

Criação de Assessoria de Comunicação para Incubadoras de Empresas Projeto Piloto: Unitecne¹

Leandro Luiz de ARAUJO²
Indiara FERREIRA³
Universidade de Uberaba, MG

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a criação de um modelo de Assessoria de Comunicação em Incubadoras de Empresas. O projeto piloto consiste na elaboração de um Plano de Comunicação para a Unidade de Tecnologia e Negócios da Uniube (Unitecne). Para isso, foram traçadas ações específicas a cada público-alvo (interno, externo e incubados) que se dividiram entre as diferentes áreas da Comunicação (Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda). O projeto pretende servir como referência para as demais incubadoras do país, que têm como referência o Modelo Cerne. Instituído pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), o Cerne surgiu para normatizar e sistematizar práticas administrativas, de gerenciamento dos empreendimentos e processos, com vistas a uma certificação que garanta reconhecimento na Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec).

PALAVRAS CHAVE: Incubadora; Assessoria de Comunicação; Plano de Comunicação; Modelo Cerne; Unitecne.

INTRODUÇÃO

A criação de um modelo para a implantação de Assessoria de Comunicação em Incubadoras de Empresas é de fundamental importância para a comunicação com os diversos públicos alcançados por estes órgãos.

O projeto piloto, elaborado para Unidade de Tecnologia e Negócios da Uniube (Unitecne), é uma ferramenta para planejar, estruturar e implementar as diversas práticas realizadas diariamente na incubadora, além de propor a confecção e utilização de estratégias inéditas. Ainda serve como um norteador para a efetiva comunicação da incubadora com seus

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013 na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Projeto de Comunicação Integrada.

² Aluno do 8º semestre de Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) da Universidade de Uberaba, Uniube, Uberaba-MG, e-mail: leandro.araujoo@gmail.com .

³ Orientadora do Trabalho. Professora do curso Comunicação Social da Universidade de Uberaba, Uniube, Uberaba-MG, e-mail: indiara.ferreira@uniube.br.

públicos distintos. Além de orientar outras incubadoras, que podem adequá-lo de acordo com a necessidade.

OBJETIVO

O objetivo geral é a criação de um modelo para implantação de Assessoria de Comunicação em Incubadoras de Empresas. O projeto piloto consiste na elaboração de um Plano de Comunicação para a Unitecne.

Como objetivos específicos pretende-se fomentar as necessidades de comunicação interna e externa existentes na incubadora, criar estratégias de curto, médio e longo prazo para a divulgação da incubadora de empresas, disseminar a cultura empreendedora no ambiente acadêmico e na comunidade externa e consolidar a comunicação como uma das ferramentas essenciais para o desenvolvimento da Unitecne.

JUSTIFICATIVA

A comunicação é fundamental para qualquer instituição. As organizações precisam cada vez mais se comunicar com os indivíduos, divulgando assim ações, novidades e materiais publicitários. Também, para a própria sobrevivência, existe uma grande necessidade de que elas se comuniquem entre si.

Interdependentes, as organizações têm de se comunicar entre si. O sistema organizacional se viabiliza graças ao sistema de comunicação nele existente, que permitirá sua contínua realimentação e sua sobrevivência. Caso contrário, entrará num processo de entropia e morte. Daí a imprescindibilidade da comunicação para uma organização social. (KUNSCH, 2002, p.69)

Para as incubadoras de empresas é fundamental a criação de uma Assessoria de Comunicação que divulgue as ações realizadas pela instituição e cative o empreendedorismo no seu âmbito de atuação. Com o projeto piloto de um Plano de Comunicação, as incubadoras podem adequá-lo à sua necessidade.

Além da necessidade natural de comunicação e divulgação existentes em qualquer órgão, o Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), por meio da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), idealizou o modelo Cerne, que tem como principal objetivo normatizar e sistematizar as práticas realizadas por todas incubadoras do país. Dentro deste modelo, as incubadoras que optarem pela certificação

devem seguir, com rigor, todas as práticas definidas, inclusive a prática 1.8.5, que estabelece a criação de um sistema de comunicação e Marketing.

