

**Caroline Valquiria Moura da  
Cunha**

*Faculdade Anhanguera de Taubaté -  
unidade 1*

valmcunha@uol.com.br

**Mayara Vieira da Silva**

*Faculdade Anhanguera de Taubaté*

mayara\_vieira\_@hotmail.com

**Nathalia Midori Yamaguchi**

*Faculdade Anhanguera de Taubaté*

nathaliayamaguchi@yahoo.com.br

## EMPREENDEDORISMO

*Histórias que motivam, despertam e encantam.*

---

### RESUMO

O empreendedorismo tem sido unanimidade nas discussões da economia globalizada como principal ação para o fomento das novas atividades produtivas e processos carentes de atualização e inovação. Assim, dentre os conceitos encontrados sobre essa temática, destaca-se aquele que define o empreendedorismo como um fenômeno mundial que impulsiona a economia e o desenvolvimento social de um país. Em decorrência da importância do tema, este trabalho caracterizou-se como um estudo de levantamento temático em várias fontes, apresentando alguns conceitos sobre empreendedorismo, o empreendedor, bem como outras definições pertinentes ao tema. Com foco no empreendedorismo brasileiro e nas características dos empreendedores de sucesso, relata-se a história de dois grandes nomes do empreendedorismo nacional a fim de ilustrar e melhor compreender a amplitude de uma ação empreendedora.

**Palavras-Chave:** empreendedorismo brasileiro; empreendedor; características de empreendedores de sucesso.

---

### ABSTRACT

Entrepreneurship has been unanimous in discussions of the global economy as the main force for the promotion of new productive activities and processes in need of upgrading and innovation. Thus, among the concepts found on this topic, there is one that defines entrepreneurship as a global phenomenon that drives the economy and social development of a country. Due to the importance of the topic, this survey was characterized as a study of theme in various sources, presenting some concepts about entrepreneurship, entrepreneur, and other settings related to the theme. Focusing on Brazilian entrepreneurship and the characteristics of successful entrepreneurs, it is reported the story of two big names in national entrepreneurship to illustrate and better understand a range of entrepreneurial action.

**Keywords:** Entrepreneurship in Brazil, Entrepreneur, Characteristics of Successful Entrepreneurs.

Anhanguera Educacional Ltda.

Correspondência/Contato  
Alameda Maria Tereza, 4266  
Valinhos, São Paulo  
CEP 13.278-181  
rc.ipade@anhanguera.com

Coordenação  
Instituto de Pesquisas Aplicadas e  
Desenvolvimento Educacional - IPADE

Informe Técnico  
Recebido em: 29/09/2011  
Avaliado em: 22/08/2012

Publicação: 30 de novembro de 2012

## 1. INTRODUÇÃO

A globalização e as chamadas TIC's (tecnologia de informação e comunicação) trouxeram profundas mudanças para o mercado de trabalho no mundo. Dentre as novas tendências, destacam-se (CHIAVENATO, 2004):

- Redução de empregos na área industrial e expansão no setor de serviços;
- Valorização do capital intelectual para melhor aplicar e rentabilizar o capital financeiro;
- Crescente competitividade decorrente da globalização da economia.

Nesse cenário, constata-se o crescimento e a importância do empreendedorismo, decorrente das necessidades de suprir as novas demandas de bens e serviços.

No Brasil, o empreendedorismo ganha expressão a partir da década de 90. Isso se deve a vários fatores que incentivaram o desenvolvimento do processo empreendedor:

- A implantação do Plano Real em 1994, o que permitiu a queda da inflação;
- A renegociação da dívida externa, que atraiu novamente recursos e investimentos estrangeiros;
- O processo de privatizações, assim como as fusões e aquisições de inúmeras empresas.

Esses e outros importantes eventos colocam o Brasil novamente na rota das grandes economias mundiais. Hoje, é famosa a sigla BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China), o grupo de países emergentes que se destacaram pelo rápido crescimento das suas economias em desenvolvimento nos últimos anos.

Após situar o Brasil no cenário mundial, é importante fazer algumas reflexões nos eventos internos do país, os quais também muito contribuíram para o desenvolvimento do empreendedorismo brasileiro. Segundo DORNELAS (2008), dentre as principais ações que impulsionaram esse processo, destacam-se:

1. Os programas Softex e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços).
2. O programa elaborado pelo Governo Federal "Brasil Empreendedor".
3. Várias ações com o foco de capacitar o empreendedor brasileiro, como os cursos oferecidos pelo SEBRAE.
4. A inserção de disciplinas, cursos e programas de ensino do empreendedorismo em várias universidades brasileiras.
5. O surgimento crescente de empresas pontocom, principalmente nos anos de 1999 e 2000.
6. O crescimento de movimentos de incubadoras de empresas no Brasil.

Assim, o problema-chave desse trabalho versa sobre alguns questionamentos sobre essa temática considerada imprescindível para a era atual:

- O que é empreendedorismo?
- Qual a definição de empreendedor?
- Como está o empreendedorismo no Brasil?
- Quais são as características de um empreendedor de sucesso?
- Um empreendedor já nasce “pronto” ou pode ser desenvolvido?

Para responder esses questionamentos, serão abordadas algumas definições e teorias acerca do processo empreendedor e seus desdobramentos, como o perfil empreendedor, oportunidades, inovação, enfim, tudo o que for pertinente para compreender a essência desse evento e sua evolução, principalmente no Brasil.

## 2. EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo surgiu da tradução do termo inglês *entrepreneurship*, originado do verbo francês *entrepreneur* que segundo Dornelas (2005) quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo.

