



Fundação Educacional do Município de Assis  
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis  
Campus "José Santilli Sobrinho"

**LILIAN DANIELE MISAEL DE OLIVEIRA**

**EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORISMO**

**A BUSCA PELO SUCESSO**

**ASSIS  
2010**

LILIAN DANIELE MISAEL DE OLIVEIRA

**EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORISMO**  
**A BUSCA PELO SUCESSO**

**Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Instituto Municipal de Ensino  
Superior – IMESA e a Fundação Educacional  
do Município de Assis – FEMA como  
requisito do curso de graduação.**

Orientador Jairo da Silva

Área de concentração: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Assis  
2010

LILIAN DANIELE MISAEL DE OLIVEIRA

**EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORISMO**  
**A BUSCA PELO SUCESSO**

Orientador: \_\_\_\_\_

Examinador: \_\_\_\_\_

Assis  
2010

## **RESUMO**

O presente trabalho tem a finalidade apresentar de forma clara o papel do empreendedor e a função do empreendedorismo no mercado econômico.

No primeiro capítulo conceituou a pessoa empreendedora e aspectos do empreendedorismo. Também relata as necessidades existente no empreendedor. No segundo capítulo é mostrado de forma bem simples alguns aspectos básicos do empreendedorismo e também os tipos de negócios e por fim, a importância de um plano de negócios. O terceiro e último capítulo apresenta um caso de sucesso bastante conhecido que relata muito objetivamente o dom para o empreendedorismo.

Palavras chaves: Empreendedor, Empreendedorismo e Plano de Negócios.

## **ABSTRACT**

This work aims to present clearly the role of the entrepreneur and the role of entrepreneurship in the economic market.

In the first chapter conceptualized the entrepreneurial person and aspects of entrepreneurship. It also reports on the needs of existing entrepreneurs. The second chapter is shown very simply some basic aspects of entrepreneurship and also the types of businesses and finally, the importance of a business plan. The third and final chapter presents a success story that relates very well known objectively the knack for entrepreneurship.

## **RESUMÉN**

Este trabajo tiene como objetivo presentar claramente el papel del empresario y el papel del espíritu empresarial en el mercado económico. En el primer capítulo conceptualiza la persona emprendedora y los aspectos de la iniciativa empresarial. También informa sobre las necesidades de los empresarios existentes. El segundo capítulo se muestra muy sencilla algunos aspectos básicos de la iniciativa empresarial y también los tipos de negocios y, por último, la importancia de un plan de negocios. El tercer y último capítulo presenta una historia de éxito que se relaciona muy bien conocido objetivamente la destreza en el espíritu empresarial.

## SUMÁRIO

<b>Introdução.....</b>	<b>08</b>
<b>Capítulo I – Empreendedorismo e Empreendedor.....</b>	<b>09</b>
1.1 – Habilidades Humanas.....	11
1.2 - Fatores de Produção.....	12
1.2.1 – Bens Tangíveis e Intangíveis.....	13
1.3 – Potencial de Mudar a Realidade.....	04
<b>Capítulo II – Gestão de Negócios.....</b>	<b>17</b>
2.1 – Tipos de Negócios.....	17
2.1.1 – Franquias.....	17
2.1.2 – Factoring.....	18
2.1.3 – Home Office.....	18
2.1.4 – Empresa Familiar.....	19
2.1.5 – Cooperativas.....	20
2.2 – Negócios por Segmentos.....	21
2.2.1 – Setor Primário Agricultura.....	22
2.2.2 – Setor Secundário Industria.....	22
2.2.3 – Setor Terciário Comércio.....	22
2.3 – Plano de Negócios.....	23
2.3.1 – Oportunidade de Negócios.....	24
<b>Capítulo III – Um Empreendedor de Sucesso – Silvio Santos.....</b>	<b>26</b>
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>32</b>
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>33</b>

## **INTRODUÇÃO**

O objetivo do trabalho é informar de forma clara os conceitos de empreendedorismo e empreendedor e dar uma base do que seja necessário para a criação de um negócio, das necessidades e característica desse empreendedor. Foram relacionados alguns tipos de negócios e da importância de um bom plano de negócios. E para enfatizar o espírito empreendedor foi citado um caso de sucesso.



## CAPÍTULO I – Empreendedorismo e Empreendedor

O empreendedorismo pode ocorrer para desenvolvimento de negócios como para atribuição à geração de emprego. Vem transformando idéias e alcançando o sucesso, gerando assim a necessidade de novos negócios.

Em 1934, Joseph Schumpeter projetou o termo e o associou ao conceito de inovação, apontando-o como o elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico. Para Schumpeter, empreendedor é o homem que realiza coisas novas e não, necessariamente, aquele que inventa. Empreendedorismo, portanto, consiste essencialmente em fazer coisas que não são geralmente feitas em vias normais de rotina do negócio; é essencialmente um fenômeno que vem sob o aspecto maior da liderança.

<http://www.colegioafranio.com.br/colégio/empreendedorismo/arquivos/empreendedorismo.pdf> acessado em 18 de agosto de 2007.

A verdadeira natureza do empreendedorismo nunca chegou ser descrita de forma a que houvesse aceitação geral. Talvez porque o comportamento empreendedor esteja em permanente renovação, fazendo com que uma descrição analítica aceitável em determinado período logo depois pareça anacrônica.

A origem do empreendedorismo foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter em 1950 como sendo uma pessoa com criatividade e fazer sucesso com inovações. Mais tarde, 1967 com K. Knigh e em 1970 com Peter Drucker foi introduzido o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. E em 1985 com Pinchot foi introduzido o conceito de Intra-empreendedor, uma pessoa empreendedora, com características dentro da organização.

