O artesanato é o próprio trabalho manual utilizando-se de matéria-prima natural, ou produção de um artesão. Mas com a mecanização da indústria, o artesão foi identificado como aquele que produz objetos pertencentes à chamada cultura popular. O artesanato é tradicionalmente a produção na qual o produtor possui os meios de produção e trabalha com a família em sua própria casa, realizando todas as etapas da produção, desde o preparo da matéria-prima até o acabamento, ou seja, não havendo divisão do trabalho ou especialização para a confecção de algum produto.

O artesanato pode ser erudito, popular e folclórico, podendo ser manifestado de várias formas como, nas cerâmicas utilitária, funilaria popular trabalhos em couro e chifre, trançados e tecidos de fibras vegetais e animais (sedenho), fabrico de farinha de mandioca monjolo de pé de água, engenhocas, instrumentos de música, tintura popular. E também encontram-se nas pinturas e desenhos (primitivos) esculturas, trabalhos em madeira, pedra, guaraná, ceras, miolo de pão, massa de açúcar, bijuteria, renda, filé, crochê, papel recortado para enfeite etc;

Artesanato é a arte de criar objetos por meio da transformação da matéria prima, usando as mãos como o principal instrumento de trabalho. As ferramentas e equipamentos são sempre auxiliares, não se sobrepondo ao fazer manual. (ARTESOL, ARTESANATO SOLIDÁRIO, 2022)

3.1.2 História do artesanato

A história do artesanato tem início no mundo com a própria história do homem, pois a necessidade de se produzir bens de utilidades e uso rotineiro, e até mesmo adornos, expressou a capacidade criativa e produtiva como forma de trabalho. A partir do século XIX o artesanato ficou concentrado então em espaços conhecidos como oficinas onde um pequeno grupo de aprendizes viviam com mestre artesão detentor de todo o conhecimento técnico. Este oferecia em troca de mão de obra barata e fiel conhecimento, vestimentas e comida. Criaram-se as comparações de ofício, organizações que os mestres de cada cidade ou região formavam a fim de defender seus interesses.

3.1.2.1 Como surgiu o artesanato?

A história aponta que o artesanato surgiu na pré-história, mais precisamente no período neolítico (6000 a.C). Foi nesse período que o homem aprendeu a polir a pedra, fabricar cerâmica, tecer fibras animais e vegetais (BRASIL CULTURA, 2019). Tem-se, como principais tipos de artesanato:

- **Tear-** O tear é utilizado para fabricar lindos trabalhos de manufaturas e industriais. Nele, é feita a tecelagem dos fios para formar peças que sejam para uso próprio ou para venda.
- **Crochê-** Crochê ou croché (crochet, francês é o processo de criação de tecidos usando a agulha de crochê e algum fio contínuo, normalmente, lã ,fio de algodão, seda etc, mas também pode se usar arame, barbante ou outro material inovador. A palavra crochê é derivada do francês antigo crochet, um diminutivo de crochê, por sua vez , das línguas germânicas croc, ambos significando “gancho.”.
- **Bordado-** é uma forma de criar, a mão ou à máquina desenhos e figuras ornamentais em tecido utilizando para este fim, diversos tipos de ferramentas como agulhas, fios de algodão, de seda, de lã, de linho, de metal , de madeira que os fios utilizados formem o desenho desejado.
- **Patchwork-** A tradução literal de patchwork é um “trabalho com retalho”. É uma técnica que une tecidos com infinidade de formatos variados. O patchwork é a parte superior ou topo do trabalho, já o trabalho completo é o acolchoado, formado pelo topo mais a manta acrílica e o tecido fundo , tudo preso por uma técnica conhecida como quilting ou acolchoamento.
- **Artesanato sustentável (Reciclado)-** A utilização de materiais recicláveis e naturais na produção de brinquedos, artigos de decoração, moda, utensílios e móveis domésticos é a essência do artesanato arte de transformar e criar produtos únicos com as mãos. Além do aproveitamento estético e prático de diferentes objetos que seriam descartados na natureza, o artesanato sustentável pode ser uma fonte de renda e realização pessoal.

- **Artesanato em feltro-** O feltro é um tipo de tecido muito usado para produção de artesanato e permite a criação de inúmeras peças maravilhosas. Esse tecido pode ser destaque nos seus artesanatos, pois é um material ótimo e bastante versátil para se trabalhar. Existe uma grande variedade de cores, estampas e espessuras de feltro, que você encontra em lojas de tecidos e aviamentos ou em lojas especializadas em artesanatos. A confecção de artesanato em feltro é muito fácil de fazer, e os modelos ficam prontos rapidamente. Para criar uma peça você precisa apenas do molde da peça escolhida, linha, agulha, cola, tesoura e enchimento. Você pode fazer letras, bichinhos, corações, flores, e muitos outros objetos, seja para presentear alguém, ganhar uma renda extra ou decorar a sua casa.

3.1.3 Arte

A arte é uma forma de o ser humano expressar suas emoções, sua história e sua cultura através de alguns valores estéticos, como a beleza, harmonia, equilíbrio. A arte pode ser representada através de várias formas, em especial na música, na escultura, na pintura, no cinema, na dança, entre outras.

3.1.3.1 Surgimento da arte

Após seu surgimento, há milhares de anos, a arte foi evoluindo e ocupando um importantíssimo espaço na sociedade, haja vista que algumas representações da arte são indispensáveis para muitas pessoas nos dias atuais, como por exemplo, a música que é capaz de nos deixar felizes quando estamos tristes. Ela funciona como uma distração para certos problemas, um modo de expressar o que sentimos dos diversos grupos da sociedade.

Muitas pessoas dizem não ter interesse pela arte e por movimentos ligados a ela, porém o que elas não imaginam é que a arte não se restringe a pinturas ou esculturas, também pode ser representada por formas mais populares, como a música, o cinema e a dança. Essas formas de arte são praticadas em todo o mundo, em diferentes culturas. Atualmente a arte é dividida em clássica e moderna e qualquer pessoa pode se informar sobre cada uma delas e apreciar a que melhor se encaixa com a percepção de arte.

3.1.3.2 Definição de arte

Arte é uma palavra que se origina do vocábulo latino *ars* e significa técnica ou habilidade, podemos dizer que é uma manifestação humana comunicativa muito antiga.

A arte possui um caráter estético e está intimamente relacionada com as sensações e emoções dos indivíduos. Como exemplo, podemos citar a pintura, a dança, a música, o cinema, a literatura, a arquitetura, etc.

Vale salientar que a arte tem uma importante função social na medida que expõe características históricas e culturais de determinada sociedade, tornando-se um reflexo da essência humana.

Ela existe em todas as culturas e sua definição foi e continua sendo discutida incansavelmente.

3.1.3.3 As definições de arte ao longo da história

Para o filósofo grego Aristóteles a arte era uma imitação da realidade. Esse conceito, mais tarde, foi duramente refutado por diversas correntes artísticas que compreendiam que a arte não era somente baseada na imitação da realidade, e sim na criação.

Durante a Idade Média havia duas vertentes sobre ela:

- As artes manuais (ou mecânicas)
- As artes liberais (ou intelectuais)

A primeira era considerada inferior à segunda, pois a arte somente era criada a partir do intelecto. Se pensarmos nessa questão hoje em dia, notamos que ela está mais desenvolvida, no entanto, o trabalho manual ainda é subjugado pelo trabalho intelectual. Como exemplo, temos o artesão e o artista, os quais compartilham um trabalho mental, ao mesmo tempo que participam da criação artística. Entretanto, o primeiro é em grande parte considerado um indivíduo que produz uma "arte menor" em relação ao outro.

Essa analogia da "arte erudita" e da "arte popular" permanece até os dias de hoje, sendo pauta de discussão de muitos estudiosos.

3.1.3.4 Tipos de arte

Como exemplo de modalidade artística podemos citar:

Artes visuais - As artes que normalmente lidam com a visão como o seu meio principal de apreciação costumam ser chamados de Artes Visuais. Consideram-se artes visuais as seguintes: pintura, desenho, gravura, fotografia e cinema. Além dessas são consideradas ainda as artes visuais: a escultura, a instalação, a moda, a decoração e o paisagismo.

Teatro- O teatro é uma arte em que um ator ou conjunto de atores interpreta uma história ou atividades, com auxílio de dramaturgos, diretores e técnicos, que tem como objetivo apresentar uma situação e despertar sentimentos no público.

Música- Dentro das “artes “ a música pode ser classificada como uma arte sublime, uma arte de espetáculos. Em uma definição para música temos: é uma forma de arte que consiste basicamente em combinar sons e ritmo seguindo uma pré- organização ao longo do tempo.

Dança- A dança é uma das três principais artes cênicas da Antiguidade, ao lado do teatro e da música. Em uma definição para dança temos a arte de mexer o corpo, através de uma cadência de movimentos e ritmos, criando uma harmonia própria.

