

1 Introdução

Não é difícil imaginar que uma grande multinacional atual tenha começado seus negócios com seu fundador e sua família atuando diretamente em todas as etapas de produção. McDonald's e Häagen Daz são exemplos de empresas que começaram como estritamente familiares e tomaram o mundo. No Brasil, empresas como Gerdau, Itaú, Tramontina e tantas outras tornaram-se gigantes nos cenários nacional e internacional.

A história nos conta que as empresas familiares existem desde as mais remotas civilizações e sempre serviram como grandes impulsionadoras de suas economias. As atividades econômicas da Grécia antiga, por exemplo, eram largamente controladas por famílias e, na maioria das vezes, executadas em suas próprias residências (Bird et al. – 2002). Durante o passar dos anos, os negócios familiares continuaram a se desenvolver com grande importância para todas as sociedades, tornando-se um forte alicerce para a economia local. Até os dias de hoje, encontramos grandes empresas que são controladas e administradas por núcleos familiares.

No cenário brasileiro, a evolução das empresas familiares seguiu os padrões demográficos e econômicos ao longo dos anos. Durante o período colonial (1500 a 1822) e nas primeiras décadas do século XIX, as empresas familiares brasileiras eram praticamente organizadas para o comércio e a agricultura. Com o começo da industrialização, os primeiros negócios familiares apareceram nos setores de indústria leve, comércio e importações e exportações (Mello, 2006: 6). Atualmente, podemos encontrar multinacionais brasileiras que ainda são controladas por grupos de familiares.

Apesar de essas empresas estarem presentes por tantos anos, o seu estudo como um ramo acadêmico independente é bastante recente. Hoy e Sharma (2006), em uma análise dos estudos relacionados às empresas familiares, identificaram como primeiro marco significativo nesse campo a publicação, em 1953, da tese de

doutorado de Grant H. Calder¹. Esse foi o primeiro trabalho relacionado ao estudo sobre negócios familiares na América do Norte.

O editor da *Family Business Review*, periódico especializado no estudo sobre empresas familiares e criado em 1988, afirma que antes de 1995 existiam somente poucas publicações que chegassem perto de serem relevantes para o negócio familiar. Entretanto, a partir das décadas de 1990 e 2000, o estudo das empresas familiares tornou-se cada vez mais sofisticado. A influência da família no negócio em si passou a ter uma grande atração para os pesquisadores. Muitos estudiosos começaram a defender que empresas familiares possuíam desempenho superior às demais empresas, enquanto que outros defendiam que não havia provas estatísticas dessa superioridade. Entretanto, um ponto em que todos pareciam concordar é o de que não existia, ainda, uma definição clara do que caracterizava uma empresa como familiar ou não.

Quanto a isso, Rutherford, Kuratko e Holt (2008) situaram a pesquisa sobre empresas familiares em uma “selva” de teorias competitivas, no tocante à familiaridade² e sua relação com o desempenho daquelas. Nesse sentido, o grau de influência familiar, ou “familiaridade”, é uma tentativa de quantificar o quão “familiar” é a empresa. Seu termo original, *familiness*, foi introduzido por Habbershon e Williams (1999), sendo uma forma de expressar os graus de interação entre a família, a empresa e o gerenciamento do negócio.

Convicto de que os graus de interação são os grandes diferenciais para se definir uma empresa como familiar, o meio acadêmico passou a estudá-lo com mais atenção. Contudo, como medir esta influência?

Rutherford, Kuratko e Holt (2008), em seu trabalho *Examining the Link Between ‘Familiness’ and Performance: Can the F-PEC Untangle the Family Business Theory Jungle?*, aplicam uma escala de influência familiar, introduzida por Astrachan, Klein e Smyrnios (2002), chamada F-PEC (*Familiness-Power, Experience, and Culture*), para definir o grau de familiaridade das empresas, na tentativa de encontrar uma relação direta desse grau com o desempenho do negócio. Sua pesquisa busca reduzir a desorientação provocada pela “selva” de

¹ O título original da tese de doutorado de Grant H. Calder é “Some management problems of the small family controlled manufacturing business”, pela School of Business, Indiana University.

² O termo original “*familiness*” vem sendo usado na literatura acadêmica para denotar o grau de influência da família nos negócios familiares. Não foi encontrada uma tradução direta para a língua portuguesa, portanto é adotado o termo “familiaridade” para referir-se a ele.

teorias diversas sobre o desempenho desses negócios. Os autores concluem que altos índices de familiaridade medidos pela escala F-PEC realmente levam a uma vantagem competitiva. Entretanto, levantam a questão de se a escala mede o grau de influência real ou somente potencial de cada empresa.

Inspirada pelo trabalho de Rutheford et al (2008), esta dissertação desenvolve uma pesquisa para servir como base inicial sobre a aplicação da escala F-PEC no cenário brasileiro.

1.1. Objetivos

O objetivo principal deste trabalho é analisar a possibilidade de utilização da escala F-PEC no Brasil e sugerir uma classificação que possa ser aplicada às empresas familiares brasileiras, de acordo com o grau de influência que a família exerce na administração do negócio. Para tal, uma taxonomia é desenvolvida através de possíveis classes predeterminadas, baseadas na teoria. O principal interesse é que essa classificação possa ser utilizada em estudos futuros para identificar associações com o desempenho das empresas.

Esse estudo inicial, validando a aplicação da escala no cenário brasileiro, é importante para garantir a credibilidade de estudos futuros com a mesma, nesse país.

Como objetivo secundário, a taxonomia é posta à prova com a amostra coletada para identificar os principais tipos encontrados na indústria nacional.

De forma sucinta:

Objetivos principais – Testar a aplicabilidade da escala F-PEC no Brasil e desenvolver uma taxonomia de empresas familiares;

Objetivos secundários – Definir, de maneira clara, o que é uma empresa “familiar”. Identificar os principais grupos encontrados no cenário nacional. Analisar se existe uma relação entre os tipos encontrados e alguma característica das empresas.