[Http://pt.wikipedia.org/wiki/empreendedorismo](http://pt.wikipedia.org/wiki/empreendedorismo) – 17/06/2007.

Estudos sobre empreendedorismo aumentaram nos últimos anos, admitindo que seja o empreendedor que proporciona a riqueza de uma nação por sua capacidade de produzir bens e serviços necessários ao bem estar da população.

Empreendedorismo designa os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. O empreendedor é utilizado para designar, principalmente, as atividades de quem se dedica a geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos de produtos e serviços, na geração do próprio conhecimento, ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc.

[Http://pt.wikipedia.org/wiki/empreendedorismo](http://pt.wikipedia.org/wiki/empreendedorismo) – 17/06/2007.

No site Casa do Empreendedor, acesso em 05/04/2007, a palavra empreendedor (entrepreneur) é de origem francesa e quer dizer “aquele que assume riscos e começa algo novo”.

O empreendedor tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador.

Ele está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo vista as necessidades das pessoas. A essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades e a preocupação sempre presente com a melhoria do produto. Enquanto a maior parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor deve ser otimista e buscar o sucesso, apesar das dificuldades.

[Http://www.casadoempreendedorsp.org/menu/perfillindex.asp](http://www.casadoempreendedorsp.org/menu/perfillindex.asp) – 05/04/2007.

O empreendedor é capaz de identificar as oportunidades de negócios. Tem visão de mercado, expõe suas idéias de maneira clara e não tem medo de assumir riscos e aprender com seus erros, fazendo assim aprendizado para o futuro.

Dentre as várias definições para empreendedor destacamos a do Sebrae:

O empreendedor é uma pessoa que congrega risco, inovação, liderança, vocação artística, habilidade e perícia profissional em uma fundação sobre a qual constrói um time motivado. Esse grupo de seres humanos, às vezes sem se conhecerem previamente, desenvolve uma nova empresa.

<http://www.ce.sebrae.com.br/paginas/informacoesempresariais/perfil.php> - 04/04/2007.

O tema empreendedor é abordado de várias formas diferente, mas a mais comum afirma que o empreendedor é um identificador de oportunidades,

curioso e atento as informações e sabe que suas chances aumentam quando seus conhecimentos aumentam.

Defendem que empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente.

O bom empreendedor tem o potencial de aprender mais sobre empreendedorismo. Para ampliar seus conhecimentos deve utilizar ferramentas como livros, internet e pessoas ligadas a esse segmento.

Drucker, (1986, p. 209) diz que:

Se o espírito empreendedor e a inovação não vicejam numa organização, alguma coisa deve estar sufocando-as. O fato de que apenas uma minoria das empresas bem sucedidas em atividades é empreendedora e inovadoras é, portanto, visto como evidencia conclusiva de que as empresas existentes reprimem o espírito empreendedor.

Para o professor Marins (2005, p. 68): O empreendedor é um apaixonado pelos seus empreendimentos e até mesmo pelo ato de empreender.

Em resumo o empreendedor é dedicado e apaixonado pelo que faz, corre riscos nem sempre calculados, é persistente e comprometido com o que faz. Está sempre em busca de informação, planeja e monitora sistematicamente.

### **1.1 – Habilidades Humanas**

As habilidades humanas são necessárias para um bom relacionamento, com boas habilidades humanas se desenvolvem bem em equipes e atuam de maneira eficiente e eficaz como líderes.

Entre elas citamos a comunicação humana, escrita, leitura, linguagem, observação e pensamento crítico.

A comunicação humana é um processo que envolve a troca de informações, e também utiliza os sistemas simbólicos. São numerosas as formas de se comunicar, por exemplo, pessoas tendo uma conversa pessoalmente ou através de gestos com as mãos, mensagens enviadas utilizando a rede mundial de telecomunicações, a escrita que permitem interagir com as outras pessoas e efetuar algum tipo de troca informacional.

Segundo Chiavenato (2000, p. 3) habilidade humana “[...] consiste na capacidade e facilidade para trabalhar com pessoas, comunicar, compreender suas atitudes e motivações e liderar grupos de pessoas”.

Habilidades humanas são imprescindíveis para o bom exercício da liderança organizacional. Os empreendedores enfrentam suas próprias decisões com determinação e compromisso.

Para os empreendedores especificamente, citemos as habilidades de organização, ver e avaliar oportunidades de negócios, flexibilidade, criatividade, prover recursos para obter vantagens nesse negócio, controle racional dos impulsos e a habilidade de iniciar ação necessária e mais apropriada para assegurar o sucesso desse empreendimento. São motivados para a ação e assumem riscos para atingirem seus objetivos.

## **1.2 – Fatores de Produção**

A produção é uma das mais importantes funções de uma empresa. A Administração da Produção estuda e desenvolve técnicas de gestão para a produção de bens ou serviços.

Trata-se da administração dos recursos na produção de um determinado bem ou serviços e estrategicamente falando, consiste em organizar e atender a

demanda no mercado competitivo, criando e melhorando os projetos de produção.

Para entender a história da produção citamos Martins e Laugeni, (2000, p. 01):

A função produção, entendida como o conjunto de atividades que levam a transformação de um bem tangível em outro com maior utilidade, acompanha o homem desde sua origem. Quando polia a pedra a fim de transformá-la em utensílio mais eficaz, o homem pré-histórico estava executando uma atividade de produção. Nesse primeiro estágio, as ferramentas e os utensílios eram utilizados exclusivamente por quem os produzia, ou seja, inexistia o comércio, mesmo que de troca ou escambo.