Estética da arte- Atualmente, o termo “Estética” é considerado pelo senso comum como algo meramente referente à beleza corporal e à forma. “Centro de estética e beleza”, “ cuidados com a estética”, “estética facial” e “estética corporal” são algumas expressões usadas e não apresentam o caráter filosófico próprio do termo, visto muitas vezes como dissociado de uma ciência. O que é estético, assim como entendiam os gregos, atrai os sentidos. Logo, tudo o que atravessa as sensações humanas poderia ser considerado “coisa” estética. Entretanto, as teorizações acerca da Estética com o olhar para o homem como produtor de conhecimento sobre suas experiências sensoriais só acontecem, assim como nos damos conta hoje , a partir do século XVIII, quando o conceito grego *aisthetiké* é rearticulado e redirecionado para as discussões sobre o Belo partindo de uma perspectiva antropocêntrica.

Voltada principalmente para a beleza e à arte, a estética está intimamente ligada à realidade e às pretensões humanas de dominar, moldar, representar, reproduzir, completar, alterar, apropriar-se do mundo como realidade humanizada. Na contemporaneidade, a estética os conduz para além do império da técnica, das máquinas e da arte como produto comercial, ou do belo como conceito acessível para poucos , a busca de espaço de reflexão, pensamento, representação e contemplação do mundo.

3.1.3.5 Funções da arte

A arte tem várias funções na vida do homem. Entre elas, podemos destacar a função de educar, informar e entreter. A arte estimula a percepção, a sensibilidade, a cognição, a expressão e a reunião criativa. Além disso, a arte tem sua função social, pois é capaz de reinserir pessoas na sociedade e de ampliar os horizontes de cidadãos marginalizados. Por sua função social, a arte é empregada em diversos projetos em periferias das grandes cidades.

3.2- MARKETING

3.2.1 O que é Marketing?

Marketing é o conjunto de técnicas e métodos aplicados ao estudo das necessidades dos mercados e seus principais componentes, como públicos, vendas e produtos para o desenvolvimento das empresas. É uma palavra derivada do inglês market, que significa mercado, ou seja, o estudo das causas, objetivos e resultados produzidos através das diferentes formas de como as empresas lidam com o mercado.

A American Marketing Association oferece a seguinte definição: o marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado (Kotler, Keller ,2006).

O marketing estuda as causas e os mecanismos que regem as relações de troca (bens, serviços ou ideias) realizadas dentro de quatro eixos principais: preço, distribuição, comunicação e produto.

Ele pretende que o resultado de uma relação seja uma transação (venda) satisfatória para todas as partes que participam no processo.

“Marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro. Marketing identifica necessidades e desejos não realizados. Ele define, mede e qualifica o tamanho do mercado identificado e o potencial de lucro”. (Philip Kotler) Observação : esse trecho é uma citação direta.

Apesar disso, o marketing significa mais do que vender, porque a venda é um processo de sentido único. É um processo de dois sentidos, com o objetivo de assegurar a obtenção do maior benefício possível. Nessa área são aplicados conhecimentos avançados a respeito da prospecção de mercados e da sondagem de opiniões.

O marketing é uma filosofia: uma postura mental, uma atitude, uma forma de conceber as relações de troca (ou seja , identificar, criar, desenvolver e servir à procura). O marketing pretende maximizar o consumo, a satisfação do consumidor, a escolha e a qualidade de vida.

3.2.2 Os 4P's do marketing

Philip Kotler criou um conceito até hoje utilizado chamado de marketing Mix, também conhecido como 4 P 's do marketing: produto, preço, praça e promoção.

O conceito reúne as quatro características principais que são trabalhadas pelo o melhor resultado possível em suas estratégias.

- **Produto-** - o produto é a peça chave do processo de marketing, que é colocado no mercado para suprir a necessidade de um grupo de possíveis clientes. Assim, faz parte do estudo do marketing compreender qual a necessidade dos clientes em potencial para disponibilizar no mercado um produto que possa atender à demanda existente.
- **Preço-** É o valor final que o cliente deve pagar por um serviço, que é diretamente relacionado à maneira como ocorre a venda do produto. Esta característica envolve todos os aspectos relacionados ao preço final do produto, como formas e estratégias utilizadas para facilitar o pagamento.
- **Praça-** O conceito praça se refere diretamente à forma de comercialização do produto com o cliente, assim como a escolha da melhor forma de estabelecimento, de comunicação com os consumidores.
- **Promoção-** A promoção se refere às estratégias que são utilizadas para demonstrar o potencial do produto colocado no mercado, ou seja, as técnicas que serão utilizadas para divulgar o serviço ou produto colocado à venda.

3.2.3 Áreas de atuação do marketing

O marketing tem uma área de atuação muito ampla , com conceitos específicos direcionados para cada atividade relacionada. Por exemplo: marketing cultural, marketing político, marketing de relacionamento, marketing social, entre outros.

O trabalho do profissional de marketing começa muito antes da fabricação do produto e continua muito depois da venda. Ele é um investigador do mercado, um psicólogo, um sociólogo, um economista, um consumidor, um advogado, reunidos em uma só pessoa. Na Administração de Empresas, o marketing é um conjunto de atividades que envolve o processo de criação, planejamento e desenvolvimento de produtos ou serviços que satisfaçam as necessidades do consumidor. Também se refere às estratégias de comunicação e de vendas que superem a concorrência. Em marketing, o conceito de valor pode ser definido como todos os benefícios gerados para o cliente em razão do sacrifício feito por este na aquisição de um produto ou serviço. Oferecer ou agregar valor é um conceito diretamente relacionado com a satisfação do cliente, um dos principais objetivos do marketing.

O conceito de marketing afirma que a tarefa mais importante da empresa é determinar quais são as necessidades e desejos dos consumidores e procurar adaptar a empresa para proporcionar a satisfação desses desejos.

3.4 TIPOS DE MARKETING

3.4.1 Marketing Digital

Com o alcance proporcionado pela internet e a exploração de redes sociais, surgiu o conceito de marketing 3.0, em que as empresas buscam uma aproximação com os consumidores e potenciais clientes, monitorando suas opiniões sobre os serviços ou produtos oferecidos pela empresa.

O marketing digital consiste em uma abordagem que utiliza a internet e outros meios digitais como instrumento para atingir os seus objetivos. Dessa forma, os consumidores têm papel fundamental na criação de novos produtos e serviços, adequados às reais necessidades do mercado.

O marketing digital é um conjunto de ações de divulgação e comunicação que uma empresa ou pessoa utiliza nas plataformas digitais, através da internet e dos meios eletrônicos. **Marketing pessoal-** é uma ferramenta utilizada para a autopromoção, como forma de alcançar sucesso. É uma estratégia usada para "vender" a própria imagem, além de influenciar a forma como as outras pessoas olham para quem a utiliza. O marketing pessoal é muito procurado por pessoas que procuram entrar no mercado de trabalho, e é uma forma de diferenciação de todos os outros. Assim, em entrevistas de emprego, o marketing pessoal assume uma importância vital, porque o candidato ao emprego tem que saber como se expressar. O marketing pessoal capacita a pessoa a alterar a sua postura, imagem e conduta. Um indivíduo deve saber mostrar que é confiante, tem capacidades específicas, tem valor, e que contribui para o crescimento da empresa. Além disso, deve conseguir revelar capacidade de aprender e de iniciativa, inteligência emocional para lidar e se relacionar com outras pessoas. Tão importantes como saber, é saber mostrar que se sabe.

Sabendo que o marketing pessoal e profissional estão relacionados, é importante saber mostrar o contexto laboral características como bom senso, responsabilidade, capacidade de liderança, maturidade, otimismo, empatia, ética, integridade, persistência e paciência. Existem áreas importantes que estão relacionadas com um bom marketing pessoal.

- **Capacidade de comunicação-** não significa falar muito, mas falar o suficiente para os outros entenderem o que você está dizendo. Em muitas ocasiões, o processo de comunicação tem dois sentidos e por isso também é muito importante saber ouvir.
- **Postura profissional adequada-** saber ser sério quando a situação exige seriedade. É importante saber se comportar em um contexto profissional, agindo de acordo com a sua função e dentro da expectativa de seus superiores;

- **Cuidados com aparência**- adaptar a forma de se vestir de acordo com o contexto em que está inserido. Ter o cuidado de saber se vestir, não adotando um estilo formal em contextos informais (passando a imagem que não se importa e não segue regras) e estilos formais em contextos formais (intimidando e podendo passar uma imagem de superioridade);
- **Criatividade e inovação** - mostrar disponibilidade e sugerir ideias que contribuam para resolução de problemas. Isto pode acontecer no contexto do trabalho ou pessoal, sabendo como ajudar amigos quando eles precisam.
- **Humildade** - não se considerar melhor que os outros e não tentar promover a sua imagem de uma forma agressiva e forçada perante outros. Quem faz isso passa a imagem de arrogância e acaba prejudicando o seu marketing pessoal.

3.4.2 Marketing de Relacionamento

Esse tipo de marketing utiliza um conjunto de ações e estratégias para criar e manter um relacionamento positivo com clientes. O maior objetivo do marketing de relacionamento é conquistar e fidelizar clientes, criando uma relação de proximidade com a marca, ao ponto que eles se tornem defensores e divulgadores da mesma.

3.4.3 Marketing Viral

marketing viral é todo material publicitário que, ao ser utilizado, produz maior divulgação de uma marca, serviço ou produto, através do engajamento de levar adiante a mensagem passada no material. Esta ação de divulgação utiliza técnicas que recorrem a outros meios de comunicação já existentes, como as redes sociais e a internet em geral, para atingir seu principal objetivo.

