

Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)

As Ciências Humanas e Sociais Aplicadas e a Competência no Desenvolvimento Humano 4



Luciana Pavowski Franco Silvestre
(Organizadora)

As Ciências Humanas e Sociais Aplicadas e
a Competência no Desenvolvimento Humano
4

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Natália Sandrini
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
C569	As ciências humanas e sociais aplicadas e a competência no desenvolvimento humano 4 [recurso eletrônico] / Organizadora Luciana Pavowski Franco Silvestre. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (As ciências Humanas e Sociais Aplicadas e a Competência no Desenvolvimento Humano; v. 4) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-516-7 DOI 10.22533/at.ed.167190607 1. Antropologia. 2. Pluralismo cultural. 3. Sociologia. I. Silvestre, Luciana Pavowski Franco. CDD 301
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A Atena editora apresenta o e-book “Ciências Humanas e Sociais Aplicadas: Competências no Desenvolvimento Humano”.

São ao todo noventa e três artigos dispostos em quatro volumes e dez seções.

No volume 1 apresentam-se artigos relacionados as temáticas *Estado e Democracia; Gênero: desigualdade e violência; Identidade e Cultura e Perspectivas teóricas e produção de conhecimento*. As seções descritas possibilitam o acesso a artigos que introduzem o tema central do e-book, através de pesquisas que abordam a formação social brasileira e como é possível identificar os reflexos desta na constituição do Estado, nos espaços de participação social, nas relações de gênero e constituição da identidade e cultura da população.

O volume 2 está organizado em três seções que apresentam relação e continuidade com o primeiro volume, em que são apresentadas pesquisas que trazem como objeto de estudo as políticas de saúde, de educação e de justiça e a relação destas com a perspectiva de cidadania.

Território e desenvolvimento regional: relações com as questões ambientais e culturais, é a seção que apresenta os artigos do volume 3 do e-book. São ao todo 18 artigos que possibilitam ao leitor o acesso a pesquisas realizadas em diferentes regiões do país e que apontam para a relação e especificidades existentes entre território, questões econômicas, estratégias de organização e meio ambiente e como estas acabam por interferir e definir nas questões culturais e desenvolvimento regional. São pesquisas que contribuem para o reconhecimento e democratização do acesso à riqueza da diversidade existente nas diversas regiões do Brasil.

Para finalizar, o volume 4 apresenta 23 artigos. Nestes, os autores elaboram pesquisas relacionadas a questão econômica, e como, as decisões tomadas neste campo refletem na produção de riqueza e nas possibilidades de acesso ao trabalho e renda. As pesquisas apontam também para estratégias identificadas a exemplo da organização de cooperativas, empreendedorismo, uso da tecnologia e a importância das políticas públicas.

As pesquisas apresentadas através dos artigos são de extrema relevância para as Ciências Humanas e para as Ciências Sociais Aplicadas, e contribuem para uma análise mais crítica e fundamentada dos processos formativos e das relações estabelecidas na atual forma de organização social, econômica e política.

Desejamos boa leitura a todos e a todas!!

Luciana Pavowski Franco Silvestre

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
PATRIMÔNIO DE AFETAÇÃO: ANÁLISE DOS IMPACTOS TRIBUTÁRIOS DA SUA ADOÇÃO EM INCORPORAÇÕES IMOBILIÁRIAS	
Alexandre César Batista da Silva Francivaldo dos Santos Albuquerque Maria do Socorro Coelho Bezerra Luiz Carlos Miranda	
DOI 10.22533/at.ed.1671906071	
CAPÍTULO 2	19
PERFIL DAS EXPORTAÇÕES PARANENSES DO COMPLEXO DE SOJA	
Jefferson Steve Canteno Torres	
DOI 10.22533/at.ed.1671906072	
CAPÍTULO 3	29
UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA <i>REQUEST FOR PROPOSAL</i> (RFP) NAS VENDAS DE UM HOTEL DE NEGÓCIOS	
Francivaldo dos Santos Albuquerque Maria do Socorro Coelho Bezerra Alexandre César Batista da Silva Giulia Cipolla Braulio Jeronymo José Libonati	
DOI 10.22533/at.ed.1671906073	
CAPÍTULO 4	44
IMPLEMENTAÇÃO DO PLANEJAMENTO E CONTROLE DA PRODUÇÃO COM SUPORTE DE UM <i>SOFTWARE</i> DE GESTÃO EM UMA EMPRESA DO AGRONEGÓCIO	
Sirnei César Kach Juliano Hammes Daiane Hammes	
DOI 10.22533/at.ed.1671906074	
CAPÍTULO 5	57
A BARGANHA ENQUANTO DISCURSO: UM ESTUDO DO POSICIONAMENTO DOS BANQUEIROS SOBRE POLÍTICA MONETÁRIA.	
Rodolfo Palazzo Dias	
DOI 10.22533/at.ed.1671906075	
CAPÍTULO 6	73
A LEI 13.467/17, SUA (IN)ADEQUAÇÃO ÀS CONVENÇÕES DA ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO E CONSEQUENTE PREJUÍZO À AÇÃO SINDICAL	
Rodrigo Rocha Gomes de Loiola Francisco José Rocha Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.1671906076	

