

PERFIL DO EMPRESÁRIO. O CASO DOS EMPRESÁRIOS DA GUARDA

*Pedro Manuel Rodrigues de Carvalho**

RESUMO

Este estudo tem como objectivo estudar o empresário e apresentar uma análise empírica do perfil dos empresários da Guarda. Na primeira parte do trabalho foi feita uma revisão da literatura sobre o empresário na teoria económica e na teoria empírica da empresa. Na segunda parte deste estudo foi elaborada uma descrição das características pessoais, actividade profissional e das motivações do empresário fundador para iniciar o seu negócio (análise factorial). Esta investigação foi baseada num questionário administrado por entrevista presencial a 83 fundadores de pequenos negócios comerciais localizados na cidade da Guarda (Portugal). Após verificação, foram seleccionados 80 questionários para análise dos resultados.

1 - INTRODUÇÃO

Devemos pensar que a conduta empreendedora e origem das empresas obedecem a determinados valores, diferentes daqueles que possuem as pessoas que não sentem vocação empresarial (Echeberria, 1994:72).

As empresas são um dos factores mais importantes para o progresso económico e social de determinada localidade ou região e uma das principais soluções para o problema do desemprego. É difícil imaginar-se uma sociedade avançada sem uma florescente actividade empresarial, onde os empresários como agentes empreendedores desempenham um papel fundamental.

A criação de novas empresas, em muitos países é vista como um factor importante para o desenho de estratégias de recuperação e crescimento económico (Birley, 1989). A grande parte das empresas são pequenos negócios de dimensão reduzida, tal como refere Nueno (1995) entre 90 e 98% das empresas têm menos de 50 empregados e a maioria das empresas nascem com poucos empregados e portanto quase todas as empresas são pequenas numa fase da sua vida.

Nesta perspectiva, as pequenas empresas e mais especificamente o pequeno negócio desempenham um papel importante na economia dos países. Nos EUA, segundo Keats e Bracker (1988), o pequeno negócio corresponde a 97% do tecido empresarial, representa 58% do emprego e criou 87% dos novos empregos nos últimos 20 anos. Em Itália 70% das empresas, são pequenos negócios (Dubini, 1988). Em Portugal, a indústria é constituída sobretudo por pequenas empresas, de acordo com os elementos do Ministério do Emprego e Segurança Social (MESS), apresentados no relatório da Monitor Company (1994), 96% das empresas portuguesas empregam menos de 50 trabalhadores e 76,5% têm menos de 10 trabalhadores.

* Docente da Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova

Parece deste modo interessante investigar a figura do empresário, como uma pessoa que identifica uma oportunidade, cria um novo negócio, e é capaz de reunir os recursos necessários, face ao risco e incerteza, com a finalidade de obter lucro e fazer crescer o negócio (Scarborough e Zimmerer, 1993). Estes empresários, podem englobar-se na categoria dos empreendedores ou fundadores de negócios.

Este trabalho tem como objectivo estudar o empresário e apresentar uma análise empírica do perfil dos empresários da Guarda. Visando alcançar o objectivo geral acima referido, procedeu-se à estruturação do estudo da seguinte forma:

Na primeira parte do trabalho foi feita uma revisão da literatura sobre o empresário na teoria económica e na teoria empírica da empresa. Depois foi efectuada uma revisão na área da criação de empresas e mais especificamente sobre o perfil dos empresários.

Na segunda parte deste estudo, após a apresentação das empresas da amostra, foi elaborada uma descrição das características pessoais e actividade profissional do empresário. Seguidamente foram apresentadas as motivações do empresário para iniciar o seu negócio, utilizando para o efeito a técnica estatística da análise factorial de componentes principais.

2 - O EMPRESÁRIO

Actualmente não existe uma definição de empresário uniformemente aceite na literatura (Carland, Hoy e Carland, 1988:33).