3.4.4 Inbound marketing

Inbound marketing é um conjunto de estratégias de marketing que tem como objetivo a atração voluntária de clientes potenciais para a empresa. Este conjunto de estratégias é baseado na ideia de criação e compartilhamento de conteúdos voltados para um público-alvo, para que seja possível conquistar a permissão para se comunicar com estes de maneira mais direta.

Dentro do inbound marketing existe o marketing de conteúdo, uma área que vem crescendo muito nos últimos anos. É uma área especializada em fazer a produção de conteúdo com objetivo de aumentar o engajamento e trazer novos clientes para uma empresa.

A principal estratégia para atingir esse objetivo é conseguir fazer a produção de conteúdos especializados e direcionados ao público-alvo, para chamarem atenção dos consumidores e aumentarem a quantidade de novos clientes.

3.5 ERAS DO MARKETING

Mesmo sendo um conceito relativamente novo, o marketing já passou por quatro eras: O marketing 1.0, marketing 2.0, marketing 3.0 e marketing 4.0. Sabendo, que o marketing evoluiu ao longo dos anos porém, o marketing evoluiu da centralidade o produto 1.0 para centralidade o consumidor 2.0, depois para a centralidade o ser humano 3.0. Em seguida, o marketing entrou na era digital 4.0, mas agora se vê envolto nos desafios que a tecnologia trouxe para humanidade (5.0).

3.6 MÍDIA SOCIAL

Hoje em dia o acesso à internet está cada vez maior pelas pessoas, e com isso, se popularizado a cada ano que passa. Isso faz com que muitas empresas fiquem atentas a esse canal, pois os resultados podem ser muito bons, quando bem utilizados. Atualmente muito se fala em mídias sociais, mas ainda muitos não sabem exatamente do que se trata.

Mídias sociais são sites e aplicativos que permitem conexão e interação entre os usuários. Também conhecidas como redes sociais, as mídias sociais mais populares atualmente são Facebook, Youtube, Instagram e WhatsApp entre outras. Por também permitirem a comunicação entre empresas e seu próprio público, são importantes canais para uma estratégia de marketing digital

De acordo com Andreas Kaplan e Michael Haenlein (2010), definem mídias sociais como “um grupo de aplicativos pela internet construídas com base os fundamentos ideológicos e tecnológicos da web 2.0, e que permitem a criação e troca de Conteúdos Gerado pelo Utilizador (UGC)”. Mídias sociais podem ter diferentes formatos como blogs, compartilhamento de fotos, videologs, scrapbooks, e-mail, mensagens instantâneas, compartilhamento de músicas, crowdsourcing, VolPI, entre outros. São exemplos de aplicações de mídia social: Blogs (publicações editoriais independentes), Google Groups

(referências, redes sociais), Wikipedia (referência), MySpace (rede social), Facebook (rede social), Last.fm (rede social voltada para música), YouTube (rede social e compartilhamento de vídeo), Second Life (realidade virtual), Flickr (rede social e compartilhamento de fotos), Twitter (rede social e Microblogging), Wikis (compartilhamento de conhecimento) entre outros.

As duas primeiras grandes redes sociais da internet, antes mesmo de serem conhecidas como tais, foram os fóruns e grupos de e-mail, utilizados para unir pessoas com interesses comuns, muito antes do surgimento das redes antes citadas.

3.6.1 Diferenciação da mídias tradicionais

As mídias sociais têm várias características que as diferenciam fundamentalmente das mídias tradicionais, como jornais, televisão, livros ou rádio. Antes de tudo, as mídias sociais dependem da interação entre pessoas, porque a

A discussão e a integração entre elas constroem conteúdo compartilhado, usando a tecnologia e multimídia como condutores. Mídias sociais não são finitas: não existe um número determinado de páginas ou horas. A audiência pode participar de uma mídia social comentando ou até editando as histórias.

Tem-se, como principais tipos de mídias sociais:

- O Facebook é uma mídia social e rede social virtual lançada em 4 de fevereiro de 2004, operada e de propriedade privada da Meta, Inc. Em 4 de outubro de 2012, o Facebook atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos, sendo por isso a maior rede social virtual em todo o mundo.
- WhatsApp é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e documentos em PDF, além de fazer ligações grátis por meio de uma conexão à internet. O software está disponível para Android, Blackberry OS, IOS, Symbian, Windows Phone e Nokia. A empresa com o mesmo nome foi fundada em 2009 por Brian Acton e Jan Koum, ambos veteranos do Yahoo, e está sediada na cidade estadunidense de Santa Clara, na Califórnia. O WhatsApp foi fundado em 2009 por Brian Acton e Jan Koum, antigos empregados da Yahoo! Após realizar o potencial da nova loja de aplicativos do iPhone, e com a ideia de colocar um status próximo ao nome das pessoas no aplicativo de mensagens, a dupla contratou russo Igor Solomennikov no site RentACoder.com. O aplicativo foi lançado em Novembro de

2009, apoio capital semente obtido por Acton com seus amigos que conhecera na Yahoo!. A venda para o Facebook no dia 19 de fevereiro de 2014, no Facebook (atual Meta,Inc.) adquiriu a empresa pelo montante de 16 bilhões de dólares, sendo quatro bilhões em dinheiro e 12 bilhões em ações do Facebook, além de três bilhões de ações no prazo de quatro anos caso permaneçam na companhia. Seus fundadores serão incorporados no conselho administrativo do Facebook.

- WhatsApp Business é um aplicativo gratuito que foi criado para atender às necessidades das empresas, e está disponível tanto para Android quanto para iOS. Com ele , é possível simplificar a interação entre empresas e clientes através de uma série de recursos . Entre as vantagens da versão para negócios sobre o WhatsApp tradicional está a possibilidade de inserir informações específicas sobre o negócio, bem como automatizar, classificar e responder rapidamente às mensagens. Além , claro, das ferramentas já conhecidas da versão original do App de enviar e receber mensagens de texto, vídeos, imagens e arquivos. O App de mensagens conta com três versões: a Convencional , a Business e Business API.
 - 1) WhatsApp: A versão convencional do aplicativo é aquela utilizada pela maior parte dos usuários.
 - 2) WhatsApp Business: esta é a versão do aplicativo voltada para os negócios e que conta com uma série de recursos especiais.
 - 3) WhatsApp Business API: A versão Business API do WhatsApp possibilita a autorização da comunicação das empresas, por exemplo a integração de um chatbot à conta comercial do WhatsApp.
- O Instagram é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como Facebook, Twitter, Tumblr e Flickr. Originalmente, uma característica distintiva era a limitação das fotos para uma forma quadrada, semelhante ao Kodak instamatic e de câmera Polaroid,em constante com a relação a proporção de tela de 16:9 tipicamente usada por câmeras de dispositivos móveis.
- Twitter- (inglês: [twiter], inicialmente chamado Twtr: “ gorjear”) é uma rede social e um serviço,por SMS e por software específicos de gerenciamento. As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las.As atualizações de um perfil ocorrem por meio do site do Twitter, por RSS, por SMS ou programa especializado para gerenciamento. O serviço é gratuito pela internet, entretanto, usando o recurso de SMS

pode ocorrer a cobrança pela operadora telefônica. O Twitter foi criado em março de 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass e foi lançado em julho de 2006 nos EUA. A ideia inicial dos fundadores era que o Twitter fosse uma espécie de "SMS da internet" com limitação de caracteres de uma mensagem de celular.

- LinkedIn é uma plataforma de mídia social focada em negócios e emprego que funciona através de sites e aplicativos móveis fundada em dezembro de 2002 e lançada em 5 de maio de 2003, de propriedade da Microsoft. É compatível com redes de relacionamentos, e é principalmente utilizada por profissionais com o intuito de apresentar suas aptidões, de uma forma que outros profissionais da mesma empresa possam endossar, dando credibilidade ao conteúdo.
- Tik Tok- também conhecido como Douyin e anteriormente Musical.ly na China, é um aplicativo de mídia para criar e compartilhar vídeos curtos. Foi lançado em setembro de 2016 desenvolvido pela ByteDance seu gênero é uma rede social, compartilhamento de vídeos.
- Telegram- É um serviço de mensagens instantâneas baseado na nuvem. O telegram está disponível para smartphones ou tablets (Android, IOS, windows Phone, Ubuntu Touch, Firefox OS) computadores (windows FP, OS X, GNU/Linux) e também como Aplicações web. Os usuários podem fazer chamadas com vídeo, autocolantes e arquivos de qualquer tipo. O Telegram também possui criptografia de ponta a ponta opcional. Os clientes do Telegram possuem código aberto, porém seus servidores são proprietários. o serviço também providencia APIs para desenvolvedores independentes. O Telegram foi fundado em 2013 pelos irmãos Nikolai e Pavel Durov, os fundadores do VK, a maior rede social da Rússia. O Telegram é uma empresa independente, não ligada ao VK. Atualmente, encontra-se sediado em Dubai, Emirados Árabes Unidos. Nikolai criou o novo protocolo MTProto em que o mensageiro é baseado, enquanto Pavel forneceu apoio financeiro e de infraestrutura por meio de fundo da digital Fortress.
- You Tube- É uma plataforma de vídeos online. Por meio dela, usuários podem assistir, criar e compartilhar vídeos pela internet. Fundada em 2005, a plataforma possui mais de um bilhão de usuários pelo mundo. A ideia do You Tube é que seus usuários possam não apenas consumir conteúdos na plataforma, mas também produzi-los. Dessa forma, o YouTube é democrático não apenas no consumo, mas também na produção de seus conteúdos, principalmente em comparação à TV. Origem do You Tube, o domínio do YouTube foi registrado em fevereiro de 2005, por Chad Hurley,

Steve Chen e Jawed Karim, três funcionários de uma empresa de tecnologia situada em São Francisco, nos Estados Unidos, PayPal. A ideia da criação do site foi para resolver a dificuldade em compartilhar arquivos de vídeo, já que estes eram muito grandes, o que dificultava seu envio por e-mail.

