



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

NATHARA LEITE CAMARGO

**O DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO NA
CARREIRA PROFISSIONAL**

Assis

2013

NATHARA LEITE CAMARGO

**O DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO NA
CARREIRA PROFISSIONAL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenadoria de Administração do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito à obtenção do Título Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Jairo da Silva
Orientanda: Nathara Leite Camargo

Assis

2013

FICHA CATALOGRÁFICA

CAMARGO, Nathara Leite

O desenvolvimento do empreendedorismo na carreira profissional/ Nathara Leite
Camargo. Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA/IMESA – Assis,2013.

30 p.

Orientador: Jairo da Silva

Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis

1. Empreendedorismo 2. Desenvolvimento do empreendedor

CDD: 658
Biblioteca da FEMA

O DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO NA CARREIRA
PROFISSIONAL

NATHARA LEITE CAMARGO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação de Administração de Empresas, analisado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador: Jairo da Silva

Analisador: Dr. Claudiner Buzinaro

Assis /SP
2013

DEDICATÓRIA

Dedico primeiramente este trabalho a quem me deu forças, DEUS, e também a todos meus familiares, namorado e amigos que me auxiliaram para a realização deste trabalho.

Destaco aqui minha mãe, meu pai Rubens e meu irmão pois foram eles que me ofereceram condição, me deram forças para os estudos e me alertaram o quanto são importante para minha vida. Em especial meu namorado, Helder, que me auxiliou na confecção deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a DEUS, pois foi ele que proporcionou este momento.

Agradeço a minha querida mãe, meu pai, meu irmão e, em especial, a meu namorado Helder Augusto Bedinotti que esteve presente todo tempo me dando força, incentivando e ajudando a desenvolver meus trabalhos e meus estudos.

Também não posso deixar de lado os demais professores do curso de bacharel em Administração, que, ao longo dos anos, têm passado seus conhecimentos e técnicas para nos tornar bons profissionais, contribuindo não só com o conhecimento, mas também com o que passam no dia a dia.

Aos amigos de classe que estiveram presente e ajudando uns aos outros durante esses anos de estudos. Destaco aqui Vilma N. Müller, Natália Arf, Maiara da Silva Gama e Valter Junior que me deram auxílios e conselhos durante esta longa caminhada.

A todos os amigos do dia a dia, como Laura Rampazzo, Monyque Silva Nália, Caroline Viera, Samara Bezerra, Teresinha Simines e tantos outros que estiveram fazendo companhia me dando forças, incentivo e dicas para desenvolver este trabalho.

Enfim, obrigada a todos os envolvidos.

“É em vós, Senhor, que procuro meu refúgio; que minha esperança não seja para sempre confundida.

Por vossa justiça, livrai-me, libertai-me; inclinai para mim vossos ouvidos e salvai-me.

Sede-me uma rocha protetora, uma cidadela forte para me abrigar: e vós me salvareis, porque sois meu rochedo e minha fortaleza.”

(Salmo 70)

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar o desenvolvimento do empreendedorismo nas diversas áreas e modalidades em que o mesmo pode ser inserido. Nesse viés, demonstraremos no tópico sobre as áreas do empreendedorismo, o comércio, a indústria e a prestação de serviços em suas formas e as possibilidades de destaque do empreendedor. No que tange, sobre as modalidades, iremos falar das modalidades de empreendedor, o desenvolvimento do empreendedor. Citaremos ainda o caso do empreendedor nato e o intraempreendedorismo e suas funcionalidades. Ainda sobre o referido trabalho, em seu último tópico, evidenciamos os casos de empreendedor de sucesso, que necessariamente são aqueles que efetivamente conseguiram tornar seu sonho realidade, ou seja, fazer valer a vontade de empreender.

Palavras chave: 1. Empreendedorismo; 2. Desenvolvimento do empreendedor;

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the development of entrepreneurship in different areas and ways in which it can be inserted. This bias, we demonstrate in the topic areas of entrepreneurship, trade, industry and services in its forms and possibilities prominent entrepreneur. Regarding on the arrangements, we will talk about the modalities entrepreneur, entrepreneur development. We will cite the case of still born entrepreneur and intrapreneurship and its functionalities. Still working on that in your last topic, we noted cases of successful entrepreneur, which necessarily are those who actually managed to make his dream reality, ie, to enforce the will to undertake.