Com o passar do tempo, muitas pessoas se revelaram extremamente habilidosas na produção de certos bens, e passaram a produzi-los conforme solicitação e especificações apresentadas por terceiros. Surgiam então os primeiros artesãos e a primeira forma de produção organizada, já que os artesãos estabeleciam prazos de entrega, conseqüentemente estabelecendo prioridades, atendiam especificações preestabelecidas e fixavam preços para suas encomendas. A produção artesanal também evoluiu. Os artesãos, em face do grande número de encomendas, começaram a contratar ajudantes, que inicialmente faziam apenas trabalhos mais grosseiros e de menor responsabilidade. A media que aprendiam o ofício, entretanto, esses ajudantes se tornavam novos artesãos.

### **1.2.1 – Bens Tangíveis e Intangíveis**

Podemos definir bens tangíveis como sendo aqueles concretos, que produzimos e podemos tocar e segurar. É aquilo que satisfaz a necessidade material de alguém, medidos monetariamente e sinalizando riqueza.

Bens intangíveis como sendo os valores estimados por marcas e patentes, tradicionais no mercado, ponto de comércio, etc. Não possuem existência física, porém cujo valor reside em direitos de propriedade que são legalmente conferidos aos seus possuidores.

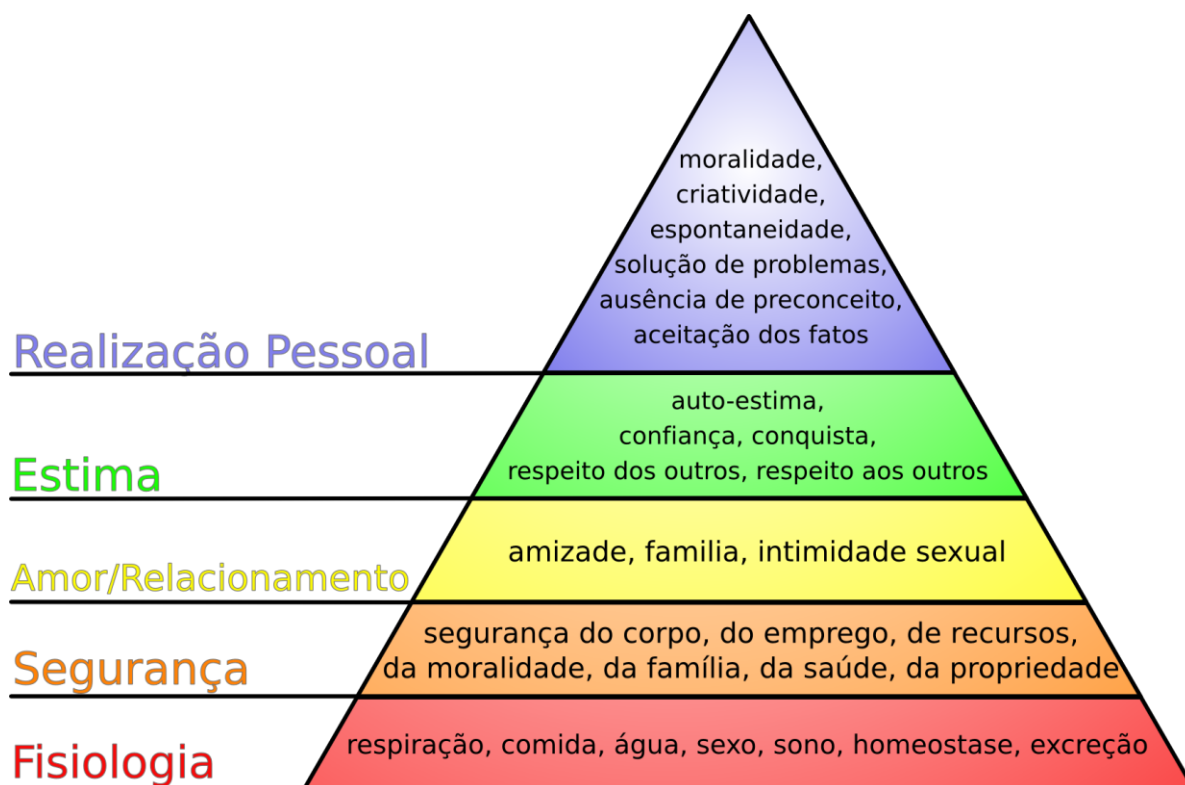
### 1.3 – Potencial de Mudar a Realidade

Para a maioria das pessoas, as boas idéias são daqueles que as vêem por sorte ou acaso. Para os empreendedores as boas idéias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificam como oportunidades. Os empreendedores transformam uma idéia em algo concreto, transformando em realidade. São pessoas que fazem a diferença na hora de criar ou de transformar algo.

A determinação e o dinamismo do empreendedor são fundamentais para identificar oportunidades em meio ao caos, sempre atentos às informações com total comprometimento.

Um fator chave para o sucesso de um empreendimento é a tomada de decisões, principalmente nos momentos de adversidade, e o empreendedor não se sente inseguro no momento de programarem suas ações.

O psicólogo **Abraham Maslow** desenvolveu dentro de sua **Teoria da motivação**, uma hierarquia das necessidades que os homens buscam satisfazer. Estas necessidades se representam em forma da Pirâmide de Maslow :



A interpretação da pirâmide nos proporciona o código de sua teoria: Um ser humano tende a satisfazer suas necessidades primárias (mais baixas na pirâmide de Maslow), antes de buscar as do mais alto nível. Se não tem as cobertas as necessidades fisiológicas, não terá satisfeitas as necessidades de segurança.

