

NEGÓCIO LOCAL - PLATAFORMA ONLINE PARA DIVULGAÇÃO DE MICRO E PEQUENOS EMPREENDIMENTOS

Antonio Alexandre Moura Costa¹

Resumo: A pandemia do novo coronavírus vem causando consequências catastróficas em todo o mundo. Dessa forma, governos foram compelidos a adotar o isolamento social como forma de combate a disseminação do vírus. Apesar de importante, essa medida tem impacto na economia, afetando principalmente micros e pequenos empreendimentos (MPEs). Neste artigo, é apresentado um relato de experiência acerca da execução do projeto Negócio Local, o qual consistiu na implementação de uma alternativa para divulgação de produtos e serviços de MPEs, através de uma plataforma online gratuita, como forma de impulsionar o desenvolvimento regional do município de Santa Luzia/Paraíba e região

do Vale do Sabugi. Durante a execução do projeto, uma equipe do Instituto Federal da Paraíba, campus Santa Luzia, realizou a prospecção de potenciais empreendedores que desejassem inserir seus negócios no ambiente virtual. Em seguida, foram desenvolvidos websites para os MPEs, de forma completamente gratuita. Além disso, foram realizadas capacitações para que os próprios empreendedores fossem habilitados a administrar seus respectivos websites. Dentre os parceiros sociais do projeto, encontram-se empreendimentos do ramo alimentício e do setor de serviços. Por fim, as ações e resultados do projeto foram divulgados em mídias sociais.

Palavras-chave: Pandemia. Desenvolvimento web. Empreendedorismo.

NEGÓCIO LOCAL - ONLINE PLATFORM FOR DISCLOSURE OF MICRO AND SMALL ENTERPRISES

Abstract: The new coronavirus pandemic has been causing catastrophic consequences worldwide. In this way, governments were compelled to adopt social isolation to combat the spread of the virus. Although necessary, this measure impacts the economy, mainly affecting micro and small enterprises (MPEs). In this article, an experience report about the execution of the Local Business project is presented, which consisted of the implementation of an alternative for the dissemination of MSE products and services, through a free online platform, as a way to boost the regional development of the municipality Santa Lu-

zia / Paraíba and the Sabugi Valley region. During the project's execution, a team from the Federal Institute of Paraíba, Santa Luzia, prospected potential entrepreneurs who wished to insert their businesses in the virtual environment. Then, websites for MSEs were developed, completely free of charge. Also, training was carried out so that the entrepreneurs themselves were able to manage their respective websites. Among the project's social partners, there are enterprises in the food industry and the service sector. Finally, the actions and results of the project were published on social media.

¹ Doutor em Ciência da Computação (UFCG) e professor EBTT do Instituto Federal da Paraíba - Campus Santa Luzia. - costa.alexandre@ifpb.edu.br

Keywords: Pandemic. Web development. Entrepreneurship.

Data de submissão: 5/4/2021

Data de avaliação: 29/11/2021

Fomento: Instituto Federal da Paraíba.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos meses o mundo vem testemunhando um momento singular e histórico. A pandemia provocada pelo novo corona vírus vem se alastrando em escala global, tendo os primeiros casos reportados a partir da China (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2020).

No Brasil, os efeitos da pandemia surgiram em meados de março de 2020, impulsionando gestores públicos a tomarem medidas de saúde e segurança. Dentre tais medidas, foi estabelecido o isolamento social que é o ato de separar um indivíduo ou grupo do convívio com o restante da sociedade, podendo esse ato ser voluntário ou não (PORFÍRIO, 2020). Em razão do isolamento social, diversos empreendedores foram proibidos de abrirem suas lojas físicas, como forma de combater a disseminação do vírus. Apesar de importante, o isolamento social tem impacto direto na economia. Em um estudo realizado pela Secretaria de Política Econômica do Ministério da Economia, estimou-se que o custo do isolamento social para economia é de R\$ 20 bilhões por semana. Esses custos foram estimados a partir de um levantamento de informações para 128 produtos da Tabela de Recursos e Usos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (ISTO É DINHEIRO, 2020).

Diante de tal cenário, importantes mudanças no mercado e nos hábitos de consumo vêm ocorrendo. A impossibilidade de operar nos estabelecimentos físicos, vem obrigando muitos empreendedores a iniciarem ou aumentarem suas operações no comércio eletrônico, também conhecido como E-commerce. Essa modalidade possibilita a

realização de compra, venda e divulgação de produtos e/ou serviços, principalmente, por meio da Internet (CHAFFEY, 2019).