CAPÍTULO 7	80
ACUMULAÇÃO POR ESPOLIAÇÃO, MINERAÇÃO E VIOLÊNCIA NA COLÔMBIA, NO NEOLIBERALISMO	
Mercedes Castillo de Herrera	
Nubia Yaneth Ruiz	
DOI 10.22533/at.ed.1671906077	
CAPÍTULO 8	93
ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APL) DO TURISMO: POTENCIALIDADES E LIMITES NA COSTA DO DESCOBRIMENTO	
Maiara Conceição Castro	
DOI 10.22533/at.ed.1671906078	
CAPÍTULO 9	105
APROPRIAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO LOCAL DE RENDA: ALTERNATIVA DE DESENVOLVIMENTO NO MUNICÍPIO DE GUATAMBU-SC	
Luiz Victor Pittella Siqueira	
Maristela Parise de Lima	
Julie Rossato Fagundes	
DOI 10.22533/at.ed.1671906079	
CAPÍTULO 10	124
INSERÇÃO DE EGRESSOS DA PRISÃO NO MERCADO DE TRABALHO	
Roseni Inês Marconato Pinto	
Lenir Aparecida Mainardes da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.16719060710	
CAPÍTULO 11	136
EMPREENDEDORISMO FAMILIAR: COMO ESSE MODELO DE GESTÃO PODE AFETAR A EMPRESA	
Suzana Siebra Alves Campos	
Piedley Macedo Saraiva	
Evelinny Soares Batista	
DOI 10.22533/at.ed.16719060711	
CAPÍTULO 12	149
EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DE MANHUAÇU-MG	
Lílian Beatriz Ferreira Longo	
Henrique da Silva Pinel	
Reginaldo Adriano de Souza	
Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura	
José Carlos de Souza	
Anandy Kassis de Faria Alvim Hannas	
DOI 10.22533/at.ed.16719060712	
CAPÍTULO 13	166
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO SOBRE FIDELIZAÇÃO COM MARCAS DE CAFÉ NA CIDADE DE MILAGRES-CE	
Rangiel Santos Bento Silva	
Márcia Maria Leite Lima	
DOI 10.22533/at.ed.16719060713	

CAPÍTULO 14	183
GESTÃO DA DIVERSIDADE OU AÇÃO AFIRMATIVA? UM ESTUDO SOBRE O GERENCIAMENTO DA DIVERSIDADE ORGANIZACIONAL EM MANHUAÇU/MG	
Luan Patrick Reis Serafim Leite Lilian Beatriz Ferreira Longo	
DOI 10.22533/at.ed.16719060714	
CAPÍTULO 15	197
MOTIVAÇÃO E RECOMPENSAS: UMA INVESTIGAÇÃO COM BASE NAS TEORIAS DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES E DA EXPECTATIVA	
Larissa Carvalho Alves Adriano Victor Lopes da Silva Erika Maria Jamir de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.16719060715	
CAPÍTULO 16	209
O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM UMA COOPERATIVA COM ATUAÇÃO NA REGIÃO DE FRONTEIRA E A IMPORTÂNCIA DA PARTICIPAÇÃO DOS ASSOCIADOS: O CASO DA COTRIROSA	
Pedro Luís Büttenbender Jaqueline Ledir De Conti Ariosto Sparemberger Giovana Fernandes Writzl Luciano Zamberlan	
DOI 10.22533/at.ed.16719060716	
CAPÍTULO 17	224
PESQUISA DE CAMPO PARA AVALIAR OS IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS COM A IMPLANTAÇÃO DA FERROVIA NORTE SUL E A PLATAFORMA MULTIMODAL EM SANTA HELENA DE GOIÁS, 2016	
Estéverson Oliveira Lima Luis Carlos Ferreira Gomes	
DOI 10.22533/at.ed.16719060717	
CAPÍTULO 18	231
PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS NO BAIXO AMAZONAS: UMA POLÍTICA DE APOIO À COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA COM ÊNFASE NOS BENEFICIÁRIOS, PRODUTOS E RENDA	
Elzamili Lima Brito Márcio Júnior Benassuly Barros Raoni Fernandes Azerêdo	
DOI 10.22533/at.ed.16719060718	
CAPÍTULO 19	243
REFLEXOS DO CENÁRIO ECONÔMICO - FINANCEIRO NO PATRIMÔNIO DA CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VOLEIBOL A LUZ DA ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	
Mayure Cristina de Souza Oliveira Sabrina Pereira Uliana Pianzola Silvana Cristina dos Santos Monica de Oliveira Costa Farana de Oliveira Mariano	
DOI 10.22533/at.ed.16719060719	

CAPÍTULO 20	267
A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO PERFIL DE CONSUMO DA GERAÇÃO Y	
Piedley Macedo Saraiva	
Thallita Pâmela Pinho de Oliveira	
Julio Miguel Souza de Brito	
DOI 10.22533/at.ed.16719060720	
CAPÍTULO 21	279
A INFLUÊNCIA DO MARKETING SENSORIAL NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA	
Gisele Sebastiana da Silva	
Reginaldo Adriano de Souza	
José Carlos de Souza	
Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura	
Anandy Kassis de Faria Alvim-Hannas	
DOI 10.22533/at.ed.16719060721	
CAPÍTULO 22	293
MARKETING DIGITAL: A UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS COMO UM CANAL DE COMUNICAÇÃO NO VAREJO DE MODA DE BARBALHA-CE	
Piedley Macedo Saraiva	
Andre Luis Sant'Anna	
DOI 10.22533/at.ed.16719060722	
CAPÍTULO 23	310
O USO DA TECNOLOGIA E INOVAÇÃO PARA OS PRODUTOS TURÍSTICOS	
Milena Beatriz Silva Loubach	
Pollylian Assis Madeira	
Marcos Antônio Pereira Coelho	
Lucas Borcard Cancela	
DOI 10.22533/at.ed.16719060723	
SOBRE A ORGANIZADORA	323
ÍNDICE REMISSIVO	324

