

ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO PARA O FORTALECIMENTO DAS VENDAS NA LOJA COLABORATIVA DA INTESOL

Kátia Karoline Costa Oliveira¹
Guilherme Oliveira Nogueira²
Thaylana Rodrigues Gomes³
Luciana Gama De Mendonça⁴
Rafaela Paula Melo⁵

RESUMO

A Incubadora Tecnológica de Economia Solidária (INTESOL) atua no fortalecimento da economia solidária e da agricultura familiar por meio de ações de ensino, pesquisa e extensão. Entre suas iniciativas, destaca-se a Loja Colaborativa, que contribui para a comercialização de produtos artesanais e agrícolas dos empreendimentos incubados. Nesse contexto, o presente estudo teve como objetivo avaliar a influência das estratégias de divulgação no desempenho das vendas e na visibilidade dos produtos comercializados na Loja Colaborativa da INTESOL. A pesquisa foi realizada por meio do acompanhamento periódico dos registros de vendas, considerando os dados do período anterior e posterior à implementação das estratégias de divulgação. As ações foram realizadas por meio dos canais virtuais da INTESOL e da utilização de cartazes físicos no espaço universitário. Os resultados evidenciaram aumento nas vendas após o início das ações de divulgação, indicando uma relação positiva entre a ampliação da visibilidade dos produtos e o desempenho da comercialização. Dessa forma, as estratégias adotadas mostraram-se relevantes para o fortalecimento das vendas na Loja Colaborativa, contribuindo para ampliar a visibilidade dos produtos e apoiar a comercialização dos empreendimentos incubados pela INTESOL.

Palavras-chave: economia solidária; comercialização; visibilidade de produtos.

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira - UNILAB, Instituto de Desenvolvimento Rural - IDR, Discente, katiakaroline@aluno.unilab.edu.br¹

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira - UNILAB, Instituto de Desenvolvimento Rural - IDR, Discente, guilherme.oliveira.nogueira@aluno.unilab.edu.br²

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira - UNILAB, Instituto de Desenvolvimento Rural - IDR, Discente, thaylana@aluno.unilab.edu.br³

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira - UNILAB, Instituto de Desenvolvimento Rural - IDR, Docente, lucianagama@unilab.edu.br⁴

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira - UNILAB, Instituto de Desenvolvimento Rural - IDR, Docente, rafaelapaula@unilab.edu.br⁵

INTRODUÇÃO

A Incubadora Tecnológica de Economia Solidária (INTESOL) foi implantada em 13 de dezembro de 2013, na Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), com o objetivo de promover a economia solidária e fortalecer a agricultura familiar, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e solidário do território onde a universidade está inserida e de seus países parceiros, por meio de ações de ensino, pesquisa e extensão. As Incubadoras Tecnológicas de Economia Solidária constituem modelos organizacionais vinculados a universidades e institutos federais, voltados ao fortalecimento de empreendimentos econômicos fundamentados nos princípios da economia solidária (WINDMOLLER; LEMOS, 2025). Essa abordagem busca contribuir para a superação das desigualdades econômicas e sociais por meio de formas de organização baseadas na autogestão, cooperação e solidariedade, propondo alternativas ao modelo tradicional de desenvolvimento. Nesse contexto, a INTESOL desenvolve ações de caráter educativo e de inclusão produtiva, apoiando empreendimentos solidários e iniciativas da agricultura familiar e contribuindo para o desenvolvimento territorial sustentável (SILVA; PEREIRA; SILVEIRA, 2016).

A incubadora contribui para o debate da integração da economia solidária, destacando-a como importante elemento para o desenvolvimento territorial e para a promoção de formas mais sustentáveis e inclusivas de organização econômica. Nesse sentido, amplia as discussões relacionadas ao trabalho, aos processos de produção e reprodução, à sustentabilidade e à distribuição dos resultados provenientes das atividades agrícolas e artesanais desenvolvidas no âmbito da agricultura familiar (SILVA; PEREIRA; SILVEIRA, 2016). Nesse contexto, a INTESOL exerce um papel fundamental no fortalecimento da economia solidária e produção familiar, ao incentivar formas coletivas de organização do trabalho e produção, estimulando práticas sustentáveis e uma distribuição mais justa dos benefícios gerados pelas atividades desenvolvidas. Dessa forma, a atuação da incubadora contribui para a valorização dos produtores locais, o desenvolvimento territorial sustentável e a construção de atividades econômicas baseadas na cooperação, na solidariedade e inclusão social.

