

## Área temática: Administração Geral

### EMPREENDEDORISMO E EMPRESAS FAMILIARES: REFLEXÕES SOBRE A PESQUISA

#### AUTORES

**GEVERSON GRZESZCZESZYN**

Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO  
professorgeverson@yahoo.com.br

**HILKA VIER MACHADO**

Universidade Estadual de Maringá - UEM  
hilkavier@yahoo.com

#### RESUMO

A ênfase nos estudos sobre empreendedorismo é cada vez maior e, entre tais estudos, enquadram-se os sobre empresas familiares, que, por sua vez, apresentam-se historicamente como propulsoras das economias da grande maioria dos países, inclusive do Brasil. Apesar das pesquisas sobre tais temas serem numerosas, a teoria parece avançar a passos lentos. Este estudo, um ensaio teórico, tem como objetivo propiciar uma reflexão sobre a pesquisa em empreendedorismo e em empresas familiares. Analisando estudos sobre empresas familiares, observa-se que poucos são os padrões conceituais estabelecidos, o que gera uma diversidade de estudos, sem uma convergência teórica e metodológica. Dentre outras considerações, este estudo aponta a necessidade de refinamento dos processos metodológicos; a ênfase em pesquisas que abordem processos e não simplesmente fenômenos isolados; a execução de estudos longitudinais; a consideração de perspectivas psicodinâmicas; e o trabalho colaborativo entre os pesquisadores, seja em âmbito nacional ou internacional. Tais ponderações tornam vasto e desafiador o campo da pesquisa em empreendedorismo e empresas familiares.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo, Empresa Familiar, Pesquisa.

#### ABSTRACT

The emphasis in the studies on entrepreneurship is every time larger and, among such studies, they are framed on family companies, that, for your time, they come historically as generation of the savings of the great majority of the countries, besides of Brazil. In spite of the researches on such themes be numerous, the theory seems to move forward to slow steps. This paper, a theoretical rehearsal, has as objective propitiates a reflection on the research in entrepreneurship and in family companies. Analyzing studies on family companies, it is observed that few are the established conceptual patterns, what generates a diversity of studies, without a theoretical and methodological convergence. Among other considerations, this paper points the need of refinement of the methodological processes; the emphasis in researches that approach processes and not simply isolated phenomena; the execution of longitudinal studies; the consideration of perspectives psychic-dynamics; and the collaborate work among the researchers, be in ambit national or international. Such considerations turn vast and challenging the field of the research in entrepreneurship and family companies.

**Key-words:** Entrepreneurship, family companies, researches.

## **1 INTRODUÇÃO**

Para Sexton e Landstrom (2000) as maiores mudanças na política e política pública mundial incluem:

1. Reconhecimento crescente dos negócios como o principal componente das economias em desenvolvimento.
2. Mudanças de economias fechadas/controladas para de livre mercado na Europa oriental.
3. Avanços nas pesquisas que tem movido o campo para adiante e identificado novos assuntos.
4. Avanços tecnológicos nas comunicações que providenciam rápidas e eficientes transferências de informação.

Tais transformações exigem constante reciclagem e reelaboração de conceitos e formas de se efetuar pesquisas, a fim de se evoluir a compreensão e proporcionar explicações mais consistentes dentro da pesquisa social. Insere-se aí também o empreendedorismo e a empresa familiar.

O empreendedorismo ocupa atualmente um lugar de destaque na agenda de estudos e pesquisas. A sua importância para a sociedade, em termos de transformações econômicas e sociais, justifica essa busca por compreensão e explicações sobre o seu processo. Um dos temas associados aos estudos em empreendedorismo é o de empresas familiares, que, por sua vez, apresentam-se historicamente como propulsoras das economias da grande maioria dos países, inclusive do Brasil.

Empresas familiares são atualmente objeto de estudo de diversas áreas, tais como: administração, economia, contabilidade e psicologia. Entretanto, apesar das pesquisas serem em grande número, permanecem ainda muitas dúvidas sobre problemas que são encontrados no interior dessas organizações. Em geral, quando se analisa os estudos sobre empresas familiares no Brasil, prevalece um enfoque em estudos de casos e poucos são os padrões conceituais estabelecidos, o que gera uma diversidade de estudos sem a convergência necessária para a criação de uma teoria do empreendedorismo ou da empresa familiar.

Nesse contexto, também no escopo da análise organizacional, várias correntes de pensamento surgiram ao longo do tempo com o objetivo de entender e explicar, dentro das limitações naturais das pesquisas, o comportamento e o contexto de empreendedores e organizações, tanto em nível micro - interno, quanto macro – externo, abordando diversas variáveis que contribuem para a criação, êxito, manutenção e fracasso organizacional. Como consequência desse fato, Reed (1999, p. 62) assinala que: "os estudiosos de organizações contemporâneos encontram-se numa posição histórica e num contexto social em que as 'certezas' ideológicas e os 'remendos' técnicos que outrora eram o suporte de sua 'disciplina' estão sendo questionados e aparentemente já começam a recuar no debate sobre a natureza da organização e quais os meios intelectuais mais adequados ao seu estudo."

