

# **A INFLUÊNCIA DA CULTURA FAMILIAR NO DESPERTAR DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA EM EMPRESÁRIOS IBERO- AMERICANOS**

## **Fernando Dolabela**

Professor, Fundação Dom Cabral, Belo Horizonte - Minas Gerais – Brasil

E-mail: [dolabela@dolabela.com.br](mailto:dolabela@dolabela.com.br)

0xx31 3284-3591

## **Paulo da Cruz Freire dos Santos**

Professor, UFAL, Maceió – Alagoas – Brasil

E- mail: [pcfs@ccsa.ufal.br](mailto:pcfs@ccsa.ufal.br)

+55 82 3214 1223

## **Anderson de Barros Dantas**

Professor, UFAL, Maceió – Alagoas – Brasil

E-mail: [anderson.dantas@ccsa.ufal.br](mailto:anderson.dantas@ccsa.ufal.br)

+55 3214 1236

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF THE FAMILY CULTURE OF INTENTION ENTREPRENEURIAL INTO ENTREPRENEURS IBERO-AMERICAN**

The study of entrepreneurship has been focused since entrepreneurial characteristics until the entrepreneur's role in the economic development. However little has produced about the influence of the family culture. The aim of this research was to explore family's culture role, in Latin America, regarding this influence. For the data collection 679 businessmen and 561 employees were surveyed in Argentina, Bolivia, Brazil, Chile, Colombia, Equator, Mexico, Panama, Paraguay, Uruguay, and Venezuela. The results show family's influence in the decision of to be or not to be entrepreneur.

**Keywords:** Entrepreneurship, family culture, entrepreneurial characteristics.

### **LA INFLUENCIA DE LA CULTURA FAMILIAR DE INTENCIÓN EMPRESARIAL EN LOS EMPRESARIOS IBEROAMERICANOS**

## **RESUMEN**

El estudio del emprendedorismo ha sido dirigido desde las características emprendedoras hasta el papel del emprendedor en el desarrollo económico. Sin embargo poco se produjo acerca de la influencia de la cultura familiar. El objetivo de esta investigación fue explorar el papel de la cultura familiar, en América Latina, con relación a esa influencia. Para la recogida de datos fueron entrevistados 679 empresarios y 561 empleados en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Los resultados muestran la influencia de la familia en la opción por una carrera como emprendedor o empleado.

**Palabras claves:** Emprendedor, cultura familiar, características emprendedoras.

## 1. INTRODUÇÃO

O estudo do empreendedorismo tem sido focado, nas últimas décadas, em vários aspectos que vão desde as características, ou traços psicológicos, empreendedoras até o papel que o empreendedor exerce no processo de desenvolvimento econômico.

A importância do empreendedor e do seu papel no atual cenário econômico e social tem se tornado cada vez mais patente e aumenta a cada dia o número de pesquisas focadas no assunto. Na mesma proporção segue o número de estudos que buscam um padrão comportamental para os empreendedores investigando suas principais características comportamentais (KISTRIANSEN; INDARTI, 2004; NASCIMENTO JR, 2005; BARRETO *et al.*, 2006).

Esse aumento pode estar relacionado ao que sugere Dias (2001) quando diz que, desde o século XX, as sociedades ocidentais têm passado por mudanças advindas do capitalismo, da tecnologia e de outras variáveis, o que tem ocasionado uma série de implicações no universo social gerando desemprego e a mortalidade das empresas. Isso, entre outros fatores, levou as pessoas a buscarem alternativas de sobrevivência que culminaram em ações empreendedoras.

Para Felício Jr. (2002) o efeito das transformações paradigmáticas mostra que a sociedade está vivendo sob a égide das mudanças marcadas por uma nova sociedade emergente e por uma nova visão empreendedora.

Nessa perspectiva Mazzarol *et al.* (1999) mostram que os empreendedores têm criado milhares de novos negócios a cada ano e gerando desenvolvimento econômico.

A literatura mais recente tem mostrado estudos sobre a propensão genética a empreender, a relação indivíduo/oportunidade, o efeito do ambiente socioeconômico, etc. mas pouco se tem produzido sobre a influência da cultura familiar no despertar da intenção empreendedora. Apesar de filhos de empreendedores virem a se tornar sucessores nos negócios familiares, ou mesmo partirem para fundar seus próprios empreendimentos, não se conhece a fundo como se processa, dentro das famílias, o acultramento empresarial.

Se o movimento das mudanças leva ao surgimento de novos negócios, existe alguma parcela dos valores aprendidos com a família nessa decisão? O objetivo deste trabalho é explorar o papel das famílias de empreendedores, a partir da percepção de empresários e empregados da América Latina, em relação à influência que elas exercem sobre seus membros mais novos para abraçarem uma carreira empresarial.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

Ao longo dos anos a academia produziu inúmeros artigos e pesquisas sobre o campo do empreendedorismo e uma das principais questões ligadas ao tema diz respeito aos elementos que caracterizam pessoas que podem ser consideradas empreendedoras (SANTOS, 2008).

Essa questão direcionou vários estudos para o exame de traços de personalidade como não aversão ao risco, tenacidade, confiança em si próprio, tolerância com a ambigüidade, além de valores e comportamentos éticos (MORRIS *et al.*, 2002).

## 3. CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

O ponto de partida para os estudos sobre características empreendedoras foi os escritos de McClelland (SANTOS, 2004; LONGEN, 1997; CIELO, 2001). McClelland (1961) identificou nos empreendedores bem-sucedidos um elemento psicológico crítico, denominado por ele de motivação da realização ou estímulo para melhorar.