De forma análoga ao aumento de ofertas no comércio eletrônico, muitos consumidores passaram a adotar essa modalidade virtual como forma de realizar suas compras. Em pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm), estima-se que durante a pandemia o comércio eletrônico ganhou ao menos 4 milhões de novos clientes (ROSA; SETTI, 2020).

Por outro lado, para operar no ambiente virtual é necessário investimento em plataformas, consultoria, segurança, logística específica, divulgação, dentre outras. Esses fatores se traduzem em custos financeiros que, muitas vezes, impedem micros e pequenos empreendimentos (MPEs) de participarem do comércio eletrônico. Diante do exposto, neste artigo é descrito um relato de experiência acerca do projeto Negócio Local, cujo objetivo consistiu em implementar uma alternativa para divulgação de produtos e serviços de MPEs, através de uma plataforma online gratuita, como forma de impulsionar o desenvolvimento regional do município de Santa Luzia/Paraíba e região do Vale do Sabugi.

O restante do artigo é dividido da seguinte forma: na seção 2, é descrita a fundamentação teórica; na seção 3, é apresentada a metodologia utilizada no desenvolvimento do projeto; na seção 4, são detalhados os resultados alcançados; e na seção 5, são apresentadas as conclusões.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Desenvolvimento Web é o processo de criação de websites e aplicativos para a Internet ou para uma rede privada, também conhecida como Intranet (COSTA, 2007). Tradicionalmente, o desenvolvimento Web baseia-se na codificação e programação, a fim de potencializar as funcionalidades de um website. Em geral, esse tipo de desenvolvimento divide-se em:

- Lado cliente, também conhecido como *front-end*, refere-se ao desenvolvimento de tudo o que o usuário final experimenta diretamente. Por exemplo, layout, fontes, cores, menus e formulários.

- Lado servidor, também conhecido como *back-end*, é a parte de um website que o usuário realmente não vê. É o desenvolvimento responsável pela regra de negócio, ou seja, corresponde a implementação da lógica de instruções e comandos que tornam o website funcional.

- Tecnologia de banco de dados, cuja implementação envolve os arquivos e conteúdos necessários para o funcionamento de um website, armazenados de maneira a facilitar a recuperação, organização, edição e salvamento dos dados.

As três partes do desenvolvimento Web trabalham em conjunto para criar e executar um website ou aplicativo totalmente funcional. Desde páginas Web estáticas simples às plataformas e aplicativos de mídia social, todas as ferramentas que são

3 METODOLOGIA

O projeto Negócio Local é vinculado ao IFPB, campus Santa Luzia. Entretanto, devido ao período de pandemia, em que é fundamental o isolamento social, foi adotado o modelo *Home Office* que é uma forma de trabalho remoto (ALMEIDA; NOGUEIRA, 2019). *Home Office* é uma expressão inglesa que sua tradução literal significa “escritório em casa”. De acordo com Filardi, Castro e Zanini (2020), essa modalidade de

diariamente usadas via internet foram criadas por meio do desenvolvimento Web.

Desenvolver um website ou aplicação do “zero” requer, dentre outras coisas, tempo e uma equipe qualificada. Entretanto, com a popularização do desenvolvimento Web, surgiram tecnologias capazes de acelerar e simplificar esse processo, como por exemplo, os Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo (CMS, do inglês *Content Management Systems*) (RAINVILLE-PITT; AMOUR, 2007). Um CMS é uma plataforma que possibilita usuários não-técnicos criarem e gerenciarem o conteúdo em um website. Essas plataformas têm como objetivo principal promover tanto a criação quanto a edição dos elementos de uma página Web sem que o desenvolvedor precise compreender aspectos técnicos, como o domínio sobre uma linguagem de programação.

As plataformas CMS automatizam várias funções, desde a criação do layout das páginas Web até a inclusão de funcionalidades específicas, como upload de imagens e vídeos, edição de documentos, realização de buscas no website etc. Com isso, websites podem ser criados em um curto período de tempo, inclusive com hospedagem e domínio oferecidos pela própria plataforma. Atualmente, existem diversas plataformas CMS disponíveis gratuitamente na Internet, como por exemplo *WordPress*, *Drupal*, *Joomla*, *Google Sites*, *Webnode*, *Wix*, dentre outras.

trabalho proporciona diversas vantagens, como por exemplo, autonomia, flexibilidade de horário, redução de custo com transporte e alimentação, mais privacidade, dentre outras. Dessa forma, os membros do projeto utilizaram seus respectivos domicílios para execução do projeto.

Nesse modelo de *Home Office*, é indispensável que os membros tenham à disposição ferramentas de controle e organização.