Convém salientar que, neste artigo, entende-se por empresa familiar aquela que tem o controle acionário nas mãos de uma família, a qual, em função desse poder, mantém o controle da gestão ou de sua direção estratégica (WERNER, 2004).

Este trabalho procura discutir questões relevantes relacionadas a pesquisa sobre empreendedorismo e empresas familiares e os impactos em pesquisas futuras.

## **2 PROBLEMA DE PESQUISA, OBJETIVOS E METODOLOGIA**

A problemática desta pesquisa se resume na seguinte questão: considerando o número significativo de pesquisas realizadas sobre empresas familiares no Brasil, ainda que tais estudos se configurem como estudos de casos isolados, quais recomendações poderiam ser

extraídas de tais estudos, que orientassem a realização de estudos futuros na área?

O objetivo geral deste estudo foi identificar proposições de pesquisas sobre empreendedorismo e empresas familiares propostos em estudos desenvolvidos principalmente nos últimos cinco anos. Buscou-se ainda: i) identificar as formas conceituais adotadas para empresas familiares; ii) apontar diversidade e suas conseqüências no desenvolvimento da pesquisa; iii) descrever as proposições de estudos futuros feitas por pesquisadores do tema.

Trata-se de um ensaio teórico, balizado fundamentalmente em referências, documentos, revistas, periódicos e anais de eventos científicos.

### **3 O EMPREENDEDORISMO E EMPRESAS FAMILIARES: REFLEXÕES SOBRE A PESQUISA**

#### **3.1 Refletindo sobre a pesquisa em Empreendedorismo**

Na pesquisa de um determinado assunto é importante que se estabeleçam os conceitos que nortearão o estudo. No caso do fenômeno do empreendedorismo, isso também é necessário. O empreendedorismo, como campo de pesquisa, apresenta-se vasto e desafiador, pois muitos dos seus aspectos ainda precisam de conceituação. Tanto que, o próprio empreendedorismo não possui um conceito unificado para todos os estudos, e nem se pode afirmar que isso seja necessário, tendo em vista a multiplicidade e, ao mesmo tempo, a complexidade de aspectos que envolvem o empreendedorismo.

Entretanto, tal fato não significa que o empreendedorismo seja apenas uma percepção das pessoas que o estudam. Conforme afirma Davidsson (2004), o fenômeno do empreendedorismo é verdadeiro, ele existe. O que acontece é que parece haver um jogo de palavras sem consenso em torno do seu conceito. Algumas variações nos conceitos são pequenas e sem importância, outras são significativas e merecem muita atenção, porque podem contribuir para a pesquisa ou, em outros casos, confundir o pesquisador. Assim, os pesquisadores precisam refletir sobre o seu objeto de estudo, deve-se saber sobre o que está se pesquisando, a que realidade social e cultural refere-se o estudo.

Dentre os vários exemplos que Davidsson (2004, p. 1-2) aponta, baseado em pesquisas de diversos autores, o empreendedorismo está associado a: novos entrantes (LUMPKIM e DESS, 1996); criação de novas organizações, criação de valor, crescimento, singularidade, gerente-proprietário (GARTNER, 1988; 1990); criação de novas empresas (LOW e MACMILLAN, 1988); obtenção de vantagem pela combinação de recursos de forma que gere impacto no mercado (WIKLUND, 1998); processo de criação de algo diferente, com valor, pela aplicação necessária de tempo e esforço, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais, e recebendo as recompensas econômicas e satisfação pessoal (HISRISCH e PETERS, 1989); inovação (SCHUMPETER, 1934).

Ressalte-se ainda que Kirzner (1983 apud DAVIDSSON, 2004) apresenta uma compilação de vários papéis atribuídos ao empreendedor por teóricos econômicos. Tais papéis são representados como pessoa que assume riscos, inovador, tomador de decisão, coordenador, organizador ou preenchedor de *gaps*, líder provedor, especulador, empregador, possuidor de informações, e, alerta para oportunidades negligenciadas no mercado.

De forma complementar, Morris, Lewis e Sexton (1994 apud DAVIDSSON, 2004) ao fazerem uma análise de artigos científicos e bibliografias, mostram alguns vocábulos mais comuns usados para se referir ao empreendedorismo, dentre eles: início, formação, criação; novos negócios; inovação, novos produtos, novos mercados; perseguição de oportunidades; risco, gestão de risco, incerteza; busca de lucros e vantagens pessoais; novos métodos de produção; gestão, coordenação de recursos, e, criação de valor.

Diante dessa variedade de conceitos e formas de se expressar empreendedorismo ou o

empreendedor nos estudos e pesquisas, Davidsson (2004) ainda questiona se o empreendedorismo é um fenômeno humano ou econômico? Refere-se apenas a pequenas empresas ou grandes também? Está relacionado à racionalidade ou sorte? É resultante de características inatas ou não? Diz respeito apenas à inovação ou também à imitação? O risco é necessário ou não? Diz respeito à criação de oportunidades ou exploração delas? O autor finaliza conceituando o empreendedorismo como o processo competitivo que dirige o processo de mercado, baseado em Kirzner (1973). Gartner (1990) já mostrara que o empreendedorismo é uma idéia complexa, ao estudar vários temas que caracterizam o empreendedorismo.

