

ANTECEDENTES DO PROCESSO DE ESCOLHA DE CARREIRA DE PRODUTORES RURAIS BRASILEIROS

Antecedents of the career choice process on family farms

Naiara Rodrigues Marra^a, Bruno Felix^b, Rozelia Laurett^c

^aFucape Business School, naiaramarra@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0636-8039

^bFucape Busine, School, bfelix@fucape.br, ORCID: 0000-0001-6183-009X

^cFucape Business School, rozeliaurett@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8546-3391

Resumo

O presente estudo objetivou analisar o papel do gênero, dos valores pessoais, da percepção dos produtores rurais e a visão dos pais como antecedentes das intenções de decisões de carreira de produtores rurais familiares e não familiares, com um histórico de negócio familiar. A pesquisa foi realizada com 202 produtores rurais com um histórico de atividade familiar. Para estimar os resultados, foi utilizada regressão multinominal logística stepwise. Os resultados indicaram que os valores pessoais de abertura a mudança, autopromoção estão positivamente associados à escolha de criar um novo negócio, enquanto o valor pessoal autotranscendência está positivamente associado a trabalhar fora do negócio familiar. Já o valor pessoal do conservadorismo mostrou aumentar a probabilidade de os produtores rurais optarem por suceder em vez de empreender. Ainda, a identificação com a empresa e a condição de trabalho dos pais mostraram aumentar a probabilidade de escolha pela sucessão ao invés de empreender. Além disso, os resultados indicaram que tanto a preferência dos pais quanto a preparação feita por eles influenciam a escolha pela sucessão ao invés de empreender. Conclui-se desta forma que os valores pessoais estão associados à escolha de criar um novo negócio, suceder e trabalhar fora do negócio familiar. As percepções dos produtores rurais estão associadas à escolha pela sucessão, e a visão dos pais está associada à escolha por suceder.

Palavras-chave: Sucessão, valor, decisão de carreira.

Abstract

This research sought to analyse the function of gender, personal values, the perception of rural producers, and the belief of parents as forerunners of the intentions of career determinations of family and non-family rural producers, with a remembrance of a family enterprise. The research had been carried out with 202 rural producers with a valid and accurate family activity historical report. To appraisal the results, multinomial stepwise logistic regression was used. The results have shown that the personal values of exposure to change, and self-promotion are entirely associated with determining to create a new business, whilst the personal value of self-transcendence is positively associated with working outside the family business. As a replacement, the personal value of conservativeness has been shown to raise the probability of rural producers selecting to succeed instead of starting a business. Furthermore, the identification with the company and the parents' work prerequisites showed to increase the probability of choosing series or rather starting a business. Besides, the results revealed that two of the parents' preferences and the preparation made by the influence the choice for succession instead of undertaking. Thus, it is rooted that personal values are partnered with the choice to initiate a new enterprise, flourish and work exceeding the family business. The perceptions of rural producers are mainly associated with the choice for the succession, and the parent's view is the undertaking itself.

Keywords: Succession, value, career decision.

1. INTRODUÇÃO

O planejamento de carreira é um tema que tem despertado a atenção de diversos acadêmicos e práticos (Çelik, 2019; Santilli, Nota, Hartung, 2019; Maree, 2020). Mais especificamente, há um grupo de indivíduos os quais enfrentam desafios e pressões atípicos no que se refere a seus planos de carreira: aqueles que foram criados em uma família que possui um negócio familiar (Garcia, Sharma, De Massis, Wright, Scholes, 2019). Nesse caso, são comuns os relatos de que esses sucessores se sentem envolvidos em um dilema de seguir ou não a trajetória dos membros de sua família nos negócios que estes desenvolveram (Richards, Kammerlander, Zellweger, 2019). Estudos mostram que, diante da possibilidade de suceder seus pais ou seguirem um caminho mais autônomo, eles vivenciam sentimentos de ansiedade, receio de decepcionar, incertezas sobre seu próprio valor (Bertschi-Michel, Kammerlander, Strike, 2020) e também de segurança e estimulação (Miller, Wiklund, Yu, 2020).

Estudos anteriores têm buscado compreender melhor alguns fatores que influenciam as decisões de carreira de indivíduos com um histórico de negócio familiar. Por exemplo, Schröder, Schmitt-Rodermund e Arnaud (2011) identificaram que, enquanto traços de personalidade possuem uma influência reduzida, fatores como a preparação ou o desejo dos pais tendem a ser antecedentes mais fortes das decisões de carreira desses indivíduos. Schröder e Schmitt-Rodermund (2013) também encontraram evidências a respeito da importância do suporte parental, ao mostrarem uma relação positiva entre a competência percebida do jovem, sua motivação por autonomia e a intenção de suceder no negócio familiar. No entanto, Zellweger, Sieger, Halter (2011) mostraram que nem somente a preparação dos pais influencia nesse processo. Eles identificaram que traços disposicionais, como o grau de autoeficácia e motivos de independência

dos indivíduos, possuem influência na escolha por empreender, em vez de suceder os pais.

Em conjunto, esses estudos contribuem para o avanço da literatura em escolha de carreira até o momento, mas deixam uma lacuna relevante de pesquisa a ser explorada. Embora haja evidências relativamente bem aceitas de que a preparação dos pais e outras variáveis construídas ao longo da vida influenciam a decisão de carreira de indivíduos com um histórico de negócio familiar, ainda se faz necessário compreender melhor os traços individuais que porventura sejam antecedentes dessas decisões. Apesar de a teoria dos valores humanos (Schwartz, 2012; Schwartz & Bilsky, 1987) — que são “crenças, transitacionais, sobre fins ou formas de comportamento desejáveis, que orientam a seleção e avaliação de comportamentos, pessoas e acontecimentos, organizados segundo a importância relativa que lhes é atribuída, resultando em um sistema de valores” (Schwartz, 2006, p. 56) — mostrar que esse construto é um antecedente de diversas escolhas realizadas nas carreiras (Francescato et al., 2020; Araujo, Bilsky, Moreira, 2012), a teoria ainda não foi explorada como antecedente da intenção de decisões de carreiras por parte de pessoas com negócios rurais familiares. Além disso, a saída de jovens filhos de agricultores do meio rural, vem se intensificando nos últimos anos, gerando um dilema entre ficar na propriedade rural ou partir de lá (Ferrari et al., 2004). Desta forma, isso também se torna um tema importante a ser debatido sobre a vertente da escolha de carreira.

Diante desse contexto, o presente trabalho possui o objetivo de analisar o papel do gênero, dos valores pessoais, da percepção dos produtores rurais e a visão dos pais como antecedentes das intenções de decisões de carreira de produtores rurais familiares e não familiares, com um histórico de negócio familiar. Cabe destacar que os valores pessoais considerados foram: abertura a mudança, conservadorismo,

autopromoção e autotranscendência. Já a percepção dos produtores rurais foi avaliada a partir da identificação com o negócio e a condição de trabalho dos pais. A visão dos pais foi analisada com base na preferência pela sucessão e preparação para a sucessão. Por fim, as três decisões de carreira a serem analisadas são: a intenção de suceder no negócio familiar, empreender e ser empregado em outra organização.

