



CRECHE LAR DA CRIANÇA: MARKETING DIGITAL PARA RECONHECIMENTO

DANTAS, A. P¹; LOPES, L. A¹; SOUZA, K. C¹; ALVES, G. L¹; ARAUJO, G.
P. S¹; HORSTH, T. A²;

¹ Discente do curso técnico em Gestão Empreendedora do IFNMG - *Campus* Teófilo Otoni; ² Docente do IFNMG - *Campus* Teófilo Otoni.

O objetivo deste resumo é apresentar os resultados prévios obtidos com o Projeto de Extensão: Creche Lar da Criança: Marketing Digital para reconhecimento - Teófilo Otoni, sendo desenvolvido no *Campus* Teófilo Otoni do IFNMG, durante o ano letivo de 2023. O projeto é realizado por uma equipe de discentes bolsistas e voluntários do ensino técnico da Instituição sob orientação de uma docente. Ele integra as atividades previstas na disciplina de Projeto Integrador, do curso Técnico em Gestão Empreendedora, integrado ao Ensino Médio. Essa disciplina, por sua vez, está presente no Núcleo Integrador do curso e tem como objetivo que o aluno seja um agente de transformações sociais ao executar um Projeto de Extensão que solucione problemas da sociedade local. Logo, desde o início do ano letivo, todos os estudantes são conduzidos a pensar em projetos e ações para compartilhar com a sociedade parte do conteúdo técnico que aprenderam no IFNMG. Então, considerando que, no século XXI, o crescimento das mídias digitais tem sido cada vez mais difundido, uma grande parcela das instituições filantrópicas conta com as redes sociais para auxiliar na propagação de suas ações. A creche Lar da Criança é uma renomada instituição filantrópica de Teófilo Otoni, localizada no bairro Jardim das Acácias desde o ano 1978, que oferece cuidado e educação a cerca de 450 crianças carentes. Ela foi escolhida para o projeto por ainda não estar presente de forma constante nas redes sociais, e também, por seu quadro de servidores relatarem dificuldades em realizar tal atividade. O projeto tem como objetivo melhorar o reconhecimento, visibilidade e engajamento da instituição, bem como auxiliar no processo de se inserir no contexto web, criando sua identidade visual/digital e capacitando a equipe de coordenação para que, após o período de execução do projeto, continuem a atualizar os perfis nas redes sociais. Para isso, a equipe realizou reuniões periódicas com a instituição, selecionando conteúdos a serem publicados nas redes sociais e aplicando a capacitação para o núcleo coordenador da creche. Também acompanhou o tráfego nas redes sociais e manteve contato com a coordenação por WhatsApp, telefone e e-mail. A equipe elaborou um roteiro com 20 postagens, das quais 16 já foram publicadas. Essas publicações abordaram temas relacionados a datas comemorativas, conscientização, e exploraram aspectos históricos da creche, além de incentivarem doações. As interações nas postagens estão sendo cada vez mais dinâmicas, demonstrando que a presença na rede social está modificando seu perfil. O grupo também organizou reuniões semanais e registrou fotografias das crianças em eventos na creche, onde foram realizadas atividades cuidadosamente planejadas por eles. Como forma de aumentar a penetração na rede, a conta da Creche Lar da Criança foi divulgada em diversos grupos de mensagens da comunidade acadêmica. Além disso, foram enviados recados nas agendas individuais das crianças para que os pais conhecessem e apoiassem as ações do projeto. A implementação das estratégias de marketing digital resultou em um aumento da visibilidade da creche nas redes sociais. Assim, o projeto contribuiu para melhorar o reconhecimento e visibilidade da Creche Lar da Criança na sociedade.

Palavras-chave: engajamento, crianças carentes, redes sociais, visibilidade

*E-mail do autor principal: apd2@aluno.ifnmg.edu.br