

**ITALIANIDADE E EMPREENDEDORISMO NA EMPRESA FAMILIAR:
PASSADO E PRESENTE NO AGROTURISMO CAPIXABA**

***ITALIANNES AND ENTREPRENEURSHIP IN FAMILY BUSINESS:
PAST AND PRESENT IN CAPIXABA'S AGROTOURISM***

***ITALIANIDAD Y EMPRENDIMIENTO EN LA EMPRESA FAMILIAR:
PASADO Y PRESENTE EN EL AGROTURISMO CAPIXABA***

ANNOR DA SILVA JUNIOR

Doutor em Administração pelo Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração (Cepead) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor vinculado ao Departamento de Ciências Contábeis (DCC) da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

RITA DE CASSIA ZUCCOLOTTO

Mestre em Ciências Contábeis pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis (PPGCon) da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Professora Substituta vinculada ao Departamento de Administração (DADM) da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

RESUMO

Analisou-se como os valores da italianidade e o empreendedorismo de uma família empresária influenciaram na criação e no desenvolvimento de uma empresa familiar capixaba atuante no setor do agroturismo em Venda Nova do Imigrante, no Estado do Espírito Santo. Para isso, articulou-se aspectos conceituais acerca da italianidade, agroturismo empreendedorismo e empresa familiar. Realizou-se um estudo de caso de natureza qualitativa com dados coletados por meio de triangulação (pesquisa documental, observação assistemática e entrevistas semiestruturadas) e submetidos à análise de conteúdo do tipo temática. A análise do caso permitiu identificar a relação entre o passado e o presente da dinâmica empreendedora de uma família empresária de origem italiana que imigrou para a região de Venda Nova do Imigrante. Ancorado nos valores da italianidade, a família empresária vem agindo de forma empreendedora desde a criação da empresa familiar que, atualmente, possui atuação no agroturismo. Identificou-se que os valores da italianidade e o empreendedorismo transnacional de



imigrante e social da Família Trevisan influenciaram na criação e configuração dos subsistemas de *L'azienda* (empresa familiar) e na decisão por empreender no agroturismo. Essas decisões tiveram impacto na permanência da família empresária em Venda Nova do Imigrante, na perenidade da empresa familiar e no desenvolvimento local/regional.

Palavras-chave: Italianidade; Empreendedorismo; Empresa familiar; Agroturismo capixaba.

ABSTRACT

The study analyzed how the values of Italianness and the entrepreneurship of an entrepreneurial family influenced the creation and development of Capixaba's family business engaged in the agrotourism sector in Venda Nova do Imigrante, in the state of Espírito Santo, Brazil. For this purpose, conceptual aspects concerning Italianness, agritourism, entrepreneurship, and family business were articulated. A qualitative case study was conducted, with data collected through triangulation (documentary research, unsystematic observation, and semi-structured interviews) and submitted to thematic content analysis. The case analysis allowed for identifying the relationship between the past and present of an entrepreneurial dynamics of an Italian-origin entrepreneurial family that immigrated to the Venda Nova do Imigrante region. Anchored in the values of Italianness, the entrepreneurial family has been acting entrepreneurially since the creation of the family business, which is currently active in agritourism. It was identified that the values of Italianness and the transnational immigrant and social entrepreneurship of the Trevisan Family influenced the creation and configuration of the subsystems of L'azienda (the family business) and the decision to engage in agritourism. These decisions had an impact on the entrepreneurial family's permanence in Venda Nova do Imigrante, the longevity of the family business, and local/regional development.

Keywords: Italianness; Entrepreneurship; Family business; Capixaba's agrotourism.

RESUMEN

Se analizó cómo los valores de la italianidad y el emprendimiento de una familia empresaria influenciaron en la creación y el desarrollo de una empresa familiar capixaba activa en el sector del agroturismo en Venda Nova do Imigrante, en el estado de Espírito Santo. Para ello, se articularon aspectos conceptuales sobre la italianidad, el agroturismo, el emprendimiento y la empresa familiar. Se realizó un estudio de caso de naturaleza cualitativa con datos recolectados mediante triangulación (investigación documental, observación asistemática y entrevistas semiestructuradas) y sometidos a análisis de contenido de tipo temático. El análisis del caso permitió identificar la relación entre el pasado y el presente de la dinámica emprendedora de una familia empresaria de origen italiano que emigró a la región de Venda Nova do Imigrante. Anclada en los valores de la italianidad, la familia empresaria ha estado actuando de manera emprendedora desde la creación de la empresa familiar que, actualmente, opera en el agroturismo. Se identificó que los valores de la italianidad y el emprendimiento transnacional de inmigrante y social de la Familia Trevisan influyeron en la creación y configuración de los subsistemas de L'azienda (empresa familiar) y en la decisión de emprender en el agroturismo. Estas decisiones impactaron en la permanencia de la familia empresaria en Venda Nova do Imigrante, en la perennidad de la empresa familiar y en el desarrollo local/regional.



Palabras clave: *Italianidad; Emprendimiento; Empresa familiar; Agroturismo capixaba.*

1. INTRODUÇÃO

Um dos fenômenos da atualidade que tem chamado a atenção da comunidade acadêmica e empresarial é a constituição de empresas familiares por imigrantes (Adendorff; Halkias, 2014; Giorgio, 2015). De acordo com McCann *et al.* (2004) e Adendorff e Halkias (2014) essas organizações se configuram como um sistema singular, complexo e dinâmico, pois combinam dois domínios inerentemente distintos: (1) o mundo dos negócios baseado no desempenho da empresa; e (2) o domínio baseado em aspectos emocionais da família empresária imigrante.

Um dos setores capazes de oferecer oportunidades para a atuação de empresas familiares é o turismo, pois permite interações diretas entre o anfitrião e o hóspede na propriedade familiar (Getz; Carlsen, 2005). Segundo Getz e Carlsen (2005), as empresas familiares, sobretudo as de pequeno porte, que são comumente criadas com base nas preferências dos proprietários e suas famílias encontram no setor de turismo o ambiente favorável para a atuação e comportamento empreendedor (Ávila *et al.*, 2023; Bezerra *et al.*, 2023).

Um contexto geográfico que tem demonstrado ser adequado para a investigação das temáticas empresas familiares, imigração, turismo e empreendedorismo é o município de Venda Nova do Imigrante, no Estado do Espírito Santo (ES). Recentemente, Venda Nova do Imigrante foi reconhecida como Capital Nacional do Agroturismo por meio da Lei nº 14.636/2023 (Brasil, 2024). Do ponto de vista conceitual, o agroturismo se constitui como uma modalidade de turismo rural que combina produção agrícola e visitas, possibilitando a convivência na propriedade (fazenda, sítio, chácara, entre outros) entre, de um lado, o agricultor e sua família e, de outro o turista. Nesse espaço, há o compartilhamento do cotidiano do lugar, das atividades produtivas praticadas, do lazer e a valorização do meio ambiente (Zandonadi; Freire, 2016; PMVNI, 2024).

Conforme destacam Zandonadi e Freire (2016, p. 34), o agroturismo no Espírito Santo e, mais especificamente, em Venda Nova do Imigrante, teve início “nos anos 1980 com a família Carnielli, proprietária de uma fazenda no município” que se viu



diante do dilema entre (1) manter a dependência da monocultura do café (cultura vulnerável às oscilações de mercado); ou (2) superar essa cultura, por meio da diversificação com outros produtos, serviços e culturas, que viabilizassem a manutenção dos membros da família e os trabalhadores na propriedade familiar, porém com melhores condições e qualidade de vida para todos. Segundo os autores, esse dilema foi superado quando os Carnielli, de origem italiana, investiram no aumento da produção de leite e derivados e embutidos, para viabilizar meios de aumentar a renda familiar.

De acordo com o site da Prefeitura Municipal de Venda Nova do Imigrante (PMVNI), o “agroturismo no município hoje envolve 70 propriedades, com 300 famílias e 1.500 pessoas diretamente atuantes, com destaque para a confecção artesanal e caseira de produtos típicos, principalmente na culinária (embutidos como o socol, doces, geléias, licores, biscoitos, etc.)” (PMVNI, 2024, final do segundo parágrafo do histórico). As atividades relacionadas ao agroturismo possuem natureza de agricultura e de agropecuária familiar (Zandonadi & Freire, 2016) com potencial para alavancar o desenvolvimento regional, a disseminação de culturas adaptadas às condições de cada região e a fixação populacional no campo (Machado, J. *et al.*, 2021; Randolph *et al.*, 2022).

Do conjunto das 300 famílias ligadas ao agroturismo há o predomínio de famílias de origem italiana, predomínio esse justificado pelo fato de Venda Nova do Imigrante ter sido “colonizada por volta de 1892, basicamente por imigrantes italianos, cuja cultura permanece viva em seus descendentes e na vida da comunidade vendanovense” (PMVNI, 2024, terceiro parágrafo do histórico). Ao se referir à cultura italiana “viva” em imigrantes e descendentes, observa-se em Venda Nova do Imigrante a presença do fenômeno social da italianidade.

