

EDITAL Nº 60/2025-PROEX
XV ENCONTRO DE EXTENSÃO E CULTURA

PROJETO DE EXTENSÃO: A PARCERIA ENTRE EMPREENDEDORES E INFLUENCIADORES DIGITAIS LOCAIS IMPACTANDO NA DECISÃO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DE SÃO BENEDITO-CE E REGIÃO.

Autores: 1 - Maria Wesleane Campos de Abreu, 2 - Amanda de Sales Bezerra, 3 - Rebecca Macedo de Mesquita, 4 - Ezequiel Alves Lobo, 5 - Francimeire Farrapo Portela e 6 - Ronny Luis Sousa Oliveira.

Administração, UVA, São Benedito (CE), e-mail do autor/apresentador: lanagba621@gmail.com

A crescente influência dos influenciadores digitais no comportamento do consumidor tem transformado o modo como os pequenos negócios se comunicam com seus públicos. Este projeto de extensão propõe investigar como as parcerias estratégicas entre influenciadores locais e empreendedores de São Benedito e região impactam as decisões de compra, o engajamento nas redes sociais e o desempenho econômico dos negócios. A proposta conecta a teoria com a prática, promovendo desenvolvimento local e aprendizado aplicado aos alunos. O objetivo deste projeto é o de analisar como parcerias entre influenciadores digitais locais e empreendedores impactam o consumo e o desempenho de negócios em São Benedito e região. Como específicos: Mapear influenciadores locais e seus perfis de audiência; Identificar oportunidades de parcerias estratégicas entre influenciadores e negócios; Mensurar o impacto dessas ações em vendas, engajamento e visibilidade; Analisar hábitos de consumo da população local; Disseminar os resultados para a comunidade acadêmica e empresarial. O projeto está sendo desenvolvido por meio de uma abordagem prática, com etapas já executadas como o mapeamento de influenciadores e o levantamento dos negócios participantes. A coleta de dados sobre hábitos de consumo está em curso, utilizando questionários aplicados à população local. Em seguida, serão implementadas campanhas piloto em parceria com influenciadores, cujos impactos em vendas e engajamento digital serão monitorados. Essa metodologia permite analisar de forma empírica como o marketing de influência atua no contexto local e gera insights úteis para negócios e pesquisas acadêmicas. Geração de dados empíricos sobre o impacto do marketing de influência local; Fortalecimento das estratégias de divulgação dos pequenos e médios empreendimentos; Melhoria da relação entre marcas locais e consumidores; Capacitação de alunos em práticas reais de pesquisa e marketing digital; Recomendações práticas para empresários e influenciadores; Integração efetiva entre universidade, mercado e comunidade digital. O projeto reforça o papel da universidade na geração de conhecimento aplicado e no estímulo ao desenvolvimento regional. Ao unir empreendedores, influenciadores e discentes em uma mesma iniciativa, promove-se a valorização do comércio local, a profissionalização das práticas digitais e a formação de alunos mais críticos e preparados para os desafios do mercado. Trata-se de uma proposta de impacto social, acadêmico e econômico, que contribui para a transformação da realidade local por meio da extensão universitária.

Palavras-chave: Empreendedorismo local; Influenciadores digitais; Comportamento do consumidor.

Agradecimentos: A UVA por disponibilizar o PBPU através da bolsa de Extensão.