

# Em Busca de Metodologia para Identificação de Empresas Familiares

## Autores

---

Milene Sartori

## Orientador

---

Ana Maria Romano Carrao

## Apoio Financeiro

---

Fapic

## 1. Introdução

---

Negócios de família estão muito presentes na economia mundial, e se apresentam como pequenas, médias ou grandes empresas. Há registros que nos Estados Unidos no início da década de 1990 a empresa familiar era a forma predominante de negócios gerando cerca de 40% a 60% do PNB americano (DAILY E DOLLINGER, 1993, P.1) OUTROS ESTUDOS MOSTRAM QUE DENTRE OS NEGÓCIOS MAIS ANTIGOS DO MUNDO Há EMPRESAS FAMILIARES (CARRÃO, 2005B). SEGUNDO A AUTORA, TANTO A MAIS ANTIGA COMO A MAIOR EMPRESA MUNDIAL é FAMILIAR.

No Brasil, alguns autores chegam a afirmar que cerca de 90% das empresas privadas brasileiras são familiares. Contudo, não indicam a fonte de informação desses dados. E por não haver clareza sobre de tal predominância, Carrão (2005 a) afirma que apenas se sabe que os negócios familiares compõem um importante segmento da iniciativa privada, destacando-se como relevante para o processo de desenvolvimento econômico brasileiro.

Em Piracicaba, estudos realizados por pesquisadores do CEPA/Unimep no período 1996-1999 apontaram para uma presença marcante das empresas familiares na economia local (PEROZZO, E. et al., 1997; CAPRETZ, C. S. et al.,1998). A carência de dados nacionais, por um lado, e a indicação de elevada participação das empresas familiares na economia local, por outro, evidenciam a necessidade de se encontrar formas de dimensionar com maior precisão a parcela ocupada por essas empresas na estrutura empresarial.

Nesse sentido, a presente pesquisa pretendeu contribuir para o dimensionamento dessa estrutura empresarial propondo uma metodologia para identificação de empresas familiares testando-a localmente. Trata-se de tema pouco explorado no campo da pesquisa sobre empresas familiares, pois a sucessão ainda é o tema mais estudado por pesquisadores de empresas familiares (CHUA, CHRISMANN e SHARMA, 2003).

A complexidade do estudo das empresas familiares inicia com seu próprio conceito, uma vez que as

definições utilizadas variam de autor para autor. Em geral, afirma-se que o controle acionário da empresa deve estar nas mãos de uma família para que a empresa seja considerada familiar. Alguns autores, como Lodi (1998) e Longnecker et al. (1997) consideram que a empresa somente seria considerada familiar a partir da segunda geração.

Daily e Dollinger (1993), por sua vez, trabalharam com outros aspectos que, para eles, distinguem as empresas familiares das não familiares, tais como: (a) Tamanho da empresa, considerando que a não familiar seria maior que as familiares; (b) Idade da empresa, sendo as não familiares mais velhas e mais sólidas; (c) Estratégia empresarial, demonstrando que as não familiares engajam-se em estratégias voltadas para o crescimento enquanto as familiares se atêm a estratégias mais defensivas e reativas; (d) Mecanismos de controle interno, que diferenciam as não familiares por empregarem procedimentos de controle bem definidos e focados no crescimento da empresa, enquanto as familiares, principalmente as administradas pelo fundador, raramente fazem uso de procedimentos formais.

Computando os conceitos coletados por meio da pesquisa bibliográfica, este estudo fez opção por um menos restritivo, ou seja, considera empresa familiar aquela cujo controle acionário está nas mãos de uma ou mais famílias, independente da geração no poder.

Cabe salientar que a pesquisa concluída encontrou sua primeira justificativa na Política Acadêmica da Unimep, que incentiva ações voltadas para a compreensão das questões socioeconômicas de Piracicaba e região. Igualmente importante é o fato de o projeto ora concluído integrar a linha de pesquisa Empresa Familiar / Empresa de Pequeno Porte do CEPA, que tem dentre seus objetivos o desenvolvimento de pesquisas que venham enriquecer o ensino da Administração.

## **2. Objetivos**

---

O estudo teve por objetivo geral aprimorar os conhecimentos sobre empresas familiares, e por específico o desenvolvimento de metodologia para identificação dessa categoria organizacional e seu perfil na estrutura empresarial de Piracicaba. Traduzem-se esses objetivos nas seguintes questões de pesquisa:

a) Em que medida a razão social pode ser tomada como referencial confiável para identificação de empresas familiares?

b) Que traços distinguem o perfil do conjunto das empresas familiares identificadas?