Segundo Bao (2015, p. 211), a noção de italianidade está relacionada ao “imaginário identitário associado a um contingente populacional que se reconhece e é, no âmbito mais geral, reconhecido como ‘italianos/as’ e/ou ‘descendentes de italianos/as’”. Bao (2015) complementa destacando que a italianidade se constitui no eixo de um imaginário institucional apoiado na tríade “família”, “trabalho” e “religião”, que é marcadamente eurocêntrico. Segundo o autor,

O imaginário da italianidade é permeado pela colonialidade, pois reverbera relações etnocêntricas ligadas à história eurocêntrica da denominada Europa, indicando uma tentativa de reafirmação de um lugar privilegiado nesse



imaginário universalista de humanismo e de história, isto é, de “civilização”, cujos valores da italianidade são representativos (Bao, 2015, p. 218).

Numa outra perspectiva, Cappellin e Giuliani (2008) defendem que a italianidade é expressão de um conjunto de elementos simbólicos, que compõem as diversas imagens e representações culturais que tem como significado de ser italiano no Brasil. Nesse sentido, a italianidade articula lembranças e recordações familiares e/ou pessoais com um conjunto de imagens de natureza pública que expressam o desejo de recuperar o passado histórico existente no vínculo entre Itália e Brasil (Cappellin; Giuliani, 2008). Essa conexão entre passado e presente caracteriza a noção de italianidade intergeracional, ou seja, a transmissão desses elementos simbólicos de uma geração para a outra ao longo da história (Giorgio, 2015).

Diante das considerações feitas até aqui e das evidências teóricas e empíricas apresentadas, entende-se que Venda Nova do Imigrante é o contexto adequado para conduzir a investigação que tem como objetivo central, descrever e analisar como os valores da italianidade (valorização da família, do trabalho árduo e da religião católica) e o empreendedorismo de uma família empresária influenciaram na criação e no desenvolvimento de uma empresa familiar capixaba atuante no setor do agroturismo. Para conduzir a investigação, realizou-se um estudo de caso de natureza qualitativa (Yin, 2015; Bauer *et al.*, 2015) junto a uma empresa familiar aqui identificada com o nome fictício de *L'azienda*. Os dados foram coletados por meio de triangulação (Jick, 1979) ao combinar a realização de pesquisa documental, observação assistemática e entrevistas semiestruturadas. Para o tratamento dos dados recorreu-se à análise de conteúdo do tipo temática (Minayo, 2014; Bardin, 2016).

Estruturou-se esse artigo em sete seções além da presente introdução. Nas próximas três seções são apresentados aspectos teóricos e conceituais acerca das três temáticas centrais do estudo: (1) agroturismo e italianidade em Venda Nova do Imigrante, (2) empresa familiar e (3) empreendedorismo e empreendedorismo transacional de imigrante. Na quinta seção é apresentado o percurso metodológico. A sexta seção é dedicada à apresentação e discussão dos resultados da pesquisa. Por fim, na sétima e última seção são apresentadas as considerações finais.

2. AGROTURISMO E ITALIANIDADE NO CONTEXTO DE VENDA NOVA DO IMIGRANTE

O processo de imigração de italianos para o Brasil ocorreu no período de 1870 a 1930, num movimento que favorecia tanto a Itália quanto o Brasil. Do lado italiano, verificou-se ao longo do século XIX um crescimento demográfico sem precedentes no contexto do processo de industrialização que não absorvia a mão de obra disponível para o mercado de trabalho implicando na geração de um importante contingente de camponeses italianos sem-terra e desocupados. Já do lado brasileiro, o que se observava era uma carência de mão de obra decorrente, do processo de substituição da mão de obra escrava pela livre para explorar a abundância de terras férteis, sobretudo para o cultivo do café (Soares *et al.*, 2011; Celin, 2019).

De acordo com Soares *et al.* (2011), foi após a unificação política da Itália, ocorrida em 1871, que teve início o processo de imigração internacional italiana. Segundo os autores, os primeiros imigrantes italianos que chegaram no Brasil eram provenientes da Itália Setentrional ou do Norte (em italiano, *Italia Settentrionale*, também chamada em italiano de *Norditalia* ou simplesmente *Il Nord*, é composta pelas regiões: *Emilia-Romagna*, *Friuli-Venezia Giulia*, *Liguria*, *Lombardia*, *Piemonte*, *Trentino-Alto Adige*, *Valle d'Aosta* e *Veneto*), sobretudo do Vêneto, região onde o processo de industrialização deixou agricultores sem trabalho e perspectiva de emprego. O processo de imigração fez com que italianos desembarcassem, principalmente, nas regiões sul e sudeste do Brasil (Soares *et al.*, 2011).

Um dos estados da região sudeste a receber italianos foi o Espírito Santo (Colbari, 1997; Batista, 2019; Celin, 2019; Guariz, 2019). Conforme destacam Colbari (1997), Soares *et al.* (2011), Batista (2019) e Guariz (2019) os primeiros italianos chegaram no Espírito Santo entre os anos de 1874 e 1875, passaram por Santa Leopoldina e seguiram para Timbuhy e fundaram a cidade de Santa Tereza. Esses imigrantes italianos eram, em sua maioria, camponeses originários das regiões do norte da Itália, como o Vêneto e Lombardia, que vieram para o Espírito Santo trabalhar no meio rural (Colbari, 1997; Celin, 2019).

Além de Santa Leopoldina e Santa Tereza, os imigrantes italianos se fixaram em outros municípios capixabas como Ibirapu, Santa Maria de Jetibá e Venda Nova do Imigrante (Guariz, 2019). O município de Venda Nova do Imigrante foi criado em 1988 por meio do Decreto Lei nº 4.069 de 5 de maio de 1988, sendo desmembrado



de Conceição do Castelo e está situado na região serrana do Espírito Santo às margens da rodovia BR 262 (PMVNI, 2024).

Venda Nova do Imigrante que começou a ser colonizada, basicamente, por imigrantes italianos possui uma economia ancorada na agricultura, sendo a principal cultura, o café, que compreende aproximadamente 90% das propriedades. Além do café, observa-se no município a vocação para hortifrutigranjeiros e pecuária. Porém, mais recentemente, Venda Nova do Imigrante vem se tornando referência e o berço do agroturismo no Brasil (PMVNI, 2024).

Zandonadi e Freire (2016) defendem que o agroturismo se configura como uma modalidade de turismo que ocorre no espaço rural que tem por característica ser um complemento econômico da família em suas práticas agrícolas tradicionais. No contexto do agroturismo, as práticas agrícolas tradicionais representam o fator central de atração turística para essas famílias. Os autores destacam que o agroturismo praticado atualmente permite a convivência na propriedade, seja ela, uma fazenda, chácara ou sítio, entre o agricultor (e sua família) e o turista. Na propriedade ambos partilham experiências relativas ao cotidiano local, das atividades produtivas, da proximidade com a natureza e o espaço rural. Nesse contexto, alguns aspectos são importantes no agroturismo (1) a cultura étnica da família e do local; (2) a arquitetura das instalações; (3) a culinária local; e (4) a natureza da atividade produtiva (Zandonadi; Freire, 2016).

Desses aspectos, é relevante destacar a cultura étnica das famílias em Venda Nova do Imigrante. Do ponto de vista étnico, o fato dessas famílias possuírem origem italiana, culturalmente sobressai nesse contexto a noção de italianidade (Cappellin; Giuliani, 2008; Bao, 2015; Giorgio, 2015). Na visão de Bao (2015), a noção de italianidade se constitui no eixo de um imaginário institucional que articula a tríade “família”, “trabalho” e “religião”, tipicamente eurocêntrica, que procura se impor como dominante no contexto de heterogeneidade sociocultural como a observada no Brasil.

Bao (2015) destaca que essa tríade que suporta a noção de italianidade refere-se à família no modelo patriarcal, ao trabalho privado e à religião católica. Em outros termos, a italianidade pressupõe que, do ponto de vista cultural e étnico, as famílias italianas em Venda Nova Imigrante possuem valores atrelados (1) às famílias que são chefiadas por um homem (o patriarca, ou seja, o pai); (2) ao trabalho como ética da dignidade e meio de ascensão social por meio da iniciativa privada e do

empreendedorismo familiar; e (3) à igreja católica, ao humanismo, à solidariedade e à coesão familiar (Guizzardi, 2004; Pandolfi, 2012; Bao, 2015; Zandonadi; Freire, 2016).

3. EMPRESA FAMILIAR

O interesse na compreensão da empresa familiar como um fenômeno social presente em diversas sociedades ao redor do mundo e, de forma predominante (Gersick *et al.*, 2017), vem ganhando relevância como objeto de investigação em várias disciplinas, como os estudos organizacionais, estratégia, direito, finanças, antropologia, psicologia e sociologia (Colli; Larsson, 2013). No conjunto, a investigação acerca das empresas familiares tem se dedicado, por um lado a investigar as relações mais íntimas entre a esfera dos laços familiares e das relações de parentesco e, por outro, as atividades empresariais e suas implicações para a sociedade (Colli; Larsson, 2013).

