

EMPREENDEDORISMO DIGITAL: O uso do Instagram como plataforma de negócios

OLIVEIRA, Gisele de¹
FRISKE, Hadassa Landherr²
MATTA, Adno Ferreira da³
NOVAES, Cristiane Dias de⁴

Recebido em 23 de junho de 2025. Aceito em 01 de julho de 2025. Disponível online em 28 de agosto de 2025.

RESUMO

Este estudo analisa o impacto do Instagram no crescimento de novos negócios no empreendedorismo digital. Seus objetivos principais foram compreender as razões para a escolha do Instagram como plataforma de negócios, identificar desafios e oportunidades na sua utilização e descrever como a plataforma aumenta a visibilidade dos empreendimentos digitais. A pesquisa, baseada em revisão bibliográfica, confirma que o Instagram facilita o alcance global, oferece baixo custo de divulgação e promove maior democratização do empreendedorismo, permitindo que pequenos negócios consigam competir com grandes empresas. Além disso, a plataforma possibilita a construção de uma forte presença online, fortalecimento de marcas e relacionamento direto com clientes. Contudo, também apresenta desafios como alta concorrência, mudanças nos algoritmos e necessidade de inovação constante. Para aproveitar suas vantagens, é fundamental que os empreendedores adotem estratégias criativas, planejamento adequado e gestão profissionalizada. Conclui-se que o Instagram é uma ferramenta poderosa e indispensável para o crescimento do empreendedorismo digital, contribuindo para a inovação, competitividade e sucesso dos negócios no mercado contemporâneo.

Palavra-chave: Empreendedorismo Digital. Instagram. Negócios. Redes Sociais.

ABSTRACT

This study analyzes the impact of Instagram on the growth of new businesses in digital entrepreneurship. Its main objectives were to understand the reasons for choosing Instagram as a business platform, identify challenges and opportunities in its use, and describe how the platform increases the visibility of digital enterprises. The research, based on a literature review, confirms that Instagram facilitates global reach, offers low advertising costs, and promotes greater democratization of entrepreneurship, allowing small businesses to compete with large companies. In addition, the platform makes it possible to build a strong online presence, strengthen brands, and establish direct relationships with customers. However, it also presents challenges such as high competition, changes in algorithms, and the need for constant

¹ Discente do Curso de Graduação em Ciências Contábeis, da Faculdade de Alta Floresta - FAF.

² Doutoranda em Ciências Contábeis e Administração pela FUCAPE – ES. E-mail: hadassalf13@gmail.com.

³ Bacharel em Ciências Contábeis e professor titular na FAF.

⁴ Bacharela em Administração e professora titular na FAF.

innovation. To take advantage of its advantages, it is essential that entrepreneurs adopt creative strategies, adequate planning, and professional management. It is concluded that Instagram is a powerful and indispensable tool for the growth of digital entrepreneurship, contributing to innovation, competitiveness, and business success in the contemporary market.

Keywords: Digital Entrepreneurship. Instagram. Business. Social Networks.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o empreendedorismo digital tem ganhado destaque como uma grande plataforma no mercado dos negócios, impulsionado pela evolução da tecnologia e pelo aumento da conexão entre as pessoas. Dentro desse contexto, as redes sociais, principalmente o Instagram, surgiram como instrumentos cruciais para empreendedores que querem expandir seus negócios, dar mais destaque às suas marcas e atingir um público cada vez maior de maneira fácil e prática.

Dito isto, a pergunta que norteia a pesquisa é: Como a plataforma Instagram está impactando o crescimento de novos negócios no empreendedorismo digital?

Partiu-se das hipóteses de que o Instagram facilita o crescimento de novos negócios no empreendedorismo digital; O Instagram proporciona maior visibilidade e alcance para os empreendedores, independentes de sua localização; e que O Instagram oferece a possibilidade de baixo custo em relação as mídias tradicionais, permitindo que os negócios alcancem um maior público.

O objetivo deste trabalho é mostrar como a plataforma Instagram vem impactando o crescimento de novos negócios no empreendedorismo digital. Para isso, busca-se entender os motivos que levam os empreendedores a optarem por essa plataforma, identificar os desafios e oportunidades que a plataforma apresenta e descrever como o Instagram está contribuindo no aumento da visibilidade dos negócios digitais.

O presente trabalho foi elaborado com o intuito de mostrar como o empreendedorismo digital está crescendo cada vez mais e com isso as plataformas digitais estão ganhando maior destaque principalmente na expansão de novos negócios, ou seja, segundo Crespo (2024), “as redes sociais não são apenas canais de marketing; elas são também plataformas de inovação e empreendedorismo”.