Na literatura podem encontrar-se diversas definições de empresários. Para Stauss (1944) a empresa é o empresário. McClelland (1961) define o empresário, como alguém que exerce algum controlo sobre os meios de produção e produz mais do que consome com a finalidade de vender (ou cambiar) o excesso, para conseguir ter lucro individual (ou doméstico). Suárez (1986) refere que o empresário é a pessoa ou grupo de pessoas (no caso de que o empresário seja um órgão colegial) que dá vida à empresa, coordena, dirige e controla o processo produtivo. Brockhaus (1980) define o empresário como o proprietário ou gestor de um negócio e que não está empregado em qualquer outra parte. Os investigadores Sexton e Bowman-Upton (1991) descrevem o empresário como uma pessoa que detecta uma oportunidade no mercado e consegue reunir os recursos necessários para explorar o negócio de forma a conseguir obter lucro. Schollhammer (1991) caracteriza o empresário como alguém que sózinho ou em colaboração com outras pessoas está directamente envolvido na reestruturação ou criação de uma empresa e que tem responsabilidades na direcção da empresa

Os *presidentes* ou *membros do conselho de administração*, os *gestores*, os *investidores financeiros* e os *directores*, segundo Veciana (1989) são outro tipo de pessoas que realizam funções empresariais e que normalmente também são designados como empresários.

Os investigadores Collins e Moore (1970) fazem a distinção entre os fundadores de novas empresas e as pessoas que têm funções empresariais em empresas que já tinham sido criadas por outros. Neste sentido os empresários por definição são os *fundadores* de novos negócios (Davids, 1963; Mescon e Montanari, 1981). Para Draheim (1972) e Howell (1972) o empresário é a pessoa, e os empresários são um pequeno grupo de pessoas que fundaram uma nova empresa. Begley e Boyd (1986) definem o empresário como uma pessoa que fundou a sua própria empresa. De acordo com estas definições a pessoa que vier a suceder ao fundador da empresa não é considerado como um empresário, mas sim um administrador, ou gestor, ou director da empresa.

Na literatura encontra-se também frequentemente o termo *empreendedor*, que provém do francês “entrepreneur” que é exactamente a mesma palavra que se utiliza na língua Inglesa. Este termo foi introduzido na bibliografia económica por Cantillon para identificar a pessoa que tinha como responsabilidade um determinado projecto (Nuevo, 1995). Smith,

Mccain e Warren (1982) referem que o empreendedor pode ser definido como a pessoa inicialmente responsável por juntar os recursos necessários para iniciar um negócio.

O conceito de empresário pode ser analisado, como refere Veciana (1980) no marco da teoria económica e também na denominada teoria empírica da empresa.

2.1 - O EMPRESÁRIO NA TEORIA ECONÓMICA

Ao longo do desenvolvimento do pensamento económico os autores têm tido diferentes perspectivas sobre a figura do empresário (Gorostegui, 1990:8).

No marco da teoria económica, o empresário como figura central da actividade económica, em geral, foi pouco estudado. Uma das razões segundo Veciana (1980), radica no facto de que inicialmente a maioria dos economistas estudavam o empresário obrigatoriamente para explicar e justificar os benefícios que estes traziam para a economia. Rodrigues (1989:7-8) refere que «são apenas alguns autores que chamam a atenção para a figura do empresário, elegendo-o como agente económico, cujo comportamento seria um factor explicativo de dinâmicas económicas». Para os economistas segundo Drucker (1985) empreender é um acontecimento “meta-económico”, algo que influencia profundamente e molda a economia sem fazer parte dela.

Veciana (1980) considera que na literatura sobre economia podem encontrar-se diferentes conceitos e tipos de empresário de acordo com o objectivo que cada investigador pretenda estudar: o empresário-capitalista; o empresário-control; o empresário-risco; o empresário completador; e o empresário inovador. A figura do empresário inovador foi desenvolvida por Schumpeter em 1912. Para Schumpeter (1961) o empresário é um agente económico cuja função consiste em executar novas combinações dos meios de produção, através de cinco vias fundamentais: a produção de novos bens, ou de novas qualidades de um bem; a introdução de um novo método de produção; a abertura de um novo mercado; a conquista de nova fonte de matéria-prima ou de produtos em vias de fabrico; e a criação de nova organização de qualquer indústria.