De acordo com Haag *et al.* (2023), a despeito das empresas familiares apresentarem uma miríade de conceitos, formas e tamanhos, o que se observa na literatura é que as empresas familiares partilham de um conjunto de características comuns que permeiam a sobreposição dos subsistemas propriedade, gestão e família (Gersick *et al.*, 2017). Haag *et al.* (2023) apontam que uma das características que distingue as empresas familiares das não familiares é o fato de as empresas familiares perseguirem objetivos que vão além dos lucros. Dentre os objetivos não financeiros das empresas familiares destacam-se: (1) a preservação de sua riqueza socioemocional; (2) a luta pelo controle e a influência familiar; (3) a manutenção de laços sociais vinculativos; (4) o cuidado e a atenção aos seus múltiplos *stakeholders*; (5) a prosperidade do contexto em que está inserida; (6) o desejo de realizar sucessão intrafamiliar; e (7) sua própria perenidade e sobrevivência (Berrone *et al.*, 2012; Cennamo *et al.*, 2012; Adendorff; Halkias, 2014; Napolitano *et al.*, 2015; Casillas *et al.*, 2019; Randolph *et al.*, 2022; Haag *et al.*, 2023).

Do ponto de vista do processo evolutivo, Pelizaro *et al.* (2023) defendem que o surgimento da empresa familiar está vinculado com o sonho de seu fundador (ou fundadores). Após materializar o sonho, a empresa familiar percorre pelas fases de crescimento, expansão e solidificação, com a tendência de vinculação de filhos e herdeiros à empresa familiar por meio do processo sucessório, muitas vezes

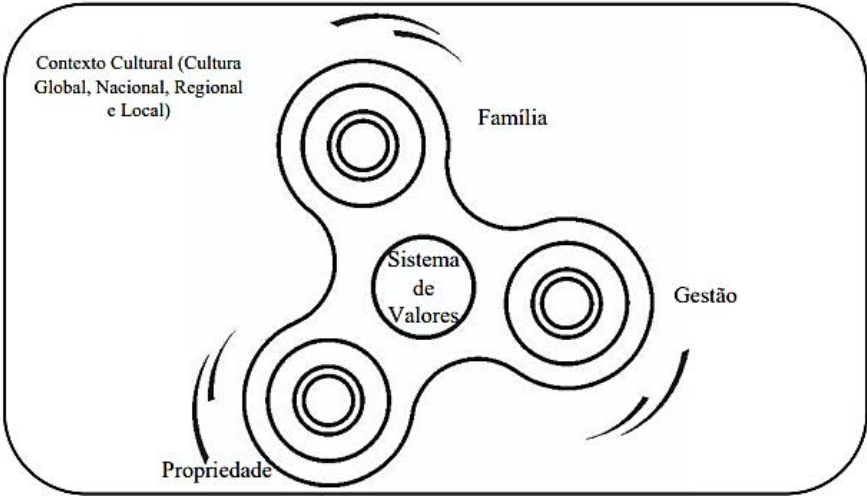


permeadas por conflitos entre as gerações (Gersick *et al.*, 2017; Pelizaro *et al.*, 2023; Silva *et al.*, 2023).

Os conflitos intergeracionais (Gersick *et al.*, 2017; Pelizaro *et al.*, 2023; Silva *et al.*, 2023) impõem à empresa familiar desafios que perpassam, entre outros aspectos, (1) a preservação da identidade familiar e organizacional; (2) a gestão do seu capital social; e (3) uma governança familiar e corporativa que articule as relações entre propriedade, gestão e família (Bettinelli *et al.*, 2022; De Groot *et al.*, 2022). Ao lidar com seus desafios, a empresa familiar pode manter a sua sobrevivência e alcançar sustentabilidade de longo prazo, perenidade e longevidade (Adendorff; Halkias, 2014; Napolitano *et al.*, 2015; Casillas *et al.*, 2019; Silva *et al.*, 2023; Haag *et al.*, 2023).

Para alcançar o objetivo da pesquisa optou-se por adotar o conceito de empresa familiar de Chandler (1994) e o modelo *Spinner* de empresa familiar (*Spinner* EF) de Silva-Junior *et al.* (2021). De acordo com Chandler (1994) a empresa familiar é aquela em que a propriedade e a gestão são controladas por uma família. O *Spinner* EF (Silva Junior *et al.*, 2021) representa uma evolução ao Modelo de Três Círculos de Gersick *et al.* (2017), na medida em que o diagrama de Venn foi substituído como representação gráfica pelo *fidget spinner* (artefato utilizado para o alívio de estresse). A Figura 1 apresenta a representação gráfica do *Spinner* EF.

Figura 1
Modelo Spinner de organizações familiares (Spinner EF)



Fonte: Silva Junior *et al.* (2021, p. 11).

De acordo com o modelo, a empresa familiar está inserida em um contexto cultural (cultura global, nacional, regional e local) e possui uma relação sistêmica entre o ambiente interno da empresa familiar e seu o ambiente externo. Internamente, o *Spinner EF* é formado por um rolamento ao centro e três hastes que derivam do centro. No centro, encontra-se o sistema de valores da empresa familiar. Esse sistema de valores possui duas dimensões interdependentes, quais sejam: (1) os valores da família empresária; e (2) a cultura organizacional da organização familiar. Nas três hastes, estão posicionados os subsistemas propriedade, gestão e família (Silva Junior *et al.*, 2021).

Segundo Silva Junior *et al.* (2021), o *Spinner EF* possibilita a interação multinível do sistema de valores envolvendo o (1) nível macro, representado pelo contexto cultural do ambiente externo; e (2) o nível micro, representado tanto pelos valores da família empresária quanto pela cultura organizacional do ambiente interno. Essa articulação multinível viabiliza a análise cultural do comportamento coletivo, dentro e fora da empresa familiar, comportamento esse que é condicionado, simultaneamente, pelo contexto cultural mais amplo, pelos valores familiares e pela cultura organizacional numa relação sistêmica (Muzzio; Costa, 2012).

Conforme destacam Silva Junior *et al.* (2021, p. 13) essa relação sistêmica (e de interdependência) no âmbito do *Spinner EF* tem o papel impulsionador do comportamento individual e coletivo na empresa familiar definindo a dinâmica organizacional em termos (1) do sentido e da velocidade em que as hastes do *spinner*

giram (subsistemas propriedade, gestão e família); (2) de como os subsistemas propriedade, gestão e família se configuram; e (3) de como a empresa familiar “irá lidar com aspectos gerenciais como a governança corporativa, processo sucessório, profissionalização, ciclo de vida, poder, conflitos, confiança, gênero entre outros, no âmbito da empresa familiar”. Nesse sentido, Silva Junior *et al.* (2021, p. 13) destacam que o sistema de valores, nos níveis macro e micro, exerce influência na maneira como cada empresa familiar, “de forma individualizada e idiossincrática, irá definir a sua dinâmica interna em torno dos subsistemas propriedade, gestão e família, bem como a relação de interdependência entre esses mesmos subsistemas de forma dinâmica e interativa”.

4. EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO TRANSNACIONAL DE IMIGRANTES

De acordo com Rocha *et al.* (2021), Valadares, Emmendoerfer e Silva Junior (2023) e Baracho Eduardo e Severo (2024) as discussões em torno do empreendedorismo, sobretudo no setor privado, remetem ao texto clássico de Joseph Alois Schumpeter intitulado “Teoria do Desenvolvimento Econômico” (Schumpeter, 2012) que associa a atividade empreendedora com a inovação e desenvolvimento econômico. Conforme defende Schumpeter (2012), o empreendedor é aquele que elabora novas combinações dos meios produtivos, com capacidade de propiciar o desenvolvimento econômico. Essas novas combinações envolvem iniciativas como: (1) a introdução de um novo bem, produto ou serviço; (2) a introdução de um novo método ou meio de produção; (3) o desenvolvimento de um novo mercado; (4) a conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas (ou produtos semimanufaturados); e (5) a constituição ou fragmentação de posição de um monopólio.

No campo de estudos sobre o empreendedorismo um aspecto que tem chamado a atenção de pesquisadores é o empreendedorismo de imigrante ou empreendedorismo transnacional de imigrante (Giorgio, 2015; Hack-Polay *et al.*, 2020; Machado, M. *et al.*, 2021). Segundo Drori *et al.* (2009), o empreendedor imigrante é aquele indivíduo que migra de um país para outro, mas mantém, simultaneamente, relações comerciais com o seu país de origem e com o país e a comunidade que o



acolheu. Ancorado nesse entendimento, os autores definem o empreendedor imigrante como sendo aquele ator social que viabiliza redes de relacionamentos, ideias, informacões e práticas com o objetivo de procurar oportunidades de negócio em campos sociais duplos - referente ao país de origem e ao país de acolhimento - o que, por sua vez, o obriga a adotar estratégias de açao variadas para promover as suas atividades empresariais, via o empreendedorismo (Drori *et al.*, 2009).