Descrição: a incubadora deve possuir um plano de ação que utilize ferramentas de comunicação, assessoria de imprensa e relações públicas, de forma a fortalecer a sua imagem e visibilidade. Prática Inicial: a incubadora deve possuir material de comunicação impresso (cartão, folder, cartaz) e on-line que promovam a difusão da imagem da incubadora. Prática Definida: a incubadora possui um portal web para interação com os seus diferentes públicos-alvo, mantendo uma integração com o material impresso. Adicionalmente, a incubadora deve ter acesso a um profissional de assessoria de imprensa. Prática Estabelecida: a incubadora deve possuir um sistema de comunicação e marketing, com indicadores que permitam o aprimoramento do sistema. Prática Sistematizada: a incubadora deve integrar a atuação da equipe interna da incubadora com o trabalho de profissionais de assessoria de imprensa e de relações públicas. (ANPROTEC, 2009, p.36)

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a criação de um modelo para implantação de Assessoria de Comunicação em Incubadoras de Empresas foi necessária a elaboração de um Plano de Comunicação. Como projeto piloto, foi escolhida a Unidade de Tecnologia e Negócios da Uniube.

Além de definir as estratégias de resposta que podem ser implementadas quando acontece uma crise, um plano de comunicação eficaz deve destinar recursos e estabelecer responsabilidades, permitindo que as mensagens-chave cheguem rapidamente aos públicos indicados. Uma das dez etapas do plano de comunicação é identificar e organizar por prioridades os diferentes públicos. (BARRY, 2004, p.174)

Para a elaboração das estratégias propostas no Plano de Comunicação, primeiramente foi feita uma pesquisa informal, por meio de internet e telefonemas, para analisar como as incubadoras do país encaram o papel da assessoria de comunicação. Posteriormente, estas informações foram cruzadas com as necessidades apresentadas pela gerência da incubadora por meio de *briefing*. As necessidades levantadas foram confrontadas com a rotina do atual departamento de comunicação da Unitecne, com destaque para as mais relevantes.

As principais necessidades encontradas foram: adequação ao Modelo Cerne, posicionamento institucional junto ao público acadêmico e externo, além da divulgação dos cursos ofertados pela incubadora.

Com as necessidades levantadas, foram traçadas estratégias por público-alvo (ações para o público interno, ações para o público externo, ações para ambos os públicos e ações

exclusivas para os incubados) e por áreas de atuação: Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda.

Para uma abordagem sistematizada, as ações foram planejadas considerando os recursos financeiros, físicos e humanos da Unitecne.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto consiste em um Plano de Comunicação para Unidade de Tecnologia e Negócios da Universidade de Uberaba – Uniube, no Triângulo Mineiro. A partir deste plano, outras incubadoras poderão adequá-lo conforme sua real necessidade.

O Plano de Comunicação da Unitecne propõe as ações divididas por público-alvo (Ações para o público Interno, Ações para o público Externo, Ações para ambos os públicos e Ações exclusivas para os Incubados). Estas, por sua vez, foram subdivididas nas seguintes áreas de atuação: Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda.

Para o público interno, na área de Jornalismo foi proposto o aperfeiçoamento da linguagem editoria, visual e do envio de arquivo em PDF, via internet, denominado “Empreendedorismo e Inovação na Mídia”, com notícias nacionais sobre empreendedorismo e inovação. Também foi sugerida a criação de *house organ* para reforço da divulgação da Unitecne. Já na área de Relações Públicas há várias estratégias inéditas. Para este público, foi estruturado um cronograma de palestras, a criação de um concurso cultural, a implantação de um evento anual e ações promocionais diferenciadas em eventos institucionais.

Para o público externo, na área de Relações Públicas, foi proposto um programa de bonificação exclusivo, por meio de um cartão de bônus. Para este público, também foram inseridas ações promocionais em eventos externos.

Já para ambos os públicos (interno e externo) foram propostas a reformulação da *newsletter* e a elaboração de um planejamento de divulgação nas plataformas sociais. Em Publicidade e Propaganda houve a elaboração de uma campanha inédita para divulgar os cursos de capacitação ofertados pela incubadora. Os públicos receberão a mesma campanha para evitar a perda de identidade visual, porém, as estratégias de divulgação serão diferenciadas. Como peça principal foi sugerido um *hot site*, já as peças de sustentação englobarão: *outdoor*, *flyer*, *móvil*, *cartaz*, *VT* e *banners*.