A sociedade está cada vez mais conectada com os meios digitais, desse modo as empresas também precisam se adequar de maneira que atinja esse público prestando um atendimento mais exclusivo para cada cliente, como Crespo (2024), ressalta que “além disso,

as redes sociais democratizaram o acesso ao mercado, permitindo que empreendedores com orçamentos limitados possam competir com empresas maiores”.

Para Garcia (2023), o uso crescente das redes sociais tem mudado cada vez o comportamento do consumidor, e com isso as pessoas estão usando as mídias sociais para se informar, avaliar produtos, participar de campanhas publicitárias, compartilhar opiniões e interagir com as marcas. Isso tem criado oportunidades para os negócios, mas também apresenta inúmeros desafios.

Garcia (2023), relata também que:

Um dos principais exemplos e benefícios da grande influência das redes sociais no comportamento do consumidor é justamente a capacidade de aumentar a visibilidade de um produto ou serviço. Quando uma marca cria campanhas publicitárias nas mídias sociais, ela tem o poder de se conectar diretamente ao seu público-alvo, o que significa que mais pessoas terão conhecimento sobre ela e os seus produtos ou serviços. Além disso, as redes sociais permitem que os consumidores compartilhem suas ideias sobre um produto ou serviço. Essas opiniões podem ser extremamente úteis para as marcas, pois elas ajudam a entender melhor o que os clientes estão procurando, permitindo ajustes em seus produtos ou serviços de acordo com o que o consumidor deseja. Outra forma pela qual as redes sociais afetam o comportamento do consumidor é permitindo que as marcas criem relacionamentos com seus clientes. Isso se dá por meio da criação de conteúdo relevante e interações significativas e reais, deixando de lado o relacionamento robotizado. Isso pode ajudar a construir confiança e lealdade entre as marcas e seus clientes.

Por isso, através desse estudo é feito um reforço na necessidade de promover a discussão sobre essa temática do empreendedorismo nas redes sociais e principalmente no Instagram, mostrando a influência que ele tem na cultura empreendedora.

Sendo assim, o capítulo referencial teórico apresenta a discussão sobre os tópicos, sendo eles: O crescimento do empreendedorismo digital, o uso do Instagram como plataforma de negócios e desafios e oportunidades através do Instagram.

Em seguida, apresenta-se os materiais e métodos utilizados para esse estudo e logo após encontra-se os resultados e discussão sobre a pesquisa feita.

2 REFERENCIAL TEÓRICO OU FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente referencial teórico discorrerá sobre os fatores que têm impulsionado o crescimento do empreendedorismo digital, bem como as oportunidades e desafios.

2.1 O CRESCIMENTO DO EMPREENDEDORISMO DIGITAL

O empreendedorismo digital é o termo utilizado para descrever a criação e administração de negócios que têm na tecnologia digital a base para suas operações.

Segundo Caxito (2021, p. 9), diz que:

Apesar de ser um termo bastante utilizado, tanto no contexto empresarial quanto na mídia que aborda questões relacionadas à economia, entre os especialistas, o empreendedorismo é um conceito em contínua construção, já que as práticas empreendedoras vão além do significado do termo e abrangem a diversidade, especificidade e pluralidade do mundo dos negócios. De modo semelhante, o termo inovação é muitas vezes mal compreendido e utilizado erroneamente no contexto acadêmico, bem como no meio empresarial.

O empreendedorismo digital tem crescido muito nos últimos anos, provocado, principalmente por avanços tecnológicos, alteração do comportamento do consumidor e o aumento de acessibilidade a internet, nesse sentido Caxito (2021, p. 10), descreve que “para melhor compreender o empreendedorismo, é importante refletir sobre o contexto econômico e social que propicia o impulsionamento das práticas empreendedoras”.

Dornelas (2008, p. 49) ressalta que “para se criar um negócio de sucesso o empreendedor deve ter a capacidade de identificar oportunidades, somado ao fato de assumir os riscos sabendo otimizá-los”. Por isso, verifica-se que as oportunidades estão ao alcance das ferramentas tecnológicas.

De acordo com CNN BRASIL (2023), o empreendedorismo online oferece muitas oportunidades, mas também apresenta desafios. Com o crescimento do mercado digital, a concorrência aumenta, então é importante oferecer produtos e serviços inovadores e ter uma estratégia de marketing eficiente. Além disso, a tecnologia está sempre mudando, e é fundamental estar atualizado para oferecer uma boa experiência aos clientes e manter a relevância. Outro ponto importante é a segurança da informação, já que ataques cibernéticos estão cada vez mais sofisticados, tornando essencial proteger os dados para manter a confiança dos clientes e a reputação do negócio.