Davidsson (2004) apresenta também os três níveis do empreendedorismo, o nível do impacto no sistema econômico, o nível da novidade para o mercado e o nível da novidade para o ator, ou as ações do empreendedor. Tais ponderações evidenciam a necessidade de o pesquisador ter o cuidado em definir quais são as suas formas de perceber e compreender o empreendedorismo, afim de que possa estar seguro quanto à pesquisa a ser executada, bem como os resultados específicos de seu estudo e as falhas as quais pode vir a incorrer, se não tiver claro o entendimento de que o empreendedorismo é um fenômeno complexo.

Aldrich (2000), ao analisar as diferenças de estudos entre nações, sugere a existência de divergências substanciais entre e na comunidade de pesquisa americana e européia e que se promova a difusão internacional de mecanismos para espalhar informações sobre diferenças e similaridades por toda parte da comunidade de pesquisa global. O autor apresenta algumas similaridades e diferenças relacionadas à pesquisa em empreendedorismo, como o fato de que em cada continente a pesquisa em empreendedorismo e em organizações tem se desenvolvido de forma isolada uma da outra, resultando em duplicidade e algumas disputas, que antes eram caracterizadas pela teoria organizacional; forte orientação normativa e prescritiva na América do Norte e Europa; a pesquisa em empreendedorismo está historicamente focada mais na descrição que testes de hipóteses, apesar de significantes mudanças aparentes; em cada região, pesquisadores têm focado principalmente no estabelecimento organizacional, antes que no processo de fundação.

Nessa perspectiva, a pesquisa em empreendedorismo necessita evidenciar o processo do empreendedorismo (DAVIDSSON, 2004), além do simples fenômeno, o qual muitas vezes é analisado apenas por simplificações numéricas de escalas de questionários. Por conseguinte, o processo mostra a história longitudinal, com altos e baixos, momentos críticos de estagnação e momentos de êxito, e não somente fenômenos isolados, como a abertura do negócio ou o sucesso no lançamento de um produto inovador.

Davidsson (2004) alerta para os papéis da teoria no processo de pesquisa. Existem dois principais papéis da teoria no processo de pesquisa. Basicamente para guiar o desenho e/ou análises dos estudos empíricos e para interpretar os resultados da pesquisa empírica ou outras observações empíricas. É necessária a abstração e o discernimento. Existem diferentes definições e descrições do que é necessário para algumas coisas serem qualificadas como teoria, entretanto, alguns pontos podem ser citados, como uma boa definição, abstraindo conceitos; uma abordagem específica relacionada entre esses conceitos; e uma melhor profundidade no entendimento do porquê da existência dos relacionamentos e o que eles implicam.

Entretanto, é importante que se faça uma consistente operacionalização ou “tradução” de conceitos teóricos para a mensuração de variáveis empíricas. Validade e confiança são assuntos imprescindíveis. Uma pesquisa com erros recorrentes terá falsos relacionamentos entre as variáveis. Se não há confiabilidade, pode-se encontrar fracos relacionamentos onde existem grandes relacionamentos (DAVIDSSON, 2004), ou seja, pode-se ter falsos resultados.

Ressalte-se que atrelada a essa discussão, a amostra deve ser representativa, para

abranger os níveis de análise significativos para a consecução dos resultados da pesquisa. Assim, se a avaliação do comportamento empreendedor é feita a partir de variáveis como atitudes, percepções, normas, tem-se uma frustração: de onde vem essas variáveis? Se a explicação do empreendedorismo é realizada com variáveis distantes do nível individual, então o empreendedorismo tem que ser amplamente operacionalizado e avaliado sobre um longo período de tempo. Se considera-se variáveis pessoais para explicar o comportamento comercial ou empreendedor, então todas as atividades empresariais podem ser compreendidas assim. Enfim, quando se escolhe um nível individual de análise, talvez outras variáveis – sobrevivência, finanças, tamanho – deveriam ser consideradas (DAVIDSSON, 2004).

Na operacionalização no nível do novo negócio, diversas variáveis podem ser usadas, como recursos (capital financeiro; capital físico; capital humano - trabalho, conhecimento declarado, conhecimento de procedimentos, compromisso; e, capital organizacional - resultado de relações com outros, por onde se pode acessar importantes recursos, *networking*), idéia de risco, variáveis externas, comportamento e resultados. A pesquisa também pode ficar comprometida, pois um novo negócio está ainda se estabelecendo, e como medi-lo então? Leve-se em consideração ainda que a avaliação de ambientes hostis, dinâmicos, heterogêneos requer dados primários, assim, estados e tendências de variáveis devem ser consideradas (DAVIDSSON, 2004).