EMPREENDEDORISMO FAMILIAR: COMO ESSE MODELO DE GESTÃO PODE AFETAR A EMPRESA

Suzana Siebra Alves Campos

Faculdade Paraíso do Ceará
Juazeiro do Norte – CE

Piedley Macedo Saraiva

Faculdade Paraíso do Ceará
Juazeiro do Norte – CE

Evelinny Soares Batista

Faculdade Paraíso do Ceará
Juazeiro do Norte – CE

RESUMO: Os empreendimentos familiares possuem grande relevância no cenário mundial, tanto no setor econômico que afeta diretamente a elevação do PIB, como socialmente para geração de empregos diretos. Este assunto vem sendo abordado com grande ênfase no mercado brasileiro, pois 90% das empresas ativas no Brasil são familiares e contribuem para o crescimento do país. O objetivo do presente artigo foi identificar a influência familiar na gestão do negócio e como elas podem afetar seu desempenho no mercado. A metodologia envolveu pesquisa bibliográfica exploratória de abordagem qualitativa. Os resultados levaram a crer que as empresas familiares são empreendimentos viáveis, porém que necessitam de uma gestão voltada para a descentralização do poder e, de um planejamento estratégico que considere a

sucessão da empresa no mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Empresas familiares, gestão familiar, organizações.

FAMILY ENTREPRENEURSHIP: HOW THIS MANAGEMENT MODEL CAN AFFECT THE COMPANY

ABSTRACT: Family enterprises have great relevance in the world scenario, both in the economic sector that directly affects the rise of the GDP and also socially to generate direct jobs. This subject has been approached with great emphasis in the Brazilian market, since 90% of the active companies in Brazil are familiar and contribute to the growth of the country. The objective of this article was to identify the family influence in the management of the business and how they can affect its performance in the market. The methodology involved exploratory bibliographic research with a qualitative approach. The results led us to believe that family-owned enterprises are viable enterprises, but they need a management focused on the decentralization of power, and strategic planning that considers the succession of the company in the market.

KEYWORDS: Family business, family management, organizations.

1 | INTRODUÇÃO

Os empreendimentos familiares possuem grande relevância no cenário mundial, tanto no setor econômico que afeta diretamente a elevação do PIB, como socialmente para geração de empregos diretos (LANSBERG, 1997).

Este assunto vem sendo abordado com grande ênfase no mercado brasileiro, pois 90% das empresas ativas no Brasil são familiares e contribuem para o crescimento do país. Pode-se perceber a importância deste tipo de empresa no Brasil pelo surgimento nos primórdios da colonização portuguesa, tendo em vista que as capitâneas hereditárias foram os disseminadores desse tipo de empreendimento (MARTINS *et al*, 1999). Segundo a revista Fortune 500, citado por Gersick (2006), no Brasil as empresas familiares correspondem a cerca de mais de 80% de empresas privadas, gerando cerca de 3/5 de receitas e 2/3 de empregos (OLIVEIRA, 1999).

Toda e qualquer empresa está sujeita a ameaças que ocorrem diariamente no mercado, sejam elas políticas, econômicas, sociais ou tecnológicas que influenciam diretamente na execução de suas atividades. Já as empresas familiares estão sujeitas a ameaças entre si, que atinge não só o desempenho da empresa, bem como a convivência familiar, envolvendo questões financeiras, de gestão e sucessão.

Mediante essas particularidades as empresas familiares apresentam certas vantagens como a lealdade e total compromisso com o negócio, que podem resultar no crescimento significativo. Mas também há desvantagens que caso não sejam geridas de forma correta podem levar a empresa a falência.

Devido tal influência significativa deste tipo de empresa no mercado o objetivo geral do presente artigo baseia-se em identificar a influência familiar na gestão do negócio e como elas podem afetar seu desempenho no mercado. Os objetivos específicos serão entender o conceito de gestão familiar, identificar organizações que possuem gestão familiar e avaliar a influência do modelo de gestão no negócio.

A problemática teve origem com a seguinte indagação: qual a influência da gestão familiar nos novos negócios? Partindo deste pressuposto, pois os negócios ao se iniciarem, em sua maioria, são gerenciados por familiares, através desta pesquisa buscou-se identificar se este modelo de gestão é viável.

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

Empresa é definida como um conjunto de organizações e subdividida para oferecer produto e/ou serviços aos consumidores, sejam eles por necessidade ou desejo. Dentre as quais se destacam as empresas familiares que possuem uma quantidade significativa em participação de mercado. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), afirmam que mais de 90% das empresas que atuam no país são familiares. Mesmo sendo consideradas a principal fonte de renda, o que resulta para o

país em um PIB de 65%, pesquisas apontam que a cada 100 empresas ativas, apenas 30 conseguem permanecer no mercado na primeira linha de sucessão e cinco chegam a terceira.

Para Ricca Neto (1998), as empresas familiares possuem um diferencial que a distingue das demais organizações, que são: os laços de família que garantem o direito de ocuparem o cargo na empresa. Deste modo as empresas familiares tem o intuito de unir a convivência a realização de tarefas no ambiente laboral, onde se acredita que permita um trabalho mais harmonioso. Neste sentido percebe-se um melhor desenvolvimento da empresa, visto que o interesse e esforços tanto físicos, pessoais e financeiros estão unificados para o crescimento empresarial, conseqüentemente a empresa só gestão familiar possuem grandes vantagens que possibilitam viabilizá-las. Entretanto, ocorrem alguns problemas com esse tipo de administração que pode ser considerada liberal por não serem identificadas e determinadas habilidades e competências de cada colaborador com seu respectivo cargo, ou também a centralização do poder e a não delegação de tarefas.

Conforme Ricca (2001, p. 7):

A maior preocupação das empresas familiares é a sua sobrevivência. A maioria delas enfrenta problemas existenciais ou estratégicos, isto é, dificuldades relacionadas à inadequação, tanto na utilização, quanto na escolha dos recursos disponíveis para o alcance das vantagens de mercado.