A contribuição de Joseph Schumpeter foi reconhecida e criticada. Segundo Rodrigues (1989) Schumpeter foi o teórico contemporâneo cuja contribuição foi fundamental para a definição da função empresarial e do conceito de empresário, «Introduzindo uma distinção qualitativa entre a figura do empresário, do proprietário da empresa e do “manager” (gestor ou administrador) ... » (p.8). Drucker (1985) assinala que dos grandes economistas modernos, somente Joseph Schumpeter abordou o empreendedor e o seu impacto sobre a economia. Sousa (1990:29) considera que «... a concepção schumpeteriana de empresário (ou empresa) é bastante abstracta, do género do “tipo-ideal” weberiano, ou seja, algo assente em certas características essenciais e difícil, portanto, de encontrar na natureza “em estado puro”, podemos perguntar-nos quem é, ou pode ser, na prática, o empresário».

2.2 - O EMPRESÁRIO NA TEORIA EMPÍRICA E A CRIAÇÃO DE EMPRESAS

O que se pode denominar teoria empírica do empresário só começa a configurar-se a partir da década de sessenta, com as obras de *The Achieving Society* de McClelland e *The Enterprising Man* de Collins, Moore e Unwalla (Veciana, 1980:19).

Os anos 70 marcaram, segundo Timmons (1982), um aumento do interesse pelo estudo da criação de novas empresas. A nível internacional, como assinala Veciana (1980), a primeira

conferência sobre “Entrepreneurship and Enterprise Development” foi celebrada em Junho de 1975 nos Estados Unidos, e demonstrou o interesse existente pela figura do empresário.

A criação de empresas de acordo com Schollhammer (1991) é um fenómeno complexo que normalmente têm sido estudado numa das seguintes perspectivas:

- i) O envolvimento individual na criação de um negócio e as suas características pessoais.
- ii) O processo em que o negócio é implementado e transformado em realidade e a reestruturação ou criação de uma nova empresa.
- iii) A contribuição das novas empresas para a melhoria da economia.

De acordo com uma investigação efectuada por Hornaday e Churchill (1987) a 227 artigos publicados entre 1981 e 1986 nos volumes da revista “Frontiers of Entrepreneurship Research”, o tema mais investigado foi as características pessoais dos empresários.

2.2.1 - INVESTIGAÇÕES SOBRE O PERFIL DOS EMPRESÁRIOS

A grande parte das investigações na área da criação de empresas estuda as qualidades pessoais do empresário e as suas motivações para criar uma empresa ou negócio (Gartner, 1988:11-12).

Nos trabalhos de *investigação sobre as características dos empresários*, podemos encontrar os seguintes três tipos de objecto de estudo (Lau, 1992 e Boshoff, Roux e Lau, 1993):

- i) O comportamento do empresário.
- ii) Perfil dos empresários. Informação acerca das características pessoais dos empresários, idade, habilitações académicas, hábitos de trabalho, etc.
- iii) Atitudes dos empresários.

Uma outra perspectiva é apresentada pelos investigadores Robinson, et al (1991), que consideram que as duas teorias e metodologias mais utilizadas nos estudos sobre as características dos empresários pelos investigadores são as seguintes:

- i) O estudo da personalidade do empresário, dando ênfase ao seu carácter e traços pessoais.
- ii) As investigações com o objectivo de recolher informação demográfica sobre determinados elementos dos empresários (perfil-tipo do empresário), como a idade do empresário quando criou o seu negócio, exemplos de outras pessoas que tenham influenciado o empresário para montar um negócio (da família ou outras pessoas que o empresário admira), idade, sexo, estado civil, nível de educação dos pais, qualificação do empresário, status socio-económico, experiência profissional anterior, hábitos de trabalho.