Esta pesquisa justifica-se dada a importância do contexto rural brasileiro, estima-se que no Brasil há aproximadamente 4.367.902 estabelecimentos de agricultura familiar e 807.587 estabelecimentos de agricultura não familiar. Tal fato engloba respectivamente 12.322.225 pessoas ocupadas na agricultura familiar e 4.245.319 pessoas ocupadas na agricultura não familiar, totalizando 16.567.544 pessoas ocupadas nas propriedades rurais brasileiras (IBGE, 2009, p.26). Isso torna o Brasil um dos maiores produtores de alimentos do mundo. Dado um contexto no qual se estima que a população mundial cresça de 7,6 bilhões pessoas para 9 bilhões até 2030 e 10 bilhões até 2050 (UNDESA, 2017), o que requer o crescimento de produção de alimentos em 50% até 2030 (UN, 2012) e 70% até 2050 (FAO, 2011), e isso torna relevante pesquisar sobre escolha de carreira no cenário rural, a fim de compreender melhor o que pode impactar na permanência dos produtores rurais na propriedade rural. Assim, o resultado desta pesquisa é útil, uma vez que pode servir de suporte para a orientação de carreira e desenvolvimento de planos de sucessão dos envolvidos (Santilli, Nota, Hartung, 2019), principalmente no contexto rural. E pesquisar a intenção de escolha de carreira dos indivíduos com histórico de empresa rural permitirá a tomada de decisão para o planejamento da sucessão e a continuidade do negócio. A permanência das pessoas, no meio rural, gera resultados para toda a cadeia. Unir pessoas e agregar valor aos negócios é possível através de um planejamento sucessório organizado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. *Intenções de carreira de indivíduos com histórico de negócios familiares*

Na literatura sobre empreendedorismo, a teoria do comportamento planejado (TCP) tem sido frequentemente utilizada como lente para a compreensão das intenções de carreira de indivíduos (Ballaro & Polk, 2017). A TCP sustenta que uma intenção em direção a determinada escolha de carreira tende a ser mais intensa quando indivíduos possuem uma atitude favorável, vivenciam normas subjetivas relacionadas e esperam que conseguirão desempenhar adequadamente os comportamentos associados a uma dada carreira (Gorgievski, Stephan, Laguna, Moriano, 2018). Além disso, sustenta também que uma intenção é um preditor forte das escolhas efetivas de carreira, o que inclui decisões relativas ao ato de suceder os pais em um negócio familiar (Gagné, Marwick, Brun de Pontet, Wrosch, 2019).

A literatura costuma apontar três caminhos principais para a construção da carreira de indivíduos inseridos em um contexto de um negócio familiar, as quais demandam habilidades distintas: suceder os pais, empreender ou trabalhar em um emprego regular fora do negócio familiar (Agarwal, Kumar, D'Souza, 2016). Enquanto a sucessão demanda a determinação para assumir responsabilidades, interesse em diferentes áreas do negócio e o desejo de trabalhar em parceria com outros membros da família (Ali & Mehreen, 2019), fundar um negócio próprio exige habilidades empreendedoras, a capacidade de assumir riscos e o desejo de desempenhar seu trabalho fora dos vínculos familiares (LeCounte, 2020). Por sua vez, ser empregado em uma empresa fora do contexto da família envolve a escolha de uma área de interesse e uma satisfação com a ideia de um ambiente mais limitado de autonomia sobre o negócio (Schröder, Schmitt-Rodermund, Arnaud, 2011).

2.2. Valores

Há décadas, diversos pesquisadores têm buscado compreender os antecedentes do comportamento humano e o conceito de valores tem sido amplamente utilizado com esse propósito (Simonelli & Araujo, 2016). Esses esforços remontam a autores como Kluckhohn (1951) e Rokeach (1973), mas ganharam maior força na literatura mundial a partir dos anos 80 com base no desenvolvimento da teoria dos valores humanos de Shalom Schwartz (Schwartz, 1992; Schwartz & Bilsky, 1987). A seguir, apresentam-se a definição do conceito segundo esse autor, assim como os componentes centrais dessa teoria.

Segundo a teoria de valores humanos de Schwartz (1992), valores são universais, o que significa dizer que indivíduos atribuem diferentes prioridades a um grupo de valores os quais se fazem presentes em indivíduos de todos os países. Já nos anos 50, Kluckhohn (1951) chamava a atenção para o quão complexo o conceito é e para a existência de uma ampla pluralidade a seu respeito (Figura 1).

Anos depois, Rokeach (1973, p. 5) definiu valor como sendo uma “crença duradoura de um modo específico de conduta ou estado final de existência individual ou socialmente preferível em oposição a outro”. Rokeach (1973) também inovou ao propor um sistema de valores, que se refere a uma distribuição parcialmente estável de preferências por estados de existência ou condutas, que se encontram distribuídos em um continuum de acordo com o grau de importância que uns possuem em relação aos outros.

Os valores apresentados em posições adjacentes possuem conteúdos substantivos similares, enquanto os que se encontram posicionados de forma oposta possuem uma relação de oposição entre si. Segundo a teoria, todos os seres humanos apresentam essa mesma estrutura de valores e conferem diferentes prioridades a uns ou outros valores (hierarquia de valores) Schwartz (1992). A Figura 1, apresentada acima, sintetiza esses valores, e a Tabela 1 apresenta a definição de cada valor.



FIGURA 1 – Estrutura teórica da relação entre os valores
Fonte: Schwartz (1992, p.9)

TABELA 1 – Valores

VALORES DE ORDENS SUPERIOR E INFERIOR E TIPOS MOTIVACIONAIS	
CONJUNTO DE VALORES	METAS MOTIVACIONAIS
ABERTURA À MUDANÇA	AUTODETERMINAÇÃO, ESTIMULAÇÃO E HEDONISMO
0 AUTODETERMINAÇÃO	INDEPENDÊNCIA DE PENSAMENTO E AÇÃO; CRIAR E EXPLORAR.
1 ESTIMULAÇÃO	MANTER-SE EM EXCELENTE NÍVEL DE ATIVAÇÃO; EXCITAÇÃO, NOVIDADE E DESAFIO NA VIDA.
2 HEDONISMO	PRAZER, PROCURA SATISFAZER SEUS DESEJOS; CURTE OS PRAZERES DA VIDA, QUER GOZAR A VIDA.
AUTOPROMOÇÃO	REALIZAÇÃO E PODER
3 REALIZAÇÃO	REALIZAR PADRÕES INTERNOS DE EXCELÊNCIA.
4 PODER	STATUS SOCIAL E PRESTÍGIO
CONSERVAÇÃO	CONFORMIDADE, TRADIÇÃO E SEGURANÇA
5 SEGURANÇA	ESTABILIDADE DA SOCIEDADE, DAS RELAÇÕES E DA PRÓPRIA PESSOA
6 TRADIÇÃO	RESPEITO, COMPROMISSO E ACEITAÇÃO DOS COSTUMES E IDEIAS QUE UMA CULTURA IMPÕE AO INDIVÍDUO.
7 CONFORMIDADE	RESTRINGIR AÇÕES, INCLINAÇÕES E IMPULSOS SOCIALMENTE INDESEJÁVEIS.
AUTOTRASCENDÊNCIA	UNIVERSALISMO E BENEVOLÊNCIA
8 BENEVOLÊNCIA	PRESERVAÇÃO E BEM-ESTAR DAS PESSOAS MAIS PRÓXIMAS
9 UNIVERSALISMO	ENTENDER, APRECIAR, TOLERAR E PROTEGER TENDO EM VISTA O BEM-ESTAR DA HUMANIDADE E A NATUREZA.