A hierarquia de Maslow é citada por vários autores como ordem fixa mas que há muitas exceções. As pessoas mais criativas são movidas pelo desejo de auto-realização, colocando sua satisfação de necessidades de uma forma que outras pessoas mais comuns não fizesse.

A hierarquia é apresentada em termos simplificados dando a impressão de que as necessidades precisam ser completamente satisfeita antes de surgirem outras necessidades. Elas se sobrepõem continuamente mesmo que as básicas não estejam sendo atendidas.

Peter Druker (1973), assinalou que, embora se torne menos satisfatório receber recompensas à medida que subimos na hierarquia, a necessidade dessas recompensas não se torna necessariamente menos importante. Isso porque seu impacto como incentivo importante diminui, sua capacidade de criar insatisfações e agir como desestímulo aumenta.

Essas recompensas financeiras passam a ser vistas como um direito e não mais como incentivos e, se não forem cobertas essas necessidades podem servir como freios.

É muito importante lembrar que essa teoria só funciona quando aplicada à vida geral e não a uma área profissional especificamente, devido ao indivíduo ter suas necessidades satisfeitas fora do ambiente de trabalho, principalmente as mais altas.

O próprio autor modificou sua proposta inicial dizendo que o cinco níveis estavam ultrapassados, sugerindo apenas dois níveis e não mais cinco: o nível inferior englobando as duas primeiras classes de necessidade do antigo modelo (o da sobrevivência do ser vivo e a espécie humana) e o superior formado pelas demais classes. Esse fato mostra a persistência de suposições e teorias, que são julgadas corretas por desconhecimento de falhas e erros.



## **CAPÍTULO II – Gestão de Negócios**

Gestão de Negócios é a ação de planejar, organizar, liderar e controlar as pessoas e as tarefas e atividades por estes realizadas numa organização.

O plano de negócios tem sido uma ferramenta essencial no aprimoramento de uma empresa, pois torna possível visualizar de maneira clara os objetivos do negócio. Por meio dessa ferramenta é possível gerenciar e planejar de forma adequada o futuro da empresa. O plano depende dos empreendedores e das suas equipes, durante a implementação.

Para que seja bem desenvolvido um plano de negócios é imprescindível que o empreendedor carregue consigo alguns valores como ambição, disposição de riscos e perseverança.

### **2.1 – Tipos de Negócios**

Para entrar no mundo dos negócios, precisa-se conhecer alguns conceitos básicos sobre as diversas formas de empreendimentos e ter condições de investir naquilo que se almeja.

No site do SEBRAE, acessado em 15 de setembro de 2010, obtivemos informações sobre os diversos tipos de negócios. Esses dados serão úteis para embasar a escolha do formato de negócio mais adequado e compatível com a sua necessidade.

#### **2.1.1 – Franquias**

Franquia é uma modalidade de negócio comercial, em franca expansão no Brasil e no exterior, envolvendo a distribuição de produtos ou serviços, mediante condições estabelecidas em contrato, entre franqueador e franqueado.

As franquias envolvem a concessão e transferência de:

- marca
- tecnologia
- consultoria operacional
- produtos ou serviços

No Brasil, as franquias encontram respaldo legal na Lei 8.955, de 14/02/94.

Antes de optar por uma franquia, é fundamental que o empreendedor tenha uma visão geral dos aspectos que envolvem o negócio, para tomar as decisões corretas, evitando futuras decepções.

### **2.1.2 – Factoring**

É a prestação contínua e cumulativa de assessoria mercadológica e creditícia, de seleção de riscos, de gestão de crédito, de acompanhamento de contas a receber e de outros serviços, conjugada com a aquisição de créditos de empresas resultantes de suas vendas mercantis ou de prestação de serviços, realizadas a prazo. Esta definição foi aprovada na Convenção Diplomática de Ottawa-Maio/88 da qual o Brasil foi uma das 53 nações signatárias, consta do Art. 28 da Lei 8981/95, ratificado pela Resolução 2144/95, do Conselho Monetário Nacional.

### **2.1.3 – Home Office**

O Escritório em Casa (ou Home office) é o trabalho profissional realizado em casa. É uma opção atrativa para o início de micro e pequenas empresas já que representa considerável redução de custos.

Sua expansão vem mudando o contexto empresarial e o perfil do emprego, a partir da terceirização de serviços gerada pelos novos modelos empresariais decorrentes da globalização da economia.

A tendência mundial, tida como irreversível, é de maiores oportunidades para as home offices, em especial nos seguintes setores:

- contabilidade
- cosméticos
- alimentos
- confecções
- publicidade e computação gráfica
- consultorias em geral

O número de micro e pequenas empresas que começam seus negócios em casa tem sido cada vez maior, transformando as home offices em alavancas do setor empresarial e da economia nacional. Estes números são bastante expressivos:

- as micro e pequenas empresas cresceram, em menos de uma década, de 665 mil, para 3,5 milhões atuais, ou seja, 500%.
- o setor é responsável por 52% do Produto Interno Bruto do País.

Apesar do sucesso das home offices, é importante ressaltar que, em média, 80% das micro e pequenas empresas fracassam antes de completar 5 anos. Das que sobrevivem, 80% são franquias. O novo empreendedor deve ter em mente que o êxito dependerá de muito esforço, planejamento, definição concreta de metas, objetivos e lucros.

#### **2.1.4 – Empresa Familiar**

O empreendedor é a pessoa que gera, acumula e distribui riqueza a partir de um sonho, ideal ou necessidade de sobrevivência.