O empreendedorismo digital refere-se à criação e gestão de negócios que predominam no ambiente online, utilizando tecnologias digitais para desenvolver produtos, serviços e interações com clientes, nesse sentido, Carneiro (2021), diz que o conceito de Empreendedorismo não se limita apenas a alguns autores que se destacaram e não se refere somente à inovação. A discussão sobre o mesmo carrega um peso enorme no que se refere à abertura de novos negócios, pois no Brasil as práticas de empreender foi o ápice para o surgimento de novos negócios e empresas.

Nesse sentido, Dornelas (2016, p. 34-35), discorre que:

Empreender não se resume à criação do próprio negócio. Mas a maneira mais conhecida de se tornar um empreendedor é criando uma empresa. Por outro lado, com a disseminação do conceito de empreendedorismo na sociedade, o comportamento empreendedor passou a ser observado com mais atenção em ambientes nos quais antes não se pensava haver empreendedores.... Como empreender está ligado à ação, a pessoa deve atentar para os eventos que ocorrem em seu ambiente e que, em muitos casos, acabam por apresentar o empreendedorismo como um caminho óbvio para seu futuro. Esses eventos podem ser exemplificados como momentos de disparo da fagulha empreendedora ou situações de mudança de atitude em virtude de acontecimentos ou marcos importantes ao longo de sua vida.

Sendo assim, o empreendedorismo digital faz com que os negócios alcancem um maior número de mercado, sem a necessidade de presença física em diferentes países, ampliando as oportunidades de crescimento e permitindo que empreendedores se conectem com clientes em todo o mundo, e como consequência disso, aumentando o potencial das vendas.

De acordo com Chiavaneto (2007, p. 7), relata que:

Na realidade, o empreendedor é a pessoa que tem a capacidade de fazer as coisas acontecerem, pois é abastecido de sensibilidade para os negócios, com um olhar financeiro diferenciado e com uma grande capacidade de identificar oportunidades. Por ter grande conhecimento e um alto nível de criatividade, o empreendedor mostra imaginação e perseverança, que combinados adequadamente, possibilita transformar um plano simples e mal estruturado em algo concreto e bem sucedido no mercado.

Ou seja, percebe-se que o empreendedor é capaz de transformar ideias em realidade, ou seja, consegue ter um olhar amplo para os negócios e enxerga oportunidade onde muitos não veem.

Segundo Cury (2003, p. 30), diz que:

Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória. É não esperar uma herança, mas construir uma história... Quantos projetos você deixou para trás? Quantas vezes seus temores bloquearam seus sonhos? Ser um empreendedor não é esperar a felicidade acontecer, mas conquistá-la.

De acordo com Sebrae (2006), “os empreendedores são pessoas que buscam sempre inovar, participando ativamente do crescimento econômico. Independentemente da área que irá atuar, os empreendedores buscam novidades que irá atrair mais consumidores e vendas”.

Para Chiavaneto (2012, p. 182), relata que:

Em suma, o empreendedor deve utilizar o que existe de mais importante em cada pessoa: o seu cérebro, a sua inteligência, as suas competências e a sua participação emocional. Saber gerenciar pessoas é saber extrair delas o que têm de melhor para fazer um trabalho excelente, ser uma extensão do empreendedor na melhoria contínua do trabalho e na excelência do produto/serviço e no ótimo atendimento ao cliente.

Diante desses fatos, é possível perceber que a importância do empreendedorismo é bem clara, e se resulta com impactos positivos para o mercado digital, pois tem um papel de comercialização e de crescimento no que diz respeito no processo de inovação e relevância para o mercado consumidor.

2.2 O USO DO INSTAGRAM COMO PLATAFORMA DE NEGÓCIOS

Goodads (2023) diz que o Instagram foi criado em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger em São Francisco, Califórnia. Inicialmente, a ideia era desenvolver um aplicativo de geolocalização, mas os fundadores perceberam que os usuários preferiam compartilhar fotos de suas vidas pessoais. Assim, transformaram o Instagram em uma rede social de compartilhamento de fotos e vídeos, lançando-o em outubro de 2010 exclusivamente para iPhone, onde rapidamente alcançou mais de um milhão de usuários em dois meses. A simplicidade do aplicativo, que permite capturar, editar e compartilhar imagens facilmente, contribuiu para seu sucesso. Com o tempo, o Instagram passou por várias atualizações, incluindo o lançamento para Android em 2012, vídeos curtos em 2013, Stories em 2016 e IGTV em 2018, que permite vídeos de longa duração. Atualmente, o Instagram é uma das redes sociais mais populares do mundo, com mais de um bilhão de usuários ativos, sendo amplamente utilizado para marketing digital por marcas e organizações.