Fonte: Adaptado de Schwartz (1992), por Araujo, Bilsky & Moreira (2012, p. 78)

Há evidências de que o primeiro dilema contido na teoria dos valores humanos (abertura a mudança x conservação) esteja associado com a intenção de escolha de carreira dos sucessores. O valor de abertura a mudanças reflete a busca por maior independência de ação, desafio na vida e prazer (Schwartz, 1992), comportamentos esses que estão mais presentes no comportamento de empreender do que nas demais opções de carreira apresentadas (Schröder, Schmitt-Rodermund, Arnaud, 2011; Sahinidis, Tsaknis, Gkika, Stavroulakis, 2020). Por outro lado, indivíduos com valores de conservação tendem a buscar relações mais estáveis, aceitar tradições e adotar cursos de ações socialmente desejáveis (Schwartz, 1992). Tais comportamentos não parecem remeter a uma escolha pela sucessão (Schröder, Schmitt-Rodermund & Arnaud, 2011) ou por trabalhar em outra organização, pois ambas as opções seriam fundamentadas em comportamentos de não conformidade com a tendência de seguir os negócios da família (Ogba, Prosper, Atama, 2019).

Assim, sugere-se que indivíduos com maiores níveis de conservação tenderão a suceder os pais em seus negócios familiares (Fongtanakit, Toopgajank, Rungsawanpho, 2019). Desta forma, propõe-se que:

H1a: O valor de abertura a mudança estará positivamente associado à escolha de criar um novo negócio.

H1b: O valor de conservação estará positivamente associado à escolha de suceder.

No que se refere aos valores de autopromoção e autotranscendência, traçam-se também hipóteses. Indivíduos com maior orientação para a autopromoção tendem a preferir se engajar em atividades em que sua reputação seja destacada (Schwartz, 2012), o que tende a ocorrer em atividades como a de fundar um negócio próprio (Gorgievski, Stephan, Laguna, Moriano, 2018). Por sua vez, aqueles com maiores níveis de autotranscendência tendem a preservar o bem-estar das pessoas mais próximas e colocar seus interesses em segundo plano (Schwartz, 2012). Assim, diante de situações conflituosas que envolvem a sucessão ou o

ato de trabalhar em uma empresa da família, faz sentido supor que indivíduos autotranscendentes optem mais frequentemente por desenvolver suas carreiras em um contexto independente, fora dos domínios do negócio da família (Fongtanakit, Toopgajank, Rungsawanpho, 2019). Assim, sugere-se que:

H1c: O valor de autopromoção estará positivamente associado à escolha de criar um novo negócio.

H1d: O valor de autotranscedência estará positivamente associado à escolha de trabalhar fora no negócio da família.

2.3. Gênero

Ainda que as mulheres não sejam absolutamente alijadas do processo de sucessão, pesquisas sugerem que elas se encontram em desvantagem quanto à possibilidade de serem aceitas como sucessoras (Hytti et al., 2017). Por exemplo, Ramadani e Gërguri-Rashiti (2017) identificaram que mulheres tendem a ser consideradas como não prioritárias em processos de sucessão na Ásia. Já Nuradhi e Kristanti (2021) identificaram um menor reconhecimento dedicado às mulheres diante de conquistas obtidas no negócio familiar, quando em comparação com o dedicado aos homens. Especificamente, sugere-se aqui que mulheres, diante de tal cenário de desvantagem, tendem a optar por carreiras fora do âmbito da empresa familiar, de forma que as relações culturais que as posicionam como opções alternativas para a linha sucessória, e não prioritária, não prejudiquem suas carreiras. Assim, hipotetiza-se que:

H2: O gênero estará relacionado à intenção de escolha da carreira, de modo que as mulheres mais provavelmente optarão por trabalhar fora da empresa familiar.

2.4. Identificação com a empresa familiar

O processo de sucessão, além de depender da identificação do filho sucessor, depende da aprovação do pai, que será sucedido. Little e Taylor (1998), ao

estudarem fazendas da Nova Zelândia, constataram que, em alguns casos, os períodos de transição são bastante longos, chegando a dezoito anos de duração.

A transferência de poder de geração predecessora para a geração jovem costuma ser marcada pela resistência à aposentadoria, como aponta a pesquisa de Oliveira e Vieira Filho (2018). Isso ocorre porque, à medida que envelhecem, além das preocupações com a saúde e com as finanças, os pais se deparam, ainda, com o medo da perda do senso de identidade que a profissão de produtor (a) rural lhes confere, bem como temem, ainda, a perda do poder simbólico ou real associado a essa profissão (Price & Conn, 2012). Esses fatores, aliados ao fato de que durante a vida os pais se dedicaram ao desenvolvimento do negócio, explicam o porquê da resistência em discutir sobre a sucessão no seio das famílias (Price & Conn, 2012).

Assim, propõe-se a seguinte hipótese:

H3: A identificação com a empresa familiar estará positivamente associada à escolha de suceder.

2.5. Percepção das condições de trabalho dos pais

Gasson e Errington (1993) frisam que um dos objetivos mais basilares das famílias proprietárias de fazendas é a transmissão, para a geração seguinte, de um empreendimento sólido, capaz de propiciar sustento, devendo oferecer boas perspectivas. Nesse sentido, Hay e Morris (1984), ao analisarem um número expressivo de empreendimentos familiares perceberam que quando os filhos tinham uma visão positiva a respeito das condições de trabalho dos pais, havia probabilidade de que estes os sucedessem.

Os filhos, assim, tendem a projetar as condições laborais dos pais em seus futuros imaginados (Oliveira & Vieira Filho, 2018), e isso faz com que percepções mais positivas levem a um maior interesse pela sucessão.

Sugere-se, então, a seguinte hipótese:

H4: A percepção das condições de trabalho dos pais estará positivamente associada à escolha de suceder.