A princípio, ele visa melhorar a condição social de sua família, dividindo com sua mulher as tarefas iniciais. Posteriormente, os filhos são envolvidos, às vezes precocemente, nas operações da firma, criando-se assim uma sociedade familiar que vai gerar ao longo dos anos uma série de questões mais

complexas do que a simples administração de uma atividade comercial ou industrial.

### 2.1.5 – Cooperativas

Sociedade de pessoas com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeita a falência, constituída para prestar serviços a seus associados (número mínimo de 20 pessoas físicas).

É uma empresa com dupla natureza, que contempla o lado econômico e o social de seus associados. O cooperado é ao mesmo tempo dono e usuário da cooperativa: enquanto dono ele vai administrar a empresa e enquanto usuário ele vai utilizar os serviços.

Figura 2:

Empresa Cooperativa	Empresa Cooperativa	Não
É uma sociedade de pessoas	É uma sociedade de capital	
Objetivo principal é a prestação de serviços	Objetivo principal: lucro	
Número ilimitado de associados	Número limitado de acionistas	
Controle democrático - um homem, um voto	cada ação, um voto	
Assembléia: "Quorum" baseado no número de associados	Assembléia: "Quorum" baseado no capital	
Não é permitida a transferência das quotas partes a terceiros, estranhos à sociedade	Transferências das ações a terceiros	
Retorno proporcional ao valor das operações	Dividendo proporcional ao valor das ações	

Fonte: [http://www.pa.sebrae.com.br/sessoes/pse/tdn/tdn\\_coop.asp](http://www.pa.sebrae.com.br/sessoes/pse/tdn/tdn_coop.asp)

### 2.1.6 – Associações

Associativismo ou ação associativa é qualquer iniciativa formal ou informal que reúne um grupo de pessoas ou empresas para representar e defender os interesses dos associados e estimular o desenvolvimento técnico, profissional e

social dos associados. É uma sociedade civil sem fins lucrativos, com personalidade jurídica própria.

Aspectos comuns das associações:

- todas as modalidades de associação surgem de um contrato que, enquanto celebrado de forma válida, é norma geral aplicável a todos os associados
- todas pressupõem um conjunto de pessoas dispostas a organizar esforços para a realização de uma finalidade comum
- todas se referenciam a um quadro jurídico-legal específico
- quando se constituem plenamente dentro dos requisitos legais, são pessoas jurídicas distintas das pessoas físicas dos seus associados, considerados individualmente
- como pessoas jurídicas, gozam dos atributos de denominação, capacidade jurídica, domicílio, patrimônio e nacionalidade.

## **2.2 – Negócios por Segmentos**

É um componente distinguível de uma entidade, destinado a proporcionar produtos ou serviços individualizados ou um grupo de produtos ou serviços relacionados sujeito a riscos e retornos que sejam diferentes dos de outros segmentos de negócio.

O site Wikipédia define Empreendedorismo como sendo o principal fator promotor do desenvolvimento econômico de um país, mostrando que o empreendedorismo está presente nos três seguimentos: agricultura, indústria e comércio.

### **2.2.1 - Setor Primário Agricultura**

O setor primário está relacionado a produção através da exploração de recursos da natureza. Citemos como exemplos de atividades econômicas do setor primário agricultura, mineração, pesca, pecuária, extrativismo vegetal e caça. É o setor primário que fornece a matéria-prima para a indústria de transformação, mas a produção e exportação de matérias-primas não geram riqueza econômica pois não possuem valor agregado. Também depende dos fenômenos naturais como o clima, tornando-se bastante vulnerável.

### **2.2.2 - Setor Secundário Industria**

É o setor da economia que transforma as matérias-primas (produzidas pelo setor primário) em produtos industrializados (roupas, máquinas, automóveis, alimentos industrializados, eletrônicos, casas, etc). A tecnologia agregada aos produtos do setor secundário, o lucro obtido na comercialização é significativo. Os países desenvolvidos possuem uma significativa base econômica concentrada no setor secundário e a exportação destes produtos também gera riquezas para as indústrias destes países.

### **2.2.3 - Setor Terciário Comércio**

É o setor econômico relacionado aos serviços. Os serviços são os produtos e não matérias em que pessoas ou empresas prestam a terceiros para satisfazer determinadas necessidades. O comércio, educação, saúde, telecomunicações, serviços de informática, seguros, transporte, serviços de limpeza, serviços de alimentação, turismo, serviços bancários e administrativos, transportes, etc., são os principais serviços prestados.

Com o processo de globalização, iniciado no século XX, o terciário foi o setor da economia que mais se desenvolveu no mundo.

Quanto mais rica é uma região, maior é a presença de atividades do setor terciário. Este setor é marcante nos países de alto grau de desenvolvimento econômico.

### 2.3 – Plano de Negócios

Além do desejo, da motivação e do talento do empreendedor, gerir um negócio exigem planejamento e pesquisas muito cuidadosos.

O site Wikiédia, acessado em 29/09/2010, define Plano de Negócios (do inglês Business Plan), também chamado "plano empresarial", como sendo um documento que especifica, em linguagem escrita, um negócio que se quer iniciar ou que já está iniciado.

No *site* plano de negócios encontramos uma definição clara:

O plano de negócios é documento usado para descrever seu negócio. As seções que compõem um plano de Negócios geralmente são padronizadas para facilitar o entendimento. Cada uma delas tem um propósito específico. Um Plano de Negócios para uma pequena empresa pode ser menor que o de uma grande organização, não ultrapassando talvez 10 ou 12 páginas. Muitas seções podem ser mais curtas que outras e até ser menor que uma única página de papel. Mas para se chegar ao formato final geralmente são feitas muitas versões e revisões do Plano até que se esteja adequado ao público alvo do mesmo. Não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um Plano de Negócios, porém, qualquer Plano de Negócios deve possuir um mínimo de seções as quais proporcionam um entendimento completo do negócio. Estas seções são organizadas de forma a manter uma sequencia lógica que permita a qualquer leitor do Plano de Negócios entenderem como sua empresa é organizada, seus objetivos, seus prontos e serviços, seu mercado, sua estratégia de marketing e sua situação financeira.