Este mesmo autor nos diz que o pioneiro na utilização do termo foi Marco Pólo, para ele definiam-se como empreendedores os indivíduos que assumiam riscos físicos e emocionais. Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir os indivíduos que gerenciavam projetos de produção, utilizando-se de recursos disponíveis.

No século XVII, o empreendedor correspondia aos profissionais que realizavam acordos contratuais e assumiam riscos. Já no século XVIII devido ao processo de industrialização que ocorria no mundo houve a diferenciação entre empreendedor e capitalista. E no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes e administradores, o que ocorre ainda nos dias atuais, são analisados apenas pelo ponto de vista econômico como aqueles que organizam a empresa e controlam as ações desenvolvidas na organização. (DORNELAS, 2005)

### *Conceitos de Empreendedorismo e Empreendedor*

A definição propriamente dita do termo empreendedorismo ainda varia muito de autor para autor, devido a concepções ainda não consolidadas ou por se tratar de uma novidade.

Entende-se o empreendedorismo como um processo relacionado com a inovação, com o intuito de trazer descobertas positivas para si mesmo e para os outros, que estimula a geração de riqueza através de novos negócios e ajuda no desenvolvimento do país. Como um processo de inovação, transformação e mudanças pode ser considerado um

processo de ousadia e de assumir riscos cujo sucesso depende exclusivamente do empreendedor e de seu desempenho.

Schumpeter (1934, *apud* DOLABELA, 2008) foi quem relacionou o termo empreendedorismo a idéia de inovação, indicando o empreendedor como incentivador do desenvolvimento econômico devido o aproveitamento de oportunidades em negócios.

Segundo Dornelas (2005), empreendedorismo é a transformação de idéias em oportunidades através do envolvimento de pessoas e processos que gera a criação de negócios de sucesso.

O autor Dolabela (2008, p.59) conceitua:

“Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.”

Os aspectos do empreendedorismo são vistos pela ótica da economia que os relacionam com a obtenção de sucesso e lucratividade da empresa, e também por influência do âmbito da psicologia que engloba as atitudes pessoais e características do empreendedor.

Assim compreende-se o empreendedorismo como o resultado da iniciativa do empreendedor, impulsionada pelo reconhecimento da oportunidade que deriva em um negócio lucrativo e que cria valor para a sociedade, através do envolvimento entre pessoas, processos, recursos materiais, e fatores motivacionais.

Após a discussão sobre o conceito de empreendedorismo e suas variáveis, imprescindível é entender e definir o que vem a ser uma pessoa empreendedora.

Ser empreendedor é ter atitude, é vislumbrar o futuro da organização e ter muita energia para enfrentar os futuros desafios.

Na literatura sobre empreendedorismo, o empreendedor é aquele que sonha, e realiza motivado por fatores diversos, com desejo de autorrealização e de assumir riscos e responsabilidades. Goza de capacidade para fazer acontecer, tendo sempre novas idéias, acredita que suas ações possam gerar consequências positivas, e cria atividades empresariais crescentes que geram lucratividade, e sem deixar que se tornem rotineiras.

Observa-se que o empreendedor tem paixão, criatividade e se dedica intensamente àquilo que quer realizar, aprende através de experiências e como tem um alto nível crítico está sempre avaliando e controlando seu comportamento em busca do seu autodesenvolvimento.

A tabela 1 propõe algumas definições sobre o empreendedor:

Autor	Definição
Schumpeter (1934)	Empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente, pela introdução de novos produtos e serviços e pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos materiais. O empreendedor é aquele que realiza coisas novas e não necessariamente aquele que inventa.
McClelland (1961)	O empreendedor é definido como alguém que exercita controle sobre os meios de produção e produtos e produz mais do que consome a fim de vendê-los (ou trocá-los) pelo pagamento ou renda.
Drucker (1974)	A criatividade não depende de inspirações, mas de estudo árduo; um ato de vontade. Assim como a pesquisa sistemática pode resultar na invenção, também pode haver uma busca premeditada de oportunidades para inovar. Quem souber onde e como encontrá-la será o empreendedor.
Filion (1986)	Um empreendedor é um indivíduo imaginativo, caracterizado pela capacidade de fixar alvos e objetivos.
Julien (1986)	O empreendedor é aquele que não perde a capacidade de imaginar, tem uma grande confiança em si mesmo, é entusiasta, tenaz, ama resolver problemas, ama dirigir, combate a rotina, evita constrangimento.
Lance (1986)	Empreendedor é uma pessoa que congrega risco, inovação, liderança, vocação artística, habilidade e perícia profissional em uma fundação sobre a qual constrói uma equipe motivada.
PRODER Sebrae (PR) (1998)	Empreender é exercer a capacidade de imaginar, planejar e pôr em prática seus sonhos e projetos. Em resumo é fazer acontecer.

Fonte: Adaptada de Pinheiro (2001, *apud* VENTURI, 2003)

Eis algumas outras definições:

Segundo Dornelas “O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.” (DORNELAS, 2005, p.39)

Para Dolabela “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade.” (DOLABELA, 2008 p.23)

Assim, pode-se afirmar que eles são pessoas visionárias que identificam oportunidades e criam negócios lucrativos, dispostos a suprir as necessidades dos consumidores que estão sempre em busca de novos produtos, novas tecnologias e serviços de qualidade que superem as suas expectativas.

Como visto esse é um tema abrangente e neste trabalho o foco será o Empreendedorismo no Brasil com destaque aos empreendedores que aproveitaram as oportunidades, e fizeram história no país.