Keywords: 1. Entrepreneurship 2. Development of the entrepreneur;

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. ÁREAS DE ATUAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO.....	12
2.1. TIPOS DE EMPREENDEDORES	13
2.1.1 Comércio	14
2.1.2 Indústria	16
2.1.3 Prestação de serviço	17
3. MODALIDADES DO EMPREENDEDOR	20
3.1. DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDOR	21
3.2. O EMPREENDEDOR NATO	22
3.3. O INTRAEMPREENDEDORISMO E SUAS FUNCIONALIDADES.....	23
4. CASOS DE EMPREENDEDOR DE SUCESSO	24
4.1. SILVIO SANTOS	24
4.2. SÉRGIO MILANO BENCLOWICZ.....	26
4.3. TERESINHA SIMINES	27
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
6. REFERÊNCIAS.....	29

1. INTRODUÇÃO

No que se refere ao empreendedorismo, este tem se destacado por ser uma área de interesse empresarial, inovador e tem que oferecido oportunidades e benefícios. Isso fez com que o tema nos despertasse um interesse em se aprofundar em seu estudo, deixando claro o desejo de colocar suas ideias em prática quando o seu objetivo for iniciar assim o próprio negócio.

Assim, esse estudo tem o intuito de aprimorar conhecimentos em abrangendo o mercado de trabalho, evidenciando que é possível realizar o sonho de transformar o colaborador em empreendedor.

Este trabalho tem como objetivo apresentar um estudo do empreendedorismo e do intraempreendedorismo, demonstrando, assim, o objetivo de se aprimorar os seus conhecimentos, benefícios e desvantagens. Isso poderá acontecer com aplicação dos mesmos no ambiente de trabalho, fazendo com que se transforme um sonho em realidade.

Empreender caracteriza-se como não sendo aquele que sonha com a própria empresa, mas sim como aquele que arregança suas mangas e vai à procura dos seus sonhos.

2. ÁREAS DE ATUAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

As áreas do empreendedorismo são inúmeras e tem relevância cada vez mais acentuada para o crescimento econômico, empregos, inovações.

Empreendedorismo: palavra de origem francesa, *entrepeneur* (indivíduo que assume riscos), usada entre os séculos XVII e XVIII, porém com todo esse tempo, estudos revelam que não há uma data exata que esclareça o surgimento do mesmo.

Há vários elementos que explicam o interesse de empreender, com a desindustrialização dos EUA – Estados Unidos da América, nos anos 70 esse interesse se popularizou rapidamente. E, ainda nos EUA, o estudo vem analisando teoria e prática, nos ensinamentos escolares e de graduação.

No Brasil, o empreendedorismo ganhou forças da década de 90 com criação de entidades como SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação de Software. Antes disso, era raro o uso desse termo, as pequenas empresas eram limitadas em função da política e da economia brasileira.

Atualmente, a sociedade brasileira enfrenta novos desafios em relação ao crescimento sustentável e o bem estar da população. Em pesquisa realizada no ano de 2007 pelo GEM – Global Intrepreneurship Monitor para medir a competitividade em cada país, o Brasil ocupava a 64ª posição, melhorando assim oito posições em relação ao ano de 2006. No que se refere à proporção, exibe uma enorme gama de empreendedores no Brasil, o ranking mundial coloca o país em 3º lugar na participação de jovens empreendedores em contrapartida à participação do empreendedor mais adulto, que tem demonstrado uma diminuição.

Segundo Schumpeter (1982 apud Dornelas 2001, p. 37), “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Podemos dizer que se considera como empreendedor todo aquele que busca sua realização e assume riscos no seu próprio negócio, tendo experiência na respectiva área ou não.

2.1. TIPOS DE EMPREENDEDORES

O empreendedor utiliza sua ideia na forma de transformá-la em algo inovador, onde faça com que a sua empresa possa crescer. Dentro disso existem vários tipos de empreendedor:

O **Empreendedor corporativo**: enquadra-se como sendo executivos muito competentes, com capacidade de gerenciar e grande conhecimento de ferramentas administrativas. Estas pessoas trabalham com os olhos voltados aos resultados, porém assumem os riscos e têm de lidar com a falta de autonomia, visto que nunca terão o caminho livre para agir.

Caracteriza-se como sendo **Empreendedor normal** aquele que consegue em meias palavras, fazer a lição de casa, ou seja, ele diminui os riscos, preocupa-se com os próximos passos do negócio, deixando, assim, evidente que trabalha com em função de metas. Esse tipo de empreendedor é considerado como o mais completo no que se refere ao ponto de vista de sua definição. No entanto, na prática ainda não é encontrada uma quantidade considerável desse tipo.