2.6. Preferência e preparação da sucessão parental

Os pais influenciam no planejamento de carreira dos filhos, conforme aponta pesquisa de Otto (2000). Já Von Schlippe e Groth (2006) afirmam que se, por um lado, os pais querem que o trabalho deles seja continuado pelos filhos, por outro ficam receosos em influenciar os filhos na carreira e planejamento de vida. Além da própria preferência dos pais em relação à sucessão, a preparação dos pais para a sucessão pode desempenhar um importante papel. Aqueles que preparam os filhos, fazendo com que eles participem do negócio, e possuem todas as informações, tendem ao processo de sucessão (Bryant, Zvonkovic, Reynolds, 2006). Assim sendo, a escolha indica a preferência por um dado conjunto de consequências, e, em razão disso, a decisão pode ser compreendida como um processo que envolve a análise e a escolha, considerando-se tanto as informações imprecisas ou incompletas (Marins, Souza, Barros, 2010). Nesse sentido, os indivíduos tomam decisões a todo momento, o que implica escolhas. Dessa forma propõem-se as seguintes hipóteses:

H5a: A preferência dos pais sobre a sucessão estará positivamente associada à escolha de suceder.

H5b: A preparação dos pais para a sucessão estará positivamente associada à escolha de suceder.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1. Público-alvo e amostra

Segundo o IBGE (2009, p.26), a agricultura no Brasil é dividida em dois segmentos: a agricultura familiar (regida pela Lei 11.326/2006), que engloba

em sua maioria pequenos produtores rurais; e a agricultura não familiar, que engloba as grandes propriedades rurais. Destaca-se que esses dois segmentos podem atuar em atividades rurais no ambiente familiar. Assim, o público-alvo desta pesquisa foram produtores rurais que atuam na agricultura familiar e agricultura não familiar. Dessa forma, o estudo foi realizado a partir de uma amostra de 202 produtores rurais provenientes da agricultura familiar e não familiar, situados no Brasil. Foi encaminhado para esses agricultores um e-mail com convite para a participação na pesquisa. A amostra foi composta, em sua maioria, dos 202 respondentes, dos quais 63% eram homens, primogênitos (74%) e com uma idade média de 30 anos. Quanto à cadeia produtiva na qual os produtores rurais atuavam, verificou-se a predominância da produção de café (82,2%); produtores de leite (17,3%); grãos (16,3%); hortifrúti (8,4%); produção de queijo (5%); suinocultura (4%); e outro (14,9%). Os dados foram coletados de setembro de 2020 a dezembro de 2020.

3.2. Medidas

No e-mail encaminhado para os respondentes havia um questionário que continha as seguintes escalas:

Intenção de escolha de carreira. Como se trata de uma medida de intenção comportamental, e não do comportamento em si, foi realizada uma pergunta em que se indagou aos participantes como eles imaginariam que sua carreira estivesse quando completassem 40 anos de idade. Para os que já tinham mais que 40 anos, foi perguntado como sua carreira estava atualmente. Quatro opções foram oferecidas: empreender, suceder, trabalhar fora do negócio familiar e não trabalhar. Como nenhum respondente optou pela última alternativa, as respostas dos participantes levaram à criação de três grupos: empreendedores (n=48), sucessores (n=89) e empregados (n=65).

Dentre as variáveis independentes, foram

mensurados: valores, gênero, identificação com o negócio da família, percepção do(a) filho(a) quanto às condições de trabalho dos pais, preferências e preparação dos pais para a sucessão. A Tabela 2 apresenta as médias, desvio-padrão e perfis da amostra nas diferentes variáveis independentes. Em seguida, apresentam-se as variáveis independentes e suas respectivas medidas.

Valores. Para a mensuração deste construto, foi utilizada a escala PVQ-21 (ESS, 2009), validada em português por Sambiase, Teixeira, Bilsky, Araújo e Domenico (2014). Trata-se de uma escala de 21 itens com uma escala likert de 5 pontos e que avalia os quatro valores de primeira ordem contidos na teoria apresentada na revisão da literatura (abertura a mudanças, conservação, autopromoção e autotranscendência). As opções de resposta variam de 1 (não se parece nada comigo) até 5 (se parece muito comigo).

Gênero. Esta variável independente foi mensurada por meio de uma codificação em que 0 foi utilizado para caracterizar homens, e 1 para mulheres.

Identificação com o negócio da família. Para a mensuração desta variável, foi utilizada a Organizational Identification Scale (Mael & Ashforth,

1992), em sua versão adaptada para o contexto de negócios familiares (Schröder, Schmitt-Rodermund, Arnaud, 2011). Trata-se de uma escala de 6 itens, cujas opções de resposta variam de 1 (nem um pouco verdadeiro) a 5 (muito verdadeiro).

Percepção do(a) filho(a) quanto às recompensas dos pais. O construto foi mensurado por meio da medida de 6 itens de Neblett e Cortina (2006), com opções de resposta que variam de 1 (nem um pouco verdadeiro) a 5 (muito verdadeiro).

Preferências e preparação dos pais. Esses construtos foram analisados através de dois itens, conforme proposto por Schröder, Schmitt-Rodermund e Arnaud (2011). Para acessar a preferência dos pais, foi perguntado: “Quanto você acha que seus pais gostariam que você os sucedesse no negócio da família?” As opções de respostas foram dispostas em uma escala de 5 pontos, que variou de 1 (nem um pouco) até 5 (muito). Já a preparação dos pais foi feita por meio de uma pergunta inicial: “Seus pais te preparam para sucedê-los no negócio da família?” (a resposta “não” foi codificada como 0, e a resposta “sim”, como 1).

Variáveis de controle. Como realizado no estudo de Stavrou (1999) e Schröder, Schmitt-Rodermund e Arnaud (2011), foram mensuradas a

TABELA 2 – Médias, desvios-padrão e perfis da amostra nas variáveis independentes

Variáveis	Empregado (n=65)		Fundador (n=48) Total (n=202)		Sucessor (n=89)		M	DP	
	M	DP	M	DP	M	DP			
Demográficas									
Gênero (% feminino)	37,00		68,00		18,00		36,00		
Ordem de nascimento (% primogênitos)	75,00		57,00		76,00		74,00		
Idade	29,30	1,93	31,20	2,25	29,90	1,74	30,00	1,93	
Valores									
Abertura a Mudanças	3,68	0,54	3,76	0,50	3,57	0,56	3,65	0,54	
Conservadorismo	3,49	0,67	3,41	0,69	3,61	0,68	3,52	0,68	
Autopromoção	3,65	0,55	3,81	0,70	3,65	0,64	3,69	0,63	
Autotranscendência	3,40	0,61	3,36	0,63	3,53	0,62	3,45	0,62	
Percepção do Adolescente									
Identificação com o negócio da família	3,24	0,59	3,89	0,65	3,85	0,60	3,66	0,61	
Recompensas percebidas do trabalho	3,63	0,64	4,13	0,56	4,12	0,59	3,96	0,60	
Visão dos pais									
Preferência pela sucessão	3,02	0,88	2,93	0,84	4,07	0,92	3,46	0,88	
Preparação para a sucessão (%sim)	25,00		19,00		59,00		39,00		

Fonte: A autora

posição do respondente na ordem de nascimento dos filhos (0 = primeiro x 1 = outro) e a idade dos participantes.