Dentre as iniciativas desenvolvidas pela INTESOL como estratégia de fortalecimento da economia solidária, destacam-se a Feira Agro Art, a Loja Colaborativa, o Balaio de Horta, o Diz Aí Território e o Ateliê Didático-Pedagógico. Atualmente, apenas a Feira Agro Art e a Loja Colaborativa encontram-se em funcionamento. Essas iniciativas constituem instrumentos didáticos de incubação que favorecem a aprendizagem, a troca de conhecimentos e a reflexão sobre práticas de trabalho pautadas nos princípios da economia solidária. Além disso, contribuem para a formação dos participantes, o fortalecimento dos empreendimentos solidários e a valorização dos saberes e práticas construídas coletivamente.

Segundo SILVA et al., (2023), as lojas colaborativas constituem modelos de negócios nos quais uma pessoa jurídica realiza a comercialização de produtos provenientes de diferentes produtores, podendo atuar em um ou mais segmentos. Nesse contexto, a loja colaborativa da INTESOL comercializa produtos artesanais e agrícolas de produtores incubados do Maciço de Baturité, contribuindo para o fortalecimento da economia solidária e para a ampliação das oportunidades de comercialização. Ao reunir produtos de diferentes empreendimentos em um único espaço, a loja favorece a aproximação entre produtores e consumidores e amplia as possibilidades de inserção dos produtos no mercado. Entretanto, a efetividade dessa comercialização também está relacionada à capacidade de tornar a loja e seus produtos conhecidos pelo público. Nesse sentido, o desenvolvimento de estratégias de divulgação torna-se relevante para ampliar a visibilidade da loja, despertar o interesse dos consumidores e, conseqüentemente, favorecer a comercialização dos produtos.

Dessa forma, o presente estudo teve como objetivo avaliar a influência das estratégias de divulgação no desempenho das vendas e na visibilidade dos produtos comercializados na Loja Colaborativa da INTESOL.

METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso, de caráter descritivo e abordagem quantitativa, desenvolvido na Loja Colaborativa da INTESOL. O estudo teve como foco analisar a influência das estratégias de divulgação sobre o desempenho das vendas e a visibilidade dos produtos comercializados. O acompanhamento foi realizado no período de janeiro de 2026 até a conclusão da pesquisa, permitindo observar a evolução das vendas ao longo do período e relacioná-la às ações de divulgação implementadas pela INTESOL.

A coleta de dados foi realizada por meio da análise dos registros de comercialização da Loja Colaborativa, incluindo tabelas e relatórios de vendas referentes ao período estudado. Foram considerados os dados relacionados ao volume de vendas registrado ao longo dos meses, possibilitando identificar variações no desempenho comercial. Paralelamente, foram levantadas e acompanhadas as ações de divulgação realizadas pela INTESOL, especialmente aquelas desenvolvidas por meio das mídias sociais institucionais e da utilização de cartazes no espaço universitário. Esse acompanhamento permitiu estabelecer uma relação temporal entre a realização das ações de divulgação e o comportamento das vendas.

Para a análise dos dados, foi realizada uma comparação entre o desempenho das vendas nos diferentes períodos e as estratégias de divulgação adotadas. Buscou-se identificar alterações no comportamento das vendas após a implementação das ações de comunicação, considerando a ocorrência e a frequência das divulgações ao longo do período analisado. A análise também permitiu verificar se os períodos com maior intensidade de divulgação apresentaram alterações no volume de comercialização dos produtos, contribuindo para a compreensão da possível relação entre comunicação, visibilidade e desempenho comercial.