Quanto à coleta de dados, o autor afirma que pesquisas com questionários têm dado bons resultados. Ele salienta que, na operacionalização de resultados, normalmente só se avalia a criação de empresa pelo empreendedorismo, desconsiderando outras variáveis que poderiam ser importantes, como o aspecto financeiro no nível micro. Quando um pesquisador vai verificar resultados ele pode avaliar outros aspectos significativos, tais como: nível, tipo e resultados diretos e indiretos (aprendizado e satisfação pessoal, nível de performance de financiamento, efeitos de canibalização e esforços de imitação e retaliação de novos competidores), tempo de deterioração (sucesso ou insucesso), resultados absolutos positivos e negativos. O pré-teste é recomendável para evitar problemas; assim como pesquisar diretamente na empresa, treinar e simular sob supervisão. O segundo aspecto importante é que as empresas mudam com os longos períodos de tempo, mas na operacionalização em níveis agregados, os assuntos não diferem de regional para nacional. Outros cuidados incluem traduzir e checar o instrumento de pesquisa para usar em diferentes linguagens, adequando-se a cada realidade social – termos, atitudes, cultura, demografia. Ressalte-se ainda que a replicação de estudos é uma estratégia de pesquisa importante também, pois é particularmente útil para confirmar estudos anteriores (DAVIDSSON, 2004).

Além dos estudos quantitativos, na pesquisa em empreendedorismo, ênfase vem sendo dada ao estudo de caso, com os devidos cuidados como o de não ser prescritivo (PERREN e RAM, 2004). Bruyat e Julien (2000) também apontam a complexidade e heterogeneidade do fenômeno do empreendedorismo, afirmando que não se entenderá o empreendedorismo se não olhar o indivíduo, o projeto, o ambiente e seus *links* ou inter-relacionamentos ao longo do tempo.

Da mesma forma, Gartner (1985) recomenda que o empreendedorismo, mais especificamente o fenômeno de criação de novos empreendimentos, seja estudado olhando-se quatro aspectos principais e suas interações, a saber: as características do indivíduo que inicia o negócio, a organização que ele criou, o ambiente que circunda o negócio e o processo pelo qual o empreendimento é criado.

Shane (2000) apresenta algumas proposições baseadas na exploração de oportunidade, afirmando que não é igualmente provável que todos os indivíduos reconheçam uma determinada oportunidade empresarial. As pessoas podem descobrir, e descobrirão, oportunidades empresariais sem as procurarem ativamente. O conhecimento anterior do empreendedor sobre mercados influenciará a descoberta de quais mercados entrar para

explorar uma nova tecnologia; o conhecimento anterior do empreendedor sobre como servir mercados influenciará a descoberta de como usar uma nova tecnologia para servir um mercado; e ainda, o conhecimento anterior do empreendedor de problemas de clientes influenciará a descoberta de produtos e serviços para explorar uma nova tecnologia.

Shane e Venkataraman (2000) afirmam que a posse de informações anteriores e as propriedades cognitivas são elementos que contribuem para a descoberta da oportunidade por algumas pessoas e não outras. Nesse contexto, Kirzner (1997) faz uma alusão ao modelo austríaco de descoberta empreendedora e o processo competitivo de mercado, no qual cita que o processo é dirigido pela ousadia, imaginação, ações especulativas dos empreendedores que vêem oportunidades para lucro puro nas condições de desequilíbrio do mercado. Por sua vez, Sarasvathy (2004) sugere que os inter-relacionamentos entre os atores geram novos mercados a partir das parcerias. Atores com conhecimento se unem para explorar novos mercados.

No tocante aos assuntos de pesquisa em empreendedorismo, Stevenson (1990) aponta para outro paradigma de pesquisa. Trata-se da pesquisa sobre mulheres empreendedoras. Esse tipo de pesquisa alicerça-se sob a premissa que há omissão e sub-representação de mulheres como objeto de pesquisa no empreendedorismo, interpretado tradicionalmente pela concentração nos setores de dominação masculina da vida social.

Sexton e Landstrom (2000) afirmam que as sugestões de necessidades de pesquisas e assuntos têm sido discutidas e continuam dentro de questões como: bases de dados que poderiam prover grandes amostras e dados longitudinais dentro de indústrias específicas; o desenvolvimento da teoria e testes que gerem direção e concepções para o campo; pesquisas qualitativas de grandes amostras com altas taxas de resposta e uma definição subjetiva do estudo permitiriam a replicação do estudo para grandes populações; abordagens colaborativas para pesquisa de empreendedorismo internacional; reconhecimento de que os *stakeholders* em empreendedorismo vão além de colegas e estudantes de academia para políticos e empreendedores praticantes.