Sendo assim, Silva et al. (2022), diz que:

O Instagram pode fornecer um retorno financeiro através das postagens dos produtos e serviços. O Instagram junto com o marketing proporciona um diferencial para seu negócio, além de promover uma relação direta de do empreendedor com o cliente fazendo com que a qualidade das vendas dos serviços ou produtos vendidos se torne muito melhor. Se mostrando aliado ao empreendedorismo, por ser uma rede que incentiva e ajuda os novos negócios a crescerem no mercado de trabalho.

O Instagram está sendo uma plataforma muito utilizada para o desenvolvimento de novos negócios, tornando-se uma ferramenta essencial para as empresas divulgarem suas atividades, sendo assim, obtém vantagens, pois alcança um número maior de público com um custo benefício relativamente baixo, para suas divulgações.

Martins e Costa (2018), afirma que:

[...] O Instagram é uma plataforma muito atraente para empreendedores, de forma inovadora ele incentiva novos negócios e fornece gráficos com dados muito relevantes para o conhecimento e segmentação de público, expondo a marca de forma mundial e

gratuitamente, além de fornecer instrumentos para as organizações realizarem o impulsionamento da página e por proporcionar um contato mais direto com os consumidores, gerando mais credibilidade, identificação e possivelmente fidelidade com a marca.

“O Instagram é uma das redes sociais mais acessadas pelos brasileiros e por ter o foco nas imagens tem sido vitrine ou catálogo digital de diversos negócios. Apresentar seus produtos ou serviços para vender pelo Instagram é fundamental hoje em dia” (SEBRAE, 2025).

Por isso, na página do Sebrae (2023), diz que:

O Instagram oferece vários formatos que você pode aproveitar na sua estratégia de marketing de conteúdo para ajudar na geração e qualificação de leads. São elas:

Reels: o conteúdo gerado nesse formato tem um poder de alcance muito grande e atrai um público novo para conhecer a sua página.

Feed: é como uma sala de estar que precisa estar arrumada e pronta para receber as visitas quando chegarem. Pense no feed como a vitrine do seu negócio. Quando você atrai um novo seguidor, ele dá uma olhada no seu feed antes de clicar em seguir.

Seu público deve encontrar todas as informações sobre sua empresa, produtos ou serviços, posicionamento da marca em assuntos relevantes e depoimentos de outros clientes. Você pode colocar tudo isso nos "Destaques", que ficam fixos na parte superior do seu perfil.

Stories: conteúdo rápido e informal, que pode mostrar uma visão autêntica e gerar conexão. Esse formato é ideal para mostrar que existe uma pessoa por trás da marca e humanizar o seu negócio.

Você pode aparecer na frente da câmera interagindo, mas também deve mostrar os bastidores do seu negócio e o processo de produção. Você também pode criar enquetes para conhecer mais seu público e interagir.

Live: use esse formato para demonstrar autoridade dentro do seu nicho. Para isso, você pode transmitir informações ou conhecimento relevantes e relacionados ao seu negócio.

O Instagram também possui uma plataforma comercial, onde o usuário tem acesso a informações importantíssimas, como o gênero, faixa etária e localização dos seus seguidores, além de estatísticas dos dias e horários mais acessados pelos mesmos. Essa rede social também disponibiliza dados referentes às atividades vinculadas a conta como número de vistas ao perfil, quantas contas novas foram alcançadas, quantidade de novos seguidores, entre outros (LICHTENHELD; DUARTE; BORTOLON, 2018).

Trabalhar com vendas no Instagram está ao alcance de todos, principalmente dos pequenos empresários, pois se tornou uma loja online, ou seja, a plataforma se transformou em uma vitrine virtual, que basta apenas um clique e é divulgada para milhares de pessoas, e através da plataforma se consegue postar fotos de produtos e serviços de sua marca, fazer publicações informativas, que pode ser desde uma frase objetiva e curta até uma explicação mais detalhada na legenda, entre outros conteúdos.

Segundo a página da CDL de Cacoal, 2025, relata que:

Como mostra pesquisa da Locowise, 75% dos usuários do Instagram já fizeram uma ação, como visitar um site, a partir de um anúncio ou publicação. Além disso, a pesquisa também mostrou que metade dos usuários da rede social seguem ao menos um negócio, e que 60% deles afirmam aprender sobre um produto na plataforma. Diante de dados como estes, fica claro que vender no Instagram para impulsionar seu e-commerce é uma escolha sábia.

Ainda na página da CDL de Cacoal, 2025 discorre que:

Desde de 2017, o Instagram possibilitou que usuários com mais de 10 mil seguidores pudessem adicionar links em seus Stories. Isso permitiu que muitos construíssem histórias chamativas sobre um produto, podendo dispor o link de venda no Instagram. Uma pesquisa feita pelo portal de notícias *O Globo* que mostra, inclusive, que de 3% à 15% das vendas acontecem depois da divulgação pelo Instagram. Como o Stories possibilita colocar informações momentâneas que duram 24 horas, muitas empresas aproveitam para bolar técnicas de divulgação e tráfego.

