

## AS REDES SOCIAIS E AS FEIRAS DE NEGÓCIOS NO RIO GRANDE DO SUL

JOÃO VITOR ZAMBON PEREIRA<sup>1</sup>, ROBERTA TERESA MANICA<sup>2</sup>, DÉBORA  
REGINA SCHNEIDER LOCATELLI<sup>3 4</sup>

### 1 Introdução

Após o período pandêmico no qual algumas feiras de negócios optaram por realizar suas edições de forma online, atualmente todas as feiras voltaram ao formato presencial, o qual acaba gerando muito mais trocas e relacionamento entre os participantes. As feiras são consideradas como uma das maiores oportunidades para *players* de diferentes setores tanto na parte comercial, com a chance de conquistar novos clientes, quanto na área de estratégia e *branding*, aumentando a visibilidade da marca (SEBRAE, 2023).

As mídias sociais para as empresas são uma opção interessante, já que geram diversos benefícios para as empresas. Dentre as vantagens, está o fato de que, por meio das plataformas de mídias sociais, os empreendimentos podem estabelecer uma conexão mais próxima com seus consumidores, o que aumenta suas chances de realizar novas vendas. Dessa forma, os negócios perceberam as mídias sociais como uma maneira de se conectar melhor com o público, proporcionando experiências mais interativas com eles, por meio de canais de comunicação mais amplos. Além de todos esses aspectos, é importante salientar que as plataformas de mídias sociais são ideais para promover produtos, serviços e promoções com preços acessíveis em um ambiente virtual de grande alcance (Romano *et al*, 2014; Côrrea, 2022).

Assim, as feiras têm aproveitado estas vantagens para utilizar as redes sociais para divulgar o evento e interagir com seu público alvo.

1 Aluna de Ensino Médio, Escola Estadual de Ensino Médio Dr. João Caruso, contato: [joavitorzampe@gmail.com](mailto:joavitorzampe@gmail.com)

2 Especialista. Escola Estadual de Ensino Médio Dr. João Caruso.

3 Doutora, Universidade Federal da Fronteira Sul, Campus Erechim, **Orientadora**.

4 Grupo de Pesquisa: Estudos Organizacionais e Tecnologias de Gestão (EOTG).

## 2 Objetivos

O intuito da pesquisa é diagnosticar de que maneira são utilizadas as redes sociais como forma de comunicação das feiras de negócios do Rio Grande do Sul com o intuito de auxiliar na elaboração do planejamento de marketing. Para auxiliar neste objetivo geral foram elencados objetivos específicos: a) descrever o que é postado pelos organizadores das feiras de negócios nas redes sociais; b) identificar quais são as redes sociais utilizadas; c) quantificar o volume de postagens antes, durante e após a realização das feiras; d) verificar qual o público mais engajado nas postagens realizadas.

## 3 Metodologia

Ao longo do estudo foram monitoradas diversas páginas e redes sociais de feiras de negócios nas redes sociais, cada uma com seus próprios tipos de empreendimento, métodos e conteúdo em geral. As feiras monitoradas foram:

- a) MERCOPAR – Feira destinada ao setor industrial e de inovação, é um espaço de geração de relacionamentos, disseminação de conhecimento e estímulo à movimentação da economia, realizada em Caxias do Sul - RS: <https://mercopar.com.br/>;
- b) WINE SOUTH AMERICA - A feira de negócios do vinho, é realizada na Serra Gaúcha, maior região produtora de vinhos e espumantes no Brasil; é realizada na cidade gaúcha de Bento Gonçalves: <https://www.winesa.com.br/a-feira/>;
- c) UGART - Feira volta para negócios e produtos turísticos, com o objetivo de reunir as empresas que atuam no setor turístico e representantes de produtos turísticos do Estado do Rio Grande do Sul cuja atividade principal não seja agência de viagens; é realizada em Porto Alegre - RS: <https://feiraugart.com.br/feira-ugart>;
- d) SULSERVE - Feira especializada na indústria da panificação, restauração e hotelaria, reunindo fabricantes e fornecedores destes segmentos para criar novas oportunidades de negócio; é realizada na cidade de Novo Hamburgo - RS: <https://www.sulserve.com.br/sulserve-2023>;
- e) FIEMA - Feira de negócios, tecnologia e conhecimento em meio ambiente, o único evento ecológico do sul do país, promove a criação de uma rede de relacionamentos, informações

e a troca de experiências entre profissionais, especialistas e cientistas da área; realizada em Bento Gonçalves - RS: <https://www.fiema.com.br/>;

- f) FESTURIS - Feira de negócios turísticos, geração de conteúdo e networking, nascida há mais de três décadas com a missão de conectar marcas, destinos e pessoas para contribuir no desenvolvimento do turismo; é realizada em Gramado na Serra Gaúcha: <https://festurisgramado.com/>.

Após o acompanhamento das páginas o conteúdo era armazenado, organizado mensalmente e salvo na nuvem, depois foi feita verificação das postagens para o alcance dos objetivos.

#### 4 Resultados e Discussão

Todas as feiras, em comum, fizeram seus envios por meio das principais redes sociais Instagram e Facebook, publicando seus conteúdos por meio do *feed* e *stories*, cada postagem com seu tipo específico de foco e público alvo para chamar atenção de seus clientes e expectadores.