Deste modo, muitas são as razões que levam uma empresa ao declínio, o que abatem abem sobre os membros da família e a levam para declínio. Os problemas de os de mais variados tipos e de diversos níveis de complexidade que iram variar com o porte de cada empresa.

2.1 Empreendedorismo

O termo empreendedor surgiu na França e significa De acordo com Dornelas (2008) assumir os riscos e começar algo novo. Já o termo empreendedorismo é a iniciativa de começar algo novo nos negócios ou até mudanças de melhorias em empresas.

O autor Shumpeter (1984) defendeu que o empreendedor é alguém com desejo de inovar no mercado, ou seja, que possua potencial de converter uma ideia em um negócio bem-sucedido. Assim, o empreendedor tem a capacidade de modificar a economia com a inserção de novos produtos e/ou serviços do mercado.

Para Frank (1967) e Peter Drucker (1970), o empreendedorismo está relacionado a correr riscos impostos através da inovação, assegurando que o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologia. Deste modo, os empreendedores “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em

constante transformação e crescimento.” (CHIAVENATO, 2007, p.18).

Para inovar o empreendedor necessita de recursos, estes que podem ainda nem existir, por isso deve estar sempre em busca constante pelo conhecimento sempre tendo em vista a necessidade do indivíduo. Os empreendedores têm características distintas, por isto podem ser classificados em diversos tipos como o empreendedor nato que já nasce com a habilidade de empreender, e o empreendedor que aprende cuja característica está na visualização de uma oportunidade de mercado e decide gerir seu próprio negócio e também o empreendedor por necessidade que iniciam um empreendimento autônomo por não possuir alternativa para obtenção de renda.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil teve início na década de 1920, por meio do desenvolvimento de mais de 4.000 indústrias que eram subsidiadas e protegidas e possuíam autorização do governo mais concorrência nacional. A partir da década de 1990, o empreendedorismo ganhou destaque no Brasil com a abertura da economia. Com a implantação do SEBRAE (antes CEBRAE), o empreendedorismo foi ganhando espaço do mercado, e alavancado o desenvolvimento empresarial. Com isso várias empresas de renome no mercado atual foram sendo fundadas, com O Pão de Açúcar, umas das maiores empresas varejistas do país, como também o Grupo Sadia, hoje Brasil Foods (BRF), resultado de uma fusão entre Sadia e Perdigão.

De acordo com uma pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) e divulgada pelo SEBRAE (2010), o empreendedorismo no Brasil apresentou uma taxa de crescimento significativa em relação aos países que compõem o G20, grupo dos maiores países que fazem parte do BRICS.

No ano de 2010, o Brasil conseguiu atingir a taxa de empreendedorismos de 17,5% para empresas com até 3,5 anos de mercado, um crescimento considerável em relação ao ano anterior, 2009, onde obteve apenas 15,3%. Deste modo obtêm-se o dado de que a cada 100 indivíduos brasileiros 17 possuem o perfil de empreendedores.

Entretanto, é importante ressaltar que no Brasil apenas 14% dos empreendedores possuem formação superior e 30% não concluíram o ensino fundamental. De acordo com dado do *Global Entrepreneurship Monitor* no ano de 2011, o Brasil possuía 27 milhões de assuntos com faixa etária entre 18-64 anos que estão iniciando seu próprio negócio, o que resulta em 1 empreendedor a cada 4 brasileiros, esses dados elevam o Brasil a posição de terceiro lugar entre países com perfil empreendedor.

Deste modo, iniciativas tanto por parte do empreendedor como por parte do governo são de extrema importância para o crescimento do país, seja com intuito de desenvolver no ensino ou incentivando a abertura de novas empresas, já que o governo deve oferecer subsídios que fomente a abertura de empreendimentos no país.

2.3 Gestão Familiar

Atualmente as empresas familiares fazem parte de mais de 90% das empresas existente no Brasil, onde temos empresas de grande porte que conseguiram destacar-se no mercado. Entretanto, muitas dessas empresas com perfil familiar não conseguem permanecer no mercado até sua terceira geração, onde a primeira geração tem como característica a idealização do patrimônio físico a segunda desfruta desse patrimônio e terceira erradica a empresa, na maioria das vezes.

Segundo Lethbridge (1997, p. 7), as empresas familiares podem ser caracterizadas em três modalidades:

- a. Empresa familiar tradicional: o capital é fechado, não possui transparência administrativa nem financeira e possui poder centralizador nos negócios da família;
- b. Empresa familiar híbrida: o capital é aberto, mas a familiar ainda detém controle sobre o negócio, porém, há maior transparência de informações;
- c. Empresa com influência familiar: as ações em sua maioria estão no poder do mercado, no entanto, mesmo a família afastada da empresa mantém influencia estratégica por possuir maior controle das ações.

A gestão familiar possui muitas vantagens e desvantagens que podem levar ou não o negócio ao declínio, tudo depende do posicionamento que a família adota para o gerenciamento do empreendimento.

As empresas familiares possuem o que podemos denominar de atributos bivalentes, isto é, características que podem ser, ao mesmo tempo, vantagens ou desvantagens dependendo da forma como as empresas são conduzidas, como, por exemplo, a simultaneidade de papéis desempenhados pelos membros da empresa familiar, o envolvimento emocional e afetivo das pessoas que nela trabalham a identidade compartilhada dos parentes, sua história de vida comum e sua linguagem particular. (ADACHI, 2006, p. 49)

Com base no que foi citado, podemos concluir que por que a empresa seja estruturada com laços familiares, se não houver uma gestão estratégica foca em resultados com um planejamento estabelecido, não será possível desenvolver um fluxo de trabalho para que seja possível uma boa sucessão familiar, que podem ser realizados por meio de treinamento com especialistas.