Para os incubados, foi proposta a inclusão do pacote de serviços de Comunicação no edital de seleção da Unitecne. Esse pacote proporciona assessorias e consultorias nas áreas de

Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, de acordo com a necessidade de cada incubado.

CONSIDERAÇÕES

O projeto de criação de Assessoria de Comunicação para Incubadoras de Empresas por meio do piloto da Unitecne é essencial para a implantação do Modelo Cerne em outras incubadoras do país. O projeto abre perspectivas de fácil implantação, pelo fato de seguir rigorosamente as medidas delimitadas pelo Modelo Cerne. O próximo desafio é a elaboração de uma publicação, em forma de manual, que servirá de referência para os gestores de incubadoras do Brasil. Pretende-se receber o respaldo da Anprotec.

Durante a elaboração do projeto, as ações de comunicação desenvolvidas para plataformas digitais nas quais foi sugerido aperfeiçoamento já estavam em andamento e apresentavam resultados significativos. A publicação “Empreendedorismo e Inovação na Mídia”, a página no Facebook e Twitter, além da *newsletter* quinzenal, emergiram como soluções de alto impacto e baixo custo de criação e manutenção.

Com um público-alvo definido (alunos, ex-alunos, empreendedores e parceiros), a Unitecne conseguiu repercutir de forma espontânea várias notícias e informações sobre empreendedorismo.

A publicação “Empreendedorismo e Inovação na Mídia” consiste em um arquivo PDF para divulgação de *cases* e notícias nacionais sobre empreendedorismo e inovação. Esta ferramenta facilitou a busca por informações do segmento, além de se tornar um canal para cultivo e disseminação da cultura empreendedora dentro e fora do campus.



Unitecne
As melhores ideias são as que se realizam.

1

Empreendedorismo e Inovação na Mídia

Julho/Agosto – 2011

Incubadora de Tecnologias da Uniube - UNITECNE



Apresentação

Captar e divulgar informações sobre empreendedorismo é uma das funções da Incubadora de Tecnologias da Uniube - Unitecne.

Buscando fomentar a iniciativa empreendedora, a Unitecne criou um "clipping" de notícias que abordam a temática "Empreendedorismo e Inovação".

Esperamos que façam bom aproveitamento e divulguem em sala de aula ou em outros momentos os "cases" e reportagens que acharem mais interessantes.

2

Desejamos uma boa leitura!

Informações importantes:

- Os slides a seguir trazem matérias veiculadas em jornais, revistas e sites com o objetivo de agregar conhecimento. Qualquer informação apresentada é de responsabilidade do veículo.
- Além do título e subtítulo, cada matéria conta com um resumo e o link que a direciona para página na internet, portanto para acessar a reportagem que mais lhe interessou é preciso estar conectado.
- Para acessar a matéria, basta clicar sobre o link. É preciso estar conectado à internet.



Incubadora de Tecnologias da Uniube - UNITECNE



As páginas nas redes sociais Facebook e Twitter, mesmo sem planejamento prévio, já conseguiram aumentar a área de abrangência da Unitecne e, com isso, levaram informações locais e nacionais sobre empreendedorismo e inovação, tanto para o público interno, quanto externo. Em apenas três meses de existência, o perfil no Facebook alcançou o número de 1796 amigos e 54 assinantes, já a página no Twitter possuía 229 seguidores e 284 tweets.



Já a *newsletter*, composta por informações sobre a incubadora, as empresas incubadas e graduadas e com informações de eventos conseguiu reforçar a imagem da Incubadora perante o público interno, parceiros e empreendedores. Por meio da ferramenta de disparo de e-mails, Locaweb, o informativo eletrônico era direcionado para um *mailing* composto por mais de dois mil assinantes.



UNITECNE

Incubadora de Tecnologias da Uniube



001 | 2012

DESTAQUE

Uniube aprova mais uma empresa em seu programa de Incubação



A Uniube, por meio de sua Incubadora de Tecnologia e Negócios (Unitecne), aprovou a empresa Fertilize (descongelador eletrônico de sêmen) para a segunda fase do programa de incubação, agora com vistas a incrementos na comercialização de seus produtos.

