

DOI: <https://doi.org/10.30749/2594-8261.v8n1p71-83>

INCUBADORA TECNO SOCIAL: IMPULSIONANDO O POSICIONAMENTO DOS PEQUENOS E MÉDIOS EMPREENDIMENTOS POR MEIO DE FERRAMENTAS E TÉCNICAS DE MARKETING DIGITAL

TECHNO SOCIAL INCUBATOR: INCITING A STATEMENT FROM THE SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES THROUGH TOOLS AND TECHNIQUES OF DIGITAL MARKETING

**Estéfani Sandmann de Deus¹
Jenifer Rafaela Goncalves Arend²
Chaiane Leal Agne³**

Resumo: O projeto de extensão “Incubadora Tecno Social”, realizado pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (Uergs) de Cachoeira do Sul – RS, utilizando ferramentas e técnicas do marketing digital, vem auxiliando ao longo dos últimos anos que pequenos e médios negócios se mantenham no mercado. Este projeto teve sua primeira edição no ano de 2020, início da pandemia. Sua segunda edição foi efetuada no ano de 2022 efetuando cursos, consultorias e tutoriais de auxílio aos micro e pequenos empreendedores cadastrados. Nas duas edições do projeto, os resultados obtidos foram totalmente relevantes, onde empreendedores conseguiram ampliar seus empreendimentos, através das mídias digitais e maior divulgação de seus serviços, trazendo resultados benéficos para dentro dos empreendimentos participantes, mas também para a economia do município em favorecimento do comércio local. Para o ano de 2023, o projeto pretende seguir e

¹ Coordenadora da Especialização em Gestão Pública da Uergs - Cachoeira do Sul. Professora Adjunta do Curso Administração da Uergs. Líder do Grupo de Pesquisa sobre Organizações Brasileiras (GOB), Membro do Grupo de Pesquisa Estado, Democracia e Administração Pública.(GEDAP) na UFRGS, Membro do Grupo de Pesquisa Políticas, Gestão Pública e Desenvolvimento. Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestra em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Graduada em Administração: Sistemas e Serviços de Saúde pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul e Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Interessada em estudos acerca da administração pública, gestão dos serviços públicos, gestão de serviços de saúde pública, nova gestão pública e suas interferências na gestão dos serviços públicos de saúde, gestão de pessoas e relações de trabalho.

² Graduação em andamento em Administração. Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, UERGS, Brasil. Ensino Médio (2º grau) no Instituto Estadual de Educação João Neves da Fontoura, IEEJNF, Brasil.

³ Possui graduação em Administração (bacharelado) pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (2007), mestrado em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2010) e doutorado em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2014). Desenvolveu parte do doutorado na Universidade de Wageningen, Holanda, Departamento de Sociologia Rural. Atualmente é professora adjunta em Desenvolvimento Rural da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, atua na coordenação do curso de administração da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de Administração e Desenvolvimento Rural, atuando principalmente nos seguintes temas: agricultura familiar, políticas públicas, mercados, gestão rural e agroindústrias rurais familiares.

*INCUBADORA TECNO SOCIAL:
IMPULSIONANDO O POSICIONAMENTO DOS
PEQUENOS E MÉDIOS EMPREENDIMENTOS
POR MEIO DE FERRAMENTAS E TÉCNICAS
DE MARKETING DIGITAL*

*Estéfani Sandmann de Deus
Jenifer Rafaela Goncalves Arend
Chaiane Leal Agne*

ampliar seu escopo a fim de atender aos micro e pequenos empresários da região de Cachoeira do Sul não somente na área de marketing digital, mas também ofertando cursos presenciais de outras áreas da Administração, como gestão de pessoas, estratégia e finanças básicas, já que percebeu-se que estas áreas também são essenciais para o desenvolvimentos dos empreendimentos.

Palavras-chave: Extensão Universitária; Incubadora Tecno Social; Redes Sociais.