3.3. Procedimentos de análises dos dados

Para análise dos dados foram testados modelos de regressão multinomial logística stepwise. Esses modelos, em vez de avaliar variáveis independentes dicotômicas, permitem classificar os respondentes em categorias em uma posição relativa a outra categoria-base (empreendedor vs. suceder; empregado vs. suceder) (Long, 1997). Foi realizado um teste de multicolinearidade, que objetivou avaliar o fator de inflação da variância. Os coeficientes que são encontrados nesse tipo de teste representam o quanto do aumento de uma unidade na variável independente se relaciona com o crescimento nas chances de ser alocado em um determinado grupo, em vez da categoria-base (por exemplo, no grupo de empreendedores, em vez do de sucessores).

4. ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Inicialmente, foi realizado um teste de multicolinearidade, no qual a variação do fator inflador se manteve entre 1,13 e 1,58. Tal valor explica o nível em que as variáveis independentes existentes em um modelo predizem a variável dependente. Assim, como os valores se mantiveram abaixo de 10, há indícios de baixa redundância entre as variáveis escolhidas como independentes no modelo (Hair, Black, Babin, Anderson, 2010).

Conforme a Tabela 3, os dados foram analisados em três modelos diferentes. O Modelo 1 inclui os valores e os dados demográficos (gênero, idade e ordem de nascimento). O Modelo 2 inclui, além dessas variáveis, as variáveis independentes relacionadas à identificação com o negócio da família e a percepção quanto às recompensas que os pais obtêm em seu trabalho. Por sua vez, o Modelo

3 é o completo e inclui também a preferência e a preparação para a sucessão feita pelos pais. Em linha com Schröder, Schmitt-Rodermund e Arnaud (2011), utilizou-se o falso R^2 de Nagelkerke, com variação de 0 to 1 (Nagelkerke, 1991; Agresti, 1990) de forma a identificar o quanto o modelo explica a variância do modelo. A metade superior da tabela 2 apresenta coeficientes os quais representam “o grau em que a variável independente está associada com acréscimos na probabilidade de serem posicionados na categoria” (Schröder, Schmitt-Rodermund & Arnaud, 2011, p. 312) “ser empregado”, em vez de na categoria “sucedor”. Já na metade inferior da mesma tabela, o coeficiente mostra a probabilidade de ser classificado na categoria “empreender”, em vez de na categoria “sucedor”.

Na H1a, sugeriu-se que o valor de abertura a mudança estaria positivamente associado à escolha de criar um novo negócio. Na metade inferior da tabela 2, nota-se que, no modelo completo, para cada acréscimo de unidade em abertura a mudança, os resultados mostraram um acréscimo de 7,77 ($p < 0,01$) unidades na probabilidade de optarem por criarem um novo negócio, em vez de sucederem no negócio familiar. Assim, este resultado fornece suporte para a H1a. O resultado alinha-se a estudo anterior, o qual demonstra que o valor de abertura a mudanças reflete a busca por maior independência de ação, desafio na vida e prazer (Schwartz, 1992).

Na H1b, propôs-se que o valor de conservação estaria positivamente associado à escolha de suceder. Na comparação entre ser empregado vs. suceder, não se encontrou suporte para essa hipótese, uma vez que para cada acréscimo de unidade em conservadorismo há um acréscimo não significativo de 1,41 ($p > 0,05$) unidades na probabilidade de escolherem ser empregado vs. suceder seus pais. No entanto, o valor conservadorismo mostrou aumentar a probabilidade de produtores rurais optarem por suceder em vez de empreender ($\text{Exp}(B) = 0,25$, $p < 0,05$), o que fornece

suporte parcial para a hipótese H1b. Assim, aqueles com maiores níveis de conservação tenderão a suceder os pais em seus negócios familiares (Fongtanakit, Toopgajank, Rungsawanpho, 2019). Nesse sentido, os resultados da hipótese H1b confirmaram o estudo, já que os pesquisados apresentaram uma probabilidade

maior de suceder em vez de empreender.

Na hipótese H1c, foi testado se o valor de autopromoção estaria positivamente associado à escolha de empreender. Assim, verificando na metade inferior do modelo completo, nota-se que para cada acréscimo de unidade em autopromoção, os resultados

TABELA 3 – Regressão multinomial logística

Variável	Exp(B) (95% Intervalo de confiança)		
	Model 1	Model 2	Model 3
ser empregado vs. suceder			
Dados demográficos			
Ser empregado vs. Suceder			
Dados demográficos			
Gênero feminino	2,02 (0,61-6,73)	4,18 (0,95-11,54)	6,12* (1,42-17,4)
Idade	0,70 (0,29-2,67)	0,88 (0,34-2,87)	0,99 (0,25-3,27)
Primogênito	1,52 (0,97-2,01)	1,14 (1,01-1,65)	1,3 (0,84-1,46)
Valores			
Abertura a mudança			
Abertura a mudança	4,98* (1,20-13,29)	5,01 * (1,26-13,71)	5,11 * (1,23-14,27)
Conservação	1,44 (0,53-3,92)	1,45 (0,55-3,97)	1,41 (0,49-3,75)
Autopromoção	6,87** (1,73-28,98)	6,59** (1,65-28,32)	8,43** (1,73-41,59)
Autotranscendência	4,15* (1,02-16,58)	4,18* (1,07-17,65)	5,1 * (1,19-13,67)
Percepção do adolescente			
Identificação com o negócio da família		0,24* (0,08-0,57)	0,26* (0,09-0,59)
Recompensas percebidas para o cargo		0,20** (0,07-0,60)	0,19** (0,06-0,48)
Visão dos pais	0,77 (0,23-3,28)		
	0,64 (0,18-2,25)		
Preferência pela sucessão			0,77(0,23-3,28)
Preferência para a sucessão			0,64(0,18-2,25)
Empreender vs. suceder			
Dados demográficos			
Gênero feminino	6,26* (1,64-19,3)	8,03** (1,89-37,54)	14,7** (2,19-102,36)
Idade	0,62 (0,27-2,61)	0,69 (0,31-2,94)	0,84 (0,33-3,08)
Primogênito	1,01 (0,75-1,41)	1,03 (0,78-1,47)	0,99 (0,63-1,35)
Valores			
Abertura a mudança	6,40** (1,58-27,14)	6,41** (1,38-26,4)	7,77** (1,62-36,04)
Conservação	0,20* (0,06-0,46)	0,23* (0,07-0,51)	0,25* (0,08-0,54)
Autopromoção	5,08* (1,23-13,42)	5,13* (1,25-14,01)	5,14* (1,26-14,31)
Autotranscendência	0,54 (0,23-1,21)	0,53 (0,22-1,19)	0,56 (0,24-1,25)
Percepção do adolescente			
Identificação com o negócio da família		0,95 (0,35-3,02)	1,42 (0,39-6,02)
Recompensas percebidas para o cargo		0,47 (0,14-1,55)	0,45 (0,14-1,53)
Visão dos pais			
Preferência pela sucessão			0,13** (0,05-0,66)
Preparação para a sucessão			0,06** (0,01-0,59)
Likelihood ratio x2	35,39**	59,04**	78,31**
-2 Log likelihood	173,55	154,71	143,65
Nagelkerke R2	0,32	0,41	0,54

Notas: O grupo de referência é o “sucedor”

*p<0,05, **p<0,01, ***p<0,001

Fonte: A autora

evidenciam um aumento de 5,14 ($p < 0,01$) unidades na probabilidade de optarem pela criação de um novo negócio, em vez de sucederem no negócio familiar. Desta forma, tal resultado fornece suporte para a H1c. Os resultados corroboram os estudos de Schwartz (2012), que investigou que indivíduos com maior orientação para a autopromoção tendem a preferir se engajar em atividades nas quais sua reputação seja destacada, e isso tende a ocorrer em atividades como a de fundar um negócio próprio (Gorgievski, Stephan, Laguna, Moriano, 2018).