O primeiro vídeo da história a ser colocado no YouTube foi um vlog de um de seus criadores, Jawed Karim. Ele compartilhou um vídeo de 19 segundos de sua ida ao zoológico de San Diego. Mudanças no layout do YouTube desde o seu surgimento, o layout do Youtube mudou bastante. As funcionalidades do site, também. Em seu lançamento, a página inicial do YouTube era bem diferente da atual. Muito mais clara e sem a chamativa home repleta de vídeos, a plataforma começou de forma minimalista e com o tempo foi se desenvolvendo para um layout mais chamativo e interativo. Atualmente, o layout possui diversas opções de interesse e temas, além da possibilidade de explorar os vídeos em alta e as inscrições do usuário.

- Pinterest- O Pinterest é uma rede social que funciona como um quadro de inspirações no qual os usuários podem publicar, pesquisar e salvar imagens de referência sobre temas de interesse, organizando-as em pastas. Para as empresas a plataforma permite alcançar novos públicos, além de atrair tráfego e vendas.
- Snapchat- é um aplicativo de mensagens multimídia desenvolvido pela Snap Inc, originalmente Snapchat Inc. Um dos principais recursos do Snapchat é que as imagens e mensagens, geralmente ficam disponíveis por um curto período de tempo, antes de se tornarem inacessíveis para seus destinatários. O aplicativo evoluiu do foco original, no compartilhamento de fotos de pessoa para pessoa, para apresentar atualmente as "Histórias" dos usuários de 24 horas de conteúdo cronológico, junto com o "Descobrir", permitindo, que as marcas exibam conteúdo de formato curto, suportado por anúncios. Ele também permite que os usuários mantenham as fotos "somente meus olhos", o que permite que eles mantenham suas fotos em espaço protegido por senha. Ele também incorporou o uso limitado de criptografia ponta a ponta, com planos de ampliar seu uso no futuro. O Snapchat foi criado por Evan Spiegel, Hobby Murphy e Reggie Brown, ex- alunos da Universidade Stanford. Ele se tornou conhecido por apresentar uma nova direção para a mídia social, prioriza os dispositivos móveis, e dá ênfase significativa à interação dos usuários com adesivos virtuais e objetos de realidade aumentada.
- Facebook Messenger é um mensageiro instantâneo e aplicativo que fornece texto e comunicação por vídeo desenvolvido e publicado pela Meta Inc. Uma vez que o

Facebook é baseado no recurso de bate-papo web, ele suporta o protocolo de código-fonte aberto XMPP. Lançado em 9 de agosto de 2011. Linguagens de programação C++, JavaScript, PHP, Erlang.

4. METODOLOGIA

A pesquisa em questão foi definida como descritiva. Segundo Silva & Menezes (2000, p.21):

“A pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento”.

Quanto à abordagem metodológica, foi definida a quantitativa, com aplicação de questionário (modalidade survey) replicado, no tocante ao grupo de variáveis específicas, dos estudos de Santos (2021). Logo, o questionário foi construído através de dois grupos de variáveis, sendo o primeiro grupo definido como variáveis de perfil, cujo objetivo foi traçar o perfil dos entrevistados, e o segundo grupo, definido como variáveis específicas, construído através da escala likert, com o objetivo de mensurar o grau de concordância, na percepção dos entrevistados, com relação a utilização das mídias digitais no trabalho dos artesãos.

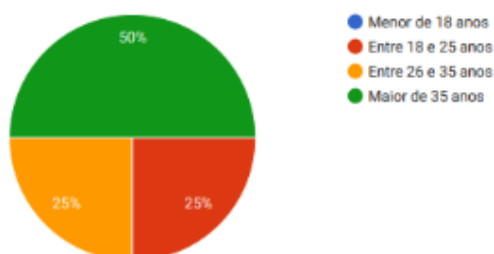
A aplicação do questionário deu-se de forma presencial no dia 12/11/2022, no **SESC Mostra de Tamarindo SESC Floresta de artes**, visto a acessibilidade do público alvo em questão e foi finalizado no dia 12/01/2023 de forma on-line, pelo google forms, utilizando o whatsapp para o envio, obtendo, para esta pesquisa, uma amostra de 12 artesãos.

5. ANÁLISE DE RESULTADOS

Pode-se constatar, conforme evidencia-se na imagem 01, que a faixa etária dos entrevistados, em sua maioria, estão no intervalo entre maiores de 35 anos (50%). Entretanto, a imagem mostra também que tem a faixa etária entre 18 e 25 anos (25%) e a faixa etária entre 26 e 35 anos que correspondem ao grupo com (25%) dos artesãos.

Imagem 01-Faixa etária dos entrevistados

Faixa etária dos entrevistados



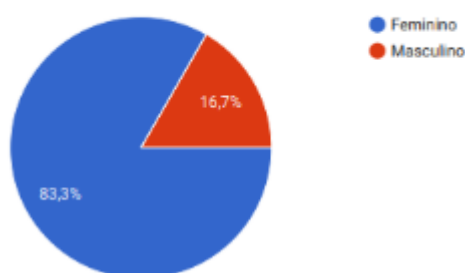
Fonte: Elaborada pela autora

Vale destacar, por sua vez, que os achados de Santos e Melo, entram em confronto com os resultados desta pesquisa quanto à faixa etária dos entrevistados, assim como os de Melo, onde mostraram uma maior incidência da faixa etária entre 21 e 60 anos.

Com relação ao gênero dos entrevistados, pode-se constatar que dos 12 artesãos entrevistados, 10 são do gênero feminino e 2 do gênero masculino, conforme consta na imagem 02.

Imagem 02- Gênero dos entrevistados

Gênero dos entrevistados



Fonte: Elaborada pela autora

Quanto a renda familiar, pode-se constatar que a maior parte dos entrevistados (75%) afirmaram ter uma renda entre 2.000,01 e 4.000,01, enquanto (8,3%) dos entrevistados correspondem ao grupo entre 2.000,01 e 4.000,01 há um outro grupo que correspondem (16,7%) entre 4.000,01 e 6.000,00. Tais informações podem ser verificadas na imagem 03.

Analisando os achados de Santos e os achados de Melo, em relação a renda familiar, entram em confronto com os encontrados nesta pesquisa. Santos, relata que tem como maior

incidência renda entre R\$ 4000,01 e 6000,00 (45%). Já nos resultados de Melo, (2020) têm a predominância de entrevistados que recebem entre R\$ 2.000,01 e R\$ 4.000,00 (55%).

Imagem 03- Renda familiar média dos entrevistados

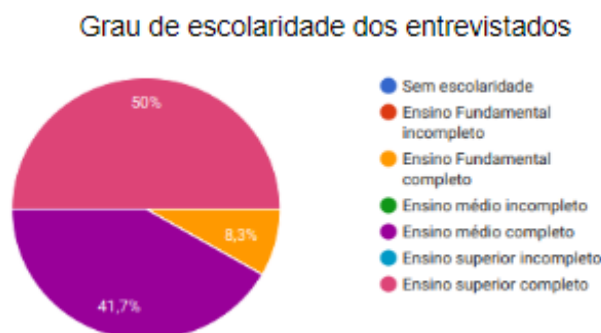


Fonte: Elaborada pela autora

A imagem 4 apresenta o nível de escolaridade dos entrevistados. Somente 50% possuem o ensino superior completo/incompleto, 41,7% têm até o ensino médio completo/incompleto, 8,3% possuem até o fundamental completo/incompleto.

A mostra de Santos (2021) sobre a escolaridade dos entrevistados tem como resultados que 21% dos entrevistados relatam que têm no mínimo o Ensino médio completo/incompleto e com 63% dos entrevistados possuem o Ensino Superior completo/incompleto, portanto 16% dos entrevistados afirmaram ter Pós-graduação completa e 0% incompleta. Resultados bem diferentes dos meus achados

Imagem 4- Grau de escolaridade dos entrevistados

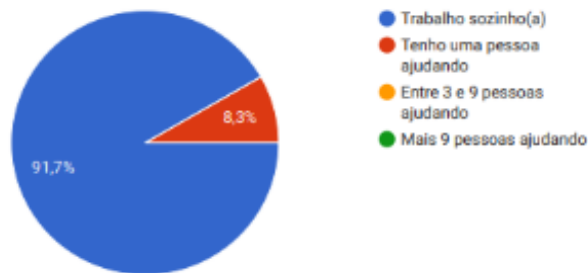


Fonte: Elaborada pela autora

Com relação ao número de funcionários que trabalham nos empreendimentos, constatou-se que 91,7% trabalham sozinhos e 8,3% tem uma pessoa trabalhando, conforme se evidencia na imagem 5. As mostras de Santos (2021) tendo como resultado maior parte com (46%) em relação a quantidade de pessoas que trabalham junto com ele são bem diferentes dos meus resultados.