Abstract: The extension project “Incubadora Tecno Social”, carried out by the State University of Rio Grande do Sul (Uergs) in Cachoeira do Sul – RS, using digital marketing tools and techniques has been helping small and medium-sized businesses over the last few years remain on the market. This project had its first edition in 2020, the beginning of the pandemic. Its second edition was carried out in 2022, providing courses, consultancy and tutorials to help registered micro and small entrepreneurs. In both editions of the project, the results obtained were totally relevant, where entrepreneurs were able to expand their ventures, through digital media and greater dissemination of their services, bringing beneficial results to the participating enterprises, but also to the municipality's economy in favor of local market. For the year 2023, the project intends to continue and expand its scope in order to serve micro and small entrepreneurs in the Cachoeira do Sul region, not only in the area of digital marketing, but also offering face-to-face courses in other areas of Administration, such as management of people, strategy and basic finances, as it was realized that these areas were also essential for the development of the enterprises.

Keywords: University Extension; Techno Social Incubator; Social media.

Recebido em: 04/08/2023
Aceito em: 29/11/2023

1 INTRODUÇÃO

A pandemia de Covid-19 trouxe um cenário triste ao mundo, acarretando diversas perdas e uma série de desafios que afetaram bruscamente a economia e a saúde pública. No ano de 2020, com o intuito de reduzir o contágio do vírus e consecutivamente diminuir os números exacerbados de casos, fez-se necessário vários tipos de restrições, tais como o isolamento e distanciamento social, no qual afetou diretamente no fechamento e em limitações para o funcionamento dos empreendimentos comerciais. As medidas interferiram nos horários de funcionamento, nas formas de atendimento ao público, nos números de colaboradores e consumidores permitidos no local, além das multas aplicadas em caso de descumprimento das regras.

Nesse contexto, observou-se que a pandemia de Covid-19, trouxe um novo cenário nas mais diversas áreas da vida, sendo a economia uma das maiores afetadas, exigindo com que os negócios se adaptassem à realidade encontrada, a fim de não fecharem seus empreendimentos, e, realizar as adequações necessárias para a manutenção das atividades produtivas e lucrativas realizadas, bem como a permanência dos colaboradores e rendas.

Baseado no exposto, um projeto de extensão foi desenvolvido na Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (UERGS) em Cachoeira do Sul. O projeto teve sua primeira edição em abril de 2020, com o intuito de minimizar os efeitos da crise econômica dos pequenos empreendimentos e empreendedores informais, auxiliando-os no marketing digital, criação de flyers, vídeos, redes sociais, logomarcas e fanpages, para uma maior chance de vendas online no contexto em que estavam inseridos.

Devido à expectativa, e o alto número de procura e empresas inscritas, o projeto deu-se continuidade no ano de 2022, de forma aprimorada e com a inserção de cursos aos empreendedores para que adentrassem no mundo do marketing digital para uma melhor obtenção de vendas.

No ano atual, (2023) o projeto da Incubadora Tecno Social, terá sua terceira edição, que além da oferta dos cursos de marketing digital, também irá aprofundar

outras áreas essenciais a eles, tais elas como a gestão de pessoas, o empreendedorismo e as finanças, dando enfoque também a uma imersão aos 17 Objetivos de Desenvolvimento sustentável da ONU, sendo os principais a serem desenvolvidos, a Educação de Qualidade, Trabalho Decente e Crescimento Econômico, Redução das Desigualdades e Parceria e Meios de Implementação.

Considerando o exposto, o presente artigo tem como objetivo descrever sobre o projeto de extensão supracitado, abordando desde os referenciais teóricos, metodologia, análise dos resultados até às conclusões finais obtidas

2 APRESENTAÇÃO DAS CITAÇÕES

Originadas na década de 1939, quando os alunos Bill Hewlett e Dave Packard, nos Estados Unidos, receberam incentivos necessários dos professores de Stanford para dar início em uma empresa de eletrônicos, as Incubadoras tiveram desde o princípio o objetivo de fornecer apoio estratégico para as empresas iniciantes ou de pouco tempo de funcionamento, principalmente na década de 1990, em que o tema do empreendedorismo social estava em foco.

Compreende-se as Incubadoras como incentivadoras no progresso das empresas, tendo como importante papel servir como agentes do desenvolvimento econômico regional, garantindo também acesso à inovação, tecnologia e conhecimento (LICHTENSTEIN; LYONS, 1996, apud DORNELAS, 2002).