O **empreendedor por necessidade** é aquele que cria seu próprio negócio porque não tem outra saída, ou seja, não resta outra opção a não ser trabalhar por conta própria. Geralmente foi demitido e não tem acesso ao mercado de trabalho. Desenvolvem trabalhos informais, ou simples, a maioria da vezes, prestam serviços e seu retorno financeiro é pouco. Essa modalidade é um grande problema para países em desenvolvimento como o Brasil por exemplo, porque normalmente o negócio é pouco inovador e sem estruturas, não tem recursos e não contribuem com taxas e impostos, inflamando assim as estatísticas desses países.

Ademais, dentro desse pensamento podemos destacar três áreas na qual o empreendedor pode atuar que são: Comércio, Indústria e Prestação de Serviços.

2.1.1 COMÉRCIO

Com base em dados históricos, podemos dizer que a sociedade primitiva vivia de forma irracional e que os indivíduos andavam em bandos ou em famílias e guerreavam entre si. Depois de muitos séculos, o homem começou a utilizar da sua caça pra realizar troca por outros mantimentos, assim então surge o comércio de forma direta.

Para tanto, com esse surgimento, os homens começaram a perceber que necessitavam uns dos outros, não só em relação ao comércio, mas também a outros ramos da sociedade. Na troca pelo objeto que ia lhe favorecer, o homem não demorou muito para a criação da moeda, o sal era referência de valor, a partir de então deu-se a expansão no comércio.

Entre os séculos XV e XVIII consolidou-se o capitalismo comercial, ou seja, o mercantilismo, com o objetivo de fortalecer o Estado e enriquecer a burguesia, com a ampliação da economia para lucrar, a população pagava impostos, e com a exportação em alta, o Estado tinha riquezas e vantagens, começando assim a competitividade.

O comércio é entre quem produz e quem consome; consiste em facilitar o alcance do consumidor. Com o aumento e a circulação dos produtos, as transações entre os homens multiplicaram-se. A partir de então, começam as revoluções e industrializações.

Hoje vivemos na sociedade capitalista, na qual a competitividade está voraz. Pelo presente motivo, o empreendedorismo é essencial para o crescimento da nação.

O comércio é o setor mais investido pelos empreendedores. Com base nisso podemos destacar a pesquisa realizada pelo Ministério do Desenvolvimento Indústria Comércio Exterior, no ano de 2011, a qual demonstrou o crescimento do setor.

Assim, com o devido crescimento podemos ainda evidenciar o aumento dos trabalhadores formais, tendo em vista que as atividades mais procuradas e registradas são o comércio varejista, de vestuário e acessórios, cabelereiros e no ramo alimentício. Os fatores que contribuem para essas atividades são a globalização, entrada de mulheres do mercado, terceirização, nascimento do espírito empreendedor.

Todavia, há empresas que não conseguem chegar ao seu destino, elevando assim o índice de mortalidade. No entanto, no Brasil, segundo pesquisa do SEBRAE, 36% das pequenas empresas encerram durante o primeiro ano. 50% de 470 mil empresas fecham as portas em 02 anos. Mais de 700 mil empresas extintas em 04 anos e mais de 02 milhões de pessoas perdem seus empregos e o desperdício econômico gera em torno de R\$19 bilhões.

Segundo Dornelas (2001, p.22),

O empreendedor, antes de abrir o negocio, deve conhecer na pratica e profundamente o seu funcionamento e, acima de tudo, entender e aceitar a grande responsabilidade, perante a família e a sociedade, que se deve assumir quando tomada a decisão de criar um negócio.

Com base na pesquisa acima citada, podemos então visualizar que não basta somente abrir a tão sonhada empresa, é necessário fazer com que ela consiga manter-se, deixando distante a possibilidade de que ela caia nas estatísticas negativas.

2.1.2 INDÚSTRIA

Na Idade Média, existia a produção do artesanato que podia ser considerado como uma forma de produção paralela à indústria. Com a chegada da Idade Moderna, a burguesia almejava lucros com menores custos e melhor produção. Em meados do séc. XVIII ocorreu na Inglaterra a Primeira Revolução Industrial por força de mecanização dos sistemas de produção.