2.4 Comportamento da Gestão

As empresas familiares possuem histórico de serem construídas com a personalidade do fundador juntamente com a trajetória da família, que tem como intuito que suas gerações futuras possuem controle sobre o negócio. Pois ele, fundador, é quem determina as culturas e cresças que serão adotadas na empresa e devem ser seguidas por todos os funcionários. Muitas dessas empresas familiares são formadas por sócios de famílias diferentes, mas que possuem o mesmo objetivo

em comum.

Os laços de família constituem um fator, entre outros, que determina a sucessão nos cargos administrativos; esposas ou filhos dos atuais ou antigos dirigentes máximos encontram-se no conselho administrativo; as ações praticadas por um membro da família refletem-se na reputação da empresa, independentemente de sua ligação na administração; a posição do parente na firma influi em sua situação na família; cada membro da família precisa chegar a um acordo quanto às suas relações com a empresa ao determinar sua própria carreira a seguir (DONNELLEY, 1976, p. 56).

Os autores Mosimann e Fisch (1999) abordam que as crenças e os valores dos proprietários, afetam diretamente nos valores e crenças da organização que se tornarão as diretrizes e a política organizacional que irá nortear o negócio. Deste modo é importante entender o comportamento da gestão desde sua concepção para que possa ser moldado na organização.

Atualmente, são comuns empresas familiares não possuírem uma gestão totalmente com membro familiares, pois muitos de seus descendentes não querem desempenhar cargo de gestão nas empresas, isso resulta no início de conflitos que afetam o desenvolvimento da empresa. Com fundadores imprudentes, o patrimônio da empresa passa a ser utilizado de forma indevida resultando em uma má formação da empresa e distorções de valores tanto para funcionários como para membros da família que fazem parte da empresa, provocando sérios problemas no desenvolvimento sucessórios.

De acordo com os três círculos de Gersick *et al.* (1997), é possível a identificação de sete setores diferente em uma organização que estão distribuídos da seguinte forma: setor 1: membro da família, que não é proprietário e nem funcionário; setor 2: que não é acionista ou sócios, que não são membros e nem trabalham na empresas; setor 3: funcionários , que não é membro da família e não fazem parte da empresa; setor 4: proprietário que é faz parte da família mas não trabalha na empresa; setor 5: proprietário que trabalha na empresa , mas não faz parte da família; setor 6: membro da família que é funcionário, mas não é proprietário; setor 7: é membro da família e é proprietário da empresa.

Este modelo, tem como intuito, segundo Gersick *et al.* (1997), o entendimento das empresas familiares em três perspectivas- propriedade, família e gestão. Deste modo qualquer membro de uma empresa familiar pode fazer parte de um dos setores a partir da sobreposição dos círculos, o que resulta em uma visão ampliada e completa da complexidade de uma empresa familiar.

3 | METODOLOGIA

O estudo em questão será realizado através de pesquisa exploratória bibliográfica de abordagem qualitativa. Exploratória, pois busca o maior número de informações possíveis, facilitando a compreensão do tema (ANDRADE, 2003), com

intuito de mensurar dados obtidos em entrevistas com empresas que se enquadram no tema abordado. Silva (2003) menciona que a pesquisa de cunho exploratório é utilizada em área que possui pouco conhecimento, proporcionando, desta forma, mais domínio sobre o tema, tornando-o mais compreensível, ou ainda o estabelecimento de novas hipóteses em relação ao assunto em questão. Deste modo a pesquisa exploratória tem como objetivo o aprofundamento dos conceitos básicos sobre um tema específico, que auxilia no entendimento de questionamentos existentes no tema.

A pesquisa bibliográfica é essencial no desenvolvimento de qualquer trabalho acadêmico, por permitem relacionar conceitos e teorias abordados por diferentes autores que pesquisaram e analisaram sobre temas mencionados em diversas pesquisas. São vários os autores que conceituam o que é a pesquisa bibliográfica, entre então alguns defendem como uma pesquisa objetiva.

A pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos os casos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existente sobre determinado assunto, tema ou problema. (CERVO, BERVIAN, 1996 p. 48).

Conforme o tema proposto a pesquisa bibliográfica é a metodologia adequada, pois serão utilizados vários conceitos como forma de evidenciar as principais características das empresas familiares. Para Gil (1999, p. 65), a pesquisa bibliográfica possui algumas vantagens “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fator de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que ele poderia pesquisar diretamente”.

Segundo Mattar (2001), esse estudo permite a absorção de maior conhecimento em relação ao tema abordado no referido artigo. Para Martins (2002), é de extrema importância a procedência do levantamento bibliográfico, visto que, dá suporte para fundamentação teórica, sendo indispensável para o desenvolvimento do estudo e posteriormente para as considerações finais, dando mais credibilidade ao estudo.

4 | ANÁLISE DE RESULTADOS

A pesquisa foi realizada em 3 empresas situadas na região CRAJUBAR, sendo empresas que estão dentro do perfil abordado no presente artigo. Foi aplicado um questionário com oito perguntas quantitativas, que tinham como intuito, de entender o perfil das empresas e as principais dificuldades no gerenciamento do negócio. Deste modo foi possível obter as seguintes respostas:

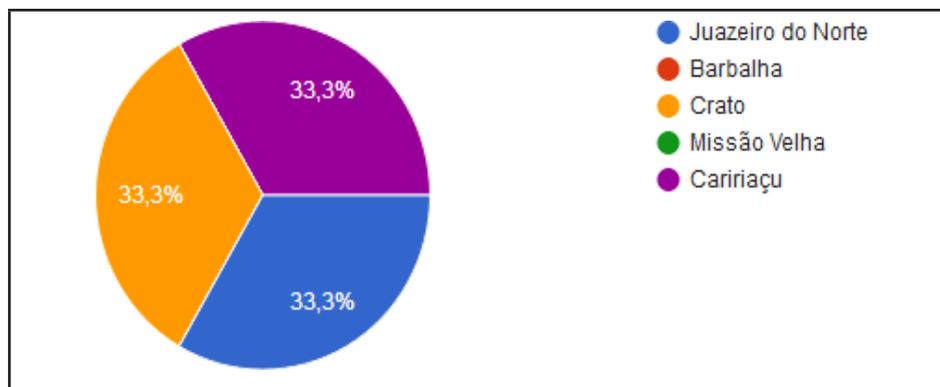


Figura 2 – Localização

Fonte: Dados da pesquisa

A Figura 2 mostra a localização de cada empresa entrevistada na região CRAJUBAR- Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha, essas cidades detém o maior registro de empresas com classificação familiar como também o melhor desenvolvimento da região do Cariri cearense.

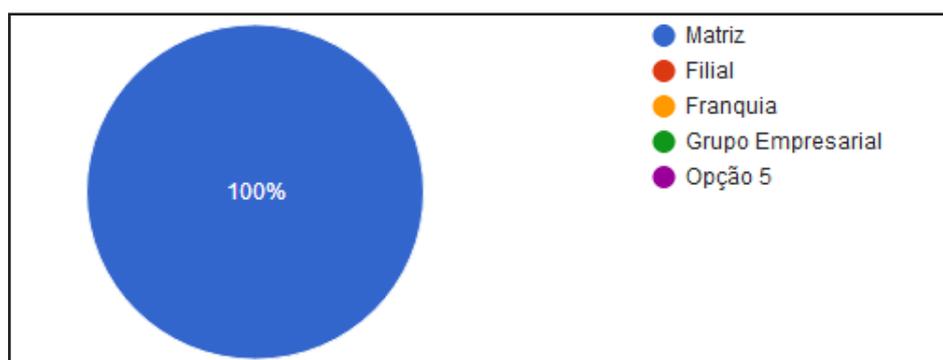


Figura 3 – Classificação da Empresa

Fonte: Dados da pesquisa

A Figura 3 mostra a classificação das empresas, onde 100% responderam que são empresas matriz, isso retrata uma das características predominantes nos empreendimentos familiares que é a centralização dos negócios e o não investimento em filiais.

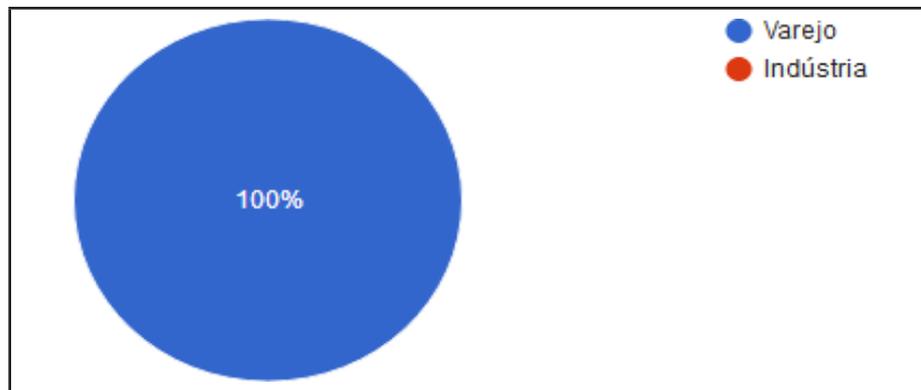


Figura 4 – Segmento
Fonte: Dados da pesquisa

Na figura 4, foi perguntado o segmento da empresa e 100% responderem que se enquadram no segmento do varejo, com base nas características expostas das empresas familiares, elas se enquadram em empreendimento de pequeno porte por não possuem um bom planejamento financeiro e estratégico no mercado.

A Figura 5 representa o questionamento sobre o porte da empresa de acordo com a divisão que ocorre, devido ao seu lucro.

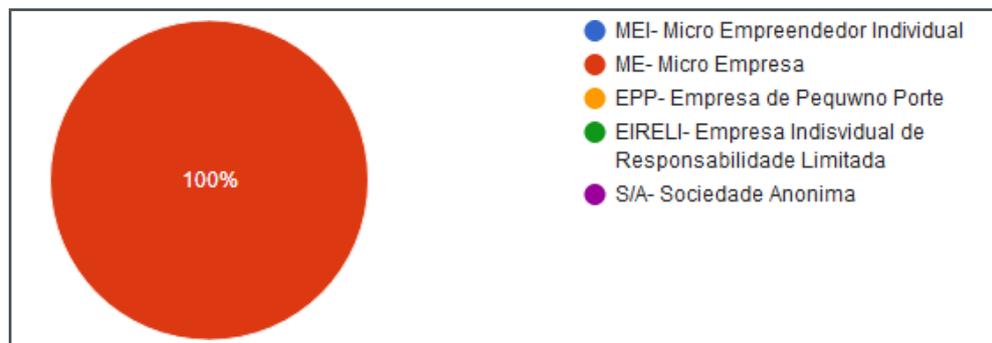


Figura 5 – Porte da empresa
Fonte: Dados da pesquisa

Na figura 5, foi analisada o porte da empresa e 100% se enquadram como ME- Microempresas, optam por essa classificação levando em consideração sua receita, pagamento de imposto e seu quadro de funcionários.

A Figura 6 destaca o período que a empresa estar ativa no mercado.