Imagem 5- Incluindo você, quantas pessoas trabalham no seu negócio

Incluindo você, quantas pessoas trabalham no seu negócio?



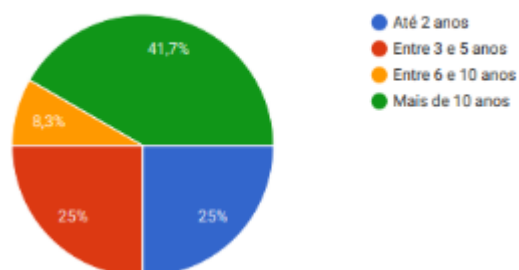
Fonte: Elaborada pelas autora

A imagem 6 mostra o resultado de quanto tempo os artesãos trabalham com artesanato. Porém, 41,7% dos artesãos responderam que trabalham há mais de 10 anos e outros responderam que entre 3 anos, 5 anos (25%) e 6 anos (8,3%).

Santos(2021), mostra como resultados que 29% dos feirantes trabalham até 2 anos na Feira da Sulanca; 21% dos feirantes entre 3 e 5 anos; 29% entre 6 e 10 anos, e também 21% são aqueles que trabalham por mais de 10 anos na feira.

Imagem 6- Há quanto tempo você trabalha com artesanato?

Há quanto tempo você trabalha com artesanato?

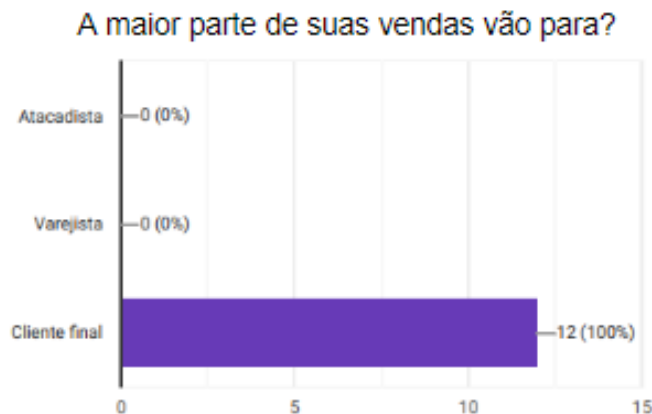


Fonte:Elaborada pela autora

Na imagem 7 mostra que 100% dos entrevistados (artesãos) dizem que suas vendas são para o cliente final e na imagem 8 evidencia que 83,3% dos entrevistados responderam que sua empresa utiliza algum meio digital para divulgação de suas peças artesanais e 16,7%

responderam que não utilizam nenhum tipo de rede social para promover e divulgar suas peças artesanais.

Imagem 7-A maior parte de suas vendas vão para atacadista, varejista, cliente final?



Fonte: Elaborada pela autora

Imagem 8 - Sua empresa utiliza algum meio digital para promover , divulgar e /ou vender produtos?

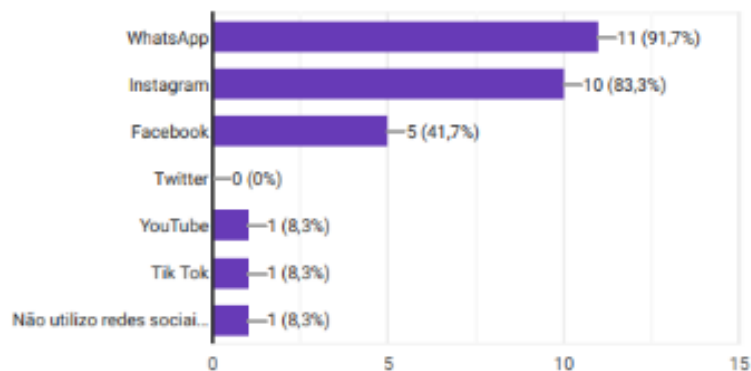


Fonte: Elaborada pela autora

Sendo que a imagem 9 mostra que a rede social mais utilizada no negócio dos entrevistados foi o WhatsApp com 91,7% / Instagram com 83,3% / Facebook com 41,7% / you tube com 8,3% e o Tik Tok com 8,3% enquanto 8,3% respondeu que não utiliza rede social.

Imagem 9- Quais redes sociais você mais utiliza em seu negócio?

Quais redes sociais você mais utiliza em seu negócio?



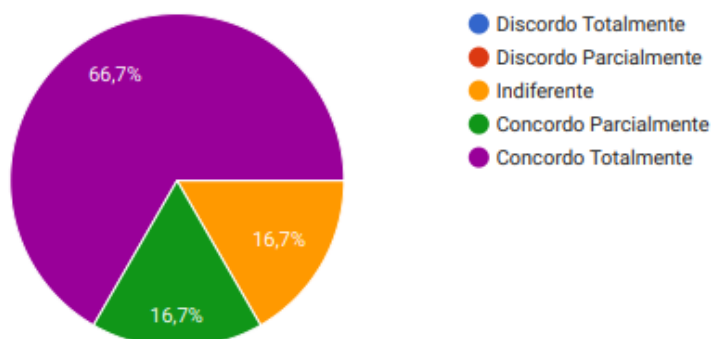
Fonte: Elaborada pela autora

A imagem 10 mostra que 66,7% dos entrevistados concordando totalmente com o uso das redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital ajuda a tornar o negócio mais conhecido diante desse resultado foi obtido também 16,7% responderam que são indiferente /16,7% concordam parcialmente.

Imagem 10- O uso das redes sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam a tornar meu negócio mais conhecido.

1. O uso das redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital ajuda a tornar meu negócio mais conhecido.

12 respostas



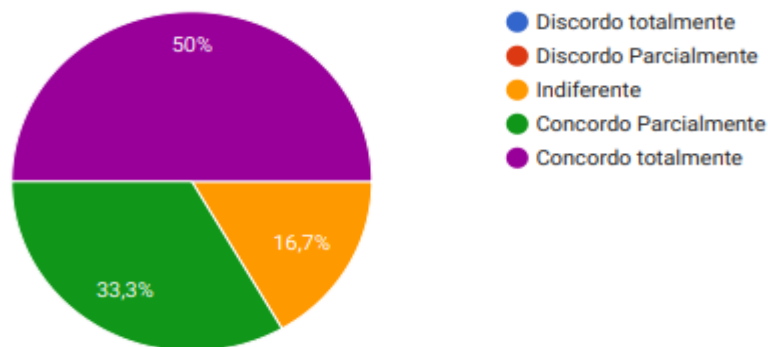
Fonte: Elaborada pela autora

Na imagem 11 mostra que de acordo com os entrevistados 50% deles responderam que concordam totalmente com o uso das redes sociais e que outras estratégias de Marketing Digital ajudam a aumentar as vendas no negócio. Porém 16,7% dos entrevistados são indiferentes com o uso das redes sociais e suas estratégias de marketing digital. Enquanto 33,3% dos entrevistados concordam parcialmente que o uso das redes sociais e de outras estratégias ajudam a aumentar as vendas no negócio.

Imagem 11 - O uso das redes sociais e de outras estratégias de marketing digital ajuda a aumentar as vendas do meu negócio.

2. O uso das redes sociais e de outras estratégias de Marketing Digital ajuda a aumentar as vendas do meu negócio.

12 respostas



Fonte: Elaborada pela autora

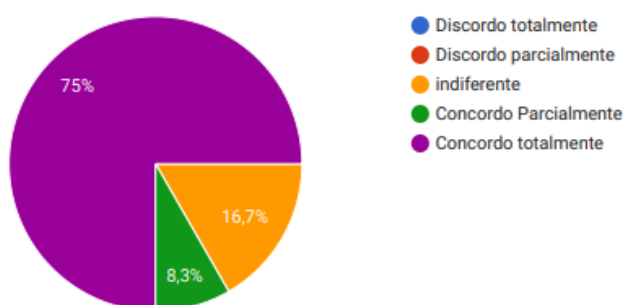
A imagem 12 mostra que 75% dos entrevistados concordam totalmente/8,3% concorda parcialmente e 16,7% são indiferentes com o uso das redes sociais e de outras estratégias de marketing digital que facilitam a comunicação com os clientes.

Imagem 12

Imagem 12 - O uso das redes sociais e de outras estratégias de marketing digital facilita a comunicação com meus clientes

3.O uso das redes sociais e de outras estratégias de Marketing Digital facilita a comunicação com meus clientes.