Tais autores apresentam também uma vasta e rica lista de necessidades de pesquisas e assuntos para futuras pesquisas em empreendedorismo, dentre elas, propõem a redução das diferenças de suporte e metodologias do estudo do empreendedorismo entre a Europa e EUA, a fim de que se trabalhe com um único paradigma. Para esses autores é necessário que se desenvolvam pesquisas de cruzamentos (*intersections*) entre empreendedorismo e gestão estratégica; avaliação do impacto de políticas de empreendedorismo, financiamento, capital de risco e crescimento nos E.U.A.; financiamento e agenda de pesquisa no Canadá; estudos sobre políticas públicas na Europa sobre pequenas e médias empresas, inclusive políticas regulatórias, capital de risco e crescimento, dentre outros. Sobre franquias, Sexton e Landstrom (2000) mencionam quais questões são importantes entre franqueado-franqueador e como lidam com conflitos? Quais as diferenças do franqueado que vende franquias e aquele que vende produtos e serviços? Quais as taxas de fracasso de franqueados e como essas taxas se comparam com negócios independentes? Como deveria o franqueador adaptar-se a diferentes culturas e como tais fatores afetam a capacidade de competir?

Dessa forma, o campo de pesquisas em empreendedorismo é vasto e inclui um repertório de pesquisas realizadas, bem como possibilidades de estudos comentados sucintamente. Ressalte-se que tais possibilidades surgem na medida em que as pesquisas avançam em termos de profundidade e complexidade, o que é um processo permanente.

Em suma, verificou-se que a pesquisa em empreendedorismo requer atenção especial, dentre outros aspectos, à: operacionalização dos conceitos; realização de testes de hipóteses nas pesquisas e não somente a descrição de fatos; necessidade de se evidenciar o processo do empreendedorismo, através de estudos, por exemplo, longitudinais; importância e o papel da teoria na construção do projeto e análise dos resultados da pesquisa; amostra, a qual deve ser representativa; realização de pré-testes com os instrumentos de coleta de dados, os quais

precisam ser traduzidos para a realidade sócio-cultural local; pesquisa sobre mulheres empreendedoras; criação de bases de dados de diversos setores empresariais; pesquisa qualitativa com grandes amostras; pesquisas de cruzamentos (*intersections*) de empreendedorismo com outras áreas; abordagem colaborativa para pesquisa nacional e internacional.

### **3.2 Refletindo sobre a pesquisa em Empresas Familiares**

Quanto aos estudos relacionados às empresas familiares, convém salientar a importância das peculiaridades das organizações familiares, derivadas da inter-relação família e empresa. Os estudos sobre o tema, em geral, enfatizam mais a gestão da organização do que os laços familiares. Porém, a grande maioria das organizações, no Brasil e em outras nações, têm uma família envolvida, seja como detentora do capital e/ou à frente da sua gestão (GERSICK et al., 2006).

Saliente-se ainda que as empresas familiares correspondem a mais de 80% da quantidade das empresas privadas brasileiras, respondem por mais de 60% da receita e são responsáveis por mais de 60% dos empregos das empresas privadas no Brasil (OLIVEIRA, 1999).

Entretanto, Davel e Colbari (2003) alertam que, apesar dos indicadores favoráveis, uma visão negativa e um estado de miopia envolvem as percepções relativas ao funcionamento das organizações familiares. Daí elas terem sido, durante muito tempo, encaradas como um tipo de organização arcaica, signo de um declínio anunciado ou mesmo desejado, mediante a presença de um capitalismo administrativo dominante.

De início, uma questão importante acerca do planejamento da pesquisa sobre empresas familiares é definir o que é uma empresa familiar. Werner (2004) afirma que a definição de empresa familiar não tem sido uma tarefa fácil para autores e estudiosos do tema em função da diversidade do universo empresarial.

Leone (2005) lembra que é internacionalmente aceito que o conceito de empresa familiar agregue três grandes vertentes: no nível da propriedade, no nível da gestão e no nível da sucessão. Portanto, um dos grandes desafios do pesquisador é a opção por uma definição de empresa familiar, uma vez que diferentes conceitos como ponto de partida para a pesquisa podem oferecer diferentes resultados, a partir, inclusive, da seleção da amostra de empresas.

Inserida em um contexto repleto de ambigüidades e contradições, a pesquisa sobre organizações familiares foi conduzida mediante abordagens conceituais e metodológicas variadas. Apesar da intensificação das pesquisas sobre o tema desde a década de 1980, os resultados são ainda relativamente limitados. Muitos têm se concentrado em aspectos sucessórios, econômicos, financeiros, funcionais e evolutivos, mas muito pouco tem-se pesquisado sobre os tipos de dinâmicas subjacentes à organização familiar: dinâmicas sociais, culturais, simbólicas, políticas, emocionais, relacionais, comunicacionais, lingüísticas, temporais, comunitárias e étnicas. Portanto, o traço singular dessa modalidade de organização não seria justamente a onipresença de dimensões humanas influenciando o seu ritmo e lógica de funcionamento? Então, porque não focalizar outros conteúdos e abordagens conceituais e metodológicas para o estudo daquilo que essas organizações poderiam fornecer de original à teoria organizacional? (DAVEL e COLBARI, 2003). Tais autores ressaltam a importância das seguintes atividades para a sofisticação da pesquisa sobre organizações familiares: privilegiar o estudo de caso como estratégia de pesquisa; focalizar processos, interdependências e dinâmicas socioculturais, no lugar de entidades estáticas, elementos e estruturas isoladas; sistematizar a interação com o material empírico e a análise de observações e discursos; e desenvolver uma interpretação crítica e reflexiva dos primeiros resultados da análise preliminar.