Segundo a Pró Reitoria de Extensão da Uergs (2022) “As Incubadoras Tecno-Sociais devem tem como finalidade: fomentar grupos, entidades, organizações sociais, empresariais, terceiro setor, com vistas a mobilizar, formar, fomentar, assessorar, capacitar e consolidar empreendimentos individuais e/ou coletivos, formais e/ou informais, que apresentem potencial transformador no município e/ou região onde atuam, dos pontos de vista social, econômico, ambiental e tecnológico.” Dentro do mesmo contexto também mencionam que “As Incubadoras Tecno-Sociais devem ter caráter multicampi e/ ou multi-institucional, podendo ter a sua estrutura vinculada às Unidades Universitárias da Uergs e/ou das instituições parceiras das propostas.”

O Projeto de Extensão Incubadora Tecno Social-Uergs da unidade de Cachoeira do Sul segue o referencial teórico exposto, buscando fomentar os empreendimentos através da inovação e conhecimento.

Seguindo as definições de Limeira (2010, p. 10) sobre marketing digital ou e-marketing como sendo “o conjunto de ações de marketing intermediadas por canais eletrônicos, como a internet, em que o cliente controla a quantidade e o tipo de informação recebida”, a Incubadora Tecno social no ano de 2020 auxiliou os empreendedores cadastrados na divulgação, para uma melhor comunicação com o cliente no período de isolamento, assim como maior alcance e visibilidades dos serviços prestados.

Determinado auxílio consistiu na criação de flyers, logomarcas, vídeos, redes sociais e sites, que fizeram com que os empreendimentos se mantivessem em um período hostil e sobrevivessem mediante as dificuldades encontradas.

Já no ano de 2022, onde as restrições já haviam sido flexibilizadas, determinou-se que o Marketing tradicional também seria abordado, já que, segundo Ambrósio (2007), marketing simboliza uma filosofia organizacional voltada para a satisfação das expectativas do cliente, com o propósito de gerar resultados positivos para a empresa. Portanto, neste ano também foram abordados assuntos como Branding, identidade visual e satisfação do cliente.

Todo o projeto da Incubadora Tecno Social é desenvolvido tendo base nas ferramentas administrativas e na inovação dentro dos empreendimentos, já que, Peter Drucker, pai da administração moderna, menciona em seu livro *Innovation and Entrepreneurship* (1985) que “Um empreendedor é alguém que procura sempre a mudança, responde-lhe e explora-a como uma oportunidade”.

Pensando neste contexto, a Incubadora Tecno Social tem como missão trazer a inovação para dentro daqueles empreendimentos que buscam mudanças de melhoria através das assessorias prestadas e assim colaborar com o sucesso dos empreendimentos, juntamente com o interesse pelo comércio local e circulação da economia do município.

3 METODOLOGIA

Na primeira edição do projeto da Incubadora Tecno Social, visando auxiliar os empreendedores no enfrentamento dos prejuízos devido ao isolamento social, o projeto proporcionou a confecção de elementos para a comunicação visual, no qual foram disponibilizados logomarcas, flyers, vídeos, redes sociais e sites. Alguns exemplos pode-se observar abaixo:

Imagem 1 - Imagens do Instagram



Fonte: Instagram Incubadora Tecno Social Uergs Cachoeira do Sul

Neste ano a equipe se constituiu com todos os alunos e professores que se voluntariaram para ajudar no projeto, assim como todos os empreendedores que entraram em contato foram auxiliados, dando prioridade para aqueles de menor tempo de funcionamento.

Já na edição da Incubadora do ano de 2022, inicialmente, a equipe de trabalho foi construída, tendo em vista reunir estudantes e professores dos cursos de Administração e Agronomia. Para tanto, foram realizadas reuniões online e presenciais.

A equipe foi dividida em quatro grupos de trabalho (com 4 componentes cada um, mais um professor auxiliar), cujas atividades eram ministrar os cursos para os empreendedores em datas específicas. O primeiro grupo foi responsável pela

aula introdutória, onde trouxeram maiores explicações aos participantes sobre a função da incubadora, como também realizaram uma breve aula sobre os assuntos que seriam vistos no decorrer do projeto.