Mais recentemente foram considerados dois elementos que ligados ao empreendedor influenciam o êxito ou o fracasso do seu negócio: a personalidade e a motivação; por conta disso seu comportamento é influenciado por esses elementos que definem seus rumos e resultados futuros (LEZANA; LANZA, 1997).

Segundo Kristiansen; Indarti (2004) há outra característica de personalidade que indica o nível individual de controle interno. Para os autores quando é considerada a formação de novos negócios o *locus* interno de controle ajuda a dar sustentação e a energia necessária para o estabelecimento e gerenciamento desse negócio.

A inovação também é um elemento muito abordado como característica presente nos empreendedores e foi introduzida por Schumpeter (1934) como fator determinando para o processo de destruição criativa. Para o autor a figura do empresário inovador é um fenômeno fundamental para o desenvolvimento econômico, onde a destruição criativa ocorreria se as estruturas de mercado fossem destruídas pela entrada competitiva de novas combinações inovadoras que impulsionassem a evolução dinâmica da economia.

Associado a este elemento, a criatividade também ganha destaque e Politis (2005, p. 417) afirma num contexto educacional que:

(...) esforços de políticas educacionais direcionados ao estímulo de atividades empresariais deveriam focalizar-se principalmente em desenvolver a criatividade, pensamento crítico e reflexão nos indivíduos e, em troca, poderiam ter influência profunda nas suas motivações e habilidades para desenvolver conhecimento empresarial ao longo de suas vidas profissionais.

Outras características são adicionadas à discussão por Kristiansen; Indarti (2004) como a busca por informações e a rede de relacionamentos. Para os autores a busca por informações é de fundamental importância para a intenção empresarial dos empreendedores, uma vez que esta está relacionada ao desenvolvimento de soluções tecnológicas, de *design* e leis governamentais e regulamentações.

Os valores pessoais também são alvo de discussão sobre o comportamento empreendedor e sobre a temática Santos (2008) argumenta que isto ocorre pelo fato dos valores estarem, de maneira geral, relacionados aos elementos utilizados pelas pessoas nos processos de comparação, julgamento e apreciação de alguma coisa. Um dos pontos referentes ao tema diz respeito à ética que para Kolb; Osland; Rubin (1995) é formada pelos valores do indivíduo e que o ensino da ética pode levar os indivíduos no processo de identificação de seus próprios valores.

Lezana; Tonelli (2004) segmentam as características empreendedoras dentro de 4 grandes grupos (necessidades, conhecimentos, habilidades e valores), cada um deles, formado por diferentes características como é possível verificar no QUADRO 1.

### **Quadro 1 Características do comportamento empreendedor**

Grupo	Características
Necessidades	Aprovação, independência, desenvolvimento pessoal, segurança e auto-realização.
Conhecimentos	Aspectos técnicos relacionados ao negócio, experiência na área comercial, escolaridade, experiência em empresas, formação complementar e vivência de situações novas.
Habilidades	Identificação de novas oportunidades, valorização de oportunidades e pensamento criativo, comunicação persuasiva, negociação, aquisição de informação e resolução de problemas.
Valores	Existenciais, estéticos, intelectuais, morais e religiosos.

Fonte: Adaptado de LEZANA; TONELLI, 2004.

## **Influência da cultura familiar no comportamento empreendedor**

Para Hosftede (1980, p. 25) cultura é “a programação coletiva da mente que distingue os membros de um grupo humano de outro e inclui sistemas e valores”

Edward B. Tylor (1832-1917) foi quem primeiro usou a palavra cultura com o sentido de padrões de comportamento aprendidos. Em seu livro *Primitive Culture* ele diz que:

Cultura ou civilização, tomando-se de seu amplo sentido etnográfico, é todo esse complexo que inclui conhecimento, crenças, arte, moral, leis, costumes, e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como um membro da sociedade. A condição da cultura entre as várias sociedades da humanidade, na medida em que é capaz de ser investigada nos seus princípios gerais, é um assunto adequado para as leis do estudo do pensamento e ação humana (TYLOR, 1873, p. 1).

Para Kottak (2002), analisando a definição de Tylor, seu elemento central está na aquisição de hábitos, sendo que ela é feita pelo homem na condição de membro da sociedade. Portanto o meio onde vive o homem é quem define a sua cultura. Dado que o homem é essencialmente um ser social ele culturalmente é um reflexo da sociedade onde está inserido.

Essa sociedade pode ser entendida em um sentido macro, ou micro, aí se situando a família.

Se o microcosmo familiar direciona ao tipo de cultura que o indivíduo apresenta em seus padrões de comportamento, é de se esperar que a mesma influencie a forma como ele vai ganhar a vida. Portanto é racional entender-se que a cultura familiar pode encaminhar as pessoas para buscar o empreendedorismo como uma alternativa de atuação profissional.

Os estudos direcionados a analisar a influência da família no desenvolvimento de características empreendedoras (BOHNENBERGER; SCHIMIDT; FREITAS, 2007; SALVI *et al*, 2006; HILÁRIO NETO, 2004) ganharam destaque através da importância direcionada aos empreendedores e o impacto causado por eles em diferentes setores econômicos e sociais.

Hilário Neto (2004) afirma que o comportamento de um indivíduo e suas características pessoais são adquiridos através de suas próprias experiências, no meio em que vive, como a família e os círculos de amizade frequentados. Na mesma linha de raciocínio Tonelli (1997) *apud* Salvi *et al*. (2006) diz que a influência da educação familiar e o ambiente social como um todo representam uma parcela significativa na formação de empreendedores.