[http://www.planodenegocios.com.br/dinamica\\_artigo.asp?tipo\\_tabela=artigo&id=23](http://www.planodenegocios.com.br/dinamica_artigo.asp?tipo_tabela=artigo&id=23) acesso em 16/09/2008.

Geralmente é escrito por empreendedores, quando há intenção de se iniciar um negócio, mas também pode ser utilizado como ferramenta de marketing interno e gestão. Pode ser uma representação do modelo de negócios a ser seguido. Reúne informações tabulares e escritas de como o negócio é ou deverá ser.

A utilização de planos estratégicos ou de negócios é um processo dinâmico, sistêmico e contínuo para a determinação dos objetivos, estratégias e ações da organização. Assume-se como um instrumento relevante para lidar com as mudanças do meio ambiente interno e externo e para contribuir para o sucesso das organizações.

O plano de negócio é um documento vivo, no sentido de que deve ser constantemente atualizado para que seja útil na consecução dos objetivos dos empreendedores e de seus sócios. É uma ferramenta que concilia a estratégia com a realidade empresarial.

### **2.3.1 – Oportunidade de Negócios**

Definimos estratégia como sendo a arte militar de planejar e executar movimentos e operações de tropas, navios/ou aviões, visando alcançar ou manter posições relativas e potenciais bélicos favoráveis a futuras ações táticas sobre determinados objetivos. Ou ainda, arte militar de escolher onde, quando e com quem travar um combate ou batalha ou, além disso, arte de aplicar os meios disponíveis com vista à consecução de objetivos específicos.

Atualmente as estratégias estão diretamente relacionadas às ações das organizações frente ao mercado. As organizações fazem uso de estratégias para obtenção de vantagens sobre seus concorrentes e identificar ameaças e oportunidades no seu macro ambiente operacional.

Para o *site* Artigonal.com, acesso em 17/09/2010, estratégia nada mais é que:

- um conjunto de procedimentos e técnicas criados pelo Homem;
- uma maneira de fazer as coisas e alcançar objetivos;
- inicialmente técnicas de enfrentar o inimigo utilizada em guerras, aprimoradas e adaptadas para realidade do mundo empresarial;
- um programa amplo para se definir e alcançar metas de uma organização.



As expectativas de que um negócio ou inovação em sua empresa, sejam desenvolvidos somente através da implementação de uma única estratégia e sim de várias estratégias, que deverão ser revistas, dependendo da ação da concorrência e do comportamento do mercado.

Muitas estratégias planejadas poderão dar certo, ou uma seqüência de estratégias de sucesso quando bem aplicadas poderão contribuir para o triunfo de sua organização, outras ainda serão nocivas se aplicadas em momentos e ocasiões incorretas.

## **CAPÍTULO III – Um Empreendedor de Sucesso.**

No site [http://pt.wikipedia.org/wiki/Silvio\\_Santos](http://pt.wikipedia.org/wiki/Silvio_Santos), acesso em 04/10/2010, encontramos um resumo de sua história como empreendedor , usando como referência a sua biografia e o Jornal Folha on Line que neste trabalho será apresentado como modelo de empreendedorismo na prática.

### **História de Silvio Santos**

Senor Abravanel (Rio de Janeiro, 12 de dezembro de 1930), mais conhecido como Silvio Santos, é um administrador de empresas, apresentador de televisão e empresário brasileiro – dono do Grupo Silvio Santos (que inclui vários negócios como o Baú da Felicidade e o Banco Panamericano) e do Sistema Brasileiro de Televisão. Como apresentador do duradouro Programa Silvio Santos, um dos programas mais antigos da televisão brasileira, tornou-se um dos mais consagrados e queridos ícones da televisão e do público brasileiro, sendo considerado um dos maiores empreendedores e comunicadores da história da televisão no país.

Em São Paulo, Silvio começou a trabalhar em bares, apresentando espetáculos e sorteios em caravanas de artistas. Como Silvio Santos tinha um tom de pele muito claro, ficava vermelho com facilidade; por falar bastante, começou a ser apelidado "peru que fala". As caravanas do Peru falante ficaram conhecidas na capital de São Paulo, em cidades do interior e em outros estados.

### **O Apresentador e Empresário de Televisão**

Logo passou à televisão, adaptando o formato dos shows, espetáculos e sorteios que fazia no circo. Seu primeiro programa, Vamos Brincar de Força, estreou em 1962 e era transmitido pela TV Paulista, à noite. Um grande sucesso. Em 1964, passou a comandar seu programa aos domingos, das 12 às

14h. No decorrer dos anos, o formato seria expandido e aprimorado no Programa Silvio Santos.

Paralelamente, Silvio partiu para novos empreendimentos: adquiriu de seu amigo Manuel da Nóbrega o Baú da Felicidade, empresa que vendia baús de presentes de Natal para crianças mediante pagamento em prestações. Depois de reformas no plano de negócios, a empresa ficou conhecida pela venda de carnês e sorteios.