### 3. EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

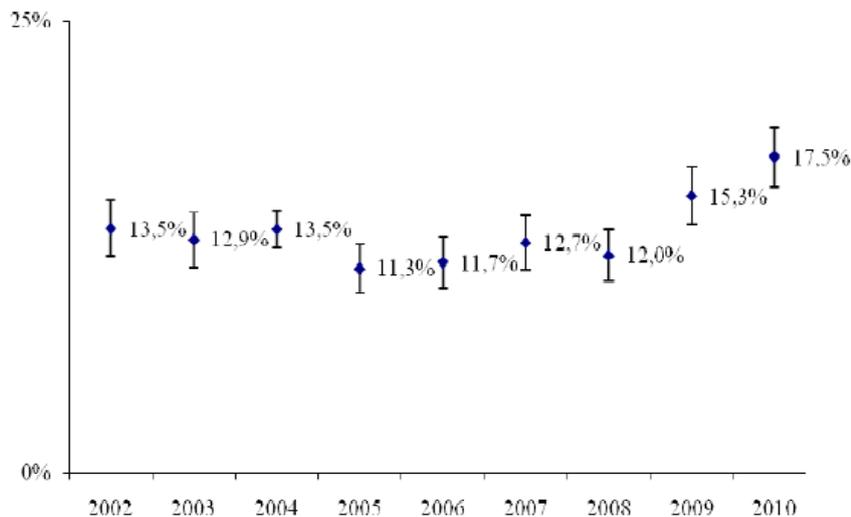
O empreendedorismo no Brasil surgiu na década de 90, com a criação de entidades de apoio ao empreendedor. Foram entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às

micro e pequenas empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) que começaram a mudar a situação empreendedora do país.

O governo federal também com o intuito de apoiar empreendedores criou o Programa Brasil Empreendedor, destinado a capacitação de mais de 6 milhões de pessoas, programa este que vigorou de 1999 a 2002. Nessa mesma época o empreendedorismo começou a dissipar-se no país através das empresas pontocom. (DORNELAS, 2005)

De lá pra cá o Brasil vem se mostrando cada vez mais empreendedor. A pesquisa realizada pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), projeto que tem como atividade principal a pesquisa sobre a criação de novos negócios em vários países no mundo, divulgou que a TEA (Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial) no Brasil em 2010 foi de 17,5%. Considerando a população adulta brasileira de 120 milhões de pessoas, este número representa 21,1 milhões de brasileiros à frente de atividades empreendedoras no ano. Esse dado confirma a tendência de crescimento da atividade empreendedora no país, como mostra a figura 1.

Figura 1 – Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2002: 2010



Fonte: Adaptada Pesquisa GEM (2010, *apud* Greco, et al. 2010). In: <<http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=1130>>

No entanto é necessário verificar se os empreendimentos estão sendo criados através de uma base sólida, com o planejamento e respaldo necessário para se tornarem empresas consolidadas, pois a taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas no país ainda é muito alta.

Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE “(...) 58% das empresas de pequeno porte fecham as portas antes de completar cinco anos”. Dentre os motivos para esse percentual a pesquisa revela que:

“os principais são a ausência de comportamento empreendedor e planejamento prévio adequado por parte do empresário, insuficiência de políticas públicas de apoio aos pequenos negócios, deficiências no processo de gestão empresarial, além de dificuldades

econômicas e os impactos de problemas pessoais sobre o negócio.” (in: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI165991-16357,00CAPACITACAO+FAZ+TAXA+DE+MORTALIDADE+DE+PEQUENAS+EMPRENAS+DIMINUIR+APONTA+PE.html>)

Essa alta taxa de mortalidade das empresas reflete a situação real dos empreendimentos que estão sendo criados no país, sem planejamento, sem preparo e sem capacitação por parte do empreendedor. É preciso melhorar, pois a cultura da sociedade brasileira sobre a atividade empreendedora ainda não é percebida de forma inteiramente positiva. Segundo Dolabela (2008, p.44) “Pelo contrário: para o senso comum, o empresário brasileiro é alguém que enriquece à custa da proteção governamental, da exploração de trabalhadores ou de atitudes ilícitas.

Segundo Livia Barbosa (1999, *apud* DOLABELA, 2008, p.42) “... a falta de uma ideologia de trabalho como valor positivo e como mecanismo efetivo de ascensão social” faz com que se duvide “da capacidade do indivíduo de moldar a realidade de acordo com a sua visão do mundo, por sua determinação e esforço”. (...) Ela lembra ainda que o brasileiro tem mostrado toda a sua força e criatividade mais para resistir à adversidade do ambiente do que para modificá-la e adequá-la a seu sonho e necessidades.

Diante dessa realidade cultural e do enorme contraste social, a população está habituada a ver o sucesso como sorte, e não como consequência do preparo, do investimento em conhecimento, do trabalho árduo, e das próprias habilidades desenvolvidas pelo indivíduo.

### 3.1. Empreendedorismo de Necessidade e Oportunidade

Como visto, o Brasil apresentou em 2010 a sua melhor taxa de empreendedores iniciais de todos os tempos, mas antes de comemorar esse número é preciso analisar de forma qualitativa os empreendimentos que estão sendo criados.

O empreendedorismo pode ocorrer de duas maneiras: por necessidade ou por oportunidade. Segundo Greco et al. (2010), uma é mais benéfica para o desenvolvimento econômico do país do que a outra. Para melhor entender esses dois tipos de empreendedorismo e o de maior ocorrência no Brasil, apresentam-se suas respectivas definições.