Nessa mesma linha de raciocínio Bohnenberger, Schmidt; Freitas (2007, p. 5) acrescentam que:

É o contato com o meio ambiente da família, da escola, de amigos, do trabalho, da sociedade, enfim, que vai possibilitando o desenvolvimento de alguns talentos e características de personalidade e bloqueando ou enfraquecendo outros. Isto acontece ao longo de nossa vida, pelas diversas circunstâncias com que nos defrontamos e que fazem parte de nossa história.

Para eles, as pessoas que possuem familiares exercendo papéis empresariais diferem significativamente “em sua *performance*” de pessoas que não possuem tal plano de fundo familiar (BOHNENBERGER; SCHIMIDT; FREITAS, 2007, p. 4).

Ainda sobre a influência da família no processo de desenvolvimento do comportamento empreendedor Schmidt; Bohnenberger (2008) detectaram em um estudo sobre a efetividade de ações, para a promoção do empreendedorismo, que existe uma relação mais forte entre a família e o empreendedor do que a existente entre ele e a instituição de ensino que eles utilizaram para a realização do estudo. Para esses autores essa evidência indica que o perfil empreendedor deve ser analisado desde o início das relações sociais.

Um modelo teórico que dá pistas sobre essa influência é o criado por Longenecker; Schoen (1978) para mostrar o processo de sucessão em empresa familiar (FIGURA 1).

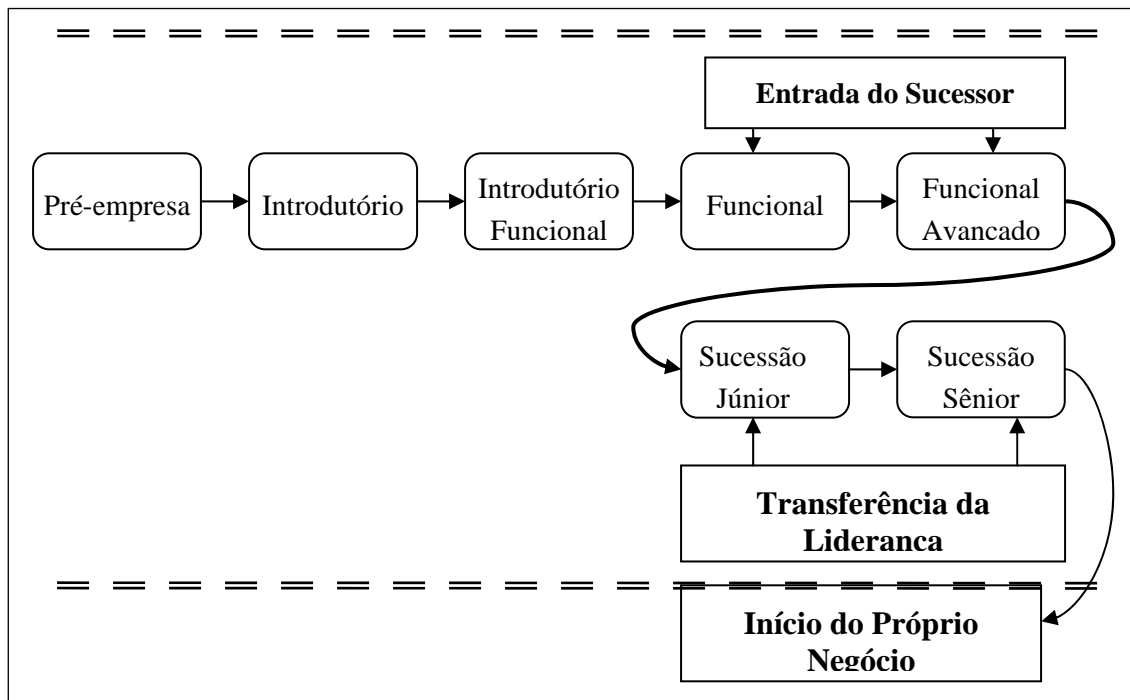


FIGURA 1 - Modelo de sucessão/início de um novo negócio

Fonte: Adaptado, com acréscimos, de LONGENECKER; SCHOEN, 1978, p. 4.

Longenecker; Schoen (1978) mostram que nas famílias que exploram algum tipo de negócio, os seus membros mais novos iniciam seu processo de aculturação e aprendizagem dos segredos da atividade inicialmente de maneira informal, depois conhece os empregados, passa a trabalhar em meio expediente, assume um posto, depois uma função gerencial e por fim passar a comandar a empresa. É um processo lento, como todo processo de aculturação e cooptação para o mundo dos negócios.

Não é um processo com garantias de sucesso. Alguns membros da família perdem o interesse e partem para buscar outros tipos de atividade e outros se tornam *spin-off* e abrem seus próprios negócios.

Para Mueller; Thomas (2000) a cultura apresenta-se na forma de um sistema subjacente onde estão inseridos aqueles valores que são próprios de determinados grupos ou sociedades e que levam ao surgimento, e posterior evolução, de determinados traços de personalidade que induzirão os indivíduos a se comportarem de determinadas maneiras que podem não ser compartilhadas por outros agrupamentos sociais.

É nesse contexto que muitas vezes são encontrados determinados agrupamentos sociais, ou étnicos, onde o direcionamento para a atividade empresarial é uma coisa considerada normal. Lá os indivíduos, desde a mais tenra infância, são aculturados recebendo orientação empreendedora.