Por isso, fica evidente que as empresas precisam se adequar ao mundo digital, traçarem estratégias de comunicação para se adequar ao perfil do consumidor online, com o foco na transparência e na criação de conteúdo atraente. Sendo assim, é possível entender que o Instagram permite que os negócios construam uma identidade visual forte e autêntica, e é essencial para se destacar em um mercado competitivo.

2.3 DESAFIOS E OPORTUNIDADES ATRAVÉS DO INSTAGRAM

Uma das plataformas de redes sociais mais populares do mundo é o Instagram. Nas mãos de pessoas e empresas, tornou-se uma ferramenta poderosa.

De acordo com a página Goodads (2023), a ideia do Instagram apareceu ainda em 2010, mas após doze anos, a plataforma assumiu novas direções que possibilitaram não apenas publicar postagens de fotos, mas também histórias e vídeos. No entanto, como qualquer oportunidade grandiosa, o Instagram também pode trazer desafios para os usuários e as marcas.

O uso do Instagram como plataforma de negócios apesar de inúmeras vantagens e oportunidades, contudo, apresenta também desafios, pois a concorrência é intensa, as empresas precisam estar sempre se inovando para ganhar destaque em meio ao um grande volume de conteúdo.

De acordo com SULZ (2024), diz que:

Falar de redes sociais e não dar o devido destaque ao Instagram é um grande erro. Uma das mídias sociais com maior crescimento nos últimos anos, a previsão é de uma expansão ainda maior para o futuro, considerando as funcionalidades que surgem a todo momento e o crescente número de usuários. Os milhões de instagramers

aproveitam as inúmeras possibilidades que o aplicativo de compartilhamento de fotografias oferece, desde apresentar momentos diários, com o Instagram Stories, até interagir e comentar nas postagens de amigos e familiares, criando uma verdadeira rede social nessa plataforma. Como o Instagram é a maior rede social com foco em conteúdo visual, ela apresenta grandes oportunidades, tanto para empresas quanto para indivíduos.

Segundo SULZ (2024), o Instagram tem vários benefícios, dentre eles, se destacam:

Oportunidades infinitas: com tantas funcionalidades, o Instagram é um poço de oportunidades para qualquer marca. As postagens no feed e nos Stories funcionam como possibilidade de expor produtos e serviços da empresa;

Inovações constantes: por que isso é vantajoso para você? Pense comigo: cada inovação é uma nova chance de relacionar com seu consumidor de forma interativa e de dinamizar seu conteúdo, potencializando seus resultados dentro dessa rede social;

Visibilidade: nós sabemos o quanto conteúdos visuais são atrativos, e oportunidades imperdíveis de mostrar um pouco mais da sua empresa e seus produtos.

Bem como suas vantagens, o Instagram também conta com seus desafios, que são eles: Concorrência intensa, mudança nos algoritmos, gestão de crise e reputação, autenticidade e saturação, entre outros.

Falando de algoritmos do Instagram, FARAH (2023), discorre que:

Não existe muito, o algoritmo do Instagram é apenas um conjunto de critérios e cálculos que são realizados automaticamente e eles é que vão determinar quais posts devem aparecer para cada usuário e em que ordem. A intenção da plataforma é fazer as pessoas passarem mais e mais tempo dentro da plataforma e por isso eles mudaram todo seu formato. O objetivo é focar na experiência do usuário, mas não se iluda pois aqui também conta, e muito, que os usuários consumam mais anúncios e consequentemente invistam em produzir seus próprios anúncios, e consequentemente, fazer com que plataforma lucre mais.

O Instagram oferece a oportunidade de alcançar um público global e interagir diretamente com os consumidores. Apesar disso, uma competição feroz nas redes sociais e as mudanças frequentes nos algoritmos significam que as marcas devem ser ágeis e inovadoras em suas estratégias.

Conforme a página DINAMIZE (2021), relata que:

O Instagram é uma das redes sociais que mais cresceu nos últimos anos. Não é de se espantar que cada vez mais as empresas estão investindo em posts, anúncios e até em publicidade com influencers dentro da mídia social. Por isso, apostar em marketing digital no Instagram é essencial para o crescimento da sua marca. Mesmo que seja uma rede que pareça ter mais foco em entretenimento e diversão, há muito conteúdo de valor no Instagram. Além de ver o que seus amigos, familiares e conhecidos estão fazendo, também é possível acompanhar de perto diversas celebridades e marcas. É aí que o Instagram apresenta uma excelente oportunidade. O marketing digital oferece muitas possibilidades para crescer na rede e fazer com que a sua empresa fique mais conhecida. A partir disso, você fortalece a imagem da sua marca e atrai mais pessoas que podem se tornar seus clientes.