Existem motivos relevantes para que a Revolução Industrial ter acontecido na Inglaterra, visto que possuía grandes reservas de carvão mineral em seu subsolo, o que era a principal fonte de energia para a locomoção das máquinas e as locomotivas a vapor. Além disso, os Ingleses também possuíam imensas reservas de minério de ferro, o qual era a matéria prima utilizada neste período. A mão-de-obra com fartura e baixo custo também facilitava de forma clara os ingleses.

No que se refere ao capital, a burguesia inglesa tinha condições de financiar as fábricas, adquirir a matéria-prima e as respectivas máquinas e contratar a mão-de-obra. Outro motivo pelo qual a Inglaterra conseguiu iniciar a revolução industrial foi o seu mercado consumidor, que teve grande destaque.

O surgimento do desenvolvimento da industrialização no Brasil foi ao final do século XIX, com os cafeicultores lucrando com parte de exportação do café nas indústrias. Havia fábricas de produção simples, como tecidos e calçados.

O processo da industrialização só deu impulso durante o governo de Getúlio Vargas (1930), que deu incentivos às indústrias nacionais para o país não ter dependência externa. Contudo, com o acontecimento da Segunda Guerra Mundial, os produtos importados sumiram do mercado e os países europeus estavam com suas indústrias derrotadas e precisavam importar produtos industrializados, adquirindo dentre outros países os brasileiros.

Com esse acontecimento, foi iniciado um salto com relação à industrialização do Brasil que não parou mais de crescer. No entanto, como todos países tem seus altos e baixos, o nosso país não foi diferente e foi atingido por uma crise econômica que estagnou o seu crescimento. Hoje o Brasil possui uma boa

base industrial e que produz diversos produtos como, por exemplo, automóveis, máquinas, roupas e etc.

2.1.3 PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

Podemos dizer que a prestação de serviços se caracteriza como sendo todas aquelas operações onerosas e que não constituem transmissões de bens.

Para tanto, Hargreaves (2005, p. 9) conceitua serviço como sendo: “Serviço é o resultado de pelo menos uma atividade desempenhada, necessariamente, na interface do fornecedor com o cliente.”.

Com o conceito acima citado, podemos enxergar com maior clareza o real objetivo do serviço e que está diretamente relacionado entre fornecedor e cliente.

No entanto, para que se possam regular as obrigações relativas à respectiva prestação de serviços é de grande valia que seja confeccionado um contrato, por meio do qual alguns requisitos sejam respeitados, como o consentimento das partes; a capacidade necessária para contratar; onerosidade; serviço lícito a ser prestado como objeto do contrato.

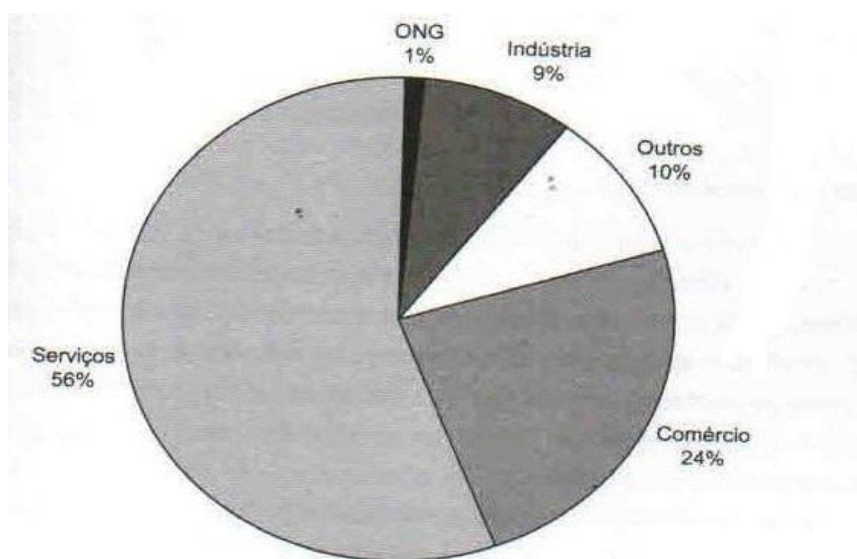
No que se refere às condições acima citadas, o consentimento é essencial e deve haver pleno acordo entre as partes no contrato. Sendo assim, se ficar demonstrado que o determinado contrato constitui em vícios sobre a vontade, ameaça de perigo ou grave lesão o mesmo poderá ser anulado.