Segundo Dornelas (2005), o empreendedorismo por necessidade é derivado da falta de opção, ou seja, o empreendedor decide começar uma atividade empreendedora por uma necessidade financeira. Geralmente, os empreendedores desse grupo são pessoas que foram demitidas e por não conseguirem recolocação no mercado iniciam o seu próprio negócio como alternativa de trabalho.

O maior problema deste tipo de empreendedorismo é que a grande maioria das empresas que nascem nesse modelo não têm planejamento adequado e profissionais capacitados para gestão do negócio, muitas inclusive ficam na informalidade.

Verifica-se que o empreendedorismo de necessidade é mais comum em países em desenvolvimento e isso contribui para as altas estatísticas de mortalidade das empresas que, sem planejamento e respaldo necessários logo fracassam em decorrência principalmente da falta de conhecimento.

O empreendedorismo por oportunidade difere totalmente do de necessidade. Nesse modelo, mesmo com alternativas de emprego e renda, as pessoas com perfil empreendedor sentem-se motivadas a abrirem o seu próprio negócio. Esses empreendedores são visionários e sabem exatamente onde querem chegar. Planejam, sonham alto e vislumbram o futuro com sucesso, estando aptos a empreender de forma eficaz, afinal se capacitaram para tal. Este tipo de empreendedorismo está relacionado ao desenvolvimento econômico do país, pois cria empresas mais consolidadas e com maiores chance de sucesso. (DORNELAS, 2005)

No Brasil, historicamente, o índice de empreendedorismo por oportunidade mostrava-se abaixo do de necessidade, porém desde 2003 os empreendedores por oportunidade são maioria (GRECO, et al. 2010). Esta mudança de cenário no país é vista com muito otimismo. Segundo a pesquisa do GEM (2010, *apud*. GRECO et al., 2010), o empreendedorismo por oportunidade mostra-se com mais força no país.

Observa-se na figura 2, que em 2010 para cada empreendedor por necessidade havia outros 2,1 empreendedor por oportunidade no país.

Figura 2 – Empreendedores iniciais segundo necessidade, oportunidade e razão entre oportunidade e necessidade – Grupo de países – 2010 - Taxas (%)

Grupo de Países	Necessidade			Oportunidade			Razão entre oportunidade e necessidade		
	Máximo	Mínimo	Média	Máximo	Mínimo	Média	Máximo	Mínimo	Média
Todos os países participantes	19,7	0,3	3,6	31,8	2,0	7,8	11,2	0,6	2,2
Impulsionada por fatores	19,7	0,9	7,7	31,8	3,1	14,3	9,4	0,8	1,8
Impulsionados pela eficiência	8,2	0,6	3,6	21,1	2,5	7,8	7,1	0,6	2,2
Impulsionados pela eficiência (América Latina)	8,2	2,0	4,7	21,1	8,1	11,8	5,8	1,5	2,5
Impulsionada pela inovação	2,6	0,3	1,1	6,8	2,0	3,9	11,2	1,5	3,5
Brasil	5,4			11,9			2,1		

Fonte: Pesquisa GEM (2010, *apud* Greco, et al. 2010). In:<<http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=1130>>

Vale ressaltar que existe forte relação entre a taxa de desemprego e o empreendedorismo por necessidade, e em 2010 houve uma diminuição desta taxa acompanhada do aumento dos trabalhadores formais na economia nacional. Assim, muitos dos brasileiros que iniciariam uma atividade empreendedora por necessidade conseguiram encontrar um emprego. Em consequência disso, houve elevação do percentual de empreendedores por oportunidade no país. (GRECO et. al, 2010)

É interessante também verificar, através do fator motivação, a faixa etária que se apresenta com maior percentual de empreendedores iniciais na relação necessidade/oportunidade no país.

A figura 3 indica esse percentual:

Figura 3 – Empreendedores iniciais por motivação segundo faixa etária e razão oportunidade/necessidade – Brasil – 2010 – Taxas (%)

Faixa Etária (anos)	TEA	MOTIVAÇÃO		Razão oportunidade / necessidade
		Oportunidade	Necessidade	
18 a 24	17,4	10,7	6,3	1,7
25 a 34	22,2	16,8	5	3,4
35 a 44	16,7	12,4	4,3	2,9
45 a 54	16,1	8,9	7,2	1,2
55 a 64	9,5	5,3	4,2	1,3
Todas as faixas	17,5	11,9	5,4	2,2

Fonte: Pesquisa GEM (2010, apud Greco, et al. 2010). In:< <http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=1130>>

Verifica-se que o maior percentual na razão oportunidade/necessidade foi o representado pela faixa etária entre 25 a 34 anos. Para analisar e entender o porquê desse resultado nesta respectiva faixa etária, toma-se como base a citação de Dolabela (2008, p.46):

“Neste início de século, o Brasil, como outros países, apresenta um quadro em que o emprego não é visto mais pelo jovem como um projeto de vida. Em nossa pesquisa junto a estudantes, este dado aparece como posição quase unânime e significa uma grande mudança em relação às gerações anteriores, cujo sonho era conseguir emprego no governo ou em uma grande empresa, de preferência multinacional. Esta percepção é decorrente do duro confronto do jovem com a realidade do mundo do trabalho, em que, além de a oferta de emprego estar reduzida e os salários, baixos, a instabilidade passa a ser a regra.

De uma forma o jovem já percebeu o que ele não quer: o emprego.(...)”

Atualmente, as novas gerações buscam a realização profissional como uma forma de realização pessoal, ou seja, há o desejo de sentir-se bem no seu ambiente de trabalho.

Esse fator motiva e incentiva o aumento do empreendedorismo por oportunidade, todavia para empreender no Brasil ainda encontram-se muitas dificuldades.

