

APOIO AO EMPREENDEDORISMO NAS REDES SOCIAIS: ANÁLISE DOS MUNICÍPIOS DA AMAU

LUANA PESENATTO ¹, ROBERTA TERESA MANICA², DÉBORA REGINA
SCHNEIDER LOCATELLI^{3,4}

1 Introdução

Desde o início da pandemia do Covid-19, que abrangeu o mundo inteiro, as redes sociais se tornaram uma das mais fáceis formas de comunicação, interação e uma ferramenta indispensável na vida das pessoas e, inclusive, empreendedores. As redes sociais promoveram a conectividade entre negócios e clientes, impulsionando vendas e continua sendo uma maneira de interagir, mesmo no pós-pandemia, pois se mantém relevantes na vida de todos.

Esses meios de comunicação servem para empreendedores acompanharem o que há de mais novo no mundo do trabalho, sendo ferramentas de interação e aproximação com clientes, além da criação de novas tendências e conteúdos para aprimorar os próprios negócios. Para as prefeituras e entidades públicas as redes sociais também foram e são essenciais na interação com o público para anunciarem eventos e estar mais próximos da comunidade.

Na sequência são apresentados os objetivos deste estudo.

2 Objetivos

O objetivo principal do estudo foi analisar as postagens relacionadas ao empreendedorismo realizadas por algumas prefeituras que fazem parte da Associação de Municípios do Alto Uruguai (AMAU). Ainda, como objetivos específicos foram elencados: descrever o que foi postado nas redes sociais; identificar quais são as redes sociais e os formatos utilizados por estes agentes; e verificar a resposta do público às postagens realizadas pelos órgãos públicos da AMAU referentes ao empreendedorismo.

1 Aluna de Ensino Médio, Escola Estadual de Ensino Médio Dr. João Caruso, contato: lupesenatto@gmail.com

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

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

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

3 Metodologia

O estudo foi quali-quantitativo e exploratório, com coleta de dados por meio de observações das redes sociais dos órgãos públicos dos municípios que compõem a AMAU. Assim, no decorrer do estudo, foram analisadas e monitoradas diversas páginas de prefeituras e órgãos públicos, sendo que cada uma tinha sua própria maneira de postar os assuntos recorrentes ao empreendedorismo. As entidades e prefeituras analisadas são os seguintes:

a) Entidades: Sebrae Rio Grande do Sul – @sebraers; Senac Erechim – @senacerechim; Senac Rio Grande do Sul – @senacrs; Senai Rio Grande do Sul – @senairsoficial; Sesi Rio Grande do Sul – @sesirsoficial; Sesc Erechim – @sescerechim; Sesc Rio Grande do Sul – @sescrs; Senar Rio Grande do Sul – @senar_rs; Secretaria da Educação do Rio Grande do Sul – @seducrs; e do Governo do Rio Grande do Sul – @governo_rs.

b) Prefeituras: Prefeitura de Aratiba – @prefeituradearatiba; Prefeitura de Áurea – @prefeituradeaurea; Prefeitura de Barão de Cotegipe – @prefeiturabaraodecotegipe; Prefeitura de Campinas do Sul – @pmcampinasdosul; Prefeitura de Erebangó – @prefeituradeerebango; Prefeitura de Erechim – @pmerechim; Prefeitura de Erval Grande – @pm_ervalgrande; Prefeitura de Estação – @prefeituraestacao; Prefeitura de Getúlio Vargas – @pmgetuliovargas; Prefeitura de Marcelino Ramos – @prefeituramarcelinoramos. Estes municípios foram escolhidos, pois são os 10 maiores em relação à população e ao número de Microempreendedores Individuais da região da AMAU.

A técnica de análise dos dados foi a de conteúdo e estatística descritiva.

4 Resultados e Discussão

As prefeituras e as entidades continham seus próprios formatos de publicações, sendo elas variadas em fotos e vídeos (Reels) no feed (principal formato utilizado) ou publicando conteúdos e informações em seus stories nas redes sociais.

As publicações realizadas por parte das entidades normalmente eram de auxílio e dicas aos empreendedores e microempreendedores.

No entanto, as prefeituras geralmente faziam convites à comunidade para participar de eventos proporcionados para impulsionar o empreendedorismo local, sendo possível visitar stands, comprar de pequenos negócios e alavancar as oportunidades. Tanto as prefeituras quanto algumas entidades não publicavam diariamente ou semanalmente, sendo feitas as

publicações somente quando possuía algum evento próximo. A rede social mais utilizada para todas as postagens foi o Instagram, mas em algumas das vezes, também era publicado o mesmo conteúdo no Facebook. Estas redes são indicadas como importantes ferramentas para contato entre empreendedores e seus consumidores, neste caso foi das entidades e prefeituras com um de seus públicos, os empreendedores (SEBRAE, 2021).