A capacidade para contratar contém um valor imensurável, pois, uma vez que não se contemple a mesma não há como realizar a devida validade do contrato. Ademais, quando o contrato se tratar de menores ou incapazes o mesmo deverá ser representados por seus representantes legais.

Já a onerosidade do respectivo contrato trata-se exclusivamente do preço estipulado, que deverá ser cumprido sob pena de se descaracterizar o seu objetivo.

E finalmente, o objeto do contrato se destaca como sendo o serviço a ser prestado e que evidentemente deve ser lícito e juridicamente possível de ser desenvolvido.

Para demonstrar que o empreendedorismo tem grande atuação em várias áreas, temos o gráfico abaixo, o qual nos evidencia o seguinte:



Fonte: DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo na Prática. 2007

Dentre as várias atuações estudadas, há épocas que mudam as modalidades no mercado. No início, a área em que mais era empreendida eram os agricultores e comércios, depois passaram pelas indústrias com grandes vantagens da Revolução Industrial e atualmente está o serviço.

Analisando o gráfico, temos várias atuações do empreendedor no mercado de trabalho. A indústria é menos procurada, com apenas 9% (nove por cento) de procura, na qual existe uma dificuldade maior e mais profunda para o negócio. O comércio aparece com 24% (vinte e quatro por cento) de empreendedores no mercado e é o segundo mais buscado, visto que a cada ano abrem-se

portas de empresa geradoras de novos empregos; a porcentagem maior de empreendedores é o serviço, na atualidade não se precisar abrir uma empresa, entretanto um funcionário empreendedor, ou seja, um intraempreendedor, é a procura mais adequada para uma empresa.

3. MODALIDADES DE EMPREENDEDOR

Desde quando foram criadas as invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas, o mundo tem passado por grandes mudanças em períodos de curto prazo.

No que se refere a inovação, há pessoas que têm algo especial; são determinadas, objetivas, persistentes, criativas, entre outras.

Para Drucker (1986, p. 149):

Mais, dentre as inovações que fizeram história, as inovações baseadas no conhecimento sobressaem-se bastante. O conhecimento, contudo, não é necessariamente científico ou técnico. As inovações sociais baseadas em conhecimento podem ter igual, ou até mesmo, maior impacto.

O desenvolvimento inicia-se no conhecimento, devido a inúmeros fatores, o empreendedor, que são pessoas diferenciadas e apaixonadas pelo que fazem, eles estão revolucionando a nação.

Há também aquelas pessoas que se iludem de que há chances de crescer fora de seus respectivos empregos pelo motivo de que as empresas não dão liberdade para que seus funcionários criem ou inovem e acreditam que abrir seu próprio negócio seja mais fácil, porém as chances dependem de ideias e competência.

Entretanto, há outras empresas que dão espaços para seus funcionários ter um desenvolvimento que sempre estava dentro dele e assim acontecem o entrosamento e o crescimento das grandes empresas.

3.1 DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDOR

No que se refere ao desenvolvimento do empreendedor, podemos dizer que se dá com o alcance do seu objetivo, seja qual for sua área de atuação. Temos como exemplo, a figura do professor universitário, na qual ele tem a necessidade de mudar a sua forma de expor o seu conhecimento para que os seus alunos consigam obter êxito no seu caminho.

Sobre esse assunto, Dolabella (1999, apud Ramos, 2004) se manifesta da seguinte maneira:

O papel do professor deve mudar, abandonando suas antigas funções de mediador do conhecimento. Ele deve, agora, criar um ambiente favorável para que o aluno venha a se tornar um futuro empreendedor.

Vemos então que a função do professor não termina mais na sala de aula, onde ele expõe seu conhecimento e o aluno tem como obrigação absorver. O professor precisa desenvolver novas formas de fazer com que o aluno tenha bagagem suficiente para que no futuro possa se tornar um empreendedor.

Existem outros caminhos em que o empreendedor pode se utilizar para conseguir o seu lugar ao sol, ou seja, basta que ele se prontifique a buscar a sua vontade fazendo com que o seu sonho vire realidade.

Para que obtenha um bom desenvolvimento, é necessário também que exista uma boa comunicação. Sobre esse assunto, Nasser (2003, p. 13) dispõe:

Que a comunicação interna deixa, neste momento de ser uma atividade secundária para se transformar numa importante ferramenta de gestão, contribuindo para a formação da imagem, capacitação profissional e integração.