Considerando o predomínio das empresas familiares nas economias mundiais (Gersick *et al.*, 2017), Hack-Polay *et al.* (2020) apontam para uma íntima relacão entre empreendedorismo e empresa familiar. Conforme destacam Selcuk e Suwala (2020), a combinacão de investigacões sobre empreendedorismo, o espírito empresarial e as empresas familiares são frutíferas e permitem distintas formas de análises de comportamentos orientados para a família e para a atividade empresarial com vinculacão ao contexto regional de atuacão.

Ao associar empreendedorismo de imigrante e empresa familiar, Selcuk e Suwala (2020) destacam o surgimento de um tipo relevante de empreendedorismo familiar: o empreendedorismo familiar de imigrante. Segundo Hack-Polay *et al.* (2020) a análise do empreendedorismo familiar de imigrante permite articular, de forma conjunta, temas como empresas familiares de imigrantes, valores étnicos, valores familiares e processo empreendedor no contexto do processo migratório em que a família empresária lida com dificuldades relativas à cultura, ao idioma, à discriminacão e os ambientes políticos hostis no país de acolhimento. Diante desses aspectos, Hack-Polay *et al.* (2020) destacam a relevância em compreender a dinâmica desses empreendedores familiares que imigraram e as implicacões para o sucesso ou o fracasso de suas empresas familiares.

Seguindo a relevância apontada por Hack-Polay *et al.* (2020), o presente estudo se propõe a investigar a dinâmica de uma família empresária de imigrantes italianos que se estabeleceu em Venda Nova do Imigrante, empreendeu e criou uma empresa familiar no setor do agroturismo, com impacto no desenvolvimento regional. Assim, esta pesquisa tem potencial para explorar todas as características desse sistema singular, complexo e dinâmico que é a empresa familiar de imigrantes (McCann *et al.*, 2004; Adendorff; Halkias, 2014). Na próxima seçao, serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados na investigacão científica.

5. MÉTODO

Para alcançar o objetivo da pesquisa definiu-se como método investigativo o estudo de caso único de natureza qualitativa (Yin, 2015; Bauer *et al.*, 2015). Segundo Yin (2015), o estudo de caso é um método viável para investigar um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real que enfrenta uma situação única e que requer suporte teórico para conduzir a coleta e análise de fontes diversas de evidências. Como abordagem de pesquisa optou-se pelo recorte qualitativo com vista à interpretação em profundidade da realidade social investigada (Bauer *et al.*, 2015).

O caso a ser investigado é o da *L'azienda* (nome fictício), uma empresa familiar atuante no setor do agroturismo no município de Venda Nova do Imigrante no interior do Estado do Espírito Santo. A *L'azienda* se configura como um caso único por reunir os cinco aspectos centrais da pesquisa, quais sejam: (1) ser uma empresa familiar constituída por imigrantes; (2) a família empresária, aqui identificada com o nome fictício de “Família Trevisan”, passou por processo de imigração da Itália (país de origem) para o Brasil (país de acolhimento), vindo a se fixar em Venda Nova do Imigrante (ES), um município de colonização italiana; (3) a influência dos valores culturais de italianidade (valores presentes no contexto de Venda Nova do Imigrante); (4) a ação empreendedora da família empresária para criar e manter de forma perene a empresa familiar; e (5) contribuições da família empresária e da empresa familiar para o desenvolvimento local e regional capixaba, sobretudo em Venda Nova do Imigrante.

Os dados foram coletados por meio de triangulação (Jick, 1979) ao combinar a realização de pesquisa documental, observação assistemática e entrevistas semiestruturadas (Yin, 2015; Bauer *et al.*, 2015). A pesquisa documental abrangeu um conjunto de documentos de *L'azienda* cuja relação é apresentada na Tabela 1. Para a identificação dos documentos ao longo do texto optou por utilizar códigos. Esses códigos possuem duas letras iniciais “DC” referindo-se a documentos e um número de 1 a 10.

Tabela 1
Relação de documentos

Documentos	Códigos
Relatório de produção	DC1
Relatório de vendas	DC2
Site da empresa familiar investigada	DC3



Documentos da família e da empresa familiar (constituição e alterações)	DC4
Certidões de casamento	DC5
Certidões de nascimento	DC6
Notas fiscais	DC7
Fotos e vídeos	DC8
Jornais antigos	DC9
Site institucional do Município de Venda Nova do Imigrante	DC10

Fonte: Elaborado pelos autores.

A observação assistemática foi realizada durante as visitas à sede de *L'azienda* e durante a realização das entrevistas semiestruturadas. As observações envolveram reuniões da família empresária e da empresa familiar; o processo produtivo; o processo de comercialização de produtos; a interação dos membros da família empresária e da empresa familiar com os clientes que visitam a *L'azienda* na experiência do agroturismo; e outros comportamentos. Por se tratar de empresa familiar, foram observados aspectos dos valores da família empresária e da empresa familiar e como eles afetam o dia a dia e os processos dentro da empresa, incluindo as atividades empreendedoras. As observações foram registradas em diário de campo e serão identificadas no texto apenas com o código “RDC”, referindo-se ao registro no diário de campo.

Foram realizadas oito entrevistas semiestruturada de forma presencial na sede de *L'azienda*. As entrevistas seguiram um roteiro pré-definido e foram conduzidas individualmente, de forma aberta, buscando estimular o entrevistado a falar sobre suas experiências e pontos de vista sobre os temas de interesse da pesquisa, quais sejam: valores da italianidade, empreendedorismo, empresa familiar e agroturismo. Os entrevistados foram (1) quatro sócios (proprietários) que, atualmente, estão no comando da empresa; (2) dois patriarcas membros da família; e (3) dois funcionários da empresa familiar.

Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas, para posterior análise. As entrevistas tiveram duração média de 60 (sessenta) minutos, sendo que a mais curta teve duração de 41 (quarenta e um) minutos, e, a mais longa, de 1 (uma) hora e 15 (quinze) minutos. Considerando que *L'azienda* é uma empresa de pequeno porte, a quantidade de entrevistas realizadas permitiu alcançar a saturação (Bauer *et al.*, 2015), não havendo necessidade de realizar novas entrevistas. A Tabela 2 apresenta a identificação e codificação dos entrevistados.



Tabela 2

Identificação e codificação dos entrevistados

Entrevistados	Descrição	Geração	Código
Filho do fundador	Gestor, Proprietário e Familiar	5ª.	E1 Marcos
Fundador	Gestor, Proprietário e Familiar	4ª.	E2 Joseph
Sócio	Gestor, Proprietário e Familiar	4ª.	E3 Marcelo
Sócio	Gestor, Proprietário e Familiar	4ª.	E4 Frederico
Pai do fundador	Familiar	3ª.	E5 Palmeirim
Mãe do fundador	Familiar	3ª.	E6 Clara
Colaborador	Gestor	-	E7
Colaborador	Gestor	-	E8

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para conduzir a análise dos dados coletados, recorreu-se à análise de conteúdo do tipo temática (Minayo, 2014; Bardin, 2016). De acordo com Bardin (2016), a análise de conteúdo consiste em um conjunto de técnicas e procedimentos de análise de textos que tem por objetivo a descrição do conteúdo das mensagens e dos indicadores qualitativos e quantitativos que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e/ou recepção dessas mensagens. De forma complementar, utilizou-se a abordagem temática cujo objetivo foi descobrir os núcleos de sentido que compõem essa comunicação, cuja presença ou frequência tem relação e/ou significado com o objeto analítico investigado (Minayo, 2014). Foram definidas as seguintes categorias de análise (Bardin, 2016): (1) valores da italianidade; (2) agroturismo; (3) família de empresários imigrantes e seus valores; (4) empresa familiar, seus valores e processo evolutivo; e (5) empreendedorismo.

6. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

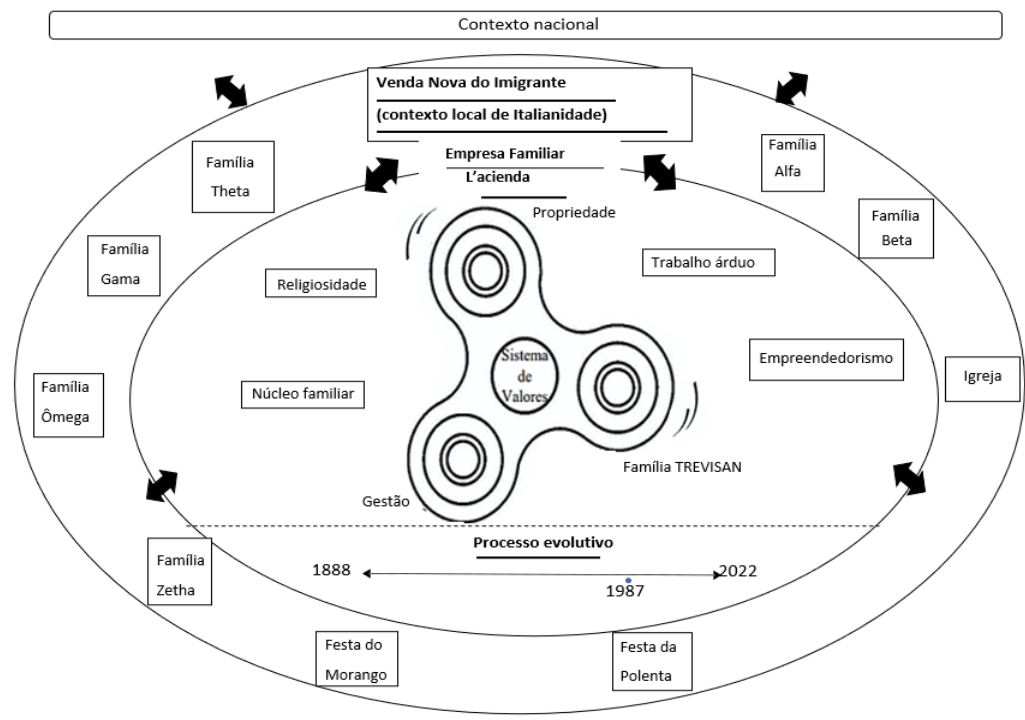
Apresenta-se nesta seção os resultados da investigação empírica referente ao estudo de caso da Família Trevisan e de *L'azienda*. Inicia-se a seção com um breve histórico da Família Trevisan e de *L'azienda* e a caracterização de *L'azienda* como uma empresa familiar (Chandler, 1994; Silva Junior *et al.*, 2017) constituída por imigrantes de origem italiana (Adendorff; Halkias, 2014; Giorgio, 2015). Em seguida são analisados aspectos relativos ao empreendedorismo (Schumpeter, 2012), e mais



especificamente, do empreendedorismo de imigrante (Drori *et al.*, 2009; Giorgio, 2015; Hack-Polay *et al.*, 2020; Machado, M. *et al.*, 2021) exercido pela Família Trevisan no contexto do agroturismo (Zandonadi; Freire, 2016) em Venda Nova do Imigrante, uma região permeada pelos valores da italianidade (Guizzardi, 2004; Pandolfi, 2012; Bao, 2015; Giorgio, 2015; Zandonadi; Freire, 2016). Para facilitar a compreensão do contexto e do caso investigado, apresenta-se a Figura 2 que ilustra a presença da Família Trevisan e de *L'azienda* no contexto do agroturismo de Venda Nova do Imigrante, bem como de outras famílias empresárias.

A Família Trevisan originária da Região do Vêneto, Província de Treviso, na Itália chegou ao Brasil em 1888, instalando-se na localidade de São Pedro do Araguaia, que atualmente é o município de Alfredo Chaves, no Estado do Espírito Santo (ES). Para efeitos da análise do caso considerou-se esses membros da Família Trevisan como a primeira geração da empresa familiar. Essa opção se justifica pelo fato de esta parte da família, originária da Itália, estar iniciando um novo momento da história familiar, por meio do empreendedorismo de imigrantes (Drori *et al.*, 2009) em terras capixabas. Destaca-se que desde a chegada ao Brasil, nasceram cinco gerações da Família Trevisan até o ano de 2022 (DC4).

Figura 2
 Família Trevisan e de L'azienda no contexto do agroturismo de Venda Nova do Imigrante



Fonte: elaborado pelos autores.

Após estarem instalados na Região Serrana do ES e buscando por terras mais férteis, os familiares da primeira geração, em 1921, adquiriram e mudaram para uma fazenda em Venda Nova do Imigrante (ES). Nessa nova propriedade a Família Trevisan dedicou-se à agricultura, preparando a terra para fazer pastagens e plantar café, milho, feijão, arroz e cana-de-açúcar (DC3). Essa propriedade é a atual sede de *L'azienda*, onde encontra-se o processo produtivo e onde moram os familiares das gerações atuais e os funcionários da empresa familiar (RDC). A Tabela 3 apresenta a evolução geracional da Família Trevisan com a identificação dos principais atores sociais com participação na análise do caso, alguns sendo entrevistados (E1 – E6).

Tabela 3
 Contexto dos atores sociais apresentados na análise da Família Trevisan e de L'azienda

Geração da Família	Nome Fictício	Descrição
1ª	Luigi	Trisavô da família que chegou ao Brasil vindo da Itália
2ª	Modesto	Bisavô (teve 9 filhos)
3ª	Palmeirim (E5)	Avô (teve 10 filhos) vive na fazenda
3ª	Clara (E6)	Esposa de Palmeirim, vive na fazenda
4ª	Joseph (E2)	Fundador de <i>L'azienda</i> , (possui dois filhos), filho de Palmeirim e gestor
4ª	Marcelo(E3)	Sócio de <i>L'azienda</i> , filho de Palmeirim, não possui filhos, gestor



4ª	Luiz	Ex-sócio de <i>L'azienda</i> , filho de Palmeirim, não possui filhos
4ª	Frederico (E4)	Sócio de <i>L'azienda</i> , filho de Palmeirim, não possui filhos, gestor
5ª	Marcos (E1)	Filho de Joseph, atual gestor de <i>L'azienda</i>

Fonte: Elaborado pelos autores.

Como se pode observar na Tabela 3, a Família Trevisan é numerosa, tendo as gerações mais antigas uma maior quantidade de filhos quando comparada com as gerações mais recentes. Esse aspecto possui relação com o fato de, no passado, os familiares terem que trabalhar duro na propriedade para produzir e suportar a subsistência da família (Zandonadi; Freire, 2016). A fala seguinte caracteriza essa relação de trabalho na fazenda.

Naquele tempo em que eu nasci, era tudo manobrado pelo avô e pelo pai. A família era assim. Serviço, ia para o trabalho de manhã, fui para escola na primeira infância. A maior alegria foi quando meu pai me comprou uma enxada e me deu. Ele pediu para eu ir para a escola, mas eu não quis. Falei: colégio não. Enxada, enxadão, foice, grupião, serra (Palmeirin - E5).

Conforme destaca Celin (2019), as famílias de imigrantes italianos que chegaram ao ES eram constituídas de homens jovens com suas esposas e filhos. Essas famílias tinham como epicentro a família, cuja conduta tinha como referência os princípios da religião católica e de valorização do trabalho por meio da agricultura familiar. Nesse sentido, o desafio desses imigrantes era a sobrevivência e, para isso, essas famílias se fizeram numerosas com fortes laços de lealdade e cooperação (Celin, 2019), aspecto que caracteriza a tríade da italianidade “família”, “religião” e “trabalho” (Guizzardi, 2004; Pandolfi, 2012; Bao, 2015; Zandonadi; Freire, 2016).

Como forma de mitigar a dependência da agricultura familiar, especialmente da cultura do café, e melhorar a renda da família, no ano de 1987 foi criada a empresa familiar *L'azienda*, que é vocacionada para o agroturismo (Zandonadi; Freire, 2016; PMVNI, 2024). *L'azienda* foi constituída por quatro irmãos, que dividiram a propriedade da empresa familiar em percentuais iguais de 25% para cada um dos sócios, quais sejam: (1) Joseph - E2 e idealizador da empresa; (2) Marcelo - E3; (3) Frederico - E4; e (4) Luiz. Uma das principais mudanças foi a abertura da fazenda à visitação, marcando o início do agroturismo na região de Venda Nova do Imigrante (Zandonadi; Freire, 2016). As falas seguintes ilustram esse momento da Família Trevisan.



Aí, em 1987, vamos começar a falar que foi quando a gente faz a virada aqui da fazenda. Foi o ano que um dos filhos se formou em Viçosa, em Agronomia. Então, a primeira coisa, a gente começou a ter mais tecnologia.... Outros irmãos, que não fizeram faculdade, mas que buscaram cursos e entraram e começaram a desenvolver produtos melhores (Marcos - E1).

Interessante que, nesse período de 1987 até 1991/1992, começou a receber muita gente aqui na propriedade [...]. Pessoas daqui e pessoas que circulavam, principalmente em dia de sábado. [...] E a gente não tinha nenhuma dinâmica pra isso, ou seja, a gente atendeu pela educação. No final, ele falava: eu quero ver o produto que você fez e aí começava a comprar (Joseph- E2).