Constata-se que os estudos empíricos sobre empresários, levados a cabo por vários investigadores, têm sido desenvolvidos visando diversos objectivos, âmbitos e metodologias.

Encontram-se trabalhos de investigação empírica sobre empresários que têm como objectivo identificar *tipologias de empresários* e comparar as diferenças entre os diversos tipos de empresários. Os investigadores Dunkelberg e Cooper (1982) realizaram um estudo empírico a proprietários de pequenos negócios e identificaram três tipologias de empresários, utilizando para o efeito uma análise factorial. Os três tipos de empresários foram caracte-

rizados segundo as suas aspirações: (1) crescimento; (2) independência; e (3) artesanais. Seguidamente compararam as características dos empresários em relação a cada uma das tipologias identificadas.

Em algumas investigações empíricas verifica-se a preocupação de investigar especificamente as características e motivações dos **fundadores** do negócio. Dubini (1988) realizou um estudo com a finalidade de identificar os factores motivacionais dos fundadores italianos e as influências do meio envolvente na criação de empresas.

Constata-se mais recentemente um interesse por parte dos investigadores em estudarem as características dos **jovens empresários**; Lorrain, Belley e Dussault (1992) elaboraram um trabalho com o objectivo caracterizar os jovens empresários de várias regiões da província do Quebec.

Refira-se a realização de estudos que fazem parte dum projecto de investigação de **âmbito internacional** (iniciativa do Centro de Estudos Empresariais de Nova Iorque) e ao qual aderiram investigadores de quinze diferentes países. Estes investigadores utilizaram um questionário idêntico, recolheram os dados de forma semelhante e efectuaram análises paralelas. A título exemplificativo, destaca-se o trabalho de Alänge e Scheinberg (1988), que elaboraram um estudo com o objectivo fornecer informação descritiva sobre os empresários suecos e os seus motivos para iniciarem um negócio na Suécia, comparando-os com os motivos encontrados noutros países e analisaram também as diferenças nas motivações dos empresário em cinco regiões da Suécia.

Em **Portugal**, nos últimos anos observa-se um crescente interesse pela figura do empresário. Contudo neste país são poucas as investigações empíricas desenvolvidas sobre os empresários. Também no âmbito do projecto de investigação do Centro de Estudos Empresariais de Nova Iorque, Jesuíno, Reis e Cruz (1988) estudaram as motivações dos empresários em Portugal, com o objectivo de fornecer uma primeira informação sobre alguns resultados já examinados, relativos às motivações dos empresários portugueses, comparando-os com os motivos encontrados noutros países (faz parte do mesmo projecto desenvolvido pelos investigadores Alänge e Scheinberg (1988)). Pina (1994) elaborou um trabalho de investigação com o objectivo de caracterizar o empresário industrial algarvio e determinar as suas principais motivações. Silvestre (1994) desenvolveu um trabalho de investigação com o objectivo de caracterizar o empresário de cerâmica de uma pequena região (Aveiro-sul) e analisar as suas motivações empresariais, procurando detectar e analisar os principais factores de ordem económica, psicológica, social e cultural, susceptíveis de influenciar estes empresários na criação e desenvolvimento dos seus negócios.

3 - CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA E A ENTREVISTA

O método utilizado nesta investigação para recolha de informação sobre os empresários da cidade da Guarda foi a realização de um questionário administrado por entrevista presencial. A população a estudar nesta investigação são os fundadores de pequenas empresas comerciais do sector privado.

A **entrevista** foi administrada no período compreendido entre 28/06/96 e 12/07/96, aleatoriamente, aos fundadores de comércios localizados nas três freguesias que fazem parte da cidade da Guarda. Foram entrevistados 83 empresários, sendo seleccionados para a análise 80 questionários e rejeitados 3, dado que estes empresários não quiseram responder a algumas questões relativas aos elementos pessoais do fundador.

