

Contexto e resultados da pesquisa

EMPRESAS, CONSUMIDORES E A CRISE DA COVID-19 NAS REDES SOCIAIS

Com as medidas adotadas em prol da prevenção contra a covid-19, diversos setores da economia estão sentindo o impacto direto dessa crise de saúde pública sobre seus negócios. Como resultado, muitas empresas têm visto na internet – e nas redes sociais – um meio de continuarem operando e de oferecerem alternativas de atendimento aos clientes.

O Sistema de Inteligência Setorial do Sebrae/SC buscou analisar o que empresas e consumidores vêm publicando nas redes sociais durante o período de quarentena e as estratégias que os pequenos negócios estão adotando para alcançar seus clientes. A coleta das publicações foi realizada nos dias 30 e 31 de março, por meio da busca de termos¹ e hashtags² relacionados ao pequeno comércio, ao comércio local e ao coronavírus. Os resultados dessa análise você confere abaixo:

INFORMAÇÕES GERAIS

→ Amostra

Amostra coletada:

6.517 ocorrências

Amostra analisada³:

722 ocorrências

→ Horário das publicações

Horário de pico:

12h às 14h (30,64%)

 **Madrugada (0h às 6h):** 5,72%

 **Tarde (12h às 18h):** 54,93%

 **Manhã (6h às 12h):** 23,63%

 **Noite (18h às 0h):** 15,71%

→ Redes sociais⁴

 **Instagram:** **67,16%**

 **Twitter:** **32,35%**

 **Facebook:** **0,49%**

→ Termos mais citados

- 1º pequeno
- 2º negócio
- 3º casa
- 4º pequenos
- 5º momento

→ Hashtags mais citadas

- # compredopequeno
- # compredequemfaz
- # fiqueemcasa
- # delivery
- # ficaemcasa

¹Alguns termos pesquisados: "pequeno negócio", "apoie", "delivery", "promoção", "coronavírus", etc.

²Algumas hashtags pesquisadas: #apoieopequeno, #negocioslocais, #pequenoempreendedor, etc.

³A amostra mínima necessária foi de 363 ocorrências para uma confiabilidade de 95% e erro amostral em 5% (para mais ou para menos).

⁴A ferramenta não identificou ocorrências publicadas no YouTube relacionadas aos termos buscados nesta pesquisa durante o período de coleta.