Os autores já haviam concluído que há ricas possibilidades de pesquisas na área (DAVEL e COLBARI, 2000), tais como: estudos longitudinais, mostrando como a organização familiar se perpetua ao longo do tempo; estudos que abordem o ambiente e o contexto organizacional no qual as organizações familiares operam; estudos comparados de organizações familiares que ultrapassem e abordem as fronteiras nacionais (internacionalização de empresas familiares), culturais e étnicas; estudos que utilizem outros referenciais teóricos oriundos da teoria da família, como a fenomenologia, o interacionismo, a teoria crítica, a teoria feminista, o simbolismo; estudos que avaliem outros tipos de modelos familiares como os de família ampliada, o matriarcado, as relações de parentesco, as famílias alternativas.

Nesse contexto, se é fato que existe a inter-relação entre família e empresa, surge a necessidade então de se definir a família para a execução das pesquisas. Mas o entendimento sobre o que é uma família, seguramente, nos tempos contemporâneos, tem se alterado. Assim, surge um questionamento relevante para a pesquisa em organizações familiares: qual é o conceito de família que está sendo usado nas pesquisas sobre as empresas familiares? Machado (2005) informa que a maioria dos estudos sobre empresas familiares foi desenvolvida considerando a família patriarcal como panorama de investigação. Entretanto, a atual estrutura social, do ponto de vista das configurações familiares, apresenta-se de forma mais complexa do que duas décadas atrás, principalmente no que se refere a aspectos como: i) a distribuição de poder, resultante da queda da estrutura patriarcal; ii) a distância entre gerações, pois as pessoas tem filhos em idades mais avançadas; iii) o tamanho da família, fato observado pela redução do número de filhos. Dessa forma, há uma nova dimensão de empresa familiar, resultante dos múltiplos arranjos familiares possíveis. Essa realidade indica a necessidade de se reformular conceitos e premissas que até então orientavam o estudo de organizações familiares. A definição com clareza de quem é a família nos estudos sobre empresas familiares é uma questão epistemológica que não pode ser negligenciada (GRZYBOVSKY e LIMA, 2004).

Robichaud (2000) alerta que a vida psíquica inconsciente está marcada e influenciada pela história familiar, e que o dirigente está submetido à história familiar e pessoal, à parte inconsciente de seu ser. Waiandt e Junquillo (2005), ao constatar a intensa influência do universo familiar na dinâmica organizacional da empresa e que esta influência faz emergir representações familiares organizacionais, recomendam o estudo das representações familiares. Esse estudo abre um leque de oportunidades para o entendimento do comportamento dos demais membros da organização, já que a representação social delineia o comportamento dos membros de um determinado grupo social. Cavedon e Ferraz (2003) recomendam para as pesquisas que os valores familiares devem ser vistos de maneira contextualizada, ou seja, refletindo e, igualmente, determinando valores da sociedade local e afirmam ainda que, falar em empresas familiares, distinguindo-as somente pelo porte, corresponde a uma simplificação e a uma visão etnocêntrica.

Outra forma de analisar organizações familiares seria considerando os desenvolvimentos teóricos avançados pela sociologia da família a respeito do desenvolvimento e do ciclo de vida (BERGTSON e ALLEN, 1993; RODGERS e WHITE, 1993 apud DAVEL, SILVA e FISCHER, 2000), uma vez que o significado do desenvolvimento humano e da família, nos processos de mudança, não têm sido considerados nas pesquisas sobre empresas familiares.

Gueiros (2005), a partir de um estudo sobre organizações familiares e o aprendizado gerencial, instiga futuras pesquisas sobre os processos de aprendizagem de sucessores em organizações familiares, seus efeitos na organização, e para elaboração de estratégias preventivas que busquem facilitar a continuidade do negócio.

Também uma dimensão ausente na literatura e que afeta a lógica de desenvolvimento

das empresas familiares é a questão da cultura e do poder local. O local é uma variável de forte teor explicativo para o ciclo de vida das organizações. As organizações familiares, pelos seus ciclos de desenvolvimento e evolução, constroem não apenas a sua história, mas contribuem decisivamente para a cultura local. As empresas familiares tornam-se, definitivamente, objetos privilegiados de pesquisa suscitando o questionamento a respeito de suas capacidades de transformação, como protagonistas da cena local e co-responsáveis pelo desenvolvimento enquanto processo organizativo (DAVEL, SILVA e FISCHER, 2000).

Andrade e Grzybovski (2004), ao aplicar o modelo dos três círculos proposto por Gersick et al. (2006) em empresas familiares brasileiras, demonstram a aplicabilidade de modelos teóricos e empíricos de análise de outras culturas, como por exemplo, a norte-americana, mas, com possíveis adaptações aos contextos e culturas locais.