12 respostas



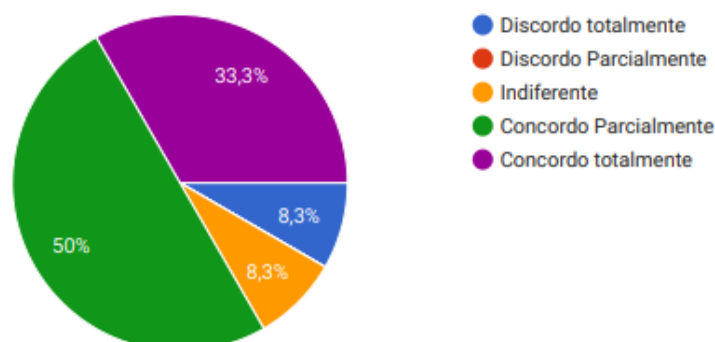
Fonte: Elaborada pela autora

Já na imagem 13 verifica-se que 50% dos entrevistados concordam parcialmente que as ações de marketing digital que realiza nas redes sociais são planejadas de acordo com os objetivos do negócio. Sobretudo, 33,3% dos entrevistados concordam totalmente com as ações e 8,3% são indiferentes/8,3% discordam totalmente.

Imagem 13- As ações de Marketing Digital que realizo nas sociais são planejadas de acordo com os objetivos do meu negócio.

4. As ações de Marketing Digital que realizo nas redes sociais são planejadas de acordo com os objetivos do meu negócio.

12 respostas



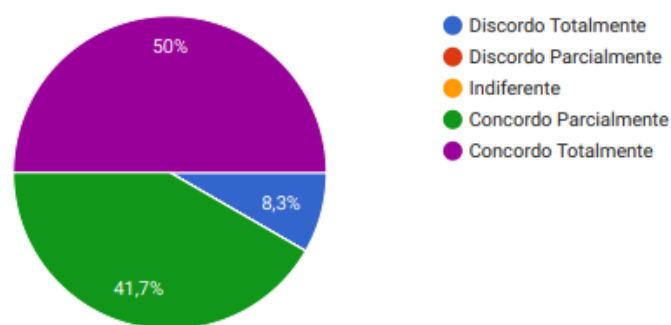
Fonte: Elaborada pela autora

Na imagem 14 mostra que 50% dos entrevistados concordam totalmente com uso das redes sociais em estratégias de marketing digital aumenta a confiança do cliente em seu negócio/ 41,7% concordam parcialmente/8,3% discorda parcialmente com uso das redes sociais.

Imagem 14- O uso das redes sociais em estratégias de marketing digital

5. O uso das redes sociais em estratégias de Marketing Digital aumenta a confiança do meu cliente em meu negócio.

12 respostas



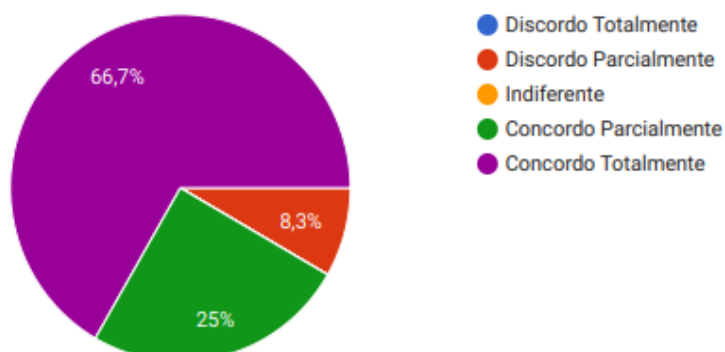
Fonte: Elaborada pela autora

Na imagem 15 mostra que 66,7% dos entrevistados concordam totalmente com o uso das redes sociais de outras estratégias de marketing digital que ajudam a conseguir novos clientes. O gráfico mostra também que 25% dos entrevistados concordam parcialmente e 8,3% discorda parcialmente.

Imagem 15 - O uso das redes sociais e de outras estratégias de marketing digital ajuda a conseguir novos clientes.

6. O uso das redes sociais e de outras estratégias de Marketing Digital ajuda a conseguir novos clientes.

12 respostas



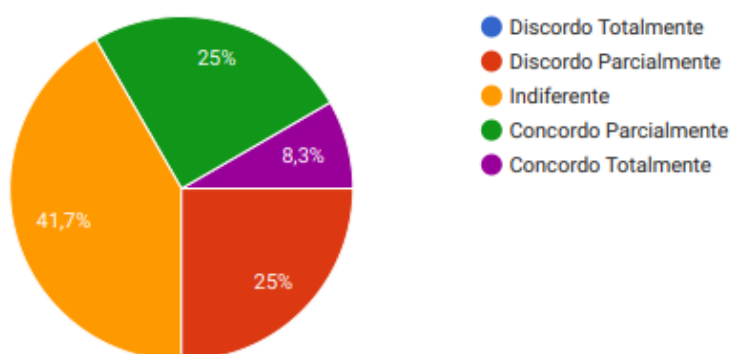
Fonte: Elaborada pela autora

Na imagem 16 mostra que 41,7% dos entrevistados relatam que são indiferentes as redes sociais e outras estratégias de marketing digital que protegem o negócio dos concorrentes. Sendo que 25% dos entrevistados concordam parcialmente/8,3% concordam totalmente/25% discordam parcialmente.

Imagem 16-As redes sociais e outras estratégias de marketing digital protegem meu negócio dos concorrentes.

7.As redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital protegem meu negócio dos concorrentes.

12 respostas



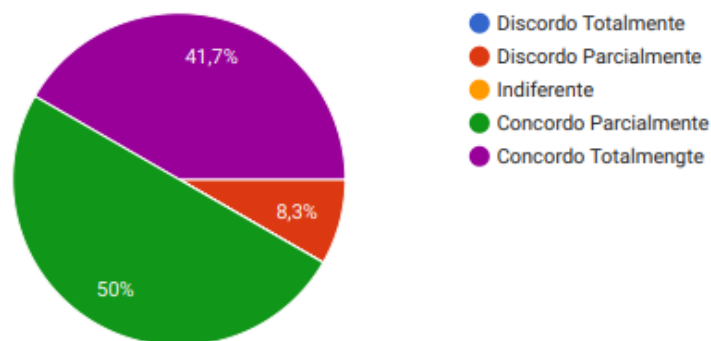
Fonte: Elaborada pela autora

Na imagem 17 verifica-se como o uso das redes sociais em estratégias de marketing digital 50% dos entrevistados responderam que concordam parcialmente/ 41,7% concordam totalmente /8,3% discorda parcialmente.

Imagem 17- Usar as redes sociais em estratégias de marketing digital tem uma boa relação de custo-benefício (pequeno investimento e grande retorno).

8. Usar as redes sociais em estratégias de Marketing Digital tem uma boa relação de custo-benefício (pequeno investimento e grande retorno).

12 respostas



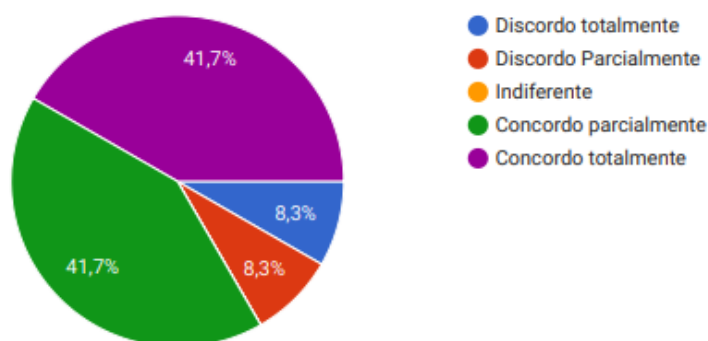
Fonte: Elaborada pela autora

Na imagem 18 percebe-se que as redes sociais e outras estratégias de marketing digital são indispensáveis para os entrevistados 41,7% concordam parcialmente/ 41,7% concordam totalmente/ 8,3% discordam parcialmente / 8,3% discordam totalmente do sucesso do negócio.

Imagem 18- As redes sociais e outras estratégias de marketing digital são indispensáveis para o sucesso do meu negócio.

9.As redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital são indispensáveis para o sucesso do meu negócio.

12 respostas



Fonte: elaborada pela autora

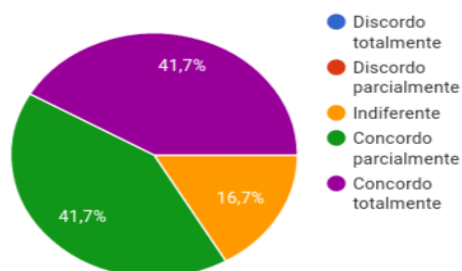
A imagem 19 mostra o seguinte resultado sobre influência de vendas e os lucros do negócio através das redes sociais e outras estratégias de marketing digital 41,7% concordam totalmente/41,7% concordam parcialmente e 16,7% são indiferentes.

Imagem 19- As redes sociais e outras estratégias de marketing digital influenciam as vendas e os lucros do meu negócio.

11.As redes sociais e outras estratégias de marketing digital influenciam as vendas e os lucros do meu negócio.

