

( x ) Graduação ( ) Pós-Graduação

## EXPLORAÇÃO DE OPORTUNIDADES POR INFLUENCIADORES DIGITAIS A PARTIR DE REDES SOCIAIS

**Valéria Aparecida da Silva**  
Universidade Estadual do Norte do Paraná  
vahsilvaoficial@gmail.com

**Tayso Spina e Silva**  
Universidade Estadual do Norte do Paraná  
tayso@uenp.edu.br

### RESUMO

A ascensão dos influenciadores digitais, particularmente em plataformas como Instagram e TikTok, tem ocasionado interesse em compreender seu impacto na formação de tendências e na geração de oportunidades lucrativas. Este estudo visa investigar as estratégias utilizadas pelos influenciadores para capitalizar em suas audiências, bem como procura fornecer insights valiosos para aspirantes a influenciadores, profissionais de marketing e empreendedores que buscam aproveitar o poder da influência digital para impulsionar seus negócios. Tendo como objetivo estabelecer uma relação entre os influenciadores digitais e os métodos de exploração de oportunidades que utilizam em suas redes sociais, com foco nas redes Instagram e TikTok. O estudo adotará uma abordagem metodológica combinada, incluindo a coleta de dados por meio de questionários estruturados aplicados aos seguidores dos influenciadores selecionados. A seleção dos influenciadores será feita considerando critérios como reconhecimento no nicho e experiência em explorar oportunidades no mercado digital. A pesquisa também incluirá observação participante realizada pela pesquisadora, que acompanha regularmente o conteúdo das influenciadoras em suas plataformas digitais, além da coleta documental como fonte adicional de informações. Este resumo expandido oferece uma visão preliminar do estudo, destacando sua importância e abordagem metodológica para alcançar seus objetivos de pesquisa.

**Palavras-chave:** Exploração de oportunidade; Influenciadores digitais; Empreendedorismo digital; Redes sociais.

## 1 INTRODUÇÃO

A procura por oportunidades de negócio está diretamente ligada à habilidade de identificar lacunas no mercado e atender a necessidades não satisfeitas, resultando na criação de produtos ou serviços inovadores. Segundo Degen (2009), essa habilidade exige criatividade e uma predisposição para observar o ambiente os envolve, destacando a importância de uma mente aberta para perceber demandas emergentes, tendências de consumo e mudanças sociais propícias a novas iniciativas. Ao explorar essas oportunidades, empreendedores não apenas preenchem carências existentes, mas também contribuem para moldar e influenciar o mercado, promovendo o crescimento econômico e o desenvolvimento da sociedade.

O surgimento das redes sociais trouxe consigo uma nova dimensão nesse cenário, dando origem a uma categoria distinta de líderes: os "influenciadores digitais". Atuando em plataformas como Instagram e TikTok, eles não apenas moldam tendências e estilos de vida, mas também desempenham um papel crucial na abertura de portas para oportunidades de negócios inovadoras e lucrativas. Esta dinâmica adicional destaca a confluência entre a procura de oportunidades e a influência digital, delineando um panorama onde empreendedores e influenciadores desempenham papéis complementares na exploração de possibilidades no mundo contemporâneo. Simultaneamente, navegar pelo cenário digital em constante transformação requer uma compreensão aguçada das tendências emergentes e a capacidade de antecipar mudanças de maneira ágil. Os influenciadores digitais, frequentemente pioneiros na adoção de novas plataformas e formatos de conteúdo, encontram-se em uma aptos para explorar oportunidades disruptivas. Sua compreensão aprofundada das complexidades do ambiente digital não apenas lhes possibilita identificar, mas também capitalizar oportunidades de maneira eficiente, desempenhando um papel fundamental na dinâmica e evolução do cenário empresarial contemporâneo.

Este estudo tem como objetivo estabelecer uma relação entre os influenciadores digitais e os métodos de exploração de oportunidades que utilizam em suas redes sociais, com foco nas redes Instagram e TikTok, identificando estratégias de negócios lucrativas tanto para os influenciadores quanto para empresas que buscam capitalizar sobre suas audiências engajadas. Com base nesta introdução, o estudo procura fornecer insights valiosos para aspirantes a influenciadores, profissionais de marketing e empreendedores que buscam aproveitar o poder da influência digital para impulsionar seus negócios.

## 2 METODOLOGIA

### 2.1 Campo de estudo

O campo de estudo abrangerá as plataformas Instagram e TikTok, onde será realizada a análise dos seguidores dos influenciadores digitais previamente selecionados. Os critérios de seleção desses influenciadores serão específicos, garantindo representatividade no nicho da moda e lifestyle.

### 2.2 População e amostra

A população inicial será composta pelos seguidores de três influenciadoras digitais. A amostragem dos respondentes ocorrerá de forma aleatória não intencional, garantindo igual probabilidade de inclusão na amostra para cada seguidor, assegurando representatividade e diversidade.

### 2.3 Métodos e coleta de dados:

A coleta de dados será realizada por meio de um questionário estruturado, contendo perguntas fechadas e utilizando a escala Likert para capturar as percepções dos participantes. Além disso, será realizada observação participante pela pesquisadora, que também é seguidora das influenciadoras, permitindo uma análise direta do conteúdo em suas plataformas digitais. Complementando essas técnicas, a coleta documental será conduzida para garantir uma visão abrangente e contextualizada do cenário estudado.

Este resumo expandido fornece uma visão geral do contexto do estudo e dos objetivos a serem alcançados, refletindo o estágio inicial da pesquisa.

## REFERÊNCIAS

DEGEN, RONALD JEAN. **O Empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.