

A presente pesquisa visa analisar as estratégias de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares (ITCPs) para a construção social de mercados. Para tanto, a pesquisa toma como referência a Nova Sociologia Econômica (NSE), a qual concebe a economia como imersa (*embedded*) nas relações sociais, que se estruturam por meio de redes sociais (GRANOVETTER, 2009). Ainda, para o objeto de estudo citado, observa-se que a imersão possui, como forma de inserção social, a inserção política no mercado (ZUKIN; DIMAGGIO, 1990).

As Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares ao incubarem os empreendimentos econômicos solidários precisam construir um mercado permeado pela inserção política, já que necessariamente necessitam construir outra lógica de relações mercantis, baseadas nos princípios de Economia Solidária e opostas a lógica capitalista hegemônica. Diante disso, questiona-se em que medida a ITCP consegue construir estratégias de inserção política no mercado para viabilizar a construção de empreendimentos econômicos solidários?

Para isso os procedimentos metodológicos utilizados foram de cunho qualitativo, a partir de estudo de caso com a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade do Vale do Rio do Sinos (ITCP/UNISINOS), a Tecnosociais, a qual surgiu em 2004 e têm por objetivos fomentar e acompanhar sistematicamente empreendimentos econômicos solidários. Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com a equipe atual da incubadora e coleta de dados secundários em publicações da incubadora, como o *Informativo Tecnosociais*, veículo de comunicação da ITCP.

Concluiu-se que a estratégia principal da incubadora é ter vínculo com o maior número de atores, como da Economia Solidária, do Estado e do terceiro setor, formando uma rede social em torno da ITCP que propicia a estruturação dos empreendimentos econômicos solidários incubados.