Contudo, conseguimos evidenciar que a comunicação se torna uma ferramenta de extrema importância no que se refere à gestão, visto que contribui de forma

expressiva para a formação da imagem empreendedora de caráter profissional e integral. Além disso, ela consegue fazer com que o relacionamento, seja ele interno ou externo, traga benefícios de grande monta para a carreira do empreendedor demonstrando assim o seu desenvolvimento.

3.2 O EMPREENDEDOR NATO

Empreendedor nato é aquela pessoa que desde criança tem características como observação atenta a detalhes, visionárias, que, gosta de desenvolver atividades e concluí-las. Muitas destas pessoas já desenvolvem esse espírito nas instituições de ensino e começa a empreender já nos estudos.

São características do empreendedor nato: trabalho com paixão, marca pessoal, competência, uma pessoa como modelo, motivador, líder, flexível.

Trabalho com paixão se define como trabalhar intensamente e vontade de construir seus desejos. A marca pessoal é a busca da perfeição, a superação. Competência e flexibilidade se dão a criatividade, inovação e mudanças. Uma pessoa como modelo, o empreendedor busca alguém que se espelha na vida. E por final, motivação e liderança que definem em ser perseverantes, otimistas, confiantes e organizados.

Um exemplo de empreendedor nato é Roberto Justus, formado em Administração de Empresas, optou por deixar os negócios da família, iniciou sua carreira de empreendedor em 1985 como sócio de uma agência publicitária estrangeira, depois desfez o negócio e, em 1998, fundou a agência Newcomm e fez dela um grupo em apenas 10 anos. Um dos principais grupos do Brasil e da América Latina.

Justus tem recebido em sua carreira uma diversidade de prêmios, dentre eles “O Líder mais admirado” em pesquisa realiza em 2010 pelo grupo DMRH, em entrevista com mais de 35 mil jovens universitários. Além de tudo é apresentador e escritor.

3.3 O INTRAEMPREENDEDORISMO E SUAS FUNCIONALIDADES

O conceito intraempreendedorismo vem se destacando há cerca de 20 anos no mercado. Com a árdua concorrência entre empresas, os donos das mesmas vêm buscando colaboradores que possam oferecer algo especial de investimentos.

A modalidade do intraempreendedorismo é feita por funcionários dentro das empresas em que trabalham. São pessoas que têm um diferencial, por encaixar a empresa num ramo mais competitivo em longo prazo.

Harrison (2005, p.165) escreve:

O empreendedorismo corporativo, algumas vezes chamados de intraempreendedorismo envolve a criação de novas empresas dentro de organizações já existentes. Esse tipo de empreendedorismo é mais comum em organizações que promovem a inovação.

Esses tipos de colaboradores estão focados em ajudar seu local de trabalho, sem medo expõem suas ideias para seus superiores, melhoram seu departamento ou a empresa toda, têm facilidade em demonstrar as vantagens e desvantagens da mesma.

O intraempreendedor está sempre inquieto, observando o que pode trazer de benefício, são mais do que funcionários, investem no que é certo, cumprem suas tarefas, realiza mais do que o esperado e traz suas ideias em realidades.

Porém, é necessário que as organizações criem condições para que possam aparecer e se desenvolver. No entanto, precisam entrar em acordo e estar dispostas a abrir mão de discutir as tomadas de decisão, estimulando as pessoas concretizar seus pensamentos.

No que tange o respectivo assunto, os intraempreendedores são raros e valiosos nas organizações. Para tanto, colaborar com a empresa é mais

vantajoso do que abrir seu próprio negócio, pois têm salários bons e seus nomes se engrandecem nas organizações.

4. CASOS DE EMPREENDEDORES DE SUCESSO

Transformar uma ideia em um grande negócio é uma realização para o empreendedor, os primeiros passos se dão por uma missão impossível, pois existem pessoas que desistem pelo caminho, porém, há aquelas pessoas que persistem no que fazem.

A dura realidade de se lançar no mercado de trabalho é exigente, consiste em ter competência, comprometimento e ser determinado.

Os empreendedores bem sucedidos têm desejos de superar obstáculos e barreiras de completar o trabalho. Nesse capítulo, vamos apresentar três casos de empreendedores de sucesso.

4.1 SILVIO SANTOS

Em 1945, Silvio Santos, filho de Alberto Abravanel e a turca Rebeca Caro, estavam pensando em como conseguir dinheiro para seguir com seus estudos e ajudar sua família.