Na sequência é apresentado um resumo das principais publicações das entidades:

a) Sebrae Rio Grande do Sul: A entidade fez em torno de 200 postagens, sendo elas de dicas; auxílios de gestão, crédito e entre outros; episódios de podcast (da própria entidade) onde era comentado tudo o que estava em alta no mundo dos negócios; informações de eventos que o Sebrae participava e, após, repassado para ajudar empreendedores a utilizar as tendências.

b) Senac Erechim: Publicou 11 vezes, onde nas postagens eram anunciados cursos para ajudar empreendedores e quem deseja empreender.

c) Senac Rio Grande do Sul e Sesc Rio Grande do Sul: Feita apenas uma publicação anunciando as ações feitas em prol das empresas e trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo.

d) Senai Rio Grande do Sul: Foram feitas o total de 3 postagens, duas anunciando que a entidade estava fazendo parte de eventos de negócios e uma de um programa de apoio à micro, pequenas e médias empresas.

e) Sesi Rio Grande do Sul: Também foram executadas o total de 3 publicações, onde estava fazendo parte de eventos de negócios e um reconhecimento às empresas gaúchas.

f) Sesc Erechim: Publicou apenas uma vez nos stories, marcando presença no evento da EreTech Summit 2023, convidando o público a conhecer as palestras, talks, desafios e muito mais.

g) Senar Rio Grande do Sul: Executou o total de 3 postagens, marcando presença em feiras, convidando o público a fazer parte das mesmas e repassando as informações dos eventos.

h) Seduc Rio Grande do Sul: Não realizou nenhuma publicação relacionada ao assunto de empreendedorismo.

i) Governo Rio Grande do Sul: Realizou em torno de 20 postagens, sendo elas anunciando eventos, investimentos realizados pelo órgão, programas e novos empreendimentos que

alavancaram a economia e proporcionaram mais empregos.

Quanto às Prefeituras ressalta-se que Áurea, Barão de Cotegipe e Erval Grande não realizaram nenhuma publicação. As demais são apresentadas na sequência:

a) Aratiba: Realizou o total de uma publicação, onde na mesma informou alguns trabalhos e ações desenvolvidas pela prefeitura para impulsionar o empreendedorismo local.

b) Campinas do Sul: Fez o total de uma postagem, comentando sobre um contrato assinado entre a prefeitura e duas empresas, onde as mesmas usaram pavilhões da cidade e geraram novos empregos.

c) Erebangó: Publicou 4 vezes sobre feiras Multissetoriais e apoios e cursos ofertados a empreendedores para mais conhecimento.

d) Erechim: Com aproximadamente 80 postagens realizadas, a prefeitura informava sobre palestras abertas ao público, feiras para donos de pequenos negócios mostrarem seus trabalhos e serviços e investimentos feitos na cidade para alavancar a economia.

e) Erval Grande: Não realizou nenhuma publicação relacionada ao assunto de empreendedorismo.

f) Estação: A prefeitura fez o total de 4 postagens, onde contava com programas para jovens que desejam ter seu próprio negócio e qualificações de empreendedores e produtores rurais.

g) Getúlio Vargas: Com o total de uma publicação, a prefeitura registrou a entrega de troféus para empreendedores reconhecidos nos setores produtivos do município.

h) Marcelino Ramos: Realizou 3 publicações em prol do incentivo à piscicultura na cidade para impulsionar essa área, informações repassadas de eventos e um convite à comunidade participar de uma comercialização de produtos de empreendedores artesãos.

As postagens com mais frequências foram realizadas entre os meses de janeiro a abril, sendo que algumas prefeituras fizeram pelo menos uma postagem por semana nas redes sociais.

Tanto as publicações das entidades como das prefeituras tinham pouca interação do público, o que demonstra baixo engajamento com as publicações (Melo et al, 2021).

5 Conclusão

Ao passo que a tecnologia está cada vez mais presente no cotidiano, algumas entidades e prefeituras souberam aproveitar e anunciar os assuntos relacionados ao empreendedorismo de forma breve e clara. Observa-se que a entidade Sebrae Rio Grande do Sul contribuiu com

diversas postagens e a Prefeitura Municipal de Erechim foi a única que realizou mais de 10 publicações. Contudo, em alguns municípios não houve nenhuma interação ou menção ao empreendedorismo.

Propõe-se que os estudos continuem abrangendo as redes sociais e observem se haverá alguma mudança em relação às postagens, em quais meios serão realizadas e se terá alguma constância e resposta do público-alvo.

Referências Bibliográficas

Melo, R. M. de; Tontini, J.; Malheiros, M. B.; Rossato, V. P.; Wegner, R. da S. O engajamento público através das mídias sociais. Revista Estudo & Debate, [S. l.], v. 28, n. 3, 2021. DOI: 10.22410/issn.1983-036X.v28i3a2021.2865. Disponível em: <https://univates.br/revistas/index.php/estudoedebate/article/view/2865> Acesso em: 15 ago. 2024.

SEBRAE. Importância do uso das redes sociais para impulsionar a venda de produtos e serviços 23 nov. 2021 Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/importancia-do-uso-das-redes-sociais-para-impulsionar-a-venda-de-produtos-e-servicos> Acesso em: 17 ago. 2024

Palavras-chave: Empreendedorismo; Entidades; Prefeituras; Redes Sociais

Nº de Registro no sistema Prisma: PES-2023-0248

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