## **3. Desenvolvimento**

---

O trabalho verificou a Razão Social como variável para identificação das empresas familiares. O método proposto foi testar se a presença do sobrenome da família na Razão Social da empresa era referencial confiável para identificação de empresas familiares. Para isso, tomou como referência inicial o estudo de Daily e Dollinger (1993), que utilizou o catálogo telefônico para a identificação de empresas familiares.

Sendo assim, o público-alvo foi constituído de empresas instaladas em Piracicaba independentemente do tamanho e ramo de atividade e a fonte principal de identificação das empresas foi o catálogo telefônico Listel de empresas comerciais de Piracicaba, que compôs o banco de dados para a seleção das empresas. O

universo da pesquisa foi composto por 5841 empresas cadastradas nesse catálogo, após filtragem pelos seguintes critérios de exclusão: empresas públicas, associações, sindicatos e nomes que sugeriam tratar-se de profissionais liberais. Ao final, foram excluídos nomes em duplicidade.

A amostra foi extraída aleatoriamente com base em um cálculo amostral que estabeleceu uma meta de 606 contatos para serem realizados. As entrevistas foram realizadas via telefone, de forma que se obteve uma amostra por conveniência, pelo fato de ter ficado a critério da empresa participar ou não da pesquisa.

As consultas às empresas seguiram um roteiro elaborado de forma a permitir que à medida que fosse realizada a entrevista fosse possível identificar se a empresa era familiar ou não. Num trabalho de quase cinco meses foram contatados 432 números dos telefones relacionados, o que representa 71% do total da meta estabelecida de 606 contatos.

As 143 empresas que responderam à pesquisa compuseram a amostra. As entrevistas foram realizadas em sua maior parte com os proprietários das empresas (47% dos entrevistados). Foram também vários os casos em que a entrevista foi feita com a esposa ou filhos do proprietário, que na ocasião possuíam vínculo operacional com a empresa e, por essa razão, tinham condições de responder em nome da empresa.

Visando maior rigor estatístico foi apurada a margem de erro real. A amostragem inicialmente apurada utilizou um nível de confiança de 95% e um erro de 3% para mais ou para menos. A revisão do cálculo chegou a uma margem de erro de 6% para mais ou para menos, considerado pela Estatística como um intervalo confiável.

#### **4. Resultados**

---

Em síntese, o trabalho voltou-se para a identificação das empresas da amostra, nas quais procurou localizar o sobrenome da família em sua razão social de forma a testar se esse seria um referencial confiável para identificação desse segmento organizacional.

O questionário desenvolvido para a consulta às empresas previa a obtenção de informações sobre: razão social da empresa, nome da família, data de fundação, número de empregados e ramo de negócios.

Constatou-se que 141 das 143 organizações consultadas, e que compõem a amostra são negócios de família. Isso leva a crer que a pesquisa teve sucesso ao identificar as empresas familiares. Podem ser consideradas importantes como empregadoras, uma vez que são responsáveis por 2.432 (93%) dos 2.590 postos de trabalho apurados na amostra. Confirma-se, assim, a relevante participação econômica dessas organizações.

As micro e pequenas empresas são a maioria (97%) no conjunto das empresas familiares identificadas. Esse resultado coincide com aquele obtido por de Daily e Dollinger (1993) que levou os autores a afirmar que a maioria dos negócios nos Estados Unidos é formada por pequenos negócios pertencentes a famílias.

Os dados coletados mostram também que dentre as empresas familiares 77% são bem antigas e superam a média de vida de 9 anos defendida por Oliveira (1999) como o limite de sobrevivência desse tipo de negócios. Para se ter uma dimensão da participação dessas empresas na amostra, tem-se que somam 32 as empresas fundadas antes da década de 1980.

Quanto à presença do sobrenome da família proprietária na razão social da empresa, foi observado que isso ocorre em 53% dos casos, a maioria, portanto. Também foi verificado que em 23% das empresas pesquisadas houve a repetição do sobrenome da família proprietária no nome fantasia da organização. Entretanto, ainda que esse resultado represente a maioria, não poderia ser tomado como referência confiável para validar o método de identificar empresas familiares pela presença do sobrenome da família na razão social.