A associação entre o valor de autotranscendência e a escolha de trabalhar fora do negócio da família foi testada na H1d. Conforme mostrado na tabela 2, essa hipótese também foi confirmada, uma vez que para acréscimo de unidade no valor de autotranscendência notou-se um aumento de 5,1 (0,05) na probabilidade de que um indivíduo opte por trabalhar fora do negócio da família, em vez de suceder seus pais no negócio familiar. Continuando a discussão dos resultados, o que foi encontrado em H1d corrobora a literatura, em que aqueles indivíduos com maiores níveis de autotranscendência tendem a preservar o bem-estar das pessoas mais próximas e colocar seus interesses em segundo plano (Schwartz, 2012).

Dessa forma, diante de situações conflituosas que envolvem a sucessão ou o ato de trabalhar em uma atividade da família, faz sentido supor que indivíduos autotranscendentes optem mais frequentemente por desenvolver suas carreiras em um contexto independente, fora dos domínios do negócio da família (Fongtanakit, Toopgajank, Rungsawanpho, 2019). Após analisar as hipóteses relativas aos valores humanos, procedeu-se à análise da H2, a qual sugeria que o gênero estaria relacionado à intenção de escolha da carreira, de modo que as mulheres mais provavelmente optariam por trabalhar fora da empresa familiar. Na primeira metade da tabela 2, no Modelo 3, é possível notar que a influência do gênero foi significante, de tal forma que as mulheres se

mostraram com 6,12 vezes mais chances de se tornar um empregado em vez de suceder os pais na empresa da família, o que oferece suporte para a H2. Ainda que as mulheres não sejam absolutamente alijadas do processo de sucessão, pesquisas sugerem que elas se encontram em desvantagem quanto à possibilidade de serem aceitas como sucessoras (Hytti et al., 2017). Por exemplo, Ramadani e Gërguri-Rashiti (2017) identificaram que mulheres tendem a ser consideradas como não prioritárias em processos de sucessão na Ásia.

No grupo seguinte de hipóteses, analisou-se a influência da percepção do sucessor sobre suas escolhas de carreira. Na H3, foi proposto que a identificação com o negócio dos pais se relacionaria positivamente com a escolha de suceder. Tal relação foi identificada em níveis significativos quando comparado o dilema entre ser empregado vs. suceder ($\text{Exp}(B) = 0,26$, $p < 0,05$) e não significativos para a escolha entre empreender vs. suceder ($\text{Exp}(B) = 1,42$, $p > 0,05$). Então, foi encontrado suporte parcial para a H3. Resultado similar foi encontrado para o teste da H4, que testou se a percepção das condições do trabalho dos pais estaria positivamente associada à escolha de suceder. A hipótese foi parcialmente suportada, uma vez que essa relação foi identificada em níveis significativos quando comparado o dilema entre ser empregado vs. suceder ($\text{Exp}(B) = 0,19$, $p < 0,05$) e não significativos para a escolha entre empreender e suceder ($\text{Exp}(B) = 0,45$, $p > 0,05$).

Um dos objetivos mais basilares das famílias proprietárias de fazendas é a transmissão, para a geração seguinte, de um empreendimento sólido, capaz de propiciar sustento, devendo oferecer boas perspectivas (Gasson & Errington, 1993). Nesse sentido, Hay e Morris (1984), ao analisarem um número expressivo de empreendimentos familiares perceberam que quando os filhos tinham uma visão positiva a respeito das condições de trabalho dos pais, havia probabilidade de que estes os sucedessem. Os

filhos, assim, tendem a projetar as condições laborais dos pais em seus futuros imaginados (Oliveira & Vieira Filho, 2018), e isso faz com que percepções mais positivas levem a um maior interesse pela sucessão. O processo de sucessão, além de depender da identificação do filho, sucessor, depende da aprovação do pai, que será sucedido. Little e Taylor (1998), ao estudarem fazendas da Nova Zelândia, constataram que, em alguns casos, os períodos de transição são bastante longos, chegando a dezoito anos de duração.

No último grupo de hipóteses, foram analisadas as influências das preferências (H5a) e preparações dos pais (H5b) para a sucessão na escolha de suceder. Quando se analisou o dilema entre ser empregado vs. suceder, nenhuma dessas duas variáveis mostrou ser um antecedente significante da escolha por suceder (respectivamente, $\text{Exp}(B) = 0,77$, $p > 0,05$; $\text{Exp}(B) = 0,64$, $p > 0,05$). No entanto, o resultado foi distinto quando se analisou a escolha entre empreender vs. suceder. Nesse caso, tanto a preferência dos pais ($\text{Exp}(B) = 0,13$, $p < 0,05$) como a preparação feita por eles ($\text{Exp}(B) = 0,06$, $p < 0,05$) influenciaram a escolha pela sucessão. Dessa maneira, as hipóteses H5a e H5b foram parcialmente suportadas. Nesse sentido, a preferência dos pais e a sua preparação para a sucessão desempenham um importante papel. Os pais que preparam os filhos, fazendo com que eles participem do negócio, e possuem todas as informações, tendem a suceder (Bryant, Zvonkovic, Reynolds, 2006). Dessa forma, os resultados encontrados podem auxiliar os sucessores a prepararem seus filhos para o planejamento de carreira nas empresas rurais familiares.

Em resumo, percebeu-se que o valor pessoal abertura para a mudança está associado positivamente à escolha de criar um novo negócio, o que confirma H1a. Para a hipótese H1b, verificou-se que o valor pessoal conservadorismo está positivamente associado à escolha de suceder, na comparação ser

empreendedor versus suceder. Já na comparação ser empregado versus suceder, tal associação não foi significativa, e isso confirma parcialmente a H1b. O valor pessoal autopromoção está positivamente associado à escolha de abrir um novo negócio, o que confirma H1c. O valor pessoal autotranscendência está positivamente associado a trabalhar fora do negócio da família, confirmando H1d. A variável gênero confirmou que mulheres tendem a optar mais por serem empregadas ao invés de suceder, confirmando a H2. A identificação com a empresa está positivamente associada à escolha de suceder, na comparação entre ser empregado versus suceder; na comparação entre ser empreendedor versus suceder essa relação não foi significativa, confirmando parcialmente a H3. A hipótese H4 também foi parcialmente confirmada, dado que a condição de trabalho está positivamente associada à escolha de suceder, na comparação entre ser empregado versus suceder; já na comparação entre ser empreendedor e suceder, tal relação não foi estatisticamente significativa. Outra hipótese confirmada parcialmente foi a H5a, assim, a preferência dos pais está associada positivamente à escolha de suceder, na comparação entre ser empreendedor versus suceder, enquanto na comparação ser empregado versus suceder essa relação não foi estatisticamente significativa. Por fim, a preparação dos pais está associada positivamente à escolha de suceder, na comparação entre ser empreendedor versus suceder; na comparação ser empregado versus suceder, essa relação não foi estatisticamente significativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi verificar o papel do gênero, dos valores pessoais, da percepção dos indivíduos e da visão dos pais sobre as intenções de decisões de carreira de pessoas com um histórico de negócio rural familiar. As decisões de carreira