Quando a TV Carioca foi incorporada à Rede Globo, Silvio seguiu pagando aluguel pelo seu horário dominical, revendendo o tempo dos anúncios a outras empresas. Na medida em que aumentava o sucesso do Programa Silvio Santos, Silvio tinha ótimos resultados financeiros. Realizava sorteios de carros, móveis e eletrodomésticos, o que motivou a expansão dos negócios do grupo (Móveis Tamakavy, concessionária de veículos Vimave).

Porém, no início dos anos 1970, Boni e Walter Clark, diretores da Rede Globo, promoveram reformas no padrão de qualidade da emissora, investindo em filmes, esporte, jornalismo e novelas. Para os executivos, o programa de Silvio Santos destoava da grade de programação.

O apresentador quase saiu da emissora em 1972, mas o próprio Roberto Marinho o convenceu a ficar, renovando contrato por mais quatro anos. Por este contrato, Silvio não poderia ser acionista ou dono de nenhuma outra emissora de televisão, o que motivou sua saída da Globo.

Dessa forma, a partir de 1976, Silvio começou a comprar horários na Rede Tupi, assegurando a transmissão nacional de seu programa, ao mesmo tempo que lutava politicamente para obter seus próprios canais de televisão.

### **A Criação das Tvs e a Formação da Globo**

No dia 22 de outubro de 1975, o presidente Ernesto Geisel assinou o decreto 76.488, outorgando a Silvio Santos o canal 11 do Rio de Janeiro. Silvio passou

a transmitir seus programas simultaneamente na Tupi e na TVS (TV Studios).

Depois da falência da Rede Tupi, em 1980, o Programa Silvio Santos em São Paulo foi transferido para a Rede Record. Durante os anos 1980 Silvio chegou a ser dono de 50% da emissora do empresário Paulo Machado de Carvalho. Todavia, Silvio planejava ter uma rede nacional de televisão, produzir uma programação completa e usar o canal para seus sorteios e promoções.

Em 1981, através de um lobby com a primeira-dama Dulce Figueiredo, com quem tinha longas conversas por telefone, Silvio Santos obteve a licença para operar o canal 4 de São Paulo, que se tornou a TVS da capital paulista. A partir das emissoras do Rio e de São Paulo, surgiu o embrião do SBT. A rede se expandiu rapidamente através de afiliações, mas o Programa Silvio Santos continuava sendo transmitido simultaneamente pela Record, especialmente para alcançar o interior de São Paulo. A marca SBT passou a ser usada em toda a rede em fins dos anos 1980.

### **A Venda da Record**

Em 1990, Silvio Santos e Paulo Machado de Carvalho vendem a Rede Record para Edir Macedo. Neste momento, Silvio já tem o SBT consolidado nacionalmente, o que tornava desnecessária a retransmissão do Programa Silvio Santos pela Record. Segundo se conta, Silvio não queria vender a sua parte da Record, mas foi convencido a isto depois de uma conversa telefônica com o presidente Fernando Collor de Mello. Contudo, o canal 9 do Rio de Janeiro, antiga Record, continua sob seu comando com o nome de TV Corcovado até ser vendido para o Grupo Martinez.

### **Os Programas de Auditório**

O Programa Silvio Santos, ao longo dos anos, tornou-se um agrupamento de vários programas de auditório e quadros, somando quase cem atrações

diferentes.

Os programas sempre tiveram a participação do auditório, cujas participantes são chamadas de "colegas de trabalho". O auditório é considerado por Silvio "o mais feminino do Brasil", pois nos primeiros anos do programa a entrada de homens na plateia não era permitida. Silvio acreditava que os namorados das "colegas de trabalho" poderiam ficar com ciúmes de cantores e artistas homens admirados pelas namoradas. Com o tempo, este costume foi sendo ligeiramente relaxado, principalmente nos programas envolvendo sorteios e perguntas e respostas.

Além de transformar Silvio Santos em um dos grandes ícones da TV, o Programa Silvio Santos deu destaque ao locutor Lombardi, cujo rosto nunca era visto, ao produtor Roque e a outros membros da equipe, como o animador Liminha.

### **Atividades Paralelas: Cantor, Radialista e Locutor**

Durante muitos anos Silvio Santos gravou marchinhas carnavalescas. Fez muito sucesso com Coração corintiano, cuja letra fazia referência a cirurgia de transplante de coração, técnica utilizada no Brasil pelo pioneiro Dr. Zerbini. Outra marchinha que fez sucesso foi "A pipa do vovô não sobe mais", alardeando a impotência sexual masculina. Essas marchinhas depois foram reprisadas ao longo dos anos no SBT, durante o Carnaval.

Silvio Santos foi radialista da sua mocidade até a década de 1980, abandonando paulatinamente esta carreira em função da profissão de apresentador.

Na década de 1970 atuou também como locutor: Silvio gravou várias coletâneas de disquinhos de histórias infantis. Mais tarde os discos foram relançados em CD, com bastante sucesso.

## **Ações Sociais**

Ao longo dos anos, o Programa Silvio Santos e a programação da TVS e do SBT acumularam uma reputação de popularescos e alienantes, situação agravada pelo fato de Silvio ter conquistado suas concessões de televisão durante a ditadura militar e transmitir desde o governo Figueiredo o oficialista A Semana do Presidente. A partir de 1988, Silvio Santos revelou preocupação com os rumos do Brasil e pôs em prática várias ações para incluir conteúdo socialmente edificante na programação do SBT. A manobra surpreendeu alguns críticos e intelectuais.

No início dos anos 1990, Silvio tentou convencer as outras emissoras a transmitir telejornais de no mínimo trinta minutos no horário noturno, todos no mesmo horário, para incentivar o brasileiro a assistir a notícias, refletir e se informar melhor, mesmo que fosse por um período curto. Tal iniciativa não encontrou apoio da maioria das emissoras e Silvio Santos logo abandonou a proposta.