Cada uma das 6 feiras fez suas publicações de forma regular, com a exceção de que a maioria delas marcaram eventos especiais para exposição e divulgação de seu conteúdo e trabalho juntamente de seus empreendedores. Informações gerais dos dados coletados de cada uma das feiras:

- a) MERCOPAR - Total de publicações: 65, Posts publicados (Imagens): 36, Público alvo dos envios: Visitantes e empreendedores do ramo Industrial, Foco principal das publicações: Divulgação, informação e apoio, Data da feira: 17/10/23 a 20/10/23, Rede mais usada: Instagram;
- b) WINE - Total de publicações: 46; Posts publicados (Imagens): 27, Posts publicados (Vídeos): 19, Público alvo dos envios: Importadores, comerciantes e adoradores de vinhos, Foco principal das publicações: Divulgação e Informação, Não teve edição, Rede mais usada: Instagram;
- c) UGART - Total de publicações: 203; Posts publicados (Imagens): 161, Posts publicados (Vídeos): 42, Público alvo dos envios: Visitantes e agentes de viagem do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, Foco principal das publicações: Divulgação, ajuda e convívio, Data da feira: 22/03/24 a 23/03/24, Rede mais usada: Instagram;

d) SULSERVE - Total de publicações: 16; Posts publicados (Imagens): 14; Posts publicados (Vídeos): 2; Público alvo dos envios: Visitantes e panificadores em geral; Foco principal das publicações: Divulgação, Informação e aviso, Data da feira: 14/05/24 a 16/05/24, Redes mais usadas: Instagram/Facebook

e) FIEMA - Total de publicações: 6, Posts publicados (Imagens): 6, Posts publicados (Vídeos): 0, Público alvo dos envios: Visitantes, ambientalistas e estudantes da área ambiental, Foco principal das publicações: Divulgação, Informação e conscientização, Não teve edição, Redes mais usadas: Instagram/Facebook

f) FESTURIS - Total de publicações: 225, Posts publicados (Imagens): 96, Posts publicados (Vídeos): 129, Público alvo dos envios: Visitantes, agentes e empresas da área turística, Foco principal das publicações: Divulgação, Informação e apoio, Data da feira: 09/11/23 a 12/11/23, Redes mais usadas: Instagram/Facebook.

As duas feiras que mais fizeram publicações foram a Festuris e a Ugart, as duas voltados para o mercado turístico, talvez tenha um público que explora mais as mídias digitais. A que menos utilizou foi a FIEMA, que tem um público voltado a questões ambientais.

Em todas as feiras a maior parte das publicações ocorria antes da realização da feira. As publicações diminuía significativamente depois da realização da feira.

Em geral não havia muita interação com as publicações, as que tinham nem sempre era possível identificar se eram expositores, pessoas interessadas no assunto ou público em geral.

## 5 Conclusão

Todas as feiras tinham sua forma específica de exposição para chamar atenção de seus clientes e o público em geral, entretanto, nem todas as feiras fizeram seus eventos dentro do período do estudo, o que em alguns casos fez com que a frequência das postagens fosse menor. Nota-se que há uma vasta diferença entre a quantidade de postagens de uma feira e outra. Todas as feiras divulgavam seu conteúdo com maior foco em divulgação de seu trabalho e informação para seus clientes.

A FESTURIS, nesse caso, foi o maior destaque, sendo a feira com a maior quantidade de publicações ao decorrer do ano, a feira de negócios turísticos sempre manteve

uma frequência alta de publicações tanto na data da feira como no resto do ano, diferente das demais que tiveram seu auge de envios exclusivamente no período do evento. Mas ainda assim, os dados de todas as demais feiras podem ser consentâneos ao objetivo, já que analisadas mais a fundo, podem ajudar no contato, negociações e metas com as empresas proprietárias.

Como limitações do estudo pode ser indicado o fato da WINE não ter tido edição da feira durante o período de realização do estudo e a MERCOPAR, ter sido bem no início do mesmo; ambos os casos pode ter comprometido a coleta de dados.

Sugere-se que sejam aprofundados os estudos nestas feiras, estendido para outras feiras, além da elaboração de indicadores para auxiliar os organizadores a terem mais interação e engajamento nas publicações.

### Referências Bibliográficas

Corrêa, R. Redes Sociais na Web: instrumentos de fortalecimento e/ou desconstrução da imagem/reputação das organizações. **Revista Panorama - Revista de Comunicação Social**, Goiânia, Brasil, v. 2, n. 1, p. 100–107, 2022. DOI: 10.18224/pan.v2i1.2143. Disponível em: <https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/2143>. Acesso em: 10 ago. 2024.

Romano, F. M. *et al.* O impacto das mídias digitais na comunicação organizacional das empresas. **Future Studies Research Journal**, São Paulo, v.6, n.1, p. 53 – 82, Jan./Jun. 2014. Disponível em: <https://www.coppead.ufrj.br/wp-content/uploads/2021/09/O-impacto-das-midias-digitais-na-comunicacao-organizacional-das-empresas.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2024

SEBRAE. **Entenda a importância de participar das feiras internacionais**. Artigos, 14 jul. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-a-importancia-de-participar-das-feiras-internacionais,4aed0ac9c66b8810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 15 ago. 2024.

**Palavras-chave:** Feiras de negócios; Feiras; Redes Sociais; Empreendedorismo

**Nº de Registro no sistema Prisma:** PES 2023-0249

**Financiamento:** Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)