 Copiar

12 respostas



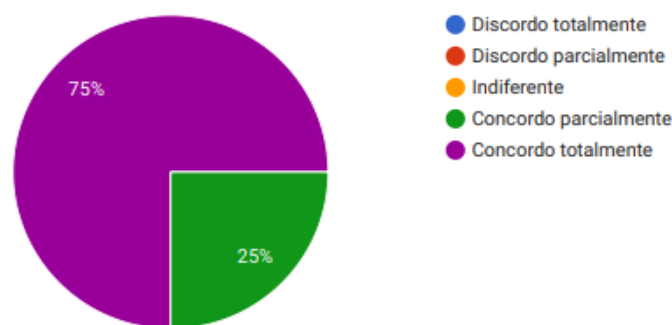
Fonte: Elaborada pela autora

A imagem 20 apresenta o seguinte resultado: que as redes sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam a divulgar os produtos e a cultura do sertão com 75% dos entrevistados concordam totalmente/25% dos entrevistados concordam parcialmente que as redes sociais e suas estratégias de marketing digital ajudam na divulgação.

Imagem 20-As redes sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam a divulgar os produtos e a culturas do sertão

12.As redes sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam a divulgar os produtos e a cultura do Sertão.

12 respostas



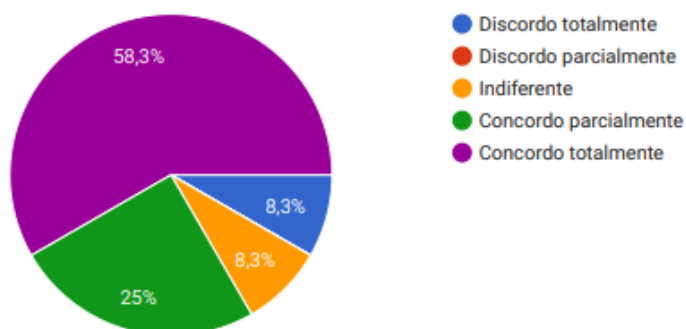
Fonte: Elaborada pela autora

A imagem 21 mostra que 58,3% dos entrevistados concordam totalmente/ 25% concordam parcialmente e 8,3% discordam totalmente/ 8,3% são indiferentes que as redes sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam a fortalecer o nome da loja.

Imagem 21- As redes sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam a fortalecer o nome da minha loja

13.As sociais e outras estratégias de marketing digital ajudam a fortalecer o nome da minha loja.

12 respostas



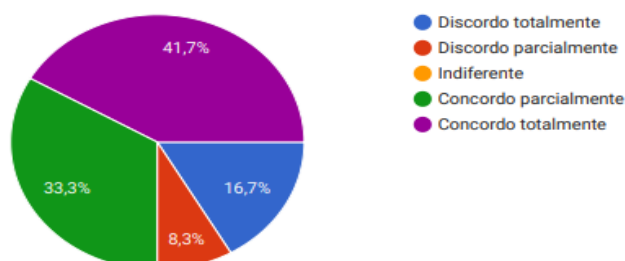
Fonte: Elaborada pela autora(2023)

A imagem 22 apresenta os seguintes resultados de 16,7% dos entrevistados discordam totalmente/8,3% discordam totalmente e 33,3%concordam totalmente / 41,7% concordam parcialmente que o uso das pessoas conhecidas em redes sociais e outras estratégias de marketing digital como por exemplo artistas, blogueiros,personalidades entre outros ajudam a divulgar o negócio.

Imagem 22-O uso de pessoas conhecidas em redes sociais e em outras estratégias de marketing digital(artistas , blogueiros, personalidades, entre outros) ajuda a divulgar o negócio.

14. O uso de pessoas conhecidas em redes sociais e em outras estratégias de marketing digital (artistas, blogueiros, personalidades, entre outros) ajuda a divulgar o negócio.

12 respostas



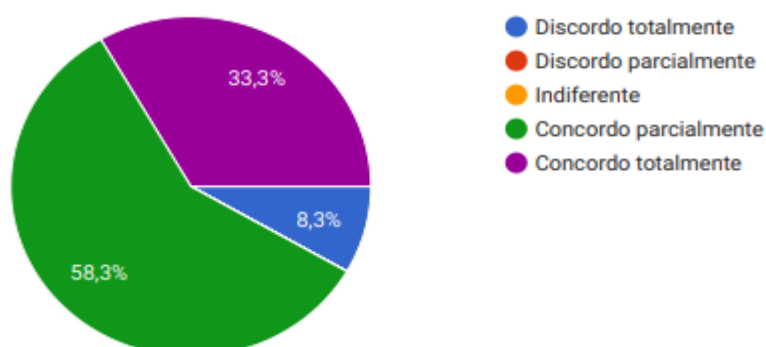
Fonte: Elaborada pela autora

A imagem 23 mostra que 58,3% dos entrevistados concordam parcialmente/33,3% concordam totalmente que o uso das redes sociais e outras estratégias de marketing digital melhoram o relacionamento com seus clientes. Então, 8,3% discordam totalmente do uso.

Imagem 23- O uso das redes sociais e outras estratégias de marketing digital melhorar o relacionamento com meus clientes

15.O uso das redes sociais e outras estratégias de marketing digital melhora o relacionamento com meus clientes.

12 respostas

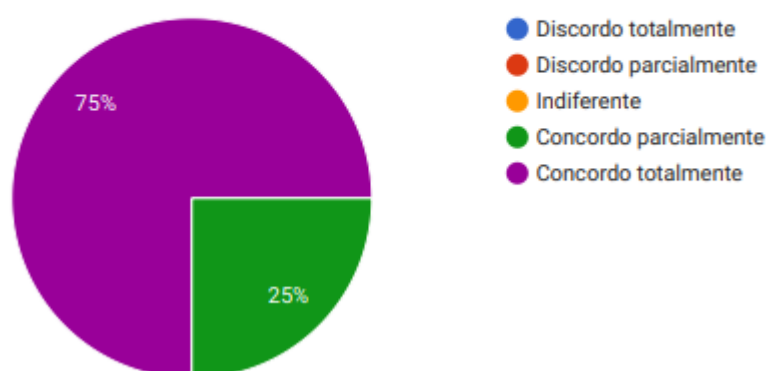


Na imagem 24 tem-se que 75% dos entrevistados concordam totalmente com o uso das redes sociais e a internet de forma geral para pesquisar novidades para o negócio e dos entrevistados 25% concordam parcialmente com o uso.

Imagem 24- costume usar as redes sociais e a internet de forma geral para pesquisar novidades para o meu negócio.

16. Costumo usar as redes sociais e a internet de forma geral para pesquisar novidades para o meu negócio.

12 respostas



Fonte:Elaborada pela autora (2023)

De acordo com a pesquisa que foi relatada sobre a faixa etária (idade) dos entrevistados. O gênero, a maioria do gênero feminino. A renda familiar média a maioria responderam que recebem até R\$ 2.000,00 reais. Sobre o grau de escolaridade a maioria responderam que tem pelos menos ensino superior completo e um pequeno número responderam que têm o ensino médio completo enquanto uma minoria têm apenas o ensino fundamental completo.

Comparando com a pesquisa de Santos (2021) e Melo (2020) os resultados foram diferentes com os constantes neste trabalho, visto que Santos, relata que dos 24 comerciantes da feira da sulanca que participaram da pesquisa 17 são de gênero masculino e 7 do gênero feminino. Sobretudo a pesquisa de MELO (2020), relata que dos entrevistados 44 feirantes no total o gráfico mostra que 24 são mulheres e 20 são homens.

Portanto, os resultados foram bem relevantes à pesquisa que foi realizada com os artesãos de Floresta, o resultado coincidiu com a pesquisa de Melo (2020), que obteve que o gênero feminino foi mais do que o gênero masculino. Já a pesquisa de Santos (2021), mostra que o resultado não coincide com ambas pesquisas, o resultado da pesquisa de SANTOS (2021) mostra que são 17 homens e 7 mulheres que trabalham nesse ramo do artesanato.

6.CONCLUSÃO

Sabendo que o marketing é o conjunto de técnicas e métodos aplicados ao estudo das necessidades dos mercados e seus principais componentes, como públicos, vendas e produtos para o desenvolvimento das empresas. Portanto, o marketing significa mais do que vender, porque a venda é um processo de sentido único. É um processo de dois sentidos de assegurar a obtenção do maior benefício possível.

Nessa área são aplicados conhecimentos avançados a respeito da prospecção de mercados e da sondagem de opiniões. Entretanto, o marketing é uma filosofia, uma postura mental, uma atitude, uma forma de conceber as relações de troca (ou seja identificar , criar , desenvolver e servir a procura) o marketing pretende maximizar o consumo , a satisfação do consumidor , a escolha e a qualidade de vida. Porém, o trabalho do profissional de marketing começa muito antes da fabricação do produto e continua depois da venda. Ele é um investigador do mercado, um psicólogo, um sociólogo, um economista , um consumidor , um advogado, reunidos em uma só pessoa.

Na Administração de Empresa, o marketing é um conjunto de atividades que envolve o processo de criação , planejamento e desenvolvimento de produtos ou serviços que satisfaçam as necessidades do consumidor. Também se refere às estratégias de comunicação e de vendas que superem a concorrência. O marketing digital com o alcance proporcionado pela internet e a exploração de redes sociais. Portanto, o marketing consiste em uma abordagem que utiliza a internet e outros meios digitais como instrumento para atingir os seus objetivos .