A orientação empreendedora subentende um indivíduo que é auto-confiante, independente, com forte determinação e perseverança para iniciar e fazer crescer um empreendimento. Assim, indivíduos com *locus* de controle interno e orientação inovadora deveriam aparecer mais frequentemente em culturas altamente individualistas com elementos de comportamento empreendedor fortemente independente e perseverante e ao mesmo tempo mantendo criatividade e inovatividade na resolução de problemas para lidar com um mundo incerto e ambíguo (MUELLER, S. L.; THOMAS, 2000, p. 62).

Basu; Altinay (2002), em sua análise de seis grupos étnicos, apontaram diferenças nas razões que levam as pessoas a ingressar em atividades de negócios e detectaram que essas diferentes razões decorrem dos tipos de culturas a que estão conectados. Para eles esses padrões culturais podem se manifestar na tradição familiar para os negócios, na forma como obtém recursos para a arrancada inicial, na participação feminina ou no tipo de negócio a ser explorado. Ainda segundo eles a cultura pode ser também determinante através da forma como ela se



posiciona em relação à educação. Em grupos onde não existe pressão familiar para que as pessoas estudem as possibilidades de bons empregos são mais escassas e por conta disso conduzir um negócio passa a ser uma alternativa para a sobrevivência.

Essas constatações implicam, portanto na formulação de uma série de indagações, que por sua vez conduzem a elaboração de uma série de hipóteses, todas elas relacionadas a influência da cultura familiar no despertar da intenção empreendedora.

### **hipóteses de pesquisa**

Para se obter respostas para as indagações sobre a influência da cultura familiar no despertar da intenção empreendedora buscou-se ouvir empreendedores e empregados, através de uma ampla pesquisa em vários países da América Latina. Como pontos de partida foram estabelecidas as seguintes hipóteses:

- H<sub>1</sub>: Existe uma associação entre ser filho de empresário e se decidir pela atividade empresarial ou ser filho de não empresário e se decidir pela atividade do emprego.
- H<sub>2</sub>: Os respondentes provenientes de filhos de empresários possuem, em média, uma percepção diferente sobre características empreendedoras que os respondentes que não são filhos de empresários.
- H<sub>3</sub>: Os empresários provenientes de filhos de empresários possuem, em média, uma percepção diferente sobre características empreendedoras que os empresários que não são filhos de empresários.
- H<sub>4</sub>: Os empregados provenientes de filhos de empresários possuem, em média, uma percepção diferente sobre características empreendedoras que os empregados que não são filhos de empresários.
- H<sub>5</sub>: Os empresários provenientes de filhos de empresários possuem, em média, uma percepção diferente sobre características empreendedoras que os empregados filhos de empresários.

#### 4. METODOLOGIA

Inicialmente estruturou-se um questionário com perguntas sobre características demográficas dos pesquisados, como sexo, idade, escolaridade e se eram oriundos de famílias que exploravam algum tipo de negócio, e 37 afirmativas relacionadas a traços de personalidade, medidas através de uma escala de 11 pontos indo de 0 e 10, sendo 0 = discordo totalmente e 10 = concordo totalmente.

O questionário foi submetido a pré-teste utilizando-se 108 estudantes de graduação da Universidade Federal de Alagoas, Brasil. Os dados coletados foram submetidos ao teste de Levene, ao teste *t* e calculou-se a correlação item/total. Eliminando-se as afirmativas com correlação item/total inferior a 0,30 reduziram-se as mesmas de 37 para 23 (APÊNDICE A).

Algumas variáveis, mesmo sendo não significativas estatisticamente, foram mantidas pela importância teórica do modelo adotado. Com a redução do número de afirmativas relacionadas a traços de personalidade foi então testada a confiabilidade das mesmas através do alfa de Cronbach, que alcançou o valor de 0,85 o que se considerou como bom.

Para a aplicação do questionário, em vários países da América Latina, obteve-se uma amostra, não-probabilística, de 1240 pessoas das quais 679 eram empresários e 561 empregados. Entre os empresários 325 eram filhos de pessoas que foram, ou são, empresários e 354 eram filhos de não-empresários. A pesquisa foi realizada no Chile, Brasil, Paraguai, Venezuela, Argentina, Uruguai, Equador, México, Colômbia, Bolívia e Panamá.

As características pesquisadas foram: a) tolerância a incerteza; b) *locus* interno de controle; c) criatividade; d) auto-aprendizagem; e) ética; f) conceito de si/necessidade de realização; g) capacidade de realização/planejamento; h) rede de relações; i) conhecimento do setor/informação; j) liderança/persuasão. As variáveis que formaram o comportamento empreendedor do sujeito analisado tiveram como base o sonho, a visão de futuro e a transformação do sonho em realidade.

## 5. RESULTADOS

A caracterização dos entrevistados mostrou que os escores médios totais foram relativamente altos, assim pode-se concluir que a maioria dos respondentes se considera empreendedor, independente de exercer atividade empresarial ou ser trabalhador.

Dentre os empresários 59% deles eram do sexo masculino. Aproximadamente 79% deles possuíam no mínimo o superior incompleto e que 48% deles possuíam pais também empresários.

Em relação aos empregados a pesquisa mostrou que a maioria (54%) é do sexo feminino, com escolaridade média alta (78,65% no mínimo com curso superior incompleto) e apenas 33% deles possuíam pais empresários.