A **selecção da amostra final** foi efectuada no próprio momento em que se estavam a realizar as entrevistas nas três freguesias que fazem parte da cidade da Guarda, da seguinte forma:

- 1º - Empresas que se enquadrassem na tipologia de pequenas empresas dentro da actividade comercial que se pretende estudar.
 - 2º - Empresas onde ainda estivesse presente o fundador ou um dos sócios fundadores do negócio que fossem proprietários ou sócios destas empresas.
 - 3º - Aos empresários que mostrassem disponibilidade para serem entrevistados.
- A utilização desta metodologia, para a elaboração das entrevistas, “obrigou” a pesquisar no próprio terreno empresas com o perfil acima definido, uma vez que não se tinha nenhuma informação prévia de quais eram as empresas que se enquadravam na amostra que se pretendia investigar.

4 - RESULTADOS

Tendo em conta os objectivos desta investigação dividiu-se a apresentação e análise dos resultados em duas partes:

1ª Parte - Análise descritiva das características das empresas da amostra.

2ª Parte - Análise do perfil do empresário da Guarda.

4.1 - CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS

A distribuição das empresas inquiridas por ramo de actividade, dentro da actividade comercial, a três dígitos (Segundo a Classificação das Actividades Económicas - CAE, Decreto - Lei N.º 182/93, de 14 de Maio), é composta na maioria (81,3%) por empresas do comércio a retalho de outros produtos novos em estabelecimentos especializados. Cerca de um terço das empresas inquiridas (33,8%) têm 5 ou menos anos de vida.

Os resultados obtidos permitiram verificar que as empresas comerciais inquiridas na cidade da Guarda são constituídas por empresas em nome individual e sociedades por quotas de pequena dimensão, com pessoal com habilitações académicas baixas, sendo na maioria dos casos as empresas fundadas fundamentalmente com capitais próprios.

4.2 - PERFIL DO EMPRESÁRIO DA GUARDA

4.2.1 - CARACTERÍSTICAS DOS EMPRESÁRIOS

Os elementos pessoais dos empresários da Guarda são constituídos por um grupo de indivíduos maioritariamente do sexo masculino, têm em média 47 anos e são de nacionalidade portuguesa. Os dados sobre os elementos dos pais do empresário revelam que têm um nível de rendimento baixo e habilitações académicas igualmente baixas, sendo cerca de um terço dos empresários filhos de proprietários de um negócio.

Relativamente à qualificação do fundador pode-se considerar que um conjunto de empresários têm uma qualificação razoável, porque verifica-se que na maioria dos casos têm habilitações académicas superiores à 4ª classe, cerca de um terço têm uma especialização ou curso e têm um bom conhecimento de uma ou mais línguas estrangeiras.

Na altura em que iniciaram o presente negócio estes empresários tinham em média 34 anos, a maioria eram casados e pertenciam a famílias numerosas. Os empresários começam a trabalhar relativamente cedo (em média 19 anos), cerca de um terço destes empresários desempenham paralelamente outra(s) actividade(s) e a grande maioria tinham experiência profissional anterior à fundação do presente negócio.

4.2.2 - MOTIVAÇÕES DOS EMPRESÁRIOS

Os 5 factores motivacionais que resultaram da análise das componentes principais, após rotação da matriz dos factores na análise factorial, são apresentados por ordem de importância e de forma resumida, uma vez que já foram apresentados em outro lugar (Carvalho, 1997).