O ingresso no agroturismo implicou na realização de investimentos para melhorias nas técnicas até então utilizadas, visando à produção de queijos e cafés de qualidade, bem como atenção com o atendimento aos visitantes. No início de suas atividades, *L'azienda* contou com uma estrutura administrativa simples, com concentração de poder e tomada de decisão pelos fundadores, aspectos típicos das fases iniciais das empresas familiares (Gersick *et al.*, 2017; Pelizaro *et al.*, 2023). Porém, com o tempo, *L'azienda* experimentou os processos de expansão e solidificação com a vinculação de filhos e herdeiros à empresa familiar por meio do processo sucessório (Gersick *et al.*, 2017; Pelizaro *et al.*, 2023). Para isso, foi necessário profissionalizar a gestão de *L'azienda* como forma de viabilizar a sobrevivência e a perenidade da empresa familiar (Napolitano *et al.*, 2015; Casillas *et al.*, 2019; Haag *et al.*, 2023). Sobre esse aspecto o entrevistado destacou que:

Então, foi sendo profissionalizada. Temos uma equipe muito boa aqui dentro, hoje, que toca os processos. Então, a empresa não é tão dependente só da família mais. Tem uma equipe forte. Em várias áreas: de produção, de faturamento, sistema, financeiro. Então, a gente foi também estruturando isso [...] A gente tem uma organização empresarial relativamente estável. Meus pais e tios conseguiram organizar bem (Marcos - E1).

São muitos processos acontecendo ao mesmo tempo aqui dentro. Indústria de queijo: 15 queijos, indústria de carne, indústria de café, indústria de fubá, uma loja, loja on-line, venda externa, loja em São Paulo, mais todo o processo de agricultura, tudo isso acontecendo ao mesmo tempo, produção todos os dias, loja final de semana, entrega. Então, a gente foi montando uma estrutura que pudesse cuidar disso, para manter isso de pé (Marcos - E1).

Com o passar dos anos, os primeiros resultados no agroturismo e os investimentos (1) na qualidade do processo produtivo; (2) no atendimento ao cliente; e (3) na estrutura administrativa, começaram a aparecer. Já em 2001, quatorze anos após o início da atuação no agroturismo, *L'azienda* ganhou os primeiros concursos de



café de qualidade no ES e passou a ter seu café certificado da Associação Brasileira de Cafés Especiais. Essas conquistas forneceram visibilidade para *L'azienda*, que além de projeção no cenário empresarial capixaba já alcançou o mercado nacional por meio da abertura de loja física em São Paulo e de loja virtual com entrega em todo o território nacional (DC3; DC4; DC9).

Nesse processo evolutivo, destaca-se que no ano de 2021 houve a alteração contratual (DC4) com a saída do sócio Luiz e a entrada de outro sócio (Marcos - E1), que é filho de Joseph - E2. Com isso, a composição societária de *L'azienda*, passou a contar com três irmãos (Joseph - E2, Marcelo - E3, Frederico - E4) e Marcos - E1(filho de Joseph - E2). As condições para Marcos - E1 entrar na sociedade foram descritas pelos sócios como oportunidade e vocação para o negócio e marcam o início de um novo ciclo para que a segunda geração da empresa familiar assumisse a gestão do negócio familiar.

A análise do caso permitiu caracterizar *L'azienda* com uma empresa familiar (Chandler, 1994), visto que tanto a propriedade quanto a gestão são controladas por uma mesma família, qual seja, a Família Trevisan. Embora a família empresária esteja na quinta geração, destaca-se que *L'azienda* encontra-se na segunda geração, tendo passado pelo primeiro processo sucessório, tendo no controle da gestão membros da quarta e quinta geração da família.

Por se configurar como uma empresa familiar, analisar o caso de *L'azienda* por meio do do *Spinner* EF (Silva Junior *et al.*, 2021), demonstrou ser apropriado, pois, o sistema de valores da Família Trevisan e a cultura organizacional de *L'azienda* se posicionaram como direcionadores da configuração dos subsistemas propriedade, gestão e família, evidenciando a idiossincrasia do caso. Tanto a Família Trevisan quanto *L'azienda* apresentaram valores da italianidade (Guizzardi, 2004; Pandolfi, 2012; Bao, 2015; Giorgio, 2015; Zandonadi; Freire, 2016) em que são valorizados o trabalho árduo, a unidade familiar e a vocação para a religião católica. Ancorados nestes valores, a constituição de *L'azienda* levou em consideração a formação de uma sociedade em quatro partes iguais entre os sócios (subsistema propriedade); a gestão compartilhada entre os quatro sócios familiares (subsistema gestão); e a viabilização de atuação de familiares (direta ou indiretamente) na empresa, bem como a utilização da fazenda (que é de propriedade da Família Trevisan) como sede de *L'azienda* (subsistema família).

Uma característica relevante de *L'azienda* diz respeito à utilização da fazenda como sede da empresa familiar. No passado, por iniciativa de Palmeirim - E5 (avô), as terras foram divididas por meio de doação intervivos (Bruch; Fleischmann; Brühler, 2024) e cada um dos familiares ficou com sua parte da fazenda. Na fazenda, os membros da Família Trevisan, em comum acordo, viabilizaram um espaço para que os quatro familiares (sócios da empresa familiar) instalassem a sede de *L'azienda*, possibilitando o início das atividades no agroturismo (Zandonadi; Freire, 2016). O espaço cedido para *L'azienda* consiste, fundamentalmente, no escritório administrativo e na loja para receber os turistas e visitantes que fazem degustação dos produtos. Os demais espaços da fazenda que envolvem: (1) moradias para a Família Trevisan (proprietários ou não de *L'azienda*) e de colaboradores; (2) cafezal; (3) curral; (4) espaço para produção de leite e derivados; (5) pastagem para o gado, entre outros. Esses espaços possuem proprietários familiares específicos, mas que permitem o compartilhamento de processos produtivos relacionados ao café, produção de leites e derivados e embutidos. As falas seguintes destacam alguns aspectos da vida na fazenda:

Então, em 1921, vieram para a sede da atual fazenda. Aquela casa que está lá no fundo é a casa de uma das fazendas portuguesas que foram deixadas no final de 1890, depois da abolição da escravatura. Fez 100 anos, ano passado, a história da família aqui nesta fazenda (Marcos - E1).

Como a propriedade é grande, e tem as casas, são disponibilizadas água e energia, o que reduz custo para os funcionários (Colaborador - E7).

São 32 funcionários. Boa parte dos funcionários mora aqui na fazenda. [...] Então ele ganha casa, hoje são 16 casas de funcionários, e eles não pagam aluguel, nem água e nem energia. É um benefício que pessoa tem, e ainda não precisa de transporte. E pode fazer uma horta. Isso é salário indireto. Isso ajuda bastante na nossa retenção (Marcos - E1).

A gente tem profissionais de longa data, que desenvolvem um conhecimento de longo prazo e, principalmente, com esses produtos mais específicos, como laticínio. Gera uma relação de pertencimento muito forte. São profissionais que [...] se comportam como donos (Marcos - E1).

No processo evolutivo fica evidenciado que tanto a Família Trevisan quanto *L'azienda* perseguiram objetivos de natureza interna (voltados para os interesses da família e da empresa) e de natureza externa (voltados para o contexto regional de Venda Nova do Imigrante). Internamente, além de perseguir objetivos financeiros, foram levados em consideração aspectos como preservação da riqueza



socioemocional, o controle familiar, a manutenção de laços sociais vinculativos e a valorização da sucessão intrafamiliar, tudo isso, para viabilizar sua sobrevivência e perenidade da empresa familiar (Berrone *et al.*, 2012; Adendorff; Halkias, 2014; Napolitano *et al.*, 2015; Casillas *et al.*, 2019; Haag *et al.*, 2023).

Externamente, observou-se no caso analisado a existência de preocupação com a prosperidade e o desenvolvimento local/regional (Machado, J. *et al.*, 2021; Randolph *et al.*, 2022). Há registros de falas de entrevistados e de documentos que evidenciam a preocupação da família empresária e da empresa familiar com o contexto local/regional. As falas seguintes evidenciam essa preocupação.

Meu pai foi até 65 anos e trabalhava aqui. Aí, depois, começou a construir escola, hospital, *camping*, clube, e colocou a gente para trabalhar aqui. Ele só ficou fazendo isso. Agora, ele tem 96 anos. Isso é patrimônio, ou seja, se a gente, vamos achar outra frase... quando que a gente morre, o caixão só leva um corpo e o resto fica. A história é construída (Joseph - E2).

Ajudei a construir essa estrada (Venda Nova x Castelo) na enxada. Todos iam ajudar (Palmeirim - E5).

E depois o voluntariado, aqui tem muito isso. Só a festa da polenta são mais de 1300 voluntários. A cooperação entre as famílias é muito forte. E ser voluntário é dar do seu tempo nobre e não daquilo que sobrou (Joseph - E2).

A dedicação de Palmeirim e outros familiares com o contexto local/regional também foi observada na atuação de outras famílias empresárias que foram visitadas por atuarem no agroturismo de Venda Nova do Imigrante. Observa-se que é um voluntariado de ajuda coletiva, em que há interesse em melhorar a vida da comunidade como um todo e, consequentemente, trazer melhorias individuais, que são representativas para as famílias empresárias da região.