A verificação da hipótese 1 de que existe uma associação entre ser filho de empresário e se decidir pela atividade empresarial ou ser filho de não-empresário e se decidir pela atividade do emprego levou aos resultados apresentados na TAB.1.

A alegação foi confirmada. Assim, pode-se concluir que ter tido pais empresários influencia na decisão de ser ou não empresário. Pode-se observar que, dos que disseram sim, existe uma proporção muito superior para aqueles considerados empresários. Também se observou que os empregados filhos de empresários se constituem numa proporção bem menor que os empregados que não são filhos de empresários. Por fim, a associação existe mais ela pode ser considerada fraca pelo teste de Spearman.

**Tabela 1 Associação entre ser, ou não, empresário, em relação a possuir pais empresários**

Categoria	Filho de pessoas que possuem um negócio		Total
	Sim	Não	
Empresário	325	354	679
Empregado	186	375	561
Total	511	729	1240

Estatística do Qui-quadrado = 27,435;  $p\text{-value} = 0,000 > 0,01$

Correlação de Spearman = 0,149;  $p\text{-value} = 0,000 > 0,01$

Quanto a hipótese 2 de que os respondentes provenientes de filhos de empresários possuem, em média, uma percepção diferente sobre características empreendedoras que os respondentes que não são filhos de empresários, os resultados, geral, por dimensão e por variável podem ser vistos nas TAB. 2, 3, 4 e 5.

**Tabela 2. Escalonamento geral**

Filho de pessoa que possui negócio	N	Escalonamento médio	Soma dos escalonamentos
Sim	471	609,80	287217,00
Não	692	563,08	389649,00
Total	1163		
Não respondeu	146		

Considerando todos os respondentes, os resultados confirmam a hipótese de que os filhos de empresários possuem uma percepção diferenciada e mais alta do que aqueles que não são filhos, a respeito das características empreendedoras.

**Tabela 3 Testes estatísticos para os respondentes agrupados pela variável filho de empresário**

Discriminação	Resultados
Mann-Whitney U	149871,000
Wilcoxon W	389649,000
Z	-2,329
Sig. Assint. (bicaudal)	,020

Criatividade, auto-aprendizagem, ética e liderança não apontaram diferenças entre os que são filhos de empresários dos que não são. Contudo, os que são filhos de empresários lidam melhor com a incerteza, com o *locus* interno de controle, possuem um conceito de si mais definido ou uma maior necessidade de realização, têm uma rede de informações mais ampla e possuem um maior entendimento sobre o setor em que atuam.

**TABELA 4. Testes estatísticos para os respondentes filhos de empresários agrupados por diversas variáveis <sup>a</sup>**

Discriminação	Incerteza	<i>Locus</i>	Conceito/ Realização	Rede	Conhecimento/ Informação
Z	-1,786	-2,936	-2,130	-1,846	-2,429
Sig. Assint. (bicaudal)	,074	,003	,033	,065	,015

<sup>a</sup> Apenas as dimensões significativas

O resultado geral, e as dimensões que foram diferentes, estão embasados em 9 (nove) das 23 (vinte e três) afirmativas ou variáveis (TAB. 5).

**Tabela 5. Escalonamento e testes dos empresários por variável significativa**

Variável	Escalonamento médio - Filho de empresário	Escalonamento médio – Não-filho de empresário	Significância (bicaudal)
O risco é um elemento natural da vida e está em todas as situações	641,56	599,91	0,037
A pessoa deve ser independente	640,61	597,14	0,031
O emprego não é a única forma de se ingressar no mercado de trabalho	656,16	590,54	0,001
O mais importante é que as pessoas possam fazer o que gostam	636,04	601,20	0,080
As pessoas devem crer em si mesmas	650,25	589,70	0,001
Sonhar somente não basta; as pessoas devem saber fazer, transformar o sonho em realidade	647,05	594,33	0,006
Para se obter êxito é essencial conhecer as pessoas que podem nos ajudar	633,50	596,16	0,065
Para se obter êxito é essencial saber o que acontece além da porta da casa, no mundo	649,73	591,58	0,003
Quando se deseja algo é essencial saber como se consegue	635,53	599,81	0,073

Em relação à hipótese 3 observou-se que os empresários provenientes de filhos de empresários possuem, em média, uma percepção diferente sobre características empreendedoras que os empresários que não são filhos de empresários (TAB. 6).

**Tabela 6. Escalonamento geral**

Filho de pessoa que possui negócio	N	Escalonamento médio	Soma dos escalonamentos
Sim	304	328,45	99848,50
Não	338	315,25	106554,50
Não respondeu	642		

Não foi possível detectar diferença estatística significativa entre os pesquisados pertencentes aos grupos de filhos de empresários e aos de não-filhos de empresários (TAB. 7). Pode-se atribuir o resultado ao fato à competição acirrada dos tempos atuais. Assim, os empresários que não são filhos de pessoas possuidoras de negócio aparentemente buscam rapidamente adquirir tal experiência. Muitos deles antes de empreender trabalham como técnicos em outras empresas para adquirir experiência no ramo.

**Tabela 7 . Testes estatísticos agrupados pela variável filho de empresário**

Discriminação	Resultados
Mann-Whitney U	49263,500
Wilcoxon W	106554,500
Z	-0,900
Sig. Assint. (bicaudal)	0,368

As dimensões corroboraram o resultado geral (TAB. 8). Assim, em nenhuma delas foi possível observar empresários que são filhos de pessoas que possuem negócio obterem escores médios superiores aos que não são filhos de empresários.