O segundo grupo foi responsável pela aula sobre Canva, para auxiliar os participantes na criação de posts estratégicos, a fim de chamar mais atenção do público alvo de cada empresa, visto que este era um grande desafio encontrado pelos empreendedores. Dicas sobre Identidade Visual, Branding e Planejamento para os criativos de suas redes sociais foram disponibilizados nesta aula.

O terceiro grupo foi responsável pela aula sobre redes sociais, em que teve por finalidade auxiliar os participantes no uso das redes sociais de forma estratégica, aliando-se às dicas do Marketing Digital e consecutivamente impulsionando seus números de vendas e lucratividade pelo meio digital. O quarto grupo foi responsável pela segunda aula sobre Canva, onde foram abordadas técnicas e utilização de ferramentas da plataforma para uso profissional. Por fim, realizou-se uma aula tira-dúvidas, onde todos os organizadores estiveram presentes, a fim de solucionar qualquer questionamento aos empreendedores e auxiliá-los na execução do que foi visto durante os cursos.

Ao total, foram atendidos 32 empreendedores locais, dos setores rural e urbano. Considerando as principais justificativas abordadas pelos empreendedores sobre a necessidade de receber assessoria técnica, destacaram-se as dificuldades para o uso e criação de conteúdos nas plataformas digitais.

O depoimento do empreendedor C destaca a limitação para a inserção do seu negócio nas redes sociais, na medida em que a estratégia de venda ainda estava ancorada sob a forma tradicional, conhecida como “boca a boca”:

[...] estamos com dificuldades em divulgação, já que nossas vendas sempre aconteceram pela forma mais conhecida, que é o boca-boca. Minha intenção ao participar do projeto é ter um apoio e o olhar de quem está de fora para alcançar melhor os meus objetivos. Principalmente na estruturação, organização e publicações nas redes sociais. (Empreendedor C)

Nesse sentido, a ação de extensão universitária atinge o seu propósito de inovação social, oferecendo atualização aos negócios locais (KOTLER, KARTAJAYA

E SETIAWAN, 2017). Considerando que o local de atuação das inovações sociais está em resolver problemas locais, vindos de demais populares (BIGNETTI, 2011), considera-se que este propósito foi cumprido pelo projeto de extensão no momento que fez emergir as dúvidas dos partícipes da extensão, além de utilizar conhecimento e capacidades para resolver tais questões elaborando materiais necessários à efetivação de marketing digital dentro das empresas selecionadas.

A imagem, a seguir, apresenta os produtos e serviços disponibilizados no mercado pelas empresas selecionadas. Foram atendidos negócios vinculados à agropecuária, agricultura familiar, setor da alimentação e refeições prontas, produtos de confeitaria, além do setor de serviços diversos (terapia, assistência técnica, cuidado com idosos, advocacia, escritório de contabilidade, serralheria, decoração e beleza masculina e feminina).

Imagem 2 - Produtos e Serviços

Alimentação	Empreendimentos em propriedades rurais que estão recebendo capacitação para trabalhar com o Turismo Rural
Gastronomia	Comércio de alimentos
Vendas	Educação
Varejo	Comércio.
Artesanato	Moda feminina
Alimentação saudável	Studio de Pilates e treinamento personalizado/ saúde/ roupas fitness
Bar e lancheria	Lojista mas on-line
Agricultura familiar	Salão de beleza
Serviços de Engenharia	Moda sustentável

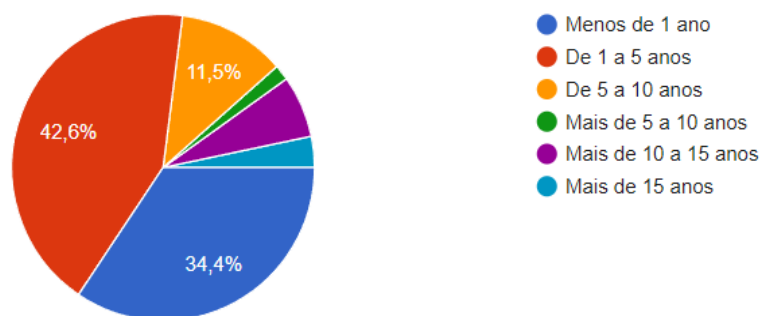
Fonte: Projeto de Extensão – Incubadora Tecno Social (Uergs, Cachoeira do Sul, 2022)