Nesse sentido, as empresas devem desenvolver abordagens que aproveitem todas as oportunidades do Instagram e adotem uma postura reativa em relação aos desafios. Se essas condições forem atendidas, o Instagram continuará a ser uma ferramenta valiosa para os esforços de marketing digital e empreendedorismo.

De acordo com Cauduro et al. (2022), o Instagram é uma rede social que com o passar do tempo, foi criando novos formatos de acordo com as necessidades de seus usuários, por isso se for utilizado de forma correta, essas ferramentas geram uma aproximação maior com seu público, isso possibilita a apresentação da marca e/ou empresa de diversas maneiras.

Cauduro et al. (2022), também afirma que:

Algo bem importante é não comprar seguidores, pois muitas pessoas conferem se os perfis têm seguidores que são fakes ou se são seguidores verdadeiros. Para manter o seu Instagram confiável procure sempre conquistar os seus seguidores e passar a imagem de um perfil confiável e verdadeiro que preza pelos seguidores verdadeiros e engajados.

O empreendedorismo digital, especialmente através do uso do Instagram, oferece a oportunidade de alcançar um público global e interagir diretamente com os consumidores. Silva et al. (2022), fala que “com os avanços tecnológicos, usuários conseguem ter uma facilidade maior diante aos recursos oferecidos, assim em apenas com um toque conseguem tudo o que precisam”. Apesar disso, uma competição feroz nas redes sociais e as mudanças frequentes nos algoritmos significam que as marcas devem ser ágeis e inovadoras em suas estratégias.

Silva et al. (2022), também fala que observando a importância das redes sociais no empreendedorismo, o Instagram ganhou um grande destaque para novos e antigos empreendedores com suas funcionalidades e ferramentas que ajudam a ampliar os negócios de uma forma positiva e que gere resultados.

Por isso, as empresas devem criar estratégias que explorem todas as oportunidades do Instagram e responder aos desafios. Assim, a plataforma pode ser essencial para marketing digital e empreendedorismo, proporcionando crescimento com criatividade e atualização contínua.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Quanto aos métodos e técnicas utilizados para realização desse trabalho, classifica-se a presente pesquisa como aplicada quanto sua natureza, e seu objetivo é descritivo, pois segundo

Malhotra (2001, p. 108), a pesquisa descritiva “é um tipo de pesquisa que tem como principal objetivo a descrição de algo, um evento, um fenômeno ou um fato”.

Para a realização desta pesquisa, foi adotada uma abordagem de revisão bibliográfica, com o objetivo de analisar e sintetizar informações relevantes presentes em fontes acadêmicas e científicas disponíveis na literatura especializada.

Sendo assim, Fonseca (2002, p. 32) explica que:

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta.

A pesquisa refere-se ao empreendedorismo digital com o uso do Instagram como plataforma de negócios, mostrando que através do avanço tecnológico é possível crescer e expandir o empreendedorismo também no mundo digital.

Por isso, Junior (2023), relata que é inegável que as atividades com o auxílio digital estão exercendo um grande papel no comércio mundial, de forma a dominar o futuro, desta forma, é possível considerar que o empreendedor digital, é considerado uma carreira em crescimento, com a possibilidade de grandes ganhos financeiros.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos através desse estudo indicam que o Instagram desempenha um papel fundamental no crescimento de novos negócios relacionado ao empreendedorismo digital. Observou-se que a plataforma facilita a visibilidade e o alcance dos empreendedores, o que confirma a hipótese de que o Instagram proporciona maior alcance para os negócios.

Nesse sentido, Junior (2023) afirma que:

Outro fator preponderante, que deve ser considerado uma grande vantagem é o fato de não existir barreiras geográficas, sendo possível alcançar consumidores em todas as regiões do país inclusive em outros países, esse é o fenômeno da potencialização da internet, sendo praticamente impossível para empreendedores fixos.

A análise revelou que a maioria dos empreendedores utiliza o Instagram para criar uma presença online forte, com foco na construção de marca, relacionamento com clientes e aumento das vendas. Desse modo, Junior (2023) diz que “O mercado digital proporciona uma

vitrine mundial onde um pequeno negócio consegue expor e potencializar produtos e serviços a qualquer pessoa que tenha acesso à rede mundial de computadores, ocupando a mesma vitrine que grandes empresas”.

Esses fatores contribuem para que o Instagram seja uma ferramenta eficiente e acessível para o desenvolvimento de negócios digitais, promovendo maior democratização do empreendedorismo e incentivando a inovação no mercado digital.