Dessa forma, os consumidores têm papel fundamental na criação de novos produtos e serviços adequados às reais necessidades do mercado.O marketing digital é um conjunto de ações de divulgação e comunicação que uma empresa ou pessoa utiliza nas plataformas digitais através da internet e meios eletrônicos. De acordo com resultados obtidos pode-se concluir que as mídias digitais são utilizadas como estratégias de marketing digital pelos artesãos de Floresta-PE. Através de uma pesquisa para ver quais redes sociais mais utilizadas pelos os artesãos . Embora as redes sociais mais utilizadas sejam WhatsApp e o instagram usam como estratégia de marketing digital para divulgação das peças e produtos artesanais .Com todo esse processo de pesquisa foi possível analisar que a utilização das mídias digitais ajudam a tornar o negócio mais conhecido diante dos resultados obtidos. Marketing e marketing digital com uso das redes sociais como ferramenta vem evoluindo cada vez mais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SANTOS, José Victor Vieira de Melo dos. Utilização do marketing digital na Feira da sulanca de Caruaru, José Victor Vieira de melo dos Santos, 2021

MELO, Noemi Frias de Oliveira Araújo. A utilização do marketing digital na Feira de artesanato de Caruaru, Noemi Frias de Oliveira Araújo Melo, 2020

DANTAS, Gabriela Cabral da Silva.”Artesanato”. Brasil Escola; Disponível em: <http://brasilecola.uol.com.br/artes/artesanato.htm>. Acesso em 17 de abril de 2022.

BRASIL CULTURA, Portal da cultura Brasileira.”Como surgiu o artesanato”. Brasil cultura; Disponível em: <https://www.brasilcultura.com.br/artesanato/como-surgiu-o-artesanato/> .Acesso em 25 de maio de 2022

ARTESOL,Artesanato Solidário, “O que é conceitos” Artesol Artesanato Solidário; Disponível em <https://www.artesol.org.br/conteudos/visualizar/O-que-e-conceitos> Acesso em 13 de junho de 2022

SEBRAE, Sebrae-SC, Artesanato sustentável, Sebrae SC 02 de fevereiro de 2018. Disponível em <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/artesanato-sustentavel>. Acesso em 14 de junho de 2022.

SIGNIFICADOS, Significados; Marketing; Significados Disponível em <https://www.significados.com.br/marketing/>> Acesso em 04 de julho de 2022.

SIGNIFICADOS, Significados; Marketing pessoal, Disponível em <https://www.significados.com.br/marketingpessoal/>> acesso em 12 de setembro de 2022.

SILVA, E. L. & MENEZES, E. M. (2000) - Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação. LED/UFSC. Florianópolis.

WIKIPEDIA, Wikipedia enciclopédia livre, Mídias Sociais, Disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/M%C3%ADdias_sociais acesso em 09 de dezembro de 2022

Aprendendo a aprender - modalidades da arte. Disponível em <https://blogdeaprendendoaaprender.blogspot.com/2013/09/4-modalidades-da-arte.html> Acesso em 05 fevereiro de 2023.

Twitter - Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter> acesso em 03 de junho de 2023.
Facebook- Disponível em: <https://pt.m.wikipedia.org/Wiki/Facebook>. Acesso em 07 de junho de 2023

Instagram- Disponível em: <https://pt.m.wikipedia.org/Wiki/Instagram> acesso em 07 de junho de 2023.

<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/o-que-pinterest> acesso em 22 de junho de 2023.

Snapchat - Disponível em: <https://pt.m.wikipedia.org/Wiki/Snapchat> acesso em 23 de junho de 2023.

WhatsApp Business - Disponível em:

https://chatguru.com.br/whatsapp-business-como-funciona-vantagens/?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwzIK1BhAuEiwAHQmU3kFOtj365DWDIrpLQMqcr8oZAv2bU0U3bluyLzsE3wTNE2QtuGAfsRoCRskQAvD_BwE . Acesso em 24 de julho de 2024.

ANEXO
Questionário

Faixa etária (idade):

- ☐ Menor de 18 anos
- ☐ Entre 18 e 25 anos
- ☐ Entre 26 e 35 anos
- ☐ Maior de 35 anos

Gênero:

- ☐ Feminino ☐ Masculino

Renda Familiar Média:

- ☐ Até R\$ 2.000,00
- ☐ Entre R\$ 2.000,01 e R\$ 4.000,00
- ☐ Entre R\$ 4.000,01 e R\$ 6.000,00
- ☐ Acima de R\$ 6.000,00

Grau de Escolaridade:

- ☐ Sem escolaridade
- ☐ Ensino Fundamental incompleto
- ☐ Ensino Fundamental completo
- ☐ Ensino médio incompleto
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino superior incompleto
- ☐ Ensino superior completo

Incluindo você, quantas pessoas trabalham no seu negócio?

- ☐ Trabalho sozinho
- ☐ Tenho uma pessoa ajudando
- ☐ Entre 3 e 9 pessoas ajudando
- ☐ Mais de 9 pessoas ajudando

Há quanto tempo você trabalha com artesanato?

- ☐ Até 2 anos
- ☐ Entre 3 e 5 anos
- ☐ Entre 6 e 10 anos
- ☐ Mais de 10 anos

A maior parte de suas vendas são para (pode marcar mais de uma opção):

- ☐ Atacadista ☐ Varejista ☐ Cliente Final

A sua empresa utiliza algum meio digital (redes sociais, sites da internet, entre outros) para promover, divulgar e/ou vender seus produtos?

☐ Sim ☐ Não

Quais redes sociais você mais utiliza em seu negócio (pode marcar mais de uma opção)?
(pode marcar mais de uma opção):

☐ Whatsapp ☐ Instagram ☐ Facebook ☐ Twitter ☐ YouTube ☐ TikTok
☐ Não utilizo redes sociais para meu negócio

Assinale, de acordo com seu grau de concordância, às assertivas abaixo:

1- O uso das redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital ajudam a tornar meu negócio mais conhecido.

☐ Discordo totalmente
☐ Discordo Parcialmente
☐ Indiferente
☐ Concordo Parcialmente
☐ Concordo totalmente

2- O uso das redes sociais e de outras estratégias de Marketing Digital ajuda a aumentar as vendas do meu negócio.

☐ Discordo totalmente
☐ Discordo Parcialmente
☐ Indiferente
☐ Concordo Parcialmente
☐ Concordo totalmente

3- O uso das redes sociais e de outras estratégias de Marketing Digital facilita a comunicação com meus clientes.

☐ Discordo totalmente
☐ Discordo Parcialmente
☐ Indiferente
☐ Concordo Parcialmente
☐ Concordo totalmente

4-As ações de Marketing Digital que realizo nas redes sociais são planejadas de acordo com os objetivos do meu negócio.

☐ Discordo totalmente
☐ Discordo Parcialmente
☐ Indiferente
☐ Concordo Parcialmente
☐ Concordo totalmente

5-O uso das redes sociais em estratégias de Marketing Digital aumenta a confiança do meu cliente em meu negócio.

☐ Discordo totalmente

- ☐) Discordo Parcialmente
- ☐) Indiferente
- ☐) Concordo Parcialmente
- ☐) Concordo totalmente

6-O uso das redes sociais e de outras estratégias de Marketing Digital ajuda a conseguir novos clientes.

- ☐) Discordo totalmente
- ☐) Discordo Parcialmente
- ☐) Indiferente
- ☐) Concordo Parcialmente
- ☐) Concordo totalmente

7-As redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital protegem meu negócio dos concorrentes.

- ☐) Discordo totalmente
- ☐) Discordo Parcialmente
- ☐) Indiferente
- ☐) Concordo Parcialmente
- ☐) Concordo totalmente

8-Usar as redes sociais em estratégias de Marketing Digital tem uma boa relação de custo-benefício (pequeno investimento e grande retorno).

- ☐) Discordo totalmente
- ☐) Discordo Parcialmente
- ☐) Indiferente
- ☐) Concordo Parcialmente
- ☐) Concordo totalmente

9-As redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital são indispensáveis para o sucesso do meu negócio.

- ☐) Discordo totalmente
- ☐) Discordo Parcialmente
- ☐) Indiferente
- ☐) Concordo Parcialmente
- ☐) Concordo totalmente

10-As redes sociais devem ser atualizadas com frequência.

- ☐) Discordo totalmente
- ☐) Discordo Parcialmente
- ☐) Indiferente
- ☐) Concordo Parcialmente
- ☐) Concordo totalmente

11-As redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital influenciam as vendas e os lucros do meu negócio.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo Parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

12-As redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital ajudam a divulgar a divulgar os produtos e a cultura do Sertão.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo Parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

13-As redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital ajudam a fortalecer o nome da minha loja.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo Parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

14-O uso de pessoas conhecidas em redes sociais e em outras estratégias de Marketing digital (artistas, blogueiros, personalidades, entre outros) ajuda a divulgar o negócio.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo Parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

15-O uso das redes sociais e outras estratégias de Marketing Digital melhora o relacionamento com meus clientes.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo Parcialmente
- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

16-Costumo usar as redes sociais e a Internet de forma geral para pesquisar novidades para meu negócio.

- ☐ Discordo totalmente
- ☐ Discordo Parcialmente

- ☐ Indiferente
- ☐ Concordo Parcialmente
- ☐ Concordo totalmente