Os primeiros trocados começaram a surgir apostando nos jogadores de sinuca, no centro carioca, Senhor Abravanel, nome verdadeiro de Silvio Santos, decidiu ganhar dinheiro comprando canetas no atacado para revender, montou uma banca longe dos outros vendedores de canetas e seu diferencial era fazer números de mágica para atrair a clientela.

O sucesso foi tamanho que contratou duas pessoas para ver quando o rapa da guarda municipal chegava, todavia, um dia, o rapa tomou toda mercadoria, mas

como gostava da pessoa de Senhor Abravanel, deu-lhe um cartão de recomendação para um teste de locutor de uma rádio.

Com 18 anos foi servir o exército e nas horas vagas trabalhava de graça nas rádios carioca. Quando foi assistir a um show de calouros decidiu mudar o nome, Silvio Santos, porque a mãe sempre o chamou de Silvio e Santos porque os santos protetores ajudariam em sua vida.

Como trabalhava do outro lado da cidade, ele voltava para casa de barca. Ali ganhou muito dinheiro, pois, teve a ideia de colocar música na barca e como não tinham o que beber, conseguiu refrigerantes e cervejas gratuitas, com isso, o pessoal voltava do trabalho dançando e bebendo. Montou um bar em cada barca, fazia show e sorteava loterias; em pouco tempo se tornou o maior vendedor de cerveja do Rio de Janeiro.

Por ser um vendedor de sucesso, foi pra São Paulo, fez um teste para rádio nacional de locutor e passou a ser contratado pela mesma. Conheceu Manoel de Nobrega o maior nome da rádio paulista. Silvio e Manoel construíram um grande laço de amizade.

Em 1957, Manoel de Nobrega era dono do Baú da Felicidade e quando Silvio observou a oportunidade de crescimento, conversando com Nobrega e consertando algumas coisas se tornou o único dono do Baú da Felicidade.

Em 1961, Silvio lançava um programa na televisão paulista , com a realização levou a experiência das rádios e circos para a televisão.

Casou-se com Aparecida Abravanel, da união teve duas filhas. Em 1977, Cidinha como era chamada morreu de câncer. Já em 1978 casou-se novamente com Íris Abravanel, funcionária do Baú da Felicidade, com quem teve quatro filhas.

Ainda na televisão, pessoas fecharam as portas para o então empreendedor e Silvio com sua garra disse que seria dono de televisão.

Construiu grandes impérios como Banco Panamericano. Em 1981, Silvio tomou posse do SBT e mais três canais de televisão e até hoje não sai do ar nos domingos.

4.2 SÉRGIO MILANO BENCLOWICZ

Formado em administração pela FGV, Sérgio Milano Benclowicz, começou sua carreira trabalhando na área de marketing por dois anos.

Em 1991 foi trabalhar na empresa de sua família, uma livraria fundada por seu avô Claudio Milano onde possuíam apenas cinco lojas. As mesmas administradas e lideradas pelo pai de Sérgio, senhor Ary Benclowicz.

Com seus dotes de empreendedor, por meio de correr riscos e ousadia foi tomando o lugar do pai e, em pouco tempo transformou as pequenas livrarias implantando o sistema franchising. Durante o ano de 1993 abriram três franquias.

Com um árduo trabalho, no ano de 2000 tinha 40 lojas, metade franquia e outra metade própria, Sérgio e a família tiveram que optar por modelo ou outro, de imediato, tomaram uma decisão pioneira, ficar com a franquia, e fizeram das unidades próprias também franquias. A marca Nobel cresceu e chegou a países como Espanha, Portugal, México e Angola, ao todo são mais de 200 (duzentas) lojas se expandindo.

O sucesso é tamanho que, Sérgio adquiriu franquias em pontos alternativos, postos de combustíveis, hospitais, clubes, universidades, etc. A qualidade e o comprometimento do empreendimento a empresa montou a Franchising Ventures, um fundo para participação de franqueadoras ligadas a alimentação, serviços e varejos, e atualmente a empresa busca parceiros para propagar a marca.

4.3 TERESINHA SIMINES

Filha de Maria Albina Orsini Simines e Domingos Orsini, nascida em 19 de Fevereiro de 1959, hoje com 54 anos de idade, formou-se inicialmente no curso de Bacharel em Administração e logo após em Ciências Contábeis.