Durante a banca, o empreendedor Ricardo Reuters apresentou e defendeu o trabalho desenvolvido durante o processo de pré-incubação. Ainda enfatizou a importância da continuidade do apoio proporcionado pela Uniube por meio de sua incubadora.

Nesta nova fase, que durará 12 meses, o empreendedor implementará melhorias no seu processo de gestão com vistas à inserção no mercado internacional, e inovação tecnológica no produto, hoje utilizado por médicos veterinários, centrais de inseminação e proprietários rurais.

Empreendedor Ricardo Reuters

ATUAÇÃO

Unitecne integra IFTM à rede de parceiros

Em busca de novos projetos e parcerias a Unidade de Tecnologia e Negócios da Uniube (Unitecne), sob a supervisão da Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão (Propepe) reuniu-se com representantes do Instituto Federal Triângulo Mineiro.

Durante a reunião, a gestora da Unitecne, Raquel Resende, apresentou o trabalho desenvolvido pela incubadora de empresas da Uniube. Já o pró-reitor de pesquisa, José Bento Alves, explicou sobre a supervisão dos trabalhos desenvolvidos pelo Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT) e pela Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão, PROPEPE, à qual a Unitecne é vinculada.

Até o final deste ano, a parceria com o IFTM será concretizada, inicialmente será feita uma prospecção conjunta de projetos, bem como capacitação com a temática empreendedorismo e inovação.



Representantes da Uniube e IFTM

PARTICIPE

Conheça o Workshop para Empreendedores da Uniube

O Workshop para Empreendedores da Universidade de Uberaba já está em sua 19ª edição. Com nove anos de tradição é considerado um dos maiores eventos de empreendedorismo acadêmico do estado de Minas Gerais.

Organizado pela professora Rosana Castejon, o evento é uma oportunidade para se conhecer novos produtos/serviços com características inovadoras, propostos pelos acadêmicos da Uniube.

Com duas edições por ano, o evento atrai por semestre, mais de 2000 mil pessoas nas 3 horas de programação.



Como Participar

Toda boa ideia precisa de pesquisa e apoio para se concretizar. Pensando nisso, a Uniube criou o Programa de Incentivo ao Empreendedorismo e à Inovação. Para participar, faça o download do Edital de Seleção de Projetos e apresente sua proposta.

▶ [saiba mais](#)

Agenda

7º Encontro de Tecnologias - Entec
Data: 16 a 18 de novembro de 2011
Local: Uniube - Campus Aeroporto

19º Workshop para Empreendedores
Data: 22 de novembro
Local: Uniube - Campus Aeroporto

XI Seminário de Iniciação Científica
Data: 24 e 25 de novembro de 2011
Local: Uniube - Campus Aeroporto

▶ [saiba mais](#)

Editais

CHAMADA MCT/CNPQ
Nº 21/2011 - Apoio à execução de projetos conjuntos de pesquisa, desenvolvimento e inovação (p&d+i) em nanotecnologia no âmbito da cooperação internacional Brasil-México. Objetivo: Selecionar propostas para apoio financeiro a projetos conjuntos de pesquisa, desenvolvimento e inovação. As propostas podem ser enviadas até o dia 20 de novembro de

▶ [saiba mais](#)

Redes




Parceiros:









REFERÊNCIAS

FENAJ. **Manual de Assessoria de Imprensa**. 2ª edição, Rio de Janeiro: Fenaj, 1994.

KOPPLIN, Elisa & FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. 4. Ed. Porto Alegre: Sagra Luzatto, 2001.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LARA, Maurício. **As Sete Portas da Comunicação Pública como Enfrentar os Desafios de uma Assessoria**. Belo Horizonte: Gutenberg, 2007.

LOPES, Boanerges. **O que é assessoria de imprensa**. São Paulo, Brasiliense, 1994.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2005.

MCLOUGHLIN, Barry. **Um plano de comunicação eficaz**. São Paulo: HSM, 2004.

MOREIRA, Rosa. e ULHÔA, Eliane. **Assessoria de Imprensa: O Papel do Assessor**. Fenaj, Brasília, 1996.

Termo de referência: Centro de Referência para Apoio a Novos Empreendimentos - CERNE. – Brasília: Anprotec: Sebrae, 2009. 52 p.: il.