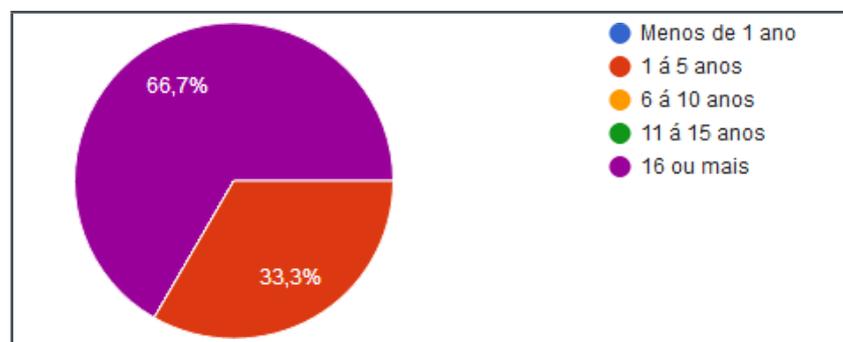


Figura 6 – Tempo de mercado

Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com a Figura, percebe-se que 66,7% possuem 16 anos ou mais de mercado e 33,3% possuem de 1 a 5 anos no mercado. Isso retrata novamente que os empreendimentos familiares possuem uma permanência de mercado prolongado consequentemente resultando na viabilidade deste tipo de negócio.

A Figura 7 representa o número de membros da família que trabalham de alguma forma nas empresas que foram pesquisadas.

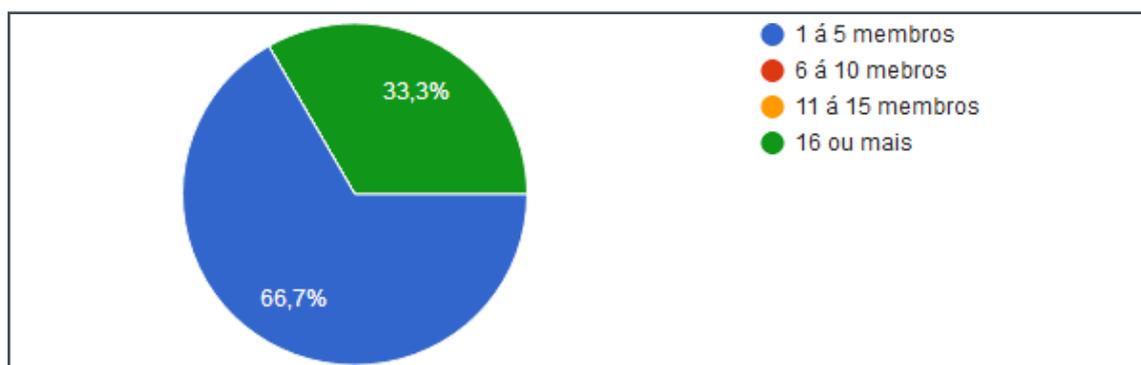


Figura 7 – Membro da família que fazem parte da empresa

Fonte: Dados da pesquisa

Na Figura 7 mostra a quantidade de membros da família que fazem parte do quadro de funcionários da empresa. 66,7% responderam que possuem 1 a 5 membros e 33,3% responderam que possuem 16 ou mais. Portanto todas as empresas empregam alguns de seus familiares para desempenhar determinadas tarefas de confiança na organização, no entanto algumas desvantagens são geradas acarretando problemas no desempenho da função.

Já a Figura 8 retrata alguns dos fatores que influenciam diretamente na gestão e crescimento da organização.

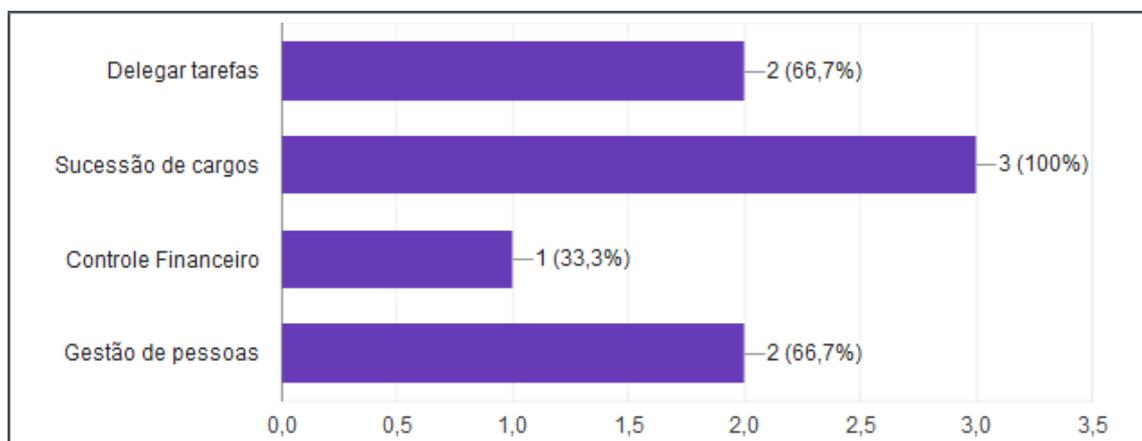


Figura 8 – Fatores que influenciam diretamente na gestão

Fonte: Dados da pesquisa

Deste modo foram obtidos os seguintes resultados, 66,7% alegam ter dificuldades na delegação de tarefas devido a centralização de informações, 100% afirma ter problema na sucessão de cargos, pois a terceira geração da família – netos e filhos, não têm pretensão de gerenciar o negócio, 33,3% admitem dificuldade no controle financeiro por não possuírem conhecimentos necessários para esse tipo de gestão e 66,7% responderam que possuem dificuldade na gestão de pessoas, pois como seu quando de funcionários é formado, na maioria, por membros familiares a tomada de decisão e gestão das pessoas torna-se algo pessoal.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Deste modo, podemos concluir diante dos resultados obtidos na pesquisa realizada em quatro empresas da região CRAJUBAR, foi possível identificar que todas estão no segmento do varejo e possuem em evidência a gestão familiar onde as dificuldades de gerenciar o negócio estão atreladas a delegação de tarefas, centralizando informações que dificultam no melhor fluxo de trabalho, como também a sucessão de cargos, já que sua terceira geração (filhos e netos) não têm pretensão de assumir a empresa futuramente.