Dessa forma, a fim de alcançar uma execução adequada das atividades do projeto, o acompanhamento e avaliação da ação de Extensão e Cultura foram realizados com o auxílio de um conjunto de ferramentas de tecnologia. Dentre elas, o Google Meet que é um aplicativo da Google, disponível para Android, iOS e Web, o qual permite a realização de chamadas de vídeo pelo smartphone ou computador. Esse aplicativo foi utilizado para realização de reuniões remotas, promovendo a participação efetiva dos membros da equipe e possibilitando a identificação de possíveis fragilidades durante o decorrer do projeto. Outra ferramenta utilizada foi o WhatsApp, o qual auxiliou na comunicação e acompanhamento diários. Nesse aplicativo além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e documentos em PDF. É importante salientar que todas as ferramentas de tecnologia que foram utilizadas no projeto são gratuitas de e ampla acessibilidade pelos membros da equipe.

Metodologicamente, o projeto foi executado com foco na obtenção do objetivo definido na seção 1 (Introdução). Para tanto, foram definidas as seguintes metas e atividades:

- Meta 1: Preparar os recursos humanos e tecnológicos em 30 dias.
 - Atividade 1.1: A equipe do projeto realizou um levantamento sobre as principais tecnologias gratuitas utilizadas para construção de plataformas online. A pesquisa foi feita em fóruns e websites especializados para selecionar tecnologias capazes de atender aos requisitos do projeto. Em seguida, foi realizada uma discussão técnica entre a equipe para escolher a tecnologia mais adequada.
 - Atividade 1.2: A equipe do projeto estudou e aprendeu as tecnologias adotadas para execução do projeto. Os estudos foram conduzidos por meio de materiais didáticos (tutoriais

textuais, videoaulas, fóruns etc.) de forma a alinhar o conhecimento da equipe.

- Meta 2: Desenvolver o website principal em 30 dias.
 - Atividade 2.1: A equipe do projeto desenvolveu o website principal para a plataforma online, o qual foi utilizado como “vitrine virtual” para acesso aos demais websites, contendo links e imagens que redirecionam os usuários para os websites de cada MPE. Além disso, o website principal contém informações sobre o projeto, a equipe, os parceiros sociais e demais informações pertinentes.
- Meta 3: Desenvolver os websites para os MPEs beneficiados. Devem ser desenvolvidos pelo menos 20 websites em até 60 dias, sendo 10 websites nos primeiros 30 dias e os outros 10 websites no período restante.
 - Atividade 3.1: A equipe do projeto realizou o cadastramento de possíveis MPEs que seriam beneficiados pelo projeto. Inicialmente, a equipe entrou em contato com a comunidade para descobrir interessados em divulgar seus empreendimentos na plataforma online. No primeiro momento, foram coletadas apenas informações básicas, como por exemplo, nome, endereço, telefone, e-mail e tipo de empreendimento.
 - Atividade 3.2: A equipe do projeto filtrou, quando necessário, MPEs que seriam beneficiados pelo projeto. Em seguida, foram coletadas informações adicionais que para divulgação na plataforma online, como por exemplo, fotos, vídeos, informações de contato para clientes, dentre outras.
 - Atividade 3.3: A equipe do projeto desenvolveu um website para cada MPE beneficiado. Esses websites foram listados no website principal da plataforma.

- Meta 4: Divulgar as ações e resultados do projeto em 1 mídia social, durante 4 meses com, pelo menos 2 postagens semanais.
 - Atividade 4.1: A equipe criou um perfil no Instagram que é uma rede social de ampla visibilidade. Nesse perfil, foram realizadas postagens semanais para divulgação das ações e resultados do projeto.
- Meta 5: Capacitar os empreendedores contemplados em 30 dias.
 - Atividade 5.1: A equipe do projeto entregou as credenciais de acesso dos

4 RESULTADOS

Considerando os objetivos do Programa Institucional de Bolsas de Extensão e Cultura, os seguintes resultados foram alcançados com a execução deste projeto:

- Redução dos impactos negativos da pandemia na economia do município de Santa Luzia/Paraíba e região do Vale do Sabugi, uma vez que os MPEs passaram a possuir uma alternativa efetiva para divulgação de seus produtos e serviços.
- Aumento da inclusão digital no município de Santa Luzia/Paraíba e região do Vale do Sabugi, pois os empreendedores foram capacitados para administrarem de forma independente seus respectivos websites. Melhoria da qualificação profissional e tecnológica da equipe do projeto no desenvolvimento Web, de forma alinhada ao Projeto Pedagógico do curso de Informática do campus Santa Luzia.
- Fortalecimento da imagem do IFPB como instituição pública atuante na sociedade.