analisadas foram: a intenção de suceder no negócio familiar, empreender ou ser empregado em outra organização. Os resultados encontrados sugerem que os valores de abertura mudança e autopromoção estiveram positivamente associados à escolha de criar um novo negócio. O valor de conservação mostrou aumentar a probabilidade de indivíduos optarem por suceder em vez de empreender. Já o valor da autotranscendência mostrou que é mais provável que um indivíduo opte por trabalhar fora do negócio da família, em vez de suceder seus pais no negócio familiar.

No que diz respeito ao gênero, após analisar as hipóteses relativas aos valores humanos e os resultados da pesquisa, foi possível notar que a influência do gênero foi significativa, de tal forma que mulheres se mostraram com mais chances de se tornar uma empregada em vez de suceder os pais na empresa rural familiar. Além disso, conforme a literatura sugeriu, a identificação com a empresa familiar, a preparação e a preferência dos pais e a percepção das condições de trabalho dos pais estão positivamente associadas à escolha de suceder. Desta forma, conclui-se que a preparação dos pais influencia a decisão de carreira (sucedendo) de indivíduos com um histórico de negócio familiar.

Embora haja evidências relativamente bem aceitas de que a preparação dos pais e outras variáveis construídas ao longo da vida influenciam a decisão de carreira de indivíduos com um histórico de negócio familiar, ainda se faz necessário compreender melhor os traços individuais que porventura sejam antecedentes dessas decisões. Apesar da teoria dos valores humanos (Schwartz, 2012; Schwartz & Bilsky, 1987) — que são “crenças, transituacionais, sobre fins ou formas de comportamento desejáveis, que orientam a seleção e avaliação de comportamentos, pessoas e acontecimentos, organizados segundo a importância relativa que lhes é atribuída, resultando em um sistema de valores” (Schwartz, 2006, p. 56) —, mostrar que esse construto é um antecedente

de diversas escolhas realizadas nas carreiras (Francescato et al., 2020; Araujo, Bilsky, & Moreira, 2012), ela ainda não foi explorada como antecedente da intenção de decisões de carreiras por parte de pessoas com negócios familiares.

Na prática, esta pesquisa possibilita às famílias identificarem tanto os comportamentos dos sucessores e sucedidos quanto desenvolver estratégias que tenham como objetivo criar opções para que os filhos sucedam os pais na empresa rural familiar. Ademais, sendo o agronegócio o grande motor da economia brasileira, o incentivo à sucessão nas famílias de produtores rurais fará com que as produções de atividades agrícolas e pecuárias continuem a cumprir uma função social importante, que é alimentar as pessoas.

Contudo, este estudo possui algumas limitações, visto que a maior parte dos respondentes foram da região Sudeste. Além disso, destaca-se o corte transversal e a utilização de amostragem não probabilística por acessibilidade. Tais limitações impedem a generalização dos resultados. Recomenda-se, portanto, que este trabalho seja reproduzido utilizando uma maior quantidade de indivíduos de outras regiões do país, observando seus comportamentos ao longo do tempo e contando com uma amostragem probabilística. Assim será possível confirmar e generalizar o comportamento dos pais e a intenção de suceder. Outra limitação foi pesquisar em conjunto agricultores familiares e não familiares, assim pesquisas futuras podem ser realizadas especificamente com agricultores familiares e agricultores não familiares, dado que mesmo com atuação de ambos em negócio familiar, os objetivos desses segmentos tendem a ser diferentes — um mais voltado para subsistência, e outro, para o mercado.

Para o futuro, sugere-se que esta pesquisa seja replicada em outras empresas familiares, além das empresas rurais, principalmente porque com a longevidade da vida humana, é comum que na mesma

empresa trabalhem até 3 gerações. Por fim, propõe-se que novos estudos possam incluir novos componentes ao modelo para ampliar as ações parentais e as ações dos sucessores no processo de sucessão e no processo de escolha de carreira de indivíduos envolvidos em empresas familiares.

AGRADECIMENTOS

Ao NECE-UBI, *Research Centre for Business Sciences*, à FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia (projeto UIDB/04630/2020), e ao Instituto Fucape de Tecnologias Sociais (projeto de pós-doutorado 2020-2022).

REFERÊNCIAS

- Agarwal, R., Kumar, A., & D'Souza, K. (2016). Issues in career choices of successors in family businesses: Perspective from literature review. *Journal of Applied Management and Investments*, 5(1), 1-19.
- Agresti, A. (1990). *Categorical Data Analysis*. John Wiley and Sons, New York.
- Ali, Z., & Mehreen, A. (2019). Understanding succession planning as a combating strategy for turnover intentions. *Journal of Advances in Management Research*, 16(2), 216-233.
- Araujo, B. F. V. B. D., Bilsky, W., & Moreira, L. M. C. D. O. (2012). Personal values as antecedents of the cross-cultural adaptation of expatriates. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 13(3), 69-95.
- Baker, J. R. (2001) What's worth if you stay on the farm. In: *18 International Farm Management Congress*, Methven: Canterbury.
- Ballaro, J. M., & Polk, L. (2017). Developing an organization for future growth using succession planning. *Organization Development Journal*, 35(4), 41-59.
- Bertschi-Michel, A., Kammerlander, N., & Strike, V. M. (2020). Unearthing and alleviating emotions in family business successions. *Entrepreneurship theory and practice*, 44(1), 81-108.
- Bilsky, W., & Schwartz, S. H. (1994). Values and personality. *European journal of personality*, 8(3), 163-181.
- Bryant, B., Zvonkovic, A. & Reynolds, P. (2006). Parenting in relation to child and adolescent
- Çelik, E. (2019). Stress regarding academic expectations, career exploration, and school attachment: The mediating role of adolescent-parent career congruence. *Australian Journal of Career Development*, 28(1), 51-60.
- FAO (2011). The State of world's land and water resources for food and agriculture (SOLAW): managing systems atrisk. Rome, FAO, London, Earthscan. www.fao.org/docrep/017/i1688e/i1688e.pdf . Acesso em: 13/02/2022.
- Ferrari, D. L., Abramovay, R., Silvestro, M. L., Mello, M. D., & Testa, V. M. (2004). Dilemas e estratégias dos jovens rurais: ficar ou partir. *Estudos Sociedade e Agricultura*, 12(2), 237-271.
- Fongtanakit, R., Toopgajank, S., & Rungsawanpho, D. (2019). Role of Human Values in Relationship Between Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Career Intentions: An Empirical Study in Thailand. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, 16(11), 4653-4659.
- Francescato, D., Lauriola, M., Giacomantonio, M., & Mebane, M. E. (2020). Do personality traits and personal values predict career efficacy and career progression of successful political women? An exploratory study. *Personality and Individual Differences*, 160(1).
- Gagné, M., Marwick, C., Brun de Pontet, S., & Wrosch, C. (2019). Family business succession: What's motivation got to do with it? *Family Business Review*, 34(2), 154-167.
- Garcia, P. R. J. M., Sharma, P., De Massis, A., Wright, M., & Scholes, L. (2019). Perceived parental behaviors and next-generation engagement in family firms: A social cognitive perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(2), 224-243.
- Gasson, R. & Errington, A. (1993). *The farm family business*. Wallingford: CAB International.
- Gorgievski, M. J., Stephan, U., Laguna, M., & Moriano, J. A. (2018). Predicting entrepreneurial career intentions: values and the theory of planned behavior. *Journal of Career Assessment*, 26(3), 457-475.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (Eds.). (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle.
- Hay, D. A. & Morris, D. J. (1984). *Unquoted companies: their contribution to the United Kingdom economy*. United Kingdom: Palgrave Macmillan UK.
- Hytti, U., Alsos, G. A., Heinonen, J., & Ljunggren, E. (2017). Navigating the Family business: A gendered analysis of identity construction of daughters. *International Small Business Journal*, 35 (6), 665-686.

- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística (2009). Censo Agropecuário: Agricultura familiar: Primeiros Resultados 2006. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2006. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/50/agro_2006_agricultura_familiar.pdf. Acesso em: 13/02/2022.
- Kluckhohn, F. R. (1951). Cultural factors in social work practice and education. *Social Service Review*, 25(1), 38-47.
- LeCounte, J. F. (2020). Founder-CEOs: Succession planning for the success, growth, and legacy of family firms. *Journal of Small Business Management*, 58(1), 1-18.
- Little, H. M., & Taylor, N. C. (1998). *Issues of New Zealand farm succession: a study of the intergenerational transfer of the farm business*. New Zealand: Ministry of Agriculture and Forest.
- Long, J. S. (1997). *Regression models for categorical and limited dependent variables*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Maree, J. G. (2020). Innovative career construction counselling for a creative adolescent. *British Journal of Guidance & Counselling*, 48(1), 98-113
- Marins, C. S., Souza, D. O., & Barros, M. S. (2010). O uso do método de Análise Hierárquica (AHP) na tomada de decisões gerenciais – um estudo de caso. In: *48 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Campo Grande: Sober*.
- Miller, D., Wiklund, J., & Yu, W. (2020). Mental health in the family business: a conceptual model and a research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(1), 55-80.
- Nagelkerke, N. J. D. (1991) A Note on a General Definition of the Coefficient of Determination. *Biometrika*, 78(3), 691-692.
- Neblett, N. G., & Cortina, K. S. (2006). Adolescents' thoughts about parents' jobs and their importance for adolescent's future orientation. *Journal of Adolescence*, 29(5), 795-811.
- Nuradhi, M., & Kristanti, L. (2021). Opportunity Recognition: Gender and Family Business Background Comparison. *International Journal of Family Business Practices*, 3(2), 18-32.
- Ogba, K. T., Prosper, D. D., & Atama, C. S. (2019). Capacity for venturing among students: roles of personality and self-efficacy in entrepreneurial intentions. *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies*, 10(2), 123-132.
- Oliveira, W. M. & Vieira Filho, J. E. R. (2018). *Sucessão nas fazendas familiares: problemas e desafios*. Brasília: IPEA.
- Oliveira, W. M. (2016). *O processo de sucessão em empreendimentos agrícolas: um estudo sobre a continuidade das fazendas de café em Minas Gerais*. 2016. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- Otto, L. B. (2000). Youth perspectives on parental career influence. *Journal of Career Development*, 27(2), 111-118.
- Ramadani, V., & Gërguri-Rashiti, S. (2017). Global marketing, gender and family business in Asia: A literature review. *Journal of Global Marketing*, 30(3), 138-146.
- Richards, M., Kammerlander, N., & Zellweger, T. (2019). Listening to the heart or the head? Exploring the “willingness versus ability” succession dilemma. *Family Business Review*, 32(4), 330-353.
- Rokach, M. (1973). *The Nature of human values*. River, NJ: Pearson Prentice Hall Free Press.
- Sahinidis, A. G., Tsaknis, P. A., Gkika, E., & Stavroulakis, D. (2020). The influence of the big five personality traits and risk aversion on entrepreneurial intention. In *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 215-224). Springer, Cham.
- Sambiase, M. F., Teixeira, M. L. M., Bilsky, W., Araujo, B. F. V. B. D., & Domenico, S. M. R. D. (2014). Confrontando estruturas de valores: um estudo comparativo entre PVQ-40 e PVQ-21. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 27(4), 728-739.
- Santilli, S., Nota, L., & Hartung, P. J. (2019). Efficacy of a group career construction intervention with early adolescent youth. *Journal of Vocational Behavior*, 111(1), 49-58.
- Schröder, E., & Schmitt-Rodermund, E. (2013). Antecedents and consequences of adolescents' motivations to join the family business. *Journal of Vocational Behavior*, 83(3), 476-485.
- Schröder, E., Schmitt-Rodermund, E., & Arnaud, N. (2011). Career choice intentions of adolescents with a family business background. *Family Business Review*, 24(4), 305-321.

- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social Psychology*, 25(1), 1-65.
- Schwartz, S. H. (2006). Há aspectos universais na estrutura e no conteúdo dos valores humanos? In: Gouveia, V. V. & Garcia, M. R. *Psicologia social dos valores humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados* (p. 55), São Paulo: Senac.
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-20.
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), 550-562.
- Sharma, P. (2006). An overview of the field of family business studies: current status and directions for the future. In: Poutziouris, P. Z., Smyrniou, K. X., & Klein, S. B. (Orgs.). *Handbook of research on family business*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Simonelli, B. T., & Araujo, B. F. V. B. (2016). Adaptação de Cônjuges e de Expatriados e sua relação com o Desempenho em Designações Internacionais. *Internext*, 11(2), 21-34.
- Stavrou, E. T. (1999). Succession in family businesses: Exploring the effects of demographic factors on offspring intentions to join and take over the business. *Journal of Small Business Management*, 37(3), 43-61.
- UNDESA – United Nations Population Division (2017). Probabilistic population projections based on the world population prospects. The 2017 revision. New York: United Nations.
- UN – United Nations (2012). Resilient People, Resilient Planet: A future Worth choosing. United Nations Secretary General's High-Level Panel on Global Sustainability. New York.
- Von Schlippe, A. & Groth, T. (2006). Familienunternehmen und Beratung: Paradoxien und Dilemmata [Family business and counseling: Paradoxia and Dilemmata]. *Familienunternehmenberaten. Positionen und Praxisbeispiele*, 109-128.
- Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of business venturing*, 26(5), 521-536.