Considerando o tempo de atuação das empresas selecionadas, a maioria está no mercado até 5 anos, correspondendo a 42,6% do total. É importante considerar que a maioria do público participante do projeto corresponde ao tempo de

atuação preocupante sobre a taxa de sobrevivência das empresas no Brasil. Segundo os dados do IBGE (2019), 6 em cada 10 empresas encerram as suas atividades em até 5 anos. Nesse sentido, destaca-se o papel da Universidade no que diz respeito ao processo de incubação de empresas e organizações, podendo ser uma forma de melhorar os índices de existência no mercado.

Ademais, deve-se mostrar a importância da Incubadora relativa ao segundo resultado mais encontrado no gráfico 1, no qual representa empresas com menos de um ano de atuação, tendo a mesma, a missão de servir como impulsionadora para o progresso das mesmas, ao qual representa 34,4% do total.

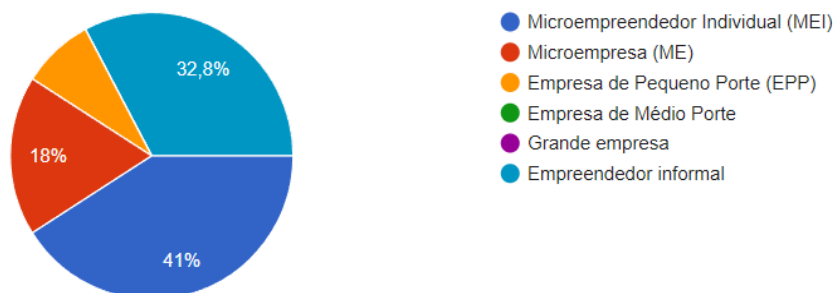
Gráfico 1 - Tempo de atuação das empresas



Fonte: Projeto de Extensão – Incubadora Tecno Social (Uergs, Cachoeira do Sul, 2022)

Considerando o porte dos empreendimentos, a incubadora tecno social também procurou ter uma visão referente ao auxílio àqueles que mais precisavam de um apoio. Tendo em vista que 41% dos selecionados eram Microempreendedores individuais e 32,8% empreendedores informais.

Gráfico 2 - Porte dos empreendimentos



Fonte: Projeto de Extensão – Incubadora Tecno Social (Uergs, Cachoeira do Sul, 2022).

Com o término da edição do projeto do ano de 2022, os empreendedores inscritos receberam certificados de conclusão dos cursos ofertados, além da possibilidade de acesso às plataformas do Youtube com as aulas dadas e do perfil do Instagram, onde podem acompanhar o projeto. Tendo também semanalmente a explicação de como a Incubadora Tecno Social irá ajudar os empreendedores a atingir os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, no qual o projeto dará enfoque na edição do ano de 2023.

Uma das características da inovação social é que ela seja construída de forma colaborativa e que o conhecimento seja compartilhado (MALEK; COSTA, 2015; SANZO et al., 2015), nesta ação de extensão foram consolidadas práticas que foram mantidas pelos empreendedores. Por fim, a disseminação do conhecimento além de aceitável pelos participantes da extensão, foi replicada por estes, caracterizando, assim, um processo de inovação social (MULGAN, 2006).

Entre os resultados mais significativos, pode-se mencionar: o treinamento dos empresários locais em relação à utilização das tecnologias digitais; a aquisição de conhecimentos pelos profissionais acerca da integração de seus negócios nas mídias sociais; a promoção do uso das redes sociais pelos empreendimentos como meio de divulgação e expansão dos seus negócios, bem como para o aumento da clientela e das vendas efetuadas.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após a realização das duas edições do projeto, pode-se observar uma maior autonomia dos empreendimentos em relação ao marketing digital e nas formas de comunicação com o cliente.