**Tabela 8. Testes estatísticos agrupados pela variável filho de empresário**

Discriminação	Incerteza	<i>Locus</i>	Criatividade	Auto-aprendizagem	Ética	Conceito/ Necessidade	Rede de Relações	Informações	Liderança/ Persuasão
Z		-1,300	-,553	-1,147	-,037	-1,410	-1,162	1,4	-,704
p*	,764	,309	,580	,251	,970	,159	,245	,154	,482

\* Sig. Assint. (bicaudal)

Em algumas variáveis isoladamente pode-se notar ligeiras diferenças. Os filhos de empresários se saíram relativamente melhor em variáveis das dimensões necessidade de realização, *locus* interno de controle e conhecimento do setor/informação (TAB. 9) É importante considerar que em duas variáveis o nível de significância considerado foi de 10%. Sendo um pouco mais rigorosa, em termos estatísticos, a pesquisa revela que os filhos de empresários possuem uma auto-estima maior que os que não são.

**Tabela 9 . Escalonamentos e testes dos empresários por variável significativa**

Discriminação	Escalonamento médio - Filho de empresário	Escalonamento médio – Não-filho de empresário	Significância (bicaudal)
As pessoas devem crer em si mesmas	353,37	322,16	0,017
O emprego não é a única forma de se ingressar no mercado de trabalho	352,16	325,09	0,064
Para se obter êxito é essencial saber o que acontece além da porta de casa, no mundo	349,64	325,48	0,092

Nos resultados relacionados com a hipótese 4 observou-se que os empregados cujos pais são ou foram empresários possuem, em média, uma percepção diferente sobre características empreendedoras que os empregados que não são filhos de empresários (TAB. 10).

**Tabela 10. Escalonamento geral**

Filho de pessoa que possui negócio	N	Escalonamento médio	Soma dos escalonamentos
Sim	170	283,94	48270,00
Não	354	252,20	89280,00
Total	524		

A hipótese foi confirmada pelo grupo de empregados (TAB 11). Esse caso pode estar relacionado ao fato de que, como funcionário, a experimentação da atividade empresarial na sua plenitude está comprometida. A acomodação na execução de ordens não possibilitaria enxergar além do que lhe é oferecido. Por outro lado, os trabalhadores provenientes de pais proprietários de negócios teriam a possibilidade de comparação entre o que ele está exercendo e a percepção adquirida pela cultura familiar.

**Tabela 11. Testes estatísticos agrupados pela variável filho de empresário**

Discriminação	Resultados
Mann-Whitney U	26445,000
Wilcoxon W	89280,000
Z	-2,247
Sig. Assint. (bicaudal)	,025

A TAB. 12 mostra que o ambiente familiar proporcionou aos filhos de empresários as seguintes habilidades: a) *locus* interno de controle – provavelmente os pais saíram muito cedo de casa e sempre deixaram claro para os seus filhos que se tornaram independente muito cedo; b) tolerância a incerteza – proveniente do ambiente hostil em que foram criados e das pressões familiares sobre o enfrentamento do mundo; c) conhecimento do setor (busca de informação). Apesar de não ter sido significativa estatisticamente, a diferença entre o conceito de si (necessidade de realização), daqueles que são filhos de empresários para aqueles que não o são, se mostrou próxima a área de aceitação da alegação.

**Tabela 12. Testes estatísticos agrupados pela variável filho de empresário**

Resultados	Incerteza	<i>Locus</i>	Conceito/Necessidade e de Realização	Conhecimento do Setor/Informação
Mann-Whitney U	30163,000	29789,500	30337,500	31130,000
Wilcoxon W	99169,000	98795,500	99343,500	100136,000
Z	-1,944	-2,349	-1,548	-1,810
Sig. Assint. (bicaudal)	,052	,019	,122	,070

A comparação dos escalonamentos médios de algumas variáveis utilizando-se filhos e não-filhos de empresários mostrou vários níveis de significância (TAB. 13).

Considerando os aspectos culturais dos países analisados, pode-se perceber que as variáveis de maior significância (lidar com ambigüidade, usar a intuição, possuir independência, não ficar limitado a opções de emprego como forma de auto-sustentação, observar as coisas além das suas fronteiras familiares) estão associadas à cultura familiar, onde pais empresários podem influenciar ou entrar em conflito com os filhos em função das experiências de vida por eles adquiridas.

**Tabela 13. Escalonamento e testes dos empresários por variável significativa**

Variável	Escalonamento médio - Filho de empresário	Escalonamento médio – Não-filho de empresário	Significância (bicaudal)
É importante saber lidar com a ambigüidade, incerteza	300,83	267,47	0,020
O risco é um elemento natural da vida e está em todas as situações	296,64	270,37	0,063



A intuição é importante em todos os momentos	297,72	266,84	0,031
A pessoa deve ser independente	299,15	268,29	0,030
O emprego não é a única forma de se ingressar no mercado de trabalho	300,13	270,04	0,035
Sonhar somente não basta; as pessoas devem saber fazer, transformar o sonho em realidade	295,94	270,64	0,066
As pessoas devem crer em si mesmas	295,41	269,44	0,046
Quando se deseja algo é essencial saber o que é necessário para realizá-lo	296,64	268,83	0,048
Para se obter êxito é essencial saber o que acontece além da porta da casa, no mundo	298,57	269,27	0,037

Para a hipótese 5 os resultados obtidos mostraram que os empresários provenientes de filhos de empresários possuem, em média, uma percepção diferente sobre características empreendedoras que os empregados filhos de empresários (TAB. 14).

