

EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE E/OU NECESSIDADE: LIÇÕES EXTRAÍDAS ATRAVÉS DO PROJETO DE EXTENSÃO TALK ADM

Raissa Rodrigues da Silva¹, Geovana Oliveira Almeida², Ordalia Dias da Silva Guilherme³,
Januario Neto Pereira Sarmiento⁴

¹Estudante do Curso de Sistemas de Informação – IFTO. e-mail: raissa.silva4@estudante.ifto.edu.br

²Estudante do Curso de Administração – IFTO. e-mail: geovana.almeida@estudante.ifto.edu.br

³Docente do Curso de Administração – IFTO. Orientador(a). e-mail: ordalia.guilherme@ifto.edu.br

⁴Colaborador do Projeto Talk ADM – IFTO. e-mail: januario.sarmiento@ifto.edu.br

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, seja por oportunidade ou por necessidade, constitui um fenômeno central no desenvolvimento socioeconômico local. Este trabalho apresenta uma síntese das lições extraídas do Projeto de Extensão Talk ADM, realizado no município de Porto Nacional-TO, que aproximou a academia do setor produtivo por meio da divulgação de experiências de micro e pequenos empreendedores. A iniciativa possibilitou a reflexão sobre estratégias, desafios e motivações de negócios em diferentes segmentos.

Considerando a necessária aproximação entre academia e mercado, o presente trabalho originou-se da intersecção entre pesquisa e extensão acadêmica, sendo a extensão o elo de vínculo da IES com o setor produtivo. Nesse sentido, como resultado da aplicação do projeto de extensão acadêmica, Talk ADM, realizado com empreendedores de diversos segmentos de negócios (moda, beleza e educação), deu origem ao presente artigo que objetiva analisar as estratégias básicas utilizados por micro e pequenos empreendedores emergentes, tanto em cenários de oportunidade como de necessidade. Para isso, realizou-se o acompanhamento do trabalho de quatro casos de empreendedores do município de Porto Nacional (TO), registrados no âmbito do projeto de extensão denominado Talk ADM. Com base em entrevistas e relatos orais, transcritos de forma literal e organizados em categorias temáticas conforme Bardin (2016), o estudo investiga motivações, estratégias, obstáculos e perspectivas futuras desses sujeitos.

2 OBJETIVO

Analisar as estratégias utilizadas por micro e pequenos empreendedores emergentes, tanto em cenários de oportunidade quanto de necessidade, a partir dos relatos sistematizados no Projeto Talk ADM.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

O projeto seguiu uma abordagem quali-quantitativa, envolvendo: capacitação de estudantes, seleção de empreendedores locais, planejamento de canal no YouTube e produção de entrevistas. As falas dos empreendedores foram transcritas e analisadas segundo a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2016), organizando os relatos em categorias temáticas: motivações, planejamento, desafios, inovação, tecnologias e conciliação vida pessoal-profissional.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quatro empreendedores compartilharam experiências representativas nos ramos de moda, beleza, comércio de cosméticos e educação.

Os resultados evidenciam que, mesmo com diferentes contextos, há pontos em comum: determinação, importância do planejamento, uso crescente das redes sociais e sistemas digitais, além da resiliência diante de crises como a pandemia. O empreendedorismo por necessidade mostrou-se associado a pequenos investimentos e maior vulnerabilidade, enquanto o empreendedorismo por oportunidade destacou visão de crescimento e inovação. A análise também reforça a centralidade do relacionamento com clientes como fator estratégico para sobrevivência e expansão dos negócios.

Diante da análise podemos destacar os principais desafios de cada empreendimento:

Moda (PV Store): motivação em superar dificuldades; crescimento planejado; uso de redes sociais.

Beleza (Espaço Luana Araújo): consolidação gradual; inovação com marca própria; forte presença digital.

Comércio de Cosméticos (Nanda Perfumes): início pequeno; pandemia como desafio crítico; inovação em kits e vendas online.

Educação (Prado Reforço Escolar): metodologia exclusiva; confiança de famílias; expansão da clientela.

Outros elementos encontrados foi que, empreendedores por necessidade enfrentam maior instabilidade e baixo planejamento inicial. Empreendedores por oportunidade demonstram visão de longo prazo e inovação contínua. O uso das mídias digitais é decisivo para divulgação, relacionamento com clientes e expansão e a conciliação entre vida pessoal e profissional permanece como desafio recorrente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O **Talk ADM** demonstrou a relevância da extensão universitária na formação prática de estudantes e no apoio ao empreendedorismo local. Os relatos analisados revelam que, embora os empreendedores enfrentem limitações (financeiras, emocionais e de gestão), a resiliência, o planejamento e o uso das tecnologias digitais são diferenciais para a sobrevivência e crescimento.

6 AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao IFTO pelo fomento e apoio para a realização deste projeto de extensão, que possibilitou a execução das atividades e a elaboração deste trabalho.

REFERÊNCIAS

AHMAD, N.; SEYMOUR, R. Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. SSRN Electronic Journal, 2008.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2016.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

ÁVILA, A.; DAVEL, E. A emoção do empreendedorismo: panorama e perspectiva para renovar a pesquisa. Revista Gestão & Conexões, v. 13, n. 1, p. 72-99, 2024.