Através das avaliações realizadas percebeu-se a importância do projeto para os empreendimentos cadastrados, já que todos puderam ampliar seus conhecimentos, aplicar na prática os conhecimentos transmitidos durante os cursos e consecutivamente aumentar o número de vendas realizadas e a visibilidade do empreendimento na comunidade.

Abaixo, selecionamos um feedback de cada ano de realização para comprovação da eficiência do projeto:

2020	“Em frente à crise acho fundamental a divulgação nas redes sociais para que o negócio apareça, tenho pouco conhecimento de marketing digital, minha filha é que me ajuda um pouco, e também a falta de tempo. Para mim foi muito importante a logomarca e inserção no meio digital oferecido pela Incubadora, pois ofereço vários serviços que as pessoas precisam e posso atender com os devidos cuidados e proteção contra o vírus”
2022	“ Os cursos nos ajudam a ter uma nova visão e a rever muitos pontos importantes para que possamos ter melhores resultados e assim colocar em prática nos empreendimentos. Neste tempo o marketing do meu empreendimento mudou e consigo realizar mais vendas em meu empreendimento.”

Fonte: Projeto de Extensão – Incubadora Tecno Social (Uergs, Cachoeira do Sul, 2022).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto da Incubadora Tecno Social, desenvolvido pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (Uergs), em Cachoeira do Sul oportunizou portanto, a inserção dos empreendedores em áreas do conhecimento específicas, assim como também a capacitação dos mesmos na utilização de ferramentas e técnicas que beneficiem o negócio em relação às vendas e visibilidade no mercado.

O projeto foi capaz de impulsionar os micro e pequenos empreendedores a estruturarem e progredirem em seus empreendimentos. A ajuda proporcionada serviu como incentivo aos mesmos, trazendo resultados significativos tanto para os empreendedores que tiveram a ajuda em como seguir em seus negócios, como também para os alunos que adquiram novos conhecimentos para suas vidas acadêmicas e profissionais.

Pode-se concluir, portanto, que o projeto da Incubadora Tecno Social seguiu com o seu papel de extensão, em levar o conhecimento além da sala de aula, proporcionando à comunidade a articulação prática dos conhecimentos.

Ademais, compreende-se que os benefícios trazidos foram de extrema importância para a comunidade, desde sua primeira edição, fazendo com que empreendedores dos mais diversos nichos pudessem sobreviver mediante a circunstâncias hostis.

A Incubadora Tecno Social, se tornou conhecida na cidade e cada edição procurada de forma mais assídua para prestação de assessorias em áreas específicas, a mesma segue seus trabalhos de incentivo aos empreendedores, a cada edição se aperfeiçoando para melhor atender os empreendedores cadastrados e assim cumprir com sua missão de desenvolvimento social e econômico dos micro e pequenos empreendimentos.

REFERÊNCIAS

BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, v.47, n.1, p. 3-14, 2011.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>

GOURLART, I. B. **Temas de psicologia e administração.** São Paulo: Casa do Psicólogo, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. (IBGE). **SIDRA: Estatísticas.** Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/>> Acesso em: 16 jun. 2021.

KOLK, A.; LENFANT, F. Cross-sector collaboration, institutional gaps, and fragility: The role of social innovation partnerships in a conflictaffected region. **Journal of Public Policy & Marketing** VOL. 34(2). PP 287-303. 2015.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos** 12ª Ed. São Paulo: Pearson Education, 2013.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. 208 p.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing Conceitos, Exercícios, Casos. 9. ed. São Paulo: Atlas 2017.**

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para micro e pequenas empresas. 6. ed. São Paulo: Atlas 2017.**

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de Varejo. 5. ed. São Paulo: Atlas 2013.**

MALEK, A.; COSTA, C. Integrating Communities into Tourism Planning Through Social Innovation. **Tourism Planning & Development**, vol. 12:3, pp 281-299. 2015.
AMBRÓSIO, Vicente. **Planos de Marketing: passo a passo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. **E-marketing. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.**

DRUCKER, P.F. (1985). **Innovation and entrepreneurship**. New York. Harper & Row.

Pró-Reitoria de Extensão-Universidade Estadual do Rio Grande do Sul. Incubadora Tecno Social. (<https://proex.uergs.edu.br/incubadora-social>)