Os dados obtidos foram organizados e sistematizados em planilhas eletrônicas, utilizando o programa Microsoft Excel para a elaboração de tabelas e gráficos. A representação gráfica possibilitou visualizar de forma mais clara a evolução das vendas ao longo do período estudado e sua relação temporal com as ações de divulgação. Dessa forma, a metodologia adotada permitiu acompanhar o comportamento comercial da Loja Colaborativa e analisar a contribuição das estratégias de divulgação para a comercialização dos produtos dos empreendimentos participantes.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados parciais apresentados a seguir foram obtidos a partir da análise dos registros de vendas da Loja Colaborativa da INTESOL, considerando o período de janeiro a junho de 2026. Este recorte temporal deve-se ao período de férias acadêmicas, compreendido entre julho e o início de agosto, que interfere no fluxo de consumidores no espaço universitário. Ressalta-se que a pesquisa permanece em andamento e terá continuidade até dezembro de 2026, possibilitando a ampliação da série de dados e o acompanhamento das vendas ao longo de um período mais extenso.

Inicialmente, foi analisado o número de vendas realizadas mensalmente, com o objetivo de verificar o comportamento e a evolução da comercialização ao longo do período estudado. Em seguida, foram

contabilizadas as ações de divulgação realizadas em cada mês, considerando as publicações nos canais virtuais da INTESOL e os materiais de divulgação utilizados no espaço universitário. Por fim, foi analisada a quantidade de produtos comercializados por categoria, permitindo identificar quais segmentos apresentaram maior volume de vendas e compreender a preferência dos consumidores pelos diferentes produtos disponíveis na Loja Colaborativa.

Diante das análises realizadas, não foram registradas vendas nos meses de janeiro, fevereiro e março. Nesse mesmo período, também não foram realizadas ações de divulgação dos produtos, seja por meio dos canais digitais da INTESOL ou de cartazes físicos. A partir de abril, foi observado o início das vendas, acompanhado pelo início das ações de divulgação, com aumento da movimentação comercial nos meses seguintes. A comparação entre esses dois fatores evidencia uma relação temporal entre a realização das divulgações e o comportamento das vendas, indicando que essas ações podem ter contribuído para ampliar a visibilidade da Loja Colaborativa e atrair consumidores.

Além disso, os resultados alcançados demonstram que os produtos alimentícios apresentaram maior volume de comercialização em relação às demais categorias, destacando-se frutas, castanhas e derivados da castanha. Esse resultado sugere que a oferta de produtos com maior procura também pode ter contribuído para a atração de consumidores à loja, possibilitando, conseqüentemente, o contato com os demais produtos disponíveis. Dessa forma, as análises realizadas indicam que a divulgação, associada à oferta de produtos de maior procura, pode ter contribuído para o fortalecimento da comercialização na Loja Colaborativa da INTESOL.

CONCLUSÕES

Diante dos resultados, observa-se que a divulgação em canais virtuais e por cartazes físicos contribuiu para ampliar a visibilidade dos produtos e favorecer o aumento das vendas na Loja Colaborativa da INTESOL. Além do impacto comercial, essas estratégias também promovem a valorização dos produtores e da produção familiar, fortalecendo a economia solidária e contribuindo para a geração de renda e o desenvolvimento social e econômico do território. Dessa forma, a comunicação mostra-se uma ferramenta importante para aproximar produtores e consumidores e fortalecer os objetivos da INTESOL.

Nesse contexto, o tema da Semana Universitária contribuiu para refletir sobre a Loja Colaborativa da INTESOL como espaço de valorização da diversidade, da economia solidária e dos saberes locais, fortalecendo a inclusão, a autonomia dos produtores e a transformação social.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB) pelo apoio financeiro, que contribuiu para o desenvolvimento das atividades realizadas na Incubadora Tecnológica de Economia Solidária (INTESOL).

REFERÊNCIAS

SILVA, Clébia Mardônia Freitas; PEREIRA, Ana Carolina da Silva; SILVEIRA, Giselle Monteiro. Economia solidária e territorialização: reflexões das vivências e experiências da Intesol - Unilab 2013-2015. Fortaleza: Imprece, 2016.

SILVA, Ana Luiza Winther da et al. Desenvolvimento de um modelo de negócio: Loja Colaborativa. 2023.

WINDMOLLER, Diego; LEMOS JUNIOR, Wilson. Incubadoras tecnológicas de economia solidária: integrando saberes em busca de uma nova economia [livro eletrônico]. 1. ed. Curitiba: Ed. dos Autores, 2025. PDF. ISBN 978-65-01-62718-2.