

## Marketing Digital para Crowdfunding: Como Utilizar o Facebook como Ferramenta de Divulgação de Campanhas

Thaísa Barcellos Pinheiro do Nascimento  
Alyce Cardoso Campos  
Everton Leonardo de Almeida  
André Grützmänn  
Paulo Henrique Montagnana Vicente Leme  
Helena Resgala Neves

### Resumo

O *crowdfunding* se trata de uma técnica alternativa de financiamento que visa atingir investimentos relativamente altos a partir de contribuições relativamente baixas (Mollick, 2014) e normalmente utiliza de plataformas para facilitar a interação entre os usuários. Dessa forma, buscou-se compreender quais as métricas dessa rede social que poderiam estar associadas ao sucesso das campanhas, tendo como objetivo descrever e analisar a mídia social Facebook. Dados qualitativos e quantitativos foram coletados e analisados para explicar o comportamento de páginas de 554 campanhas de *Crowdfunding* na categoria games na plataforma Facebook finalizadas entre maio de 2011 e novembro de 2018. Utilizou-se a ferramenta Netvizz que permite que dados relacionados à curtidas, postagens, comentários e reações (soma de *likes*, *love*, *wow*, *haha*, *sad* e *angry*) sejam coletados e testes de correlação de Pearson e de Kendall para compreender a relevância das redes sociais e o desenvolvimento de campanhas de sucesso. Além disso, foi analisado o comportamento dos usuários nas páginas buscando formular uma estrutura que facilite a utilização do Facebook como uma ferramenta de divulgação digital das campanhas. Com isso, pôde-se perceber que as redes sociais têm grande significância quanto ao sucesso das campanhas de *crowdfunding* e que existe relação entre a quantidade de fãs, comentários, reações e postagens com o valor atingido e a quantidade de contribuintes. Como uma medida de preparação para o início da divulgação e de forma a torná-la mais eficaz, é recomendado que se crie uma página no Facebook antes da criação da campanha na plataforma. O alto número de seguidores da página é de grande importância para a divulgação. Quanto mais seguidores, mais relevante a campanha se mostra para a sociedade. As métricas utilizadas pelas campanhas de sucesso apresentavam picos e vales no decorrer do período on-line, porém mantiveram as linhas de tendência estáveis. As variáveis que não acompanharam esse comportamento foram os comentários e os compartilhamentos. Por fim, conclui-se que o Facebook se apresenta como uma ferramenta eficaz e eficiente para a divulgação das campanhas de *crowdfunding* auxiliando as mesmas no alcance de suas metas e objetivos.

**Palavras-chave:** Games; Inovação; Marketing; Redes Sociais.