**Tabela 14. Testes Mann-Whitney e Wilcoxon para filhos de empresários**

Resultados	Incerteza	<i>Locus</i>	Criatividade	Aprendizagem	Ética	Conceito/Realização	Rede	Conhecimento/Informação	Liderança	Geral
Z		-1,665	-,157	-,054	-,179	-,688	-,667	-,293	-,789	-,482
Sig. assint. (bicaudal)	,845	,096	,875	,957	,858	,491	,505	,770	,430	,630

Se fosse considerada a diminuição do rigor estatístico, apenas *locus* interno de controle teria diferença. Talvez pelo sentimento de independência já conquistado por aqueles que já são atuantes em nível empresarial. A rigor não existe diferença de percepção entre os filhos de empresários que atuam em atividades empresariais e aqueles que são empregados. Assim, a alegação da hipótese não pode ser considerada.

## 6. CONCLUSÕES E IMPLICAÇÕES

Os resultados mostraram que existe influência da família no despertar da intenção empreendedora. Ter tido pais empresários influencia na decisão de ser ou não ser empresário. Observou-se que, entre os pesquisados que afirmaram serem filhos de empreendedores existe uma proporção muito superior de empresários. Em decorrência os não-empresários filhos de empreendedores se constituem numa proporção bem menor. Filhos de empresários demonstraram possuir uma percepção diferenciada e mais alta, do que aqueles que não são filhos, a respeito das características empreendedoras. Em relação aos escores obtidos para a auto-percepção de características empreendedoras, o escore médio nos que se declararam filhos de pessoas que possuem negócio foi maior do que naqueles que declararam o oposto. As características que mais se sobressaíram foram: a) *locus* interno de controle; b) conhecimento do setor/informação; c) conceito de si/necessidade de realização.

A constatação de que existe influência da cultura familiar no despertar da intenção empreendedora encaminha para a necessidade de se desenvolver técnicas que auxiliem esse despertar ser mais eficiente. Esse pode ser um desafio para pesquisadores, pedagogos e outros profissionais envolvidos no fomento do empreendedorismo.

Por outro lado pode-se indagar: se uma cultura familiar propícia pode incentivar um indivíduo a ser empreendedor, será que o oposto também não é verdadeiro? Ambientes hostis a atividade empresarial poderiam arrefecer o despertar de uma carreira empreendedora. Nesse caso também caberiam buscas de intervenções, que poderiam ser nas escolas, visando contrapor-se a essas influências.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARRETO, R. R. et al. *Potencial empreendedor: uma comparação sob três metodologias*. Anais do XXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGEP, Fortaleza, 2006.
- BASU, A.; ALTINAY, E. The interaction between culture and entrepreneurship in London's immigrant businesses. *International Small Business Journal*, v. 20, n. 4, p. 371-393, 2002.
- BOHNENBERGER, M. C.; SCHMIDT, S.; FREITAS, E. C. A influência da família na formação empreendedora. ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- CIELO, I. D. *Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão*. 1992. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- DIAS, E. L. *Um estudo comparativo entre empreendedores e intraempreendedores sobre os valores referentes ao trabalho*. 2001. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- FELÍCIO JR., J. *Learning organization numa instituição de ensino superior: uma proposta empreendedora*. Programa de Pós-Graduação em Administração. Pedro Leopoldo, 2002.
- HILÁRIO NETO, G. *Diagnóstico e análise do perfil do empreendedor joense*. 2004. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Economia, Contabilidade e Administração, Universidade de Taubaté, Taubaté, 2004.
- HOFSTEDE, G. *Culture's consequences: international differences in work-related values*, Beverly Hills: Sage, 1980.
- KOTTAK, C. P. *Antropología cultural*. 9. ed. Madrid: McGraw-Hill, 2002.
- KRISTIANSEN, S.; INDARTI, N. Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, v. 12, n. 1, p. 55-78, 2004.
- KOLBI, D. A.; OSLAND, J. S.; RUBIM, I. M. *Organizational behavior: an experiential approach*. Upper Side River: Prentice Hall, 1995.

LEZANA, Á. G. R.; LANZA, N. del S. A. *A personalidade do empreendedor e seus efeitos no ciclo de vida das empresas*. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 16, 1996, Piracicaba. *Anais...* Piracicaba: ABEPRO, 1996.

LEZANA, Á. G. R.; TONELLI, A. *O comportamento do empreendedor*. In: DE MORI, F. (Org.). *Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio*. Florianópolis: ENE, 2004.

LONGENECKER, J. G.; SCHOEN, J. E. Management succession in the family business. *Journal of Small Business Management*, v. 16, n. 3, p. 1-6, 1978.

LONGEN, M. T. *Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor*. 1997. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

MAZZAROL, T. et al. Factors influencing small business start-ups: a comparison with previous research. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. v. 5. n. 2, 1999.

McCLELLAND, D. *The achieving society*, Princeton, New Jersey: Nostrand, 1961.

MORRIS, M. H. et al. The ethical context of entrepreneurship: proposing and testing a developmental framework. *Journal of Business Ethics*, v. 40, p. 331-361, 2002.

MUELLER, S. L.; THOMAS, A. S. Culture and entrepreneurial potential. *Journal of Business Venturing*, v. 16, p. 51-75, 2000.

NASCIMENTO JR., O. R. *Potencial empreendedor do empresário alagoano: proposição e validação de um instrumento*. 2005. Exame de Qualificação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2005.

POLITIS, D. The process of entrepreneurial learning: a conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 29, n. 4, 2005.