Portanto, as empresas familiares são empreendimentos viáveis, sim. No entanto torna-se necessária uma gestão com planejamento estratégico voltado a descentralização do poder e um planejamento direcionado a sucessão da empresa no mercado.

REFERÊNCIAS

ADACHI, P. P. **Família S.A. Gestão de empresa familiar e solução de conflitos**. São Paulo: Atlas, 2006.

ANDRADE, M. M. de **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na

graduação. 6. ed. São Paulo; Atlas, 2003.

CERVO, A. L.; BERVIAM, P. A. **Metodologia Científica**. 4. Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 1996.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. O capital Humano das Organizações. 8ª ed. São Paulo, Atlas, 2008.

DA SILVA, L. **Tipos de pesquisa o que é e para que serve**: pesquisas são ações de buscas de conhecimentos em determinadas áreas de atuação. São expectativas e necessidades do mercado. Para obter às pesquisas é necessário que haja a interação, contato contínuo com um determinado grupo ou mercado (Fornecedores, concorrentes, consumidores, revendedores). Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/producao-academica/tipos-de-pesquisas-o-que-e-e-para-que-serve/5236/>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DONNELLEY, R. G. **A empresa familiar tem suas vantagens e desvantagens, o importante é identificá-las e compreendê-las**. v. 2. Boston: Biblioteca Harvard de Administração de empresas, 1976.

DRUCKER, P. **Empreendedorismo em Empresa de Negócios**. *Journal of Business Policy*, vol 1, 1970.

GERSICK, K.; DAVIS, J.; HAMPTON, M.; LANSBERG, I. **De geração para geração**: ciclos de vida das empresas familiares. 4. ed. São Paulo: Negócio, 1997.

LETHBRIDGE, E. **Tendências da empresa Familiar no mundo**. Revista BNDES, n. 7, jun. 1997. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/revista/rev707.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

LANSBERG, I. **De geração para geração**: ciclos de vida das empresas familiares. São Paulo: Negócio. 1997.

MARTINS, I. G.; MENEZES, P. L.; BERNHOEFT, R. **Empresas familiares brasileiras**. São Paulo, Negócio, 1999.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

RICCA NETO, D. **Da empresa familiar à empresa profissional**. São Paulo: CL-A Cultural, 1998.

SCHUMPETER, A. J. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Trad. Sergio Góesde Paula. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

SEBRAE. **As características de negócios familiares**: Empresas familiares têm estrutura enxuta. Conheça os pontos fracos e fortes desse tipo de negócio. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-caracteristica,%2048e89e665b182410%20VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

OLIVEIRA, L. S. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

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

SEBRAE. **Iniciando um pequeno grande negócio**. Brasília: SEBRAE, 2001.

SILVA, A. C. R. **Metodologia da Pesquisa aplicada à Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2003.

VANZOLINI, Fundação. **95% das empresas familiares são extintas no processo de sucessão à segunda ou terceira geração**. Disponível em: <<https://vanzolini.org.br/noticia/95-das-empresas-familiares-sao-extintas-no-processo-de-sucessao-segunda-ou-terceira-geracao/>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

SOBRE A ORGANIZADORA

LUCIANA PAVOWSKI FRANCO SILVESTRE - Possui graduação em Serviço Social pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2003), pós-graduação em Administração Pública pela Faculdade Padre João Bagozzi (2008) é Mestre em Ciências Sociais Aplicadas pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2013), Doutora em Ciências Sociais Aplicadas pela UEPG. Assistente Social da Secretaria de Estado da Família e Desenvolvimento Social - Governo do Estado do Paraná, atualmente é chefe do Escritório Regional de Ponta Grossa da Secretaria de estado da Família e Desenvolvimento Social, membro da comissão regional de enfrentamento às violências contra crianças e adolescentes de Ponta Grossa. Atuando principalmente nos seguintes temas: criança e adolescente, medidas socioeducativas, serviços socioassistenciais, rede de proteção e política pública de assistência social.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agronegócio 20, 27, 132, 182

C

Consumidor 2, 5, 166, 170, 171, 172, 181, 182, 268, 279

Cooperativa 118, 123, 201, 213, 215, 216, 222, 223, 265

E

Economia 17, 19, 27, 28, 71, 104, 118, 122, 123, 196, 222

Empreendedorismo feminino 149, 164, 165

Espoliação 90

Exportações 19, 23, 27

F

Ferrovia 224, 225, 226, 227, 228, 230

G

Gestão da diversidade 185, 194

I

Impactos tributários 1, 13

Incorporações imobiliárias 4, 18

M

Marketing digital 268, 271, 296, 297, 322

Marketing sensorial 292

Mineração 87, 97

P

Patrimônio de afetação 1, 5, 18

Planejamento 44, 45, 46, 55, 56, 97, 103, 164, 265, 271

Política monetária 70

R

Renda 119, 224, 305

Request for proposal 30, 33, 43

S

Soja 19, 27, 228

T

Tecnologia 32, 95, 97, 132, 196, 267, 309, 310, 312, 322

Trabalho 55, 56, 73, 74, 75, 77, 79, 95, 105, 106, 117, 126, 132, 133, 134, 164, 182, 193, 194, 195, 196, 215, 222, 240, 322

Turismo 100, 103, 104, 165, 215, 310, 311, 312, 313, 315, 316, 317, 318, 321, 322

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-516-7



9 788572 475167