Desse modo, Junior (2023) reforça que:

É inegável que as atividades com o auxílio digital estão exercendo um grande papel no comércio mundial, de forma a dominar o futuro, desta forma, é possível considerar que o empreendedor digital, é considerado uma carreira em crescimento, com a possibilidade de grandes ganhos financeiros.

Por outro lado, a discussão evidencia que, apesar das vantagens, o uso do Instagram como plataforma de negócios exige planejamento estratégico, criatividade e uma compreensão aprofundada das ferramentas disponíveis. A concorrência crescente na rede social demanda que os empreendedores estejam atentos às tendências e às melhores práticas de marketing digital para se destacarem.

Por isso, Sulz (2024) ressalta que:

Marcas precisam não só expor seus produtos e serviços, mas também, seus ideais e valores. O posicionamento diz muito sobre como uma empresa lida com seu mercado e consumidores, e é isso que as pessoas esperam das empresas. Nas redes sociais, há muitas formas de se posicionar de maneira efetiva. Uma empresa forte é aquela que tem um trabalho de posicionamento adequado. Isso ajuda as marcas a criar uma identidade bem definida, o que também vai se estender à comunicação que têm com o público. O posicionamento ajuda a criar identificação, já que o consumidor percebe que aquela empresa é próxima dele, não só uma instituição que vende algo.

Dessa forma, o estudo reforça a importância do Instagram como um canal eficiente para o empreendedorismo digital, mas também expõe a necessidade de uma gestão profissionalizada e inovadora para maximizar os resultados obtidos na plataforma.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desse trabalho, ficou evidente que o Instagram desempenha um papel fundamental no crescimento de novos negócios no âmbito do empreendedorismo digital, ou seja, a plataforma oferece oportunidades únicas de visibilidade, alcance global e baixo custo de divulgação, fatores que facilitam a entrada de pequenos empreendedores no mercado digital e promovem a democratização do empreendedorismo. Além disso, o uso estratégico do Instagram

permite a construção de uma presença online forte, fortalecimento da marca, relacionamento com clientes e aumento das vendas.

Por outro lado, também foram destacados os desafios enfrentados pelos empreendedores na utilização da plataforma, como a alta concorrência, a necessidade de inovação constante e a gestão de algoritmos em mudança. Para aproveitar ao máximo as oportunidades, é imprescindível que os negócios adotem estratégias bem planejadas, criativas e alinhadas às tendências do marketing digital, além de manter uma gestão profissionalizada e autêntica.

Através das hipóteses levantadas para esse trabalho, ficou evidente que para quem está começando um negócio online, o Instagram é uma ferramenta poderosa para crescer. Ele ajuda os empreendedores a serem notados e atingirem mais pessoas, não importa onde estejam. Uma das vantagens é que anunciar no Instagram geralmente custa menos do que nas mídias tradicionais, o que significa que dá para alcançar um público maior gastando menos.

Portanto, após a análise de dados conclui-se que o objetivo geral da pesquisa foi alcançado, uma vez que houve a descrição de como o Instagram pode ser visto como uma plataforma empreendedora e uma ferramenta poderosa e indispensável para o crescimento do empreendedorismo digital, desde que utilizado de forma inteligente, ética e inovadora. Assim, a plataforma continuará a ser um catalisador para a expansão de negócios, contribuindo para a inovação, a competitividade e o sucesso dos empreendedores no mercado contemporâneo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMANDA, Ferreira Lichtenheld; CAROLINE, Velten Duarte; ANGELO, Bortolon. O instagram como estratégia de marketing digital: uma pesquisa ação na wood lanches, 2018. Disponível em: <<https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2018/12/o-instagram-como-estrategia-de-marketing-digital-uma-pesquisa-acao-na-wood-lanches.pdf>>. Acesso em: 15/04/2025.

CARNEIRO, Maria Caroline da Silva. Empreendedorismo digital: um modelo de empreendedorismo em ascensão no brasil, 2021. Disponível em: <<https://dspace.ufdpar.edu.br/bitstream/prefix/79/1/empreendedorismo%20digital%20um%20modelo%20de%20empreendedorismo.pdf>>. Acesso em: 28/04/2025.

CAUDURO, André Felipe et al. Feiras Unidas de Poa. Casa da Cultura do RS, 2022. Disponível em: <<https://cultura.rs.gov.br/upload/arquivos/carga20210326/10152656-ebook-guia-da-producao-de-conteudo-para-as-redes-sociais.pdf>>. Acesso em: 17/04/2025.

Caxito, Fabiano. Empreendedorismo. 1. ed. Curitiba PR: IESDE, 2021.