SALVI, E. J. et al. *Comportamento empreendedor dos proprietários de micro e pequenas empresas*. Simpósio da ANPAD 2006: Gramado, 2006.

SANTOS, P. C. F. dos. *Potencial empreendedor: comparação prática das metodologias MSI/McBER e de Grande em alunos de escolas superiores de Maceió*. Monografia para Ascensão a Professor Adjunto na Universidade Federal de Alagoas. Maceió, 2004.

SANTOS, P. C. F. dos. *Uma escala para identificar potencial empreendedor*. 2008. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. A efetividade das ações para promover o empreendedorismo: o caso da FEEVALE. *Revista Eletrônica de Administração*, v. 14, n. 1, 2008.

SCHUMPETER, J. A. *The theory of economic development*. Oxford: Oxford University Press, 1934.

TYLOR, E. B. *Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, language, art and custom*. 2. ed. London: John Murray, 1873. v. 1.

## APÊNDICE A

### Questionário da pesquisa

#### Pesquisa sobre a influência da cultura familiar no desenvolvimento do potencial empreendedor

Dados demográficos:

1. Sexo: a) [ ] masculino.; b) [ ] feminino.
2. Data de nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_
3. Escolaridade:
  - a) [ ] 2º grau incompleto; b) [ ] 2º grau completo; c) [ ] superior incompleto;
  - d) [ ] superior completo; e) [ ] pós-graduado
4. É filho (a) de pessoas que possuíam negócio: a) [ ] sim; [ ] não
5. Localidade onde reside:

Rua \_\_\_\_\_ no. \_\_\_\_\_  
Cidade \_\_\_\_\_ Estado \_\_\_\_\_ CEP \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_
6. Empresa:
  - a) Nome \_\_\_\_\_
  - b) Produto/serviço \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_
  - c) Quantidade de empregados \_\_\_\_\_
  - d) Faturamento anual R\$ \_\_\_\_\_

Caro (a) Senhor(a),

Esta pesquisa tem por objetivo avaliar a influência da educação familiar (relações com os pais) no desenvolvimento do seu potencial empreendedor. Em outras palavras, pretende verificar a influência dos pais (família) no desenvolvimento da capacidade empreendedora dos filhos e na sua decisão de ter o próprio negócio.

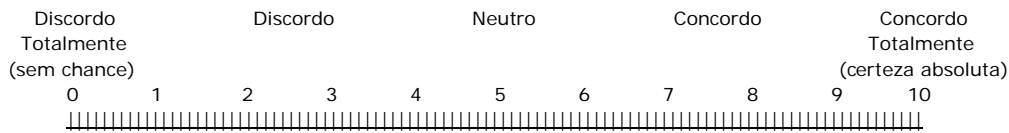
Esta pesquisa é de cunho absolutamente confidencial, suas respostas não serão tornadas públicas de forma individualizada; elas estarão somadas às de dezenas de outros pesquisados.

Para responder as questões a seguir, pedimos-lhe que leve em conta o seguinte:

- As respostas que você dará às questões apresentadas a seguir devem refletir a percepção que você tem sobre a cultura de sua família (a maneira como agiam, pensavam sobre o dia a dia e suas perspectivas para o futuro). Para tanto, ao responder as perguntas, é necessário que relembre o ambiente familiar em que foi criado e apóie-se na “mensagem” que os seus pais e familiares lhe transmitiam através de conversas, gestos, exemplos, modelos, concepção do mundo.
- Assim, ao responder as perguntas abaixo, lembre-se das atitudes e palavras dos seus pais a respeito de cada questão.

Abaixo de cada questão há uma régua que vai de 0 a 10, com vários graus de concordância, sendo que 0 significa discordância total das frases e 10 concordância total. Entre 0

e 10 o Sr(a). pode escolher qualquer valor na escala, riscando um X (xis) sobre a linha milimetrada.



1. [ ] É importante saber lidar com a ambigüidade, incerteza
2. [ ] Mudanças devem ser procuradas
3. [ ] Risco é um elemento natural da vida e está em todas as situações
4. [ ] As pessoas devem acreditar que podem mudar alguma coisa
5. [ ] Pessoas criativas tendem a ser mais bem sucedidas
6. [ ] A intuição é importante em todos os momentos
7. [ ] O erro é uma fonte de aprendizado
8. [ ] Cada um deve descobrir a sua melhor forma para aprender
9. [ ] O futuro está à nossa disposição e nós podemos criá-lo e conquistá-lo
10. [ ] A pessoa deve ser dona do próprio nariz
11. [ ] O emprego não é a única forma de inserir no trabalho
12. [ ] As pessoas devem pautar-se pela ética, em qualquer circunstância
13. [ ] Cada um deve procurar realizar o próprio sonho
14. [ ] O mais importante é a gente fazer o que gosta
15. [ ] Sonhar só não basta; as pessoas devem saber fazer, transformar o sonho em realidade
16. [ ] As pessoas devem procurar se conhecer profundamente porque isso é importante em todos os aspectos da vida
17. [ ] As pessoas devem acreditar em si mesmas
18. [ ] Para se ter sucesso é essencial conhecer as pessoas que podem nos ajudar
19. [ ] Quando se deseja algo é essencial saber o que é necessário para realizá-lo
20. [ ] Para se ter sucesso é essencial saber o que acontece além da porta da rua, no mundo
21. [ ] É importante saber convencer os outros a lhe ajudar
22. [ ] É importante saber fixar metas
23. [ ] Quando se deseja algo é essencial saber como se consegue