Um aspecto central e que sustenta os objetivos de natureza interna e externa observado no caso analisado é o empreendedorismo de imigrantes (Drori *et al.*, 2009; Hack-Polay *et al.*, 2020; Machado, M. *et al.*, 2021). Na fazenda da Família Trevisan e na sede de *L'azienda* são comercializados produtos produzidos pela empresa familiar e produtos elaborados por familiares voluntariamente como forma de explorar as potencialidades de cada um. E para isso, há uma forte vinculação com a Itália, país de origem da Família Trevisan. As falas seguintes destacam como ocorre a relação do empreendedorismo transnacional de imigrante e sua vinculação com a Itália.

Em 1993, trouxemos o presidente do agroturismo da região da Itália, Roberto Tessari. Nós éramos bem ousados. [...] Acho que é coisa assim ... sei lá, a gente sempre conseguia as coisas (Joseph - E2).

Separamos tudo, cada um tem sua parte. A esposa de Frederico - E4 morou na Itália por 15 anos. Ela faz o artesanato de madeira bonito. Tem a esposa do Marcelo - E3, que faz doces. Isso foi abrindo oportunidades (Joseph - E2).

E aí de lá pra cá foram entrando novos produtos, queijos italianos, franceses, o parmesão foi evoluindo. Estivemos na Itália para aprimorar (Marcos-E1).

Observa-se no caso analisado que o empreendedorismo de imigrante (Drori *et al.*, 2009; Hack-Polay *et al.*, 2020; Machado, M. *et al.*, 2021) se fazem presente tanto na Família Trevisan quando em *L'azienda*. O ponto central é a fazenda (propriedade da Família Trevisan – subsistema família) que se tornou um espaço para interações familiares e empresariais gerando oportunidades de geração de renda para todos.

Além disso, destaca-se a presença do empreendedorismo social (Silva e Silva *et al.*, 2019, p. 13), visto que a Família Trevisan se configura como agente econômico, que cria ou transforma “instituições ao concretizar a missão de buscar resultados não apenas pela criação de valor privado (financeiro), mas também pelo valor social e cívico gerado a partir das soluções que apresentam ao mundo”. O valor social e cívico gerado pelas ações da Família Trevisan e de outras famílias empresárias do agroturismo de Venda Nova do Imigrante se materializam na construção/realização de escolas, creches, estradas e eventos comunitários como a Festa da Polenta e a Festa do Morango.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como escopo a análise de como os valores da italianidade (valorização da família, do trabalho árduo e da religião católica) e o empreendedorismo de uma família empresária de origem italiana, influenciaram na criação e no desenvolvimento de uma empresa familiar capixaba atuante no setor do agroturismo em Venda Nova do Imigrante (ES). Teoricamente, articulou-se os conceitos de agroturismo, empreendedorismo e empresa familiar e a caracterização de Venda Nova do Imigrante como Capital Nacional do Agroturismo.

Do ponto de vista metodológico realizou-se um estudo de caso de natureza qualitativa envolvendo a Família Trevisan e *L'azienda* (empresa tipicamente familiar). Os dados foram coletados por meio de triangulao ao articular pesquisa documental, observao assistemática e entrevistas semiestruturadas. Para a análise dos dados recorreu-se a análise de conteúdo do tipo temática.

A análise do caso permitiu identificar a relao entre o passado e o presente da dinmica empreendedora da Família Trevisan que imigrou para a região de Venda Nova do Imigrante em 1888 e, desde esta época, vem atuando na agricultura familiar. Ancorado no tripé de valores da italianidade a família empresária, juntamente com outras famílias locais, tomou a iniciativa de atuar no agroturismo, quando da criao de *L'azienda* em 1987. A criao desta empresa familiar, permitiu a manuteno da família empresária no espaço rural e o aumento da renda familiar por meio da comercializao de novos produtos e serviços e da visitao de turistas na fazenda.

Do ponto de vista de análise da empresa familiar, foi possível observar que os valores da italianidade foram direcionadores da configurao dos subsistemas propriedade, gestão e família, validando, com isso, a efetividade analítica do modelo *Spinner* EF. De forma complementar, constatou-se que *L'azienda* apresentou um conjunto de objetivos empresariais que possuem natureza interna (voltada para os interesses da Família Trevisan e da empresa familiar) e externa (voltados para o contexto regional de Venda Nova do Imigrante).

Para o alcance dos objetivos de natureza interna, a Família Trevisan se vale fundamentalmente do empreendedorismo de imigrante ao associar sua atuao empreendedora com a origem e relacionamentos empresariais com a Itália (país de origem da família). Essa atuao tem viabilizado a sobrevivência e crescimentos da família e da empresa familiar com vistas a alcançar a perenidade.

Já para alcançar os objetivos de natureza externa, a Família Trevisan vem adotando o empreendedorismo social. Atuando conjuntamente com outras famílias da região, esse coletivo de famílias e empresas familiares vem se envolvendo com o desenvolvimento de projetos sociais como a construo/realizao de escolas, creches, estradas e eventos comunitários como a Festa da Polenta e a Festa do Morango que tem contribuído para o desenvolvimento local/regional de Venda Nova do Imigrante.

A síntese dos resultados do estudo indica que os valores da italianidade e empreendedorismo (de imigrante e social), direcionaram a Família Trevisan a



empreender no agroturismo com a criação de *L'azienda*, o que viabilizou, simultaneamente, a conexão entre o passado (tradição familiar) e o presente e a fixação da família no espaço rural por meio da perenidade da empresa familiar e o desenvolvimento local/regional. O estudo apresenta limitações, sendo a principal delas, a realização de um caso único, que não permite a generalizações para outros casos. Seria interessante, em estudos futuros investigar a realidade de outras famílias empresárias de Venda Nova do Imigrante para melhor compreensão do fenômeno envolvendo questões relativas à italianidade, agroturismo, empreendedorismo e empresa familiar.

REFERÊNCIAS

ADENDORFF, C.; HALKIAS, D. Leveraging ethnic entrepreneurship, culture and family dynamics to enhance good governance and sustainability in the immigrant family business. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, [S.l.], v. 19, n. 02, p. 1450008/1-1450008/23, 2014.

ÁVILA, M. A.; ANDRADE, D. M.; ASSIS SILVA, C.; GONÇALVES, V. B. Ação empreendedora: um estudo bibliométrico sobre a produção científica internacional. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 1-11 2023. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2230>

BAO, C. E. Italianidade como diferença: identidade étnica, colonialidade e imaginário eurocêntrico. **Tematicas**, Campinas, v. 23, n. 45, p. 209-230, 2015. <https://doi.org/10.20396/tematicas.v23i45/46.11107>

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. Reimp. Lisboa: Edições 70, 2016.

BARACHO EDUARDO, E. N.; SEVERO, E. A. O Banco do Nordeste como impulsionador do empreendedorismo inovador na agricultura familiar. **Administração de Empresas em Revista**, Curitiba, v. 2, n. 35, p. 18-49, 2024.

BATISTA, M. R. (2019). O processo de transição da mão de obra escrava para a livre e a imigração no Espírito Santo do século XIX. In: DADALTO, M. C.; MARLOW, S. L. (Orgs.). **Lugares e pessoas: movimentos migratórios no Espírito Santo**. Rio de Janeiro: Bonecker. 2019. p. 21-37.

BAUER, M. W.; GASKELL, G.; ALLUM, N. C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Eds.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um guia prático**. 13.ed. Petrópolis: Vozes, 2015. p. 17-36.

BERRONE, P.; CRUZ, C.; GÓMEZ-MEJÍA, L. R. Socioemotional wealth in family firms: theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research.



Family Business Review, [S.l.], v. 25, n. 3, p. 258–279, 2012.
<https://doi.org/10.1177/0894486511435355>

BETTINELLI, C.; LISSANA, E.; BERGAMASCHI, M.; DE MASSIS, A. Identity in family firms: toward an integrative understanding. **Family Business Review**, [S.l.], v. 35, n. 4, p. 383-414, 2022. <https://doi.org/10.1177/08944865221113675>

BEZERRA, C. M. S.; RAMOS, H. R.; SHINOHARA, E. E. R. D.; NASSIF, V. M. J. Comportamento empreendedor e estratégia: uma revisão sistemática da literatura. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 1-18. 2023. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2139>

BRASIL. Lei nº 14.636, de 25 de julho de 2023. Confere o título de Capital Nacional do Agroturismo ao Município de Venda Nova do Imigrante, no Estado do Espírito Santo. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 160, n. 141, p. 13, 26 jul. 2023. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/L14636.htm. Acesso em: 27 set. 2024.

BRUCH, K. L.; FLEISCHMANN, S. T. C.; BÜHLER, P. A holding familiar pode ser uma estratégia sucessória no âmbito rural para evitar a fragmentação da propriedade rural e o condomínio entre os herdeiros? **Administração de Empresas em Revista**, Curitiba, v. 2, n. 35, p. 303-332, 2024.

CAPPELLIN, P.; GIULIANI, G. M. Imagens culturais italianas nos estilos empresariais brasileiros. **Locus: Revista de História**, Juiz de Fora, v. 14, n. 2, 2008.