Seguindo o seu espírito do intraempreendedor, tem uma bagagem de 35 anos trabalhando em concessionária de veículos. A intraempreendedora iniciou sua carreira na cidade de Cambará-PR. No entanto, ainda não se encontrava realizada. Sendo assim, buscou novas oportunidades, onde trabalhou e fez história por mais de 15 anos, na empresa OURICAR, localizada na cidade de Ourinhos/SP.

Atualmente trabalha na empresa SAMAVE - Sociedade Assisense de Máquinas e Veículos LTDA, na cidade de Assis/SP, onde é funcionária desde o ano de 1998. Sempre exercendo sua função e vestindo a camisa da empresa, tem uma capacidade diferenciada dos outros funcionários e demonstra constantes observações no local de trabalho, não se contenta com coisas mínimas, inova, como se a empresa fosse seu próprio negócio.

Teresinha, intraempreendedora, se destaca por buscar o novo e não se intimida com os riscos, compartilha com seus superiores onde estão as falhas, e sempre deixa claro seu pensamento para agir dentro do mercado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreendedorismo é ter capacidade de abrir seu próprio negócio, é estar diante do mercado de trabalho para enfrentar as tendências do mercado.

A maioria das pessoas tem a ilusão de que há chances de crescer fora do seu emprego e acreditam que abrir um novo negócio só depende de competência e ideias. No entanto, existem empresas que não dão liberdade para seus funcionários e os mesmos acabam procurando seu próprio empreendimento. Todavia, acontece em outras empresas uma versão contrária, dando espaços para que o seu funcionário desenvolva o que ele sempre teve dentro dele, o espírito empreendedor.

O empreendedor se caracteriza como sendo aquele que toma a iniciativa de abrir um negócio e assumir riscos em troca de recompensa. Para tanto o empreendedor deve ser criativo, articulador, inteligente, dinâmico, persistente, visionário, objetivo, perspicaz, e muitas outras qualidades.

Sobre o intraempreendedorismo, evidenciamos sobre suas funcionalidades, bem como demonstramos casos de empreendedores de sucesso.

6. REFERÊNCIAS

AGILITY, Marketing e Eventos. Roberto Justos. São Paulo, 2010. Disponível em:

<[http://www.agilitymarketing.com.br/index/index.php?option=com_content&view=article&id=200:roberto-](http://www.agilitymarketing.com.br/index/index.php?option=com_content&view=article&id=200:roberto-justus&catid=58:empreendedorismo&Itemid=60)

justus&catid=58:empreendedorismo&Itemid=60>Acesso em: 22.fev.2013

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 3. edição – São Paulo: Saraiva, 2008.

DANTAS, Edmundo. Empreendedorismo e Intraempreendedorismo.

Disponível em

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/dantas-edmundo-empreendedorismo.pdf>> Acesso: 20.jan.2013

DOLABELA, Fernando. Artigo. A universidade brasileira é empreendedora? site Fernando Dolabela, Publicado no blog do Starta. 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo. 8ª Tiragem. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, Peter. Inovação e Espírito Empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1986.

FERREIRA, Manuel Portugal. Ser Empreendedor, pensar, criar e moldar. São Paulo, 2010.

JACOMASSI, Ivan Junior. EMPREENDEDORISMO. 2011. Disponível em

<<http://www.slideshare.net/ivanjacomassi/apostila-empreendedorismo-completa>>Acesso em: 18.fev.2013

LEÃO, Paulo. Empreendedorismo no Comércio. Abril, 2010. Disponível em:

<http://aurosgestao.blogspot.com.br/2010/04/empreendedorismo-no-comercio-por-paulo_26.html>Acesso, 19.fev.2013

PERIARD, Gustavo. Intraempreendedorismo – Guia Completo. 2010.

Disponível em <<http://www.sobreadministracao.com/intraempreendedorismo-guia-completo>>Acesso em: 20.jan.2013

PESQUISA, Sua.com. revolução Industrial. Disponível em

:<<http://www.suapesquisa.com/industrial/>> Acesso em: 19.02.2013

SENAC. DN. Qualidade em Prestação de Serviços. Lourdes Hargreaves, Rose Zuanetti, Renato Lee. Rio de Janeiro. Senac, 2001.

SIMINES, Teresinha. História Bibliográfica de Trabalho. Assis/SP. 06. Jul.2013.
Entrevista concedida a Nathara L. Camargo.