FACTOR 1 - Necessidade de realização (Variância Explicada: 31,6%)

1º Motivo – A necessidade de realização é o factor mais importante na motivação do empresário do comércio na cidade da Guarda. A ambição de ter um negócio e conseguir pôr em prática as suas próprias ideias e o desejo de autonomia, motivam o empresário a tornar-se independente através da criação de um negócio. A necessidade de realização é um factor motivacional que foi investigado inicialmente por McClelland (1961) e que aparece também referido posteriormente noutros trabalhos de investigação sobre empresários (Dubini, 1988; Alänge e Scheinberg, 1988; Jesuíno Reis e Cruz, 1988; Pina, 1994, Silvestre, 1994). As investigações de McClelland (1961) sobre as motivações revelaram que os empresários são indivíduos que se caracterizam por ter grande necessidade de realização, que este investigador designa nos seus trabalhos por “Need for Achievement (N-Ach)”. A necessidade de realização é fundamentalmente, uma motivação pelo sucesso, sendo esta, segundo Veciana (1980) uma condição necessária mas não suficiente para que uma pessoa se converta num empresário.

FACTOR 2 – Fixação na região (Variância Explicada: 8,8%)

2º Motivo – Uma forma de se estabelecer e valorizar a região, de empreender um negócio para os filhos, a influência de empresários e ter uma ocupação constituem o segundo factor mais importante.

FACTOR 3 – Dinheiro e Segurança (Variância Explicada: 7,8%)

3º Motivo – A fuga à pobreza e ao desemprego e a vontade de ganhar dinheiro para assegurar o bem-estar da família do empresário. Estes resultados estão de acordo com os resultados de outros estudos que mostram igualmente que o dinheiro não é a primeira motivação dos empresários (Dubini, 1988; Alänge e Scheinberg, 1988; Jesuíno Reis e Cruz, 1988). Num estudo sobre a criação de empresas como alternativa ao desemprego, elaborado PEREIRA (1991), os criadores das empresas eram ex-assalariados de médias e grandes empresas e tiveram em determinado momento da vida profissional o seu contrato de trabalho rescindido, em consequência de medidas de compressão de efectivos tomadas pela administração.

FACTOR 4 – Beneficiar de apoios (Variância Explicada: 6,8%)

4º Motivo – Empreender um negócio para beneficiar de apoios. Este motivo poderá mais recentemente explicar-se, como um motivo importante que alguns empresários terão, por iniciarem um negócio como uma forma de eventualmente beneficiarem de ajudas financeiras por parte do estado. É de salientar que este motivo não se encontra referido nas investigações a que se teve acesso.

FACTOR 5 – Insatisfação profissional (Variância Explicada: 6,6%)

5º Motivo – Insatisfação com a anterior situação profissional. Segundo Cornam, Perles, e Vancini (1988) numerosos estudos mostram que as razões que determinados empresários apresentam para deixar um emprego seguro são a frustração, a dificuldades em trabalhar numa organização hierarquizada e a dificuldade de pôr em prática as suas próprias ideias.

5 - CONCLUSÕES

Com este trabalho pretendia-se estudar o empresário e apresentar uma análise empírica do perfil dos empresários da Guarda. Para o efeito e após um enquadramento teórico sobre a

figura do empresário na teoria económica e na teoria empírica, elaborou-se um questionário com a finalidade de recolher informação sobre os empresários da cidade da Guarda.

A apresentação do trabalho foi repartida em duas partes. Na primeira parte do trabalho foi feita uma revisão da literatura sobre o empresário na teoria económica e na teoria empírica da empresa. Na segunda parte deste estudo foi elaborada uma descrição das características pessoais, actividade profissional e das motivações do empresário fundador para iniciar o seu negócio (análise factorial). Relativamente às motivações dos empresários, os resultados empíricos permitiram identificar como o motivo principal a necessidade de realização. A fixação na região, o dinheiro e segurança, o beneficiar de apoios e a insatisfação profissional, são também anseios que os empresários da cidade da Guarda tinham na altura em que fundaram a sua empresa.

É importante também levantar algumas indicações para trabalhos de investigação que venham a ser efectuados no futuro e que abordem este tema.

- i) Seria interessante fazer-se um estudo deste tipo que