CASILLAS, J. C.; MORENO-MENÉNDEZ, A. M.; BARBERO, J. L.; CLINTON, E. Retrenchment strategies and family involvement: the role of survival risk. **Family Business Review**, [S.l.], v. 32, n. 1, p. 58-75, 2019. <https://doi.org/10.1177/0894486518794605>

CELIN, J. L. Imigração italiana no Espírito Santo: aspectos históricos e sinais contemporâneos. **Revista GeoNordeste**, São Cristovão, n. 3, p. 56-75, 2019. <https://doi.org/10.33360/RGN.2318-2695.2019.i3.p.56-75>

CENNAMO, C.; BERRONE, P.; CRUZ, C.; GOMES-MEJIA, L. R. Socioemotional wealth and proactive stakeholder engagement: why family-controlled firms care more about their stakeholders. **Entrepreneurship Theory and Practice**, [S.l.], v. 36, n. 6, p. 1153-1173, 2012. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00543.x>

CHANDLER, A. D. **Scale and scope**: the dynamics of industrial capitalism. Cambridge: Harvard University Press, 1994.

COLBARI, A. Familismo e ética do trabalho: o legado dos imigrantes italianos para a cultura brasileira. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 17, n. 34, p. 53-74. 1997. <https://doi.org/10.1590/S0102-01881997000200003>

COLLI, A.; LARSSON, M. Family business and business history: an example of comparative research. **Business History**, [S.l.], v. 56, n. 1, p. 37-53, 2014. <https://doi.org/10.1080/00076791.2013.818417>



DE GROOT, M.; MIHALACHE, O.; ELFRING, T. Enhancing enterprise family social capital through family governance: An identity perspective. **Family Business Review**, [S.l.], v. 35, n. 3, p. 306-328, 2022. <https://doi.org/10.1177/08944865221105334>

DRORI, I.; HONIG, B.; WRIGHT, M. Transnational entrepreneurship: an emergent field of study. **Entrepreneurship Theory and Practice**, [S.l.], v. 33, n. 5, p. 1001-1022, 2009. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00332.x>

GERSICK, K. E. HAMPTON, M. McC. ; LANSBERG, I ; DAVIS, J. A. **De geração para geração: ciclos de vida das empresas familiares**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.
GETZ, D.; CARLSEN, J. Family business in tourism: state of the art. **Annals of Tourism Research**, [S.l.] v. 32, n. 1, p. 237-258, 2005. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.006>

GIORGIO, A. The Italian family, motherhood and Italianness in New Zealand. the case of the Italian community of Wellington. In: **Women's Studies International Forum**. [S.l.], v. 52, n. 3, p. 53-62, 2015. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2015.06.002>

GUARIZ, F. R. (2019). A Criminalidade em Santa Teresa/ES sob a ótica do antagonismo políticomidiático capixaba nos estertores dos oitocentos (1893-1895). In. DADALTO, M. C.; MARLOW, S. L. (Orgs.). **Lugares e pessoas: movimentos migratórios no Espírito Santo**. Rio de Janeiro: Bonecker. 2019. p. 39-62.

GUIZZARDI, S. R. (2004). Trabalho, humanismo e construção da cidadania em condições adversas. In. BOMBASSARO, L. C.; Dal Ri Júnior, A.; PAVIANI, J. (Orgs.). **As interfaces do humanismo latino**. Porto Alegre: EDIPUCRS. 2004. p. 589-604.

HAAG, K.; ACHTENHAGEN, L.; GRIMM, J. Engaging with the category: exploring family business longevity from a historical perspective. **Family Business Review**, [S.l.], v. 36, n. 1, p. 84-118, 2023. <https://doi.org/10.1177/08944865231154835>

HACK-POLAY, D.; IGWE, P. A.; MADICHIE, N. O. The role of institutional and family embeddedness in the failure of Sub-Saharan African migrant family businesses. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, [S.l.], v. 21, n. 4, p. 237-249, 2020. <https://doi.org/10.1177/1465750320909732>

JICK, T. D. Mixing quantitative and qualitative methods: triangulation and action. **Administrative Science Quarterly**, [S.l.], v. 24, n. 4, p. 602-611, 1979. <https://doi.org/10.2307/2392366>

MACHADO, J. T. M. ; BRATKOWSKI, G. R. ; OLIVEIRA, L. D. ; NASCIMENTO, E. R. D. ; SILVA, V. L. Análise do Programa Nacional de Alimentação Escolar e os problemas para a aquisição de produtos da agricultura familiar no Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté-SP, v. 17, n. 1, p. 271-286, 2021. <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v17i1.6170>

MACHADO, M. M.; QUEIROZ FALCÃO, R. P.; CRUZ, E. P.; HOSSEIN, C. S. A experiência canadense na perspectiva do empreendedorismo imigrante brasileiro em Toronto. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 1-11. 2021. <https://doi.org/10.14211/regepe.e1963>



McCANN, G.; HAMMOND, E.; KEYT, A.; SCHRANK, H.; FIJIUCHI, K. A view from afar: rethinking the director's role in university-based family business programs. **Family Business Review**, [S.l.] v. 17, n. 3, p. 203-219, 2004. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2004.00014.x>

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

MUZZIO, H.; COSTA, F. J. da. Para além da homogeneidade cultural: a cultura organizacional na perspectiva subnacional. **Cadernos EBAPE. BR**, Rio de Janeiro, v. 10, p. 146-161, 2012. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512012000100010>

NAPOLITANO, M. R.; MARINO, V.; OJALA, J. In search of an integrated framework of business longevity. **Business History**, [S.l.], v. 57, n. 7, p. 955-969, 2015. <https://doi.org/10.1080/00076791.2014.993613>

PANDOLFI, R. S. A força da imigração italiana na construção de uma cultura empresarial. **RIGS - Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, Salvador, v. 1, n. 2, p. 91-111, 2012.

PELIZARO, C. I.; CALEMAN, S. M. de Q.; SILVA, D. B. da. Relação entre governança, estágio de sucessão e personalidade jurídica em empresas rurais familiares. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté-SP, v. 19, n. 2, p. 696-718, 2023. <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v19i2.6398>

PREFEITURA MUNICIPAL DE VENDA NOVA DO IMIGRANTE (PMVNI). **Site**: histórico. Venda Nova do Imigrante: PMVNI, 2023. Disponível em: <https://vendanova.es.gov.br/site/historico.php>. Acesso em: 12 out. 2023.

RANDOLPH, R. V. ; ALEXANDER, B. N. ; MADISON, K. ; BARBERA, F. When family business meets social enterprise: an integrative review and future research agenda. **Family Business Review**, [S.l.], v. 35, n. 3, p. 219-245, 2022. <https://doi.org/10.1177/08944865221100374>

ROCHA, R. T.; RODRIGUES, L.; GALINA, S. V. R.; KRAUTER, E. Empreendedorismo e desenvolvimento socioeconômico: estudo com municípios do Estado de São Paulo. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté-SP, v. 17, n. 1, p. 363-376, 2021. <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v17i1.6173>

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: um estudo sobre lucro empresarial, capital, crédito, juro e ciclo da conjuntura. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2012.

SELCUK, G.; SUWALA, L. Migrant family entrepreneurship—mixed and multiple embeddedness of transgenerational Turkish family entrepreneurs in Berlin. **Journal of Family Business Management**, [S.l.], v. ahead-of-print, n. ahead-of-print, p. 1-21, 2020. <https://doi.org/10.1108/JFBM-03-2019-0011>

SILVA JUNIOR, A.; SILVA, P. O. M.; TAKEMOTO, A. C. K.; ZUCCOLOTTO, R. de C.; ZUCCOLOTTO, A. F.; SOUZA, T. R. Modelo de três círculos de organizações



familiares: análise evolutiva e proposição do modelo Spinner de organizações familiares. ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 45., 2021, On-line. **Anais [...]**. Maringá: Anapd, 2021.

SILVA, L. D.; ALMEIDA, L.; SANTANA, P. M.; SOUZA, T. C.; SOUZA, E. A. A difícil conciliação entre os interesses da empresa e dos membros da família na gestão e sucessão dos negócios. **Administração de Empresas em Revista**, Curitiba, v. 1, n. 31, p. 380-397, 2023.

SOARES, W., MARQUES, D. H. F., FARIA, S. D., & DE ALMEIDA REZENDE, D. F. Italianos no Brasil: síntese histórica e predileções territoriais. **Fronteiras: Revista de História**, Dourados, v. 13, n. 23, p. 171-199, 2011.

VALADARES, J. L.; EMMENDOERFER, M. L.; SILVA JUNIOR, A. C. Empreendedorismo no setor público (ESP): esboçando sentidos e (des) construindo o conceito para a gestão municipal. **Administração de Empresas em Revista**, Curitiba, v. 3, n. 33, p. 82-112, 2023.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZANDONADI, B. M.; FREIRE, A. L. O. Agroturismo: cultura e identidade agregando renda no espaço rural. **Revista de Turismo Contemporâneo**, Natal, v. 4, n. 1, p. 23-44, 2016 <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2016v4n1ID7682>