- CDL CACOAL, Instagram como plataforma de vendas para o seu negócio, 2025. Disponível em: <<https://cdlcacoal.org/blog/instagram-como-plataforma-de-vendas-para-o-seu-negocio-166>>. Acesso em: 14/04/2025.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade para iniciar e tocar seu próprio negócio – 2. Ed. já. E atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor. 4. Ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

- CNN BRASIL. Tudo sobre empreendedorismo digital: o que é, vantagens e desafios, 2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/empreendedorismo-digital/#:~:text=Apesar%20dos%20benef%C3%ADcios%20e%20oportunidades,entre%20os%20neg%C3%B3cios%20tamb%C3%A9m%20aumenta>>. Acesso em: 16/04/2025.

CRESPO, Edgar. Conexões Virtuais, Impactos Reais: A Força das Redes Sociais na Sociedade e Negócios Brasileiros, 2024. Disponível em: <<https://www.targetso.com/2024/03/12/impactos-das-redes-sociais/>>. Acesso em: 29/04/2025.

CURY, Augusto Jorge. Dez leis para ser feliz: ferramentas para se apaixonar pela vida. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

DINAMIZE. Como usar marketing digital no Instagram para crescer na rede? Descubra! 2021. Disponível em: <<https://www.dinamize.com.br/blog/marketing-digital-no-instagram/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20marketing%20digital,aplicadas%20a%20essa%20rede%20social>>. Acesso em: 16/04/2025.

DORNELAS, José Carlos. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DORNELAS, José Carlos. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FARAH, Leonardo e Kelly. Estratégia de crescimento no Instagram, 2023. Disponível em: <<https://uniandrade.br/wp-content/uploads/2017/11/EBOOK-2-Estrategia-de-crescimento-no-instagram-para-2023.pdf>>. Acesso em: 17/04/2025.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GARCIA, Juliana. O impacto das redes sociais no comportamento do consumidor, 2023. Disponível em: <<https://ideiacomm.com.br/o-impacto-das-redes-sociais-no-comportamento-do-consumidor/>>. Acesso em: 29/04/2025.

- GOODADS. Resumo: a história do instagram – a rede social mais utilizada nos últimos 5 anos, 2023. Disponível em: <https://goodads.com.br/resumo-a-historia-do-instagram-a-rede-social-mais-utilizada-nos-ultimos-5-anos/>. Acesso em: 10/04/2025.

JUNIOR. Ali Antonio Abraão. EMPREENDEDORISMO DIGITAL: um estudo sobre o uso da tecnologia como geração de negócios, 2023. Acesso em <<https://www.alomorfia.com.br/index.php/alomorfia/article/view/24>>. Acesso em: 06/05/2025.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARTINS, E. S M.; COSTA, H. K. B. O Uso do Instagram para Gestão de Relacionamento com os Clientes do Supermercado União – Propriá/SE. 2º CONGENT: Congresso de Gestão, Negócios e Tecnologia da Informação. Ed. 1. 2018. Disponível em: <<https://eventos.set.edu.br/congenti/article/view/9648/4322>>. Acesso em: 10/04/2025.

SEBRAE. Disciplina de Empreendedorismo. Manual do Aluno. São Paulo, 2006.

SEBRAE. Como usar o Instagram a favor da estratégia de marketing digital, 2023. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-usar-o-instagram-a-favor-da-estrategia-de-marketing-digital,16217a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD> >. Acesso em: 16/04/2025.

SEBRAE. Confira dicas práticas e estratégicas para o Instagram, 2025. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/portalsebrae/artigos/dicas-praticas-para-o-instagram,ec92d8d523ab3710vgnvcm1000004c00210arcrd?utm_source=google_search&utm_medium=search&utm_campaign=art_sbrael_2025_awgs&editoria=google_search&utm_term=texto-art&utm_content=art_sbrael_2025_awgs0110&gad_source=1&gbraid=0AAAAAot65HxfEQbJNwceAeUpu09PTDed&gclid=Cj0KCQjwh_i_BhCzARIsANimeoHRmJqW3_m9y_rE3g7e7PrNMXegGIWcojMe-eInv8lViORcfQ8uvhkaArPWEALw_wcB>. Acesso em: 15/04/2025.

SILVA, A. B. S. et al. A implantação do empreendedorismo digital para a expansão dos negócios através do instagram nos últimos 5 anos. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/9236/1/adm_2022_1_e-t_alinebarbosa_aimplanta%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 15/04/2025.

SULZ, Paulino. O guia completo de redes sociais: tudo sobre Instagram, TikTok, Pinterest e muito mais, 2024. Disponível em: < <https://rockcontent.com/br/blog/tudo-sobre-redes-sociais/>>. Acesso em: 16/04/2025.