Nesse contexto, o Brasil precisa otimizar o seu empreendedorismo de oportunidade através de políticas públicas de longo prazo cujo o foco seja a consolidação do processo empreendedor. Assim, é preciso implantar uma cultura empreendedora no país. Neste aspecto, para um melhor desenvolvimento desse tipo de empreendedorismo é imprescindível (Dornelas, 2005, p.29):

“a quebra de um paradigma cultural de não valorização de homens e mulheres de sucesso que têm construído esse país e gerado riquezas, sendo eles os grandes empreendedores, que dificilmente são reconhecidos e admirados. Pelo contrário, muitas vezes são vistos como pessoas de sorte ou que venceram por outros meios alheios à sua competência. Isso deverá levar ainda alguns anos, mas a semente inicial foi plantada.[...]”

No Brasil existem muitos casos de empreendedores que souberam aproveitar as oportunidades e desenvolveram atividades que impactaram profundamente o desenvolvimento econômico e social do país.

Para quem deseja iniciar-se em alguma atividade empreendedora e busca inspirações em que já fez história, apresenta-se a seguir dois casos de empreendedores de sucesso.

## 4. HISTÓRIAS DE EMPREENDEDORES DE SUCESSO

As histórias apresentadas a seguir contam a vida de dois empreendedores de sucesso:

- Attilio Fontana, responsável pela criação da empresa de alimentos Sadia e;
- Valentim dos Santos Diniz, fundador do grupo Pão de Açúcar.

Ambos foram escolhidos considerando o perfil altamente empreendedor de cada um. Suas trajetórias servirão para os leitores evidenciarem as características pertinentes a um empreendedor de sucesso.

### 4.1. Attilio Fontana

A história desse empreendedor é fascinante. A tarefa de resumir os seus grandes feitos não é fácil. A história a seguir teve como base o seu memorial e tem o intuito de levar o leitor a conhecer, refletir e aprender sobre a sagacidade de um grande empreendedor e líder:

Attilio Francisco Xavier Fontana nasceu no Rio Grande do Sul no dia 7 de agosto de 1900. Seus pais imigraram ao Brasil em 1888. Após dois anos de trabalho, conseguiram

comprar um sítio em Arroio Grande – RS, onde se dedicaram a lavoura, sobretudo de alfafa.

Por volta de 1913, seu pai era um próspero produtor de alfafa e atendia a granjeiros da região. A entrega era feita de carroça por Attilio e seu irmão Domingos. Foi nessa ocasião que Attilio conseguiu formalizar o seu primeiro “contrato de negócio”, o qual consistia em suprir alguns vizinhos de produtos escassos ao lugarejo, como ovos e galinhas. Assim, ao longo de 8 meses, Attilio comprava e vendia produtos para aqueles granjeiros. No final da empreitada, obteve o seu primeiro lucro 24 mil réis.

Attilio identificava as oportunidades de maneira única. Por exemplo:

“Certa vez, uma viúva vizinha de sua família precisou desfazer-se de uma bezerrinha. De imediato o jovem Fontana resolveu comprar o animal em sociedade com um irmão. Em pouco tempo, a novilha cresceu, engordou e teve duas crias. A primeira ficou com Attilio; a segunda foi vendida com a mãe por um bom preço”. (in: [http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia\\_attilio1.php](http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia_attilio1.php))

Attilio cursou até o terceiro ano primário apenas, mas nessa época, já era perceptível o seu tino para o negócio. Seu pai sempre ensinou aos filhos a atividade de lavoura. A vida no campo era sacrificada. Certa ocasião, o pai de Attilio comprou uma prensa de aço e foi a curiosidade do garoto Attilio que o transformou em um excelente enfardador de alfafa. Isso lhe abriu as portas para o primeiro emprego.

Em 1921, com 21 anos de idade, morre seu pai. Após esse fato, mudou-se para Santa Catarina e conseguiu um trabalho para enfardar alfafa. Em pouco tempo, o patrão de Attilio percebeu o seu grande potencial para os negócios e ofereceu-lhe sociedade para a comercialização de alfafa. Por falta de habilidades comerciais, o patrão de Attilio decidiu vender a sua casa de comércio. Attilio se interessou pelo negócio. Para conseguir o dinheiro necessário, ele recorreu a uma família amiga para comprar o comércio.

“Para tanto, seria necessário fazer uma viagem a São Paulo e, com o intuito de torná-la mais lucrativa, Attilio convence o patrão a adquirir, em sociedade, um lote de 38 porcos que seriam vendidos na região paulista de Osasco. Mas a idéia não foi nada feliz. Devido a um excesso de oferta, os preços dos suínos despencaram, e patrão e empregado amargaram um grande prejuízo. Tisian ficou bastante irritado, porém Attilio tomou o acontecido como um desafio: “Pois saiba o senhor que os próprios porcos é que vão cobrir o meu prejuízo”.

Em parte a viagem a São Paulo tinha dado certo. A família Fuganti adquiriu o estabelecimento de Tisian, mas não deu a esperada participação nos negócios ao intermediário. Attilio continuou sendo empregado, porém recebeu licença para negociar a alfafa com os colonos da região, recebendo por isso alguma comissão. Paralelamente, vendia e comprava suínos. Assim, começou a juntar certa quantia de dinheiro e, em 1924, comprou um pequeno hotel. (in: [http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia\\_attilio2.php](http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia_attilio2.php))

Posteriormente, o hotel foi transformado em loja, graças à sociedade formada com seu sogro e ao apoio dos agricultores vizinhos. A implantação de várias inovações, como comprar diretamente com as matrizes atacadistas, alavancou rapidamente o novo negócio.

Inconformado com o prejuízo da venda dos porcos, Attilio compra outro lote de suínos e dessa vez, com o seu tino empreendedor e aproveitando-se da alta no preço de animais, consegue mais sucesso. A venda com suínos rendeu-lhe a participação de uma sociedade em uma empresa de comercialização de suínos com sede em Osasco e uma filial em Itararé.

Nessa fase, tanto as casas de comércio como o negócio com suínos cresciam vertiginosamente e a família Fuganti que, anteriormente, não tinha dado a participação dos negócios para Attilio, agora o convidou para uma sociedade, que durou até 1939. Com a dissolução da sociedade, Attilio ficou com as três lojas de Santa Catarina, mas vendeu duas, ficando com a loja de Bom Retiro.

A história desse empreendedor vai muito além. Em Concórdia, Attilio recebe um convite para assumir um empreendimento industrial que estava desativado. Tal negócio era composto por três segmentos: moinho, abatedouro de suínos e um frigorífico. Os cotistas concordaram com a proposta de sociedade com 50% para Attilio administrar o negócio.

Como era esperado, em pouco tempo Attilio, com suas habilidades de administração e negociação conseguiu eliminar as dívidas e gerar recursos. Assim, após dois anos de sua intervenção, em 1944, formalizou-se a S.A. Indústria e Comércio Concórdia, tendo Attilio como diretor-presidente.

“Um de seus primeiros atos foi juntar as iniciais do nome da empresa, correspondentes à expressão "sociedade anônima", à última sílaba de Concórdia. Estava criada a marca Sadia, sinônimo de uma das maiores indústrias alimentícias da América Latina (...) Ainda em 1944, depois do falecimento de sua mãe, Attilio Fontana mudou-se para Concórdia e continuou a trabalhar seguindo três alicerces básicos, nos quais sempre acreditou: o respeito ao trabalho do homem, o cuidado com a terra e a valorização da técnica” (in: [http:// www.memorialattiliofontana.com.br/historia\\_attilio6.php](http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia_attilio6.php)).

A partir daí, a marca Sadia passou por processos de intenso crescimento e consolidação. Mesmo na década de 60, com a radicalização do governo militar no Brasil e com uma inflação galopante, Attilio não parou de empreender.

Em 1964 foi inaugurada a empresa Frigobrás – Companhia de Frigoríficos em São Paulo, com foco para a expansão e diversificação de produtos e serviços, inclusive exportação. Na década de 70, os produtos da Sadia já chegavam na Europa, Arábia, Ásia e os países da América Latina.

Attilio também atuou e influenciou o processo político da cidade de Concórdia e do estado de Santa Catarina. Foi vereador, prefeito, deputado, senador, vice-governador, sempre atuando, influenciando e modificando o status quo da sua comunidade, através da sua liderança visionária.

“O nosso menino vendedor de bolachas, ex-enfardador de alfafa, sonhou alto e voou longe. Atualmente a Sadia lança uma média de quarenta novos produtos por ano, possui doze unidades produtoras, dezoito filiais comerciais, emprega mais de 30 mil funcionários, e, em 1999, seu faturamento atingiu R\$ 3,14 bilhões.(...) (in: [http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia\\_attilio8.php](http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia_attilio8.php))

Vale ainda citar a conclusão do seu memorial:

“Foram 28 anos de vida pública e oitenta de trabalho árduo. Attilio Fontana faleceu em 15 de março de 1989 deixando oito filhos, 26 netos e um grande legado. Se fosse vivo, estaria completando, em 2000, cem anos, e na certa teríamos ainda um Attilio ativo, como sempre foi, e cheio de idéias. Um visionário, um homem obstinado pelo trabalho, atento às mudanças e às novidades que impulsionam os tempos rumo ao futuro. (in: [http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia\\_attilio10.php](http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia_attilio10.php))

#### 4.2. Valentim dos Santos Diniz

“Seu Santos” o homem que seguira seu destino, sem medo do desconhecido dono de anseios por coisas grandiosas já na adolescência sonhava em ter o próprio negócio.

Ficou dividido entre a terra natal e o Brasil, não resistiu aos encantos do nosso país, e ficou com a 2ª opção.

Valentim era um rapaz de trato diferenciado, a frente de seu tempo que não queria adequar-se aos costumes da maioria que seguira à lavoura, não era seu destino fazer como os outros.

Aos 16 anos adquire função dupla no empório assim denominado “Real Barateiro”, e logo se transporta a atender o balcão onde viria a deparar-se com sua futura esposa que após nove meses de casada daria a luz ao primeiro filho Abílio Diniz, que hoje está no comando das empresas. Empresas que tiveram início com pequeno capital e muito comprometimento.

Valentim tinha facilidade em identificar novas oportunidades. Quando finalizou a primeira sociedade, mal sabia, mas deu o salto para tornar-se um grande empreendedor.

Aos 7 de setembro de 1948 fundou a “Doceira Pão de Açúcar”, batizada com esse nome justamente por ter sido aquela primeira e mais marcante imagem ao chegar no Brasil.

“Os serviços da Doceira Pão de Açúcar inovam por oferecer buffet, doces e salgados que possuíam embalagens diferenciadas, especialmente para a empresa, além de eventos sociais, como batizados, casamentos, noivados, entre outros.

A Doceira Pão de Açúcar fica conhecida pelo dinamismo e qualidade no atendimento. Seu Santos mantém forte vínculo com seus clientes, interagindo com eles e querendo sempre saber mais sobre a qualidade dos produtos e o atendimento, buscando sempre melhorar seu negócio.” (in: <http://www.grupopaodeacucar.com.br/o-grupo/historia/sobre-o-fundador/sobre-o-fundador-1.htm>)

Em menos de um ano a doceira desenvolve grande potencial, já estando com três filiais abertas no coração de São Paulo.

“Em 1959, “Seu Santos” investe no segmento de autosserviço e, ao lado da Doceira, adquire algumas casas antigas que, no mesmo ano, deram lugar ao primeiro

supermercado da rede.

No dia 14 de abril de 1959, com a ajuda de seu filho mais velho, Abílio, então com 19 anos, inaugura o Supermercado Pão de Açúcar, primeira das diversas lojas que estariam por vir. Sua visão empreendedora e o gosto pelo negócio logo se transformam em novas lojas, que são abertas inclusive em locais onde ainda não existiam, como em shopping center e no litoral.

O interior paulista também é agraciado com os supermercados Pão de Açúcar, trazendo um novo desafio a Seu Santos: administrar a distância. Fato esse que não foi empecilho para o crescimento da rede, com qualidade e segurança.(...)” (in: <http://www.grupopaodeacucar.com.br/o-grupo/historia/sobre-o-fundador/sobre-o-fundador-1.htm>)

Só em 1969 “Seu Santos” tem a oportunidade de presentear sua terra natal com a abertura de lojas em Portugal, Angola e Espanha.

Qualidades cercavam o caráter e a personalidade desse grande empreendedor que não só foi pioneiro em criar negócios no exterior, mas com a sua criatividade que ia além, criou um conceito inovador de autosserviço o hipermercado, que perdura até hoje.

“O Grupo Pão de Açúcar consolida-se como uma grande potência varejista. Sempre com pulso firme e carismático, “Seu Santos” atua na presidência da companhia até 1995, quando Abílio assume o posto já com a empresa de capital aberto. Seu Santos passa a ser chairman, presidente do Conselho de Administração, e em 2003 assume como presidente honorário.

Em 2005 celebra a trajetória vitoriosa do Grupo Pão de Açúcar com a inauguração da exposição que conta a história do empresa.

Até 2007, ainda era possível encontrar o “Seu” Santos em visitas às lojas, conversando com clientes e funcionários e também na sede do Grupo, na Avenida Brigadeiro Luis Antonio, em São Paulo. O fundador de uma das empresas pioneiras do varejo no País faleceu no dia 17 de março de 2008 e deixou seu legado para história do comércio brasileiro.” (in: <http://www.grupopaodeacucar.com.br/o-grupo/historia/sobre-o-fundador/sobre-o-fundador-1.htm>)

Quem diria que um nome simples viria a tornar-se um marco no empreendedorismo nacional.

A partir das histórias apresentadas identificamos que os empreendedores são pessoas que possuem características e habilidades diferenciadas.

Para identificar tais características é necessária uma abordagem mais significativa do comportamento empreendedor.

### 4.3. Características do perfil empreendedor

As histórias vistas anteriormente dos empreendedores Attilio e Valentim, abrem discussão para entender quais são as reais características e habilidades que uma pessoa precisa ter e desenvolver para que se torne um grande empreendedor.

Com o intuito de desvendá-las aos leitores, propõem-se algumas das características encontradas na literatura:

Segundo Chiavenato (2008, p.7) “o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades.”

Para Drucker (2003) o espírito empreendedor não é um traço de personalidade, pois é possível observar pessoas das mais variadas personalidades e temperamentos desempenharem-se bem como empreendedores. Para ele o que diferencia os indivíduos é assumir a responsabilidade sobre a incerteza de uma tomada de decisão. A atividade empreendedora (...) “é um comportamento, e não um traço de personalidade. E suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição.” (DRUCKER, 2003, p.34)

Com uma concepção diferente de Drucker, Fillion (1997a, *apud* DOLABELA, 2008, p.72) diz que o empreendedor “tem forte intuição: como no esporte, o que importa não é o que se sabe, mas o que se faz.”

Chiavenato (2008) enfatiza a existência de três características básicas para identificar o espírito empreendedor:

- Necessidade de realização;
- Disposição para assumir riscos;
- Autoconfiança.

Do ponto de vista de Dornelas (2005) o empreendedor destaca-se com um número maior de características sendo elas:

- São visionários;
- Sabem tomar decisões;
- Sabem explorar ao máximo as oportunidades;
- São otimistas e apaixonados pelo que fazem;
- São independentes e constroem o próprio destino;
- São líderes e formadores de equipe;
- São bem relacionados (networking);
- Possuem conhecimento;
- Assumem riscos calculados;
- Criam valor para a sociedade.

Após apresentar diversas concepções sobre as características empreendedoras, os autores corroboram o assunto com a apresentação das características consideradas por eles como sendo essenciais a um empreendedor. Utilizando os casos apresentados anteriormente como embasamento e respaldo necessário.

Como mostra a tabela 2:

Tabela 2 – Características dos empreendedores de sucesso: Attilio Fontana e Valentim dos Santos Diniz.

<b>Características Empreendedoras</b>	<b>Attilio Fontana</b>	<b>Valentim dos Santos Diniz</b>
Têm iniciativa	Intermediou a venda do comércio de seu primeiro empregador.	Busca locais maiores que o seu vilarejo.
Não obedecem a padrões	Compras de atacadistas quando os demais lojistas compravam de caixeiros-viajantes.	Contrário aos outros viajantes começa a trabalhar no comércio.
Identificam oportunidades	Achou viável transformar o hotel em loja.	Com economias guardadas mais o dinheiro ganhado da loteria por sua esposa, abre seu primeiro negócio uma mercearia.
São bem relacionados	Foi convidado pelo prefeito de Concórdia e os cotistas a administrar um empreendimento.	Seu ex-patrão o convida para ser sócio em uma panificadora.
Inovam	Inova até na montagem das prateleiras de sua loja.	Inova oferecendo serviço de buffet e produtos diferenciados na Doceira Pão de Açúcar.
Comprometimento	Longas jornadas de trabalho, 16 horas por dia.	Mantém forte vínculo com seus clientes, procurando sempre saber sobre a qualidade dos produtos e atendimento.
Capacidade incomum de trabalho	Continuou como empregado negociava alfafa e vendia e comprava suínos.	Em 1952 inaugura mais duas filiais da Doceira no centro de São Paulo.
Visão de futuro	Começa a vender os produtos a preços mais baixos e conquista sua clientela.	Investe no segmento de autosserviço e inaugura o supermercado Pão de Açúcar tempo depois cria o conceito de hipermercado.
Capacidade de diferenciar-se	Tino para os negócios e alto poder de persuasão.	Inaugura filial, em shopping Center e litoral, locais onde não existiam.
Pró - atividade	Aprende a operar a prensa de aço e se torna um excelente enfardador de alfafa.	Aprende a administrar a distância.

A tabela conseguiu evidenciar de forma real as características presentes nesses dois grandes empreendedores, sendo essas essenciais para o progresso de seus negócios.

Sem trabalhar com a possibilidade de algo dar errado, acreditaram em seu potencial, seguiram os seus sonhos e conquistaram de forma magnífica o sucesso.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo mostra a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento de uma nação. A atividade empreendedora é o resultado da iniciativa do empreendedor, impulsionada pelo reconhecimento da oportunidade, que resulta em um empreendimento lucrativo. O empreendedorismo quando ocorre por oportunidade contribui ainda mais para criação de empresas consolidadas e com maiores chances de sucesso, pois o indivíduo expressa toda sua vontade em empreender como forma de sua realização pessoal e empenha-se ao máximo para alcançar o seu sucesso.

O empreendedor é dotado de criatividade, imaginação e entusiasmo, sendo capaz de identificar oportunidades e aproveitá-las como ninguém por ser um exímio visionário.

O cenário brasileiro de empreendedorismo mostra-se em constante melhora com um percentual interessante de empreendedores iniciais, destaca-se com um elevado número de empreendedores de oportunidade. É fato que o país precisa investir na propagação do empreendedorismo de qualidade, pois o percentual de empresas que encerram suas atividades logo nos primeiros anos de vida é elevado. Consequência das dificuldades ainda encontradas pelos empreendedores no país que sofrem com a falta de políticas públicas, e com a burocracia para a abertura de uma empresa.

Ainda assim no Brasil, existem histórias evidentes de empreendedores de sucesso como foi visto nos casos apresentados. Pessoas que através do desejo de empreender e de seu comprometimento com o seu sonho destacaram-se através do tino para os negócios, da iniciativa, da criatividade, da capacidade de diferenciar-se e da imensa disposição para o trabalho comprovando que essas características são essenciais para quem deseja seguir no caminho.

## REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. ISBN 9788502067448.
- \_\_\_\_\_. Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 - 7ª Reimpressão.
- DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 9788575424032
- \_\_\_\_\_. O Segredo de Luísa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 97885754233873
- DORNELAS, José Carlos Assis. Transformando idéias em negócios. 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 9ª reimpresão. ISBN 853521500X
- DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios / Peter F. Drucker; tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003. ISBN 8522100853.
- GRECO, Silmara Maria de Souza Silveira et al. Empreendedorismo no Brasil:2010. Curitiba: IBQP, 2010. ISBN 9788587466145. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=1130>> Acesso em: 12. set. 2011 às 15h47min.
- Historia de Attilio Fontana. Disponível em: <[http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia\\_attilio2.php](http://www.memorialattiliofontana.com.br/historia_attilio2.php)> Acesso em: 12. set. 2011 às 16h04min.
- Historia de Valentim dos Santos Diniz. Disponível em: <<http://www.grupopaodeacucar.com.br/o-grupo/historia/sobre-o-fundador/>> Acesso em: 12. set. 2011 às 13h10min.
- Revista Época, Capacitação faz taxa de mortalidade de pequenas empresas diminuir, aponta pesquisa. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI165991-16357,00CAPACITACAO+FAZ+TAXA+DE+MORTALIDADE+DE+PEQUENAS+EMPRESAS+DIMINUIR+APONTA+PE.html>> Acesso em: 11 set. 2011 às 18h25min.

VENTURI, James Luis. Estudo das características empreendedoras dos proprietários de restaurantes na cidade de Itapema, conforme a abordagem de David McClelland, 2003. Dissertação – Programa de Pós-Graduação em Strictu Sensu, Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí em Balneário Camboriú. Disponível em: <[http://www6.univali.br/tede/tde\\_arquivos/2/TDE-2005-12-08T143811Z-7/Publico/James%20Luiz%20Venturi.pdf](http://www6.univali.br/tede/tde_arquivos/2/TDE-2005-12-08T143811Z-7/Publico/James%20Luiz%20Venturi.pdf)> Acesso em: 11 set. 2011 às 09h11min.

---

*Caroline Valquíria Moura da Cunha*

Possui MBA em Gestão de Pessoas pela Universidade Anhanguera e graduação em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade de Taubaté (2000).