Desde os anos 1990 Silvio tem estimulado o Teleton, programa de televisão de 24 horas, transmitido uma vez por ano, para arrecadar fundos para a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD). O SBT cede gratuitamente seus artistas, empregados e recursos materiais para o projeto. Silvio também produziu um Show do Milhão especial com políticos, no qual os prêmios seriam destinados a instituições de caridade.

## **Homenagem no Carnaval**

Silvio Santos foi homenageado em fevereiro de 2001 pela escola de samba carioca Tradição através do enredo "Hoje É Domingo, É Alegria. Vamos Sorrir e Cantar!", de Lourenço e Adalto Magalha. Silvio Santos desfilou como destaque num carro alegórico num traje todo prateado. A Rede Globo, maior concorrente do SBT e detentora dos direitos de transmissão do carnaval carioca, teve de transmitir todo o desfile ao vivo. Outros artistas do SBT participaram do desfile.

## **O Grupo Silvio Santos**

O Grupo Silvio Santos é formado por 37 empresas, com cerca de vinte mil funcionários, incluindo o Baú da Felicidade, a rede de lojas do Baú, a Liderança Capitalização (que opera a Tele-Sena), o Hotel Jequitimar e empreendimentos agropecuários, O Banco Panamericano recebeu propostas de compra em 2004 e 2005 por grupos financeiros do Brasil e do exterior, mas Silvio Santos não abriu mão do negócio.

Apesar de tido como um "comprador nato", Silvio se desfez de algumas empresas nos anos 1980: o CLAM (Clube de Assistência Médica), o plano de aposentadoria privada Aposentec e as lojas de móveis Tamakavy. Sobre o CLAM, Silvio reiterou ser muito difícil administrar uma empresa de saúde e que se sentiria indiretamente responsável por falhas que provocassem morte ou graves danos.

## **Família e Sucessão**

Silvio foi casado com Cidinha, que morreu de câncer na década de 1970, com quem teve duas filhas: Cíntia e Sílvia. Desde então, Silvio vive com Íris, esposa de seu segundo casamento, realizado no final da década de 1970 e suas filhas deste casamento: Daniela, Patrícia, Rebeca, Renata Abravanel. Silvio é descendente de Isaac Abravanel, um estadista judeu português, filósofo, comentador da Bíblia e financista.

Íris Abravanel (nascida em 1949) é uma empresária brasileira, dona da empresa Sister's in Law. Silvio tem tido uma relação tumultuada nos últimos anos com a esposa e as filhas, que se tornaram protestantes. Silvio, de origem judaica, chegou a se separar por breves períodos, quando morou em uma casa que tem nas proximidades do Ibirapuera.

Em 2006, durante as comemorações dos 25 anos do SBT, Silvio afirmou oficialmente estar preparando sua filha Patrícia Abravanel para sucedê-lo nos negócios da família.

Desde 2008, sua filha Daniela Beyruti está no comando da emissora.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O trabalho sinalizou a importância do empreendedorismo para a economia, que a gestão de negócios necessita de organização, comprometimento do empreendedor e que não basta ser idealizador, é indispensável ter o dom de ser empreendedor.

Com a história de Silvio Santos foi possível compreender na prática as características de um bom empreendedor, nos ajudando assim a ter uma base para desenvolver um futuro trabalho sobre empreendedorismo na prática.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios**. Rio de Janeiro, 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e Espirito Empreendedor (entrepreneurship): pratica e principios**. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 1986.

MARINS, Luiz. **Homo habilis: você como empreendedor**. São Paulo: Editora Gente, 2005.

MARTINS, Petrônio garcia e LAUGENI, Fernando Piero. **Administração da Produção**. São Paulo: Editora Saraiva, 2000.

[www.artigonal.com/administracao-artigos/o-que-e-estrategia-de-negocios-779106.html](http://www.artigonal.com/administracao-artigos/o-que-e-estrategia-de-negocios-779106.html) - 17/08/2010.

[www.casadoempreendedorsp.org/menu/perfillindex.asp](http://www.casadoempreendedorsp.org/menu/perfillindex.asp) – 05/04/2007.

[www.ce.sebrae.com.br/paginas/informacoesempresariais/perfil.php](http://www.ce.sebrae.com.br/paginas/informacoesempresariais/perfil.php)-04/04/2007.

[www.hardmob.com.br/showthread.php?t=260127&page=6](http://www.hardmob.com.br/showthread.php?t=260127&page=6) – 06/04/2010.

[www.knoow.net/cienceconempr/gestao/piramidemaslow.htm](http://www.knoow.net/cienceconempr/gestao/piramidemaslow.htm) - 03/04/2010.

[www.pt.shvoong.com/tags/silvio-santos](http://www.pt.shvoong.com/tags/silvio-santos).

[www.pt.shvoong.com/tags/silvio-santos/](http://www.pt.shvoong.com/tags/silvio-santos/), acesso em 04/10/2010.

[www.pt.wikipedia.org/wiki/empreendedorismo](http://www.pt.wikipedia.org/wiki/empreendedorismo) – 17/06/2007.

[www.suamente.com.br/a-piramide-de-maslow](http://www.suamente.com.br/a-piramide-de-maslow) - 07/04/2010.

[www.wikipedia.org/wiki/Empreendedorismo#Defini.C3.A7.C3.A3o\\_da\\_palavra](http://www.wikipedia.org/wiki/Empreendedorismo#Defini.C3.A7.C3.A3o_da_palavra) – 03/04/2010.