De acordo com os resultados alcançados, os impactos educacionais, culturais, socioeconômicos, ambientais e/ou acadêmicos, após a conclusão do projeto, são descritos pelos seguintes indicadores:

- Indicador 1: 7 servidores e 10 discentes do IFPB alinhados com tecnologias atuais para desenvolvimento Web.

websites aos proprietários. Em seguida, os proprietários foram capacitados para que pudessem atualizar seus respectivos websites. Foi realizado um minicurso por meio de uma plataforma virtual.

- Atividade 5.2: A equipe do projeto coletou feedback dos empreendedores beneficiados, por meio um questionário, para que eles pudessem indicar sugestões, reclamações ou elogios sobre o projeto.

- Indicador 2: Parceira estabelecida com empresas do ramo alimentício ou do setor de serviços.
- Indicador 3: 37 websites criados para os MPEs beneficiados pelo projeto.
- Indicador 4: 48 postagens no feed do perfil @negociocalifpb no Instagram, além de postagens semanais realizadas no stories.
- Indicador 5: 1 plataforma online gratuita, criada para divulgação de produtos e serviços de MPEs, a qual pode ser acessada através do endereço <https://www.negocio-local.net.br/>

No tocantes à disseminação dos resultados, a ação de Extensão e Cultura desenvolvida no projeto inclui seguintes elementos:

- Abrangência de divulgação: Regional, pois esta ação foi destinada ao município de Santa Luzia/Paraíba e região do Vale do Sabugi.
- Objeto de divulgação: Plataforma online gratuita.
- Meio de divulgação: Meio digital (mídias sociais).
- Atividades de divulgação: Posts em mídias sociais.
- Público alvo: Consumidores do município de Santa Luzia/Paraíba e região do Vale do Sabugi.

5 CONCLUSÃO

O projeto Negócio Local consistiu na implementação de uma alternativa para divulgação de produtos e serviços de MPEs, através de uma plataforma online gratuita, como forma de impulsionar o desenvolvimento regional do município de Santa Luzia/Paraíba e região do Vale do Sabugi.

O projeto impactou em três pontos principais: social, acadêmico e econômico. Do ponto de vista social, o projeto contribuiu com a relação dialógica e transformadora entre o IFPB e a sociedade. A instituição co-

laborou para o aumento da inclusão digital na região. Além disso, a instituição reforçou seu propósito de ofertar de educação profissional e tecnológica gratuita, demonstrando sua importância no contexto social. Do ponto de vista acadêmico, a equipe do projeto, composta por servidores e discentes do IFPB, também foi beneficiada, uma vez teve oportunidade de se capacitar em tecnologias inovadoras. Dessa forma, os discentes do projeto enriqueceram sua formação profissional e se tornaram mais qualificados para o mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fabiane Domingues de Magalhães de; NOGUEIRA, Arnaldo JFM. **As relações de trabalho na modalidade home office em empresas de bens de consumo**. Anais, 2019.

CHAFFEY, Dave; HEMPHILL, Tanya; EDMUNDSON-BIRD, David. **Digital business and e-commerce management**. Pearson UK, 2019.

COSTA, Carlos J. **Desenvolvimento para web**. ITML press/Lusocredito, 2007.

FILARDI, Fernando; CASTRO, Rachel Mercedes P. de; ZANINI, Marco Tulio Fundão. **Vantagens e desvantagens do teletrabalho na administração pública: análise das experiências do Serpro e da Receita Federal**. Cad. EBAPE.BR, Rio de Janeiro, v.18, n. 1, p. 28-46, Jan. 2020.

ISTO É DINHEIRO. **Custo de isolamento social para a economia é de R\$ 20 bi por semana, diz SPE**. 2020. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/custo-de-isolamento-social-para-a-economia-e-de-r-20-bi-por-semana-diz-spe/>. Acesso em: 12 jun. 2020.

PORFÍRIO, Francisco. **“Isolamento Social”**; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/isolamento-social.htm>. Acesso em 13 de junho de 2020.

RAINVILLE-PITT, Sébastien; D’AMOUR, Jean-Marie. **Using a CMS to create fully accessible websites**. In: Proceedings of the 2007 international cross-disciplinary conference on Web accessibility (W4A). 2007. p. 130-131.

ROSA, Bruno; SETTI, Rennan. **Com pandemia, comércio pela internet ganha 4 milhões de clientes: varejistas aumentaram sua presença em “marketplaces” na internet com chegada da pandemia e do isolamento social**. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/com-pandemia-comercio-pela-internet-ganha-4-milhoes-de-clientes-24407453>. Acesso em: 15 jun. 2020.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Coronavirus disease 2019 (COVID-19): situation report, 72**. 2020.