Em relação ao comando das empresas familiares, aproximadamente 86% delas são dirigidas pelos proprietários, sendo que 63% delas há de familiares seus em cargos de direção. As empresas não dirigidas pelo proprietário somam 14% e são gerenciadas por administradores profissionais sem relação de parentesco com o proprietário. Entretanto, pode-se constatar que essas empresas estão preparando sucessores para o comando. A maior parte das empresas da amostra já conta com o envolvimento dos filhos do proprietário desde cedo, assim como as esposas que, em sua maior parte, são as mais fortes aliadas do empresário na direção dos negócios.

Foi também possível verificar que 42% das empresas familiares da amostra estão planejando a sucessão, incluindo-se as anteriormente citadas, em que os filhos são os mais prováveis sucessores. Há também casos de sobrinhos sucessores, netos e até mesmo de funcionários apontados dentre os indicados pelos entrevistados para a sucessão do comando da empresa.

## 5. Considerações Finais

---

Podendo ser considerada inovadora, a pesquisa realizada procurou identificar empresas familiares por meio do sobrenome da família na Razão Social. Trabalhou com uma amostra composta por 143 empresas de diferentes ramos de atividade. No que se refere ao porte, a maior parte se enquadra no grupo das micros e pequenas empresas, perfazendo a parcela de 97% do conjunto de empresas estudadas. Constatou-se também que as empresas familiares da amostra são responsáveis por 97% postos de trabalho da amostra, confirmando, assim, resultados de estudos anteriores que apontavam para a importância econômica dessa categoria empresarial na geração de emprego na cidade de Piracicaba.

Do ponto de vista da idade, pode-se dizer que essas organizações não são novas, sendo que algumas ultrapassam 30 anos de existência. A mais antiga foi fundada em 1938 e a mais recente de 2004, o que resultou em um período bastante amplo. Deve-se atentar para o fato de 77% delas ultrapassam a média de nove anos atribuída pela literatura como limite de sobrevivência para empresas familiares.

Nesse sentido, a pesquisa obteve sucesso ao confirmar na amostra que 99% das empresas são familiares. Esse resultado pode ser tomado como referência para delimitar a participação das empresas familiares na estrutura empresarial local.

Entretanto, como se verificou que apenas 53% das empresas familiares da amostra apresentavam tal característica, esse não seria um referencial confiável para identificar essa categoria organizacional. Isso leva a crer que, utilizar a razão social como um método para identificação das empresas familiares não é uma hipótese válida. Por essa razão, é preciso aprofundar o conhecimento sobre esse aspecto. Ainda que esse tenha sido o resultado, pode-se afirmar que o estudo atingiu seu objetivo.

## Referências Bibliográficas

---

CAPRETZ, C. S. et al. A contribuição atual da empresa familiar *na geração de empregos em Piracicaba: o caso do setor comercial*. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 6., 1998, Piracicaba. Anais... Piracicaba: Unimep, 1998. p.205.

CARRÃO, A.M.R. As maiores e as mais antigas. *Jornal de Piracicaba*. Piracicaba. Opinião, 15 abr 2005a, A-3.

CARRÃO, A.M.R. Empreendedor e empresário. *Jornal de Piracicaba*. Piracicaba. Opinião, 14 abr 2005b, A-3.

CHUA, J.H.; CHRISMANN, J.J.; SHARMA, P. *Succession and nonsuccession concerns of family firms and agency relationship with nonfamily managers*. *Family Business Review*., jun 2003; 16, 2; ABI / INFORM Global, p.89-107.

DAILY, C.M.; DOLLINGER, M.J. Alternative methodology for identifying family- versus nonfamily- managed business. *Journal of Small Business Management*, p. 79-90, abril 1993.

DAILY, C. M.; DOLLINGER, M.J. *Family firms are different*. *Review of Business*; Summer / Fall 1991; 13, 1,2; ABI / INFORM Global p. 3-5.

LODI, J.B. *A empresa familiar*. 5 ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

LONGNECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. Oportunidades em empresas familiares. In: *Administração de pequenas empresas*. Tradução de Maria Lucia G.L. Rosa. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1997.

OLIVEIRA, D. P. R. de. *Empresa familiar: como fortalecer o empreendimento e otimizar o processo sucessório*. São Paulo: Atlas, 1999.

PEROZZO, E. et al. A contribuição atual da empresa familiar na geração de empregos em Piracicaba: o caso do setor industrial. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 5., 1997, Piracicaba. Anais... Piracicaba: Unimep, 1997. p.117.