Mendes-da-Silva e Melo (2005) enfatizam que há uma discreta quantidade de estudos empíricos acerca das estruturas de governança corporativa empregadas pelas empresas familiares brasileiras. Assim, estas oferecem um promissor campo de pesquisas futuras, em que se pode destacar a comparação entre estruturas de governança na empresa familiar e não-familiares, bem como desenvolver estudos comparativos com outros ambientes institucionais, buscando melhor entender a situação brasileira nessa temática.

Nesse contexto, a perspectiva gerencial e empresarial necessita ser complementada, e pesquisada, por outras abordagens como a política, a histórica, a social, a psicológica, a econômica, entre outras, tendo em vista que nem todos os problemas enfrentados pela empresa familiar podem ser compreendidos e solucionados através de abordagens racionalistas/funcionalistas da administração (ROCHA, 2002).

Assim, depreende-se do exposto que a pesquisa sobre empresas familiares, não obstante os avanços e perspectivas positivas na temática, demanda atenção com relação às seguintes proposições, ora destacadas: definição com clareza do que é uma empresa familiar; definição de quem é a família; pesquisas sobre tipos de dinâmicas subjacentes à organização familiar, como dinâmicas sociais, culturais, simbólicas, políticas, emocionais, relacionais, comunicacionais, lingüísticas, temporais, comunitárias e étnicas; privilégio para estudos de casos; execução de estudos longitudinais; estudo do ambiente e o contexto organizacional das empresas familiares; estudos comparados de organizações familiares que ultrapassem as fronteiras nacionais, culturais e étnicas; uso de outros referenciais teóricos oriundos da teoria da família, como a fenomenologia, o interacionismo, a teoria crítica, a teoria feminista, o simbolismo; estudo das representações familiares; análise dos valores familiares de maneira contextualizada, local; análise de organizações familiares considerando os desenvolvimentos teóricos avançados pela sociologia da família a respeito do desenvolvimento e do ciclo de vida; pesquisas sobre os processos de aprendizagem de sucessores; pesquisas sobre as organizações familiares e o desenvolvimento local; cautela no uso de modelos teóricos e empíricos de análise de outras culturas nos contextos e culturas locais; estudos empíricos acerca das estruturas de governança corporativa; e, finalmente, nem todos os problemas enfrentados pela empresa familiar podem ser compreendidos e solucionados através de abordagens racionalistas/funcionalistas da administração.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho procurou discutir questões relevantes da pesquisa sobre empreendedorismo e empresas familiares e os impactos em pesquisas futuras.

O campo do empreendedorismo e também das empresas familiares não tem uma precisão conceitual, aceitando múltiplas definições, o que implica que o campo de pesquisa seja amplo e desafiador. Este trabalho apresentou uma reflexão sobre aspectos da pesquisa em empreendedorismo e organizações familiares.

Vale ressaltar ainda que o campo de pesquisas, tanto em empreendedorismo quanto em empresas familiares tem evoluído ao longo dos tempos. A pesquisa quantitativa oferece um apanhado de informações relevantes. Todavia, a pesquisa qualitativa permite um aprofundamento intenso das características de determinado fenômeno social. Ambas são importantes e necessárias. Talvez o uso em conjunto de ambas as abordagens possa oferecer resultados mais acurados e detalhados sobre os objetos e sujeitos da pesquisa. Destaque deve ser dado ainda aos estudos longitudinais.

Dentro da perspectiva deste estudo, e considerando-se que o assunto empresas familiares é uma das linhas de pesquisa do empreendedorismo, pode-se observar elementos de conexão entre a pesquisa em empreendedorismo com a pesquisa específica sobre empresas familiares.

Nesse sentido, é pertinente ressaltar pontos como: o estágio ainda em construção de muitos dos conceitos fundamentais para a pesquisa; a variedade de disciplinas interessadas na pesquisa, bem como a necessidade de congruência e complementaridade dos estudos; a necessidade de refinamento dos processos metodológicos da pesquisa, buscando-se mais consistência e convergência teórico-empírica; a ênfase em pesquisas que abordem processos e não simplesmente fenômenos isolados; a execução de estudos longitudinais e estudos de casos; a consideração de perspectivas psicodinâmicas; a realização de estudos que abordem questões além das fronteiras nacionais, culturais e étnicas; bem como o trabalho colaborativo entre os pesquisadores, seja em âmbito nacional ou internacional.

Dessa forma, neste trabalho foram abordadas recomendações extraídas de estudos sobre empreendedorismo e empresas familiares que orientam a realização de estudos futuros na área, bem como se discutiram as diversidades conceituais adotadas para a temática e suas conseqüências no desenvolvimento da pesquisa. Ressalte-se que a construção do conhecimento é um processo permanente. Assim, as reflexões e considerações elaboradas refletem o momento presente. As organizações mudam ao longo do tempo, a pesquisa e os seus pressupostos também se alteram. E os pesquisadores devem estar atentos a esses fatos.

## 5 REFERÊNCIAS

- ALDRICH, H. Learning together: national differences in entrepreneurship research. In: SEXTON, D.; LANDSTROM, H. **Handbook of entrepreneurship**. Blackwell business. Cap. 1, p. 5-25, 2000.
- ANDRADE, D. M.; GRZYBOVSKI, D. Aplicabilidade do “modelo dos três círculos” em empresas familiares brasileiras: um estudo de caso. In: ENANPAD – ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 2004, 28., Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.
- BRUYAT, C.; JULIEN, P.-A. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, New York: Elsevier Science Inc., v. 16, p. 165-180, 2000.
- CAVEDON, N. R.; FERRAZ, D. L. Os diferentes modelos de família e de empresas familiares e seus respectivos valores: um olhar sobre empresas comerciais em Porto Alegre. **Revista Organizações e Sociedade**. v. 10, n. 27, p. 75-91, mai./ago. 2003.
- DAVEL, E.; SILVA, J. C. de; FISCHER, T. Desenvolvimento tridimensional das organizações familiares: avanços e desafios teóricos a partir de um estudo de caso. **Revista Organizações e Sociedade**. v. 7, n. 18, p. 99-115, maio/ago. 2000.
- DAVEL, Eduardo Paes Barreto; COLBARI, Antônia. Organizações familiares: desafios, provocações e contribuições para a pesquisa organizacional. In: ENANPAD – ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 27., 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.
- DAVEL, Eduardo; COLBARI, Antonia. Organizações familiares: por uma introdução a sua tradição, contemporaneidade e multidisciplinaridade. **Revista Organizações e Sociedade**. v. 7, n. 18, p. 45-64, maio/ago. 2000.

- DAVIDSSON, Per. **Researching Entrepreneurship**. New York: Springer, 2004.
- GARTNER, W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **Academy of management review**, Washington: Georgetown University, v. 10, n. 4, p. 696-706, 1985.
- GARTNER, W. B. What are we talking about when we talk about entrepreneurship?. **Journal of Business Venturing**, New York: Elsevier Science Inc., v. 5, p. 15-28, 1990.
- GERSICK et al. **De geração para geração: ciclos de vida das empresas familiares**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- GRZYBOVSKI, D.; LIMA, J. B. de. O conceito de família e o dilema metodológico nos estudos sobre empresas familiares. In: ENEO - Encontro Nacional de Estudos Organizacionais, 3., 2004, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ENEO, 2004.
- GUEIROS, Mônica Maria Barbosa. Organizações familiares e o aprendizado gerencial: considerações sobre a contribuição dos processos de mentoria. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 4. 2005, Curitiba, **Anais...** Curitiba, 2005, p. 11-20.
- KIRZNER, I. M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1973.
- KIRZNER, I. M. Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach. **Journal of Economic Literature**, v. 35, p. 60-85, Mar, 1997.
- LEONE, N. M. C. P. G. **Sucessão na empresa familiar: preparando as mudanças para garantir sobrevivência no mercado globalizado**. São Paulo: Atlas, 2005.
- MACHADO, H. V. Reflexões sobre concepções de família e empresas familiares. **Psicologia em Estudo**. v. 10, n. 2, p. 317-323, maio/ago. 2005.
- MENDES-DA-SILVA, W; MELO, L. Q. de. Governança corporativa, desempenho e turnover de executivos: um estudo comparativo entre indústrias brasileiras familiares e não familiares. In: ENANPAD – ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005.
- OLIVEIRA, Djalma de P. Rebouças. **Empresa familiar: como fortalecer o empreendimento e otimizar o processo sucessório**. São Paulo: Atlas, 1999.
- PERREN, L.; RAM, M. Case-study method in small business and entrepreneurial research: mapping boundaries and perspectives. **International Small Business Journal**, v. 22, n. 1, p. 83-101, 2004.
- REED, M. Teorização organizacional: um campo historicamente contestado. In: Clegg, S. R.; Hardy, C; Nord, W. R. (Org.). **Handbook de Estudos Organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. v. 1. São Paulo: Atlas, 1999. Cap. 1, p. 61-98.
- ROBICHAUD, A. Gestão, teorias implícitas e família: por uma perspectiva psicodinâmica. **Revista Organizações e Sociedade**. v. 7, n. 18, p. 65-80, maio/ago. 2000.
- ROCHA, C. H. M. da. Profissionalização x modernização: um estudo de caso de uma empresa familiar do setor têxtil. In: ENANPAD – ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2002.
- SARASVATHY, S. D. **When markets are glue**. CIPEAL, 2004.
- SEXTON, D.; LANDSTROM, H. **Handbook of entrepreneurship**. Blackwell Business, 2000.
- SHANE, S. Prior Knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. **Organization Science**, v. 11, n. 4, p. 448-469, Jul.-Ago, 2000.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.
- STEVENSON, L. Some methodological problems associated with researching women entrepreneurship. **Journal of Business Ethics**, v. 9, p. 439-446, 1990.
- WAIANDT, C.; JUNQUILHO, G. S. Representações familiares em transição: a experiência

da gestão em uma organização capixaba de bebidas. In: ENANPAD – ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 29., 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005.

WERNER, R. **Família & negócios**: um caminho para o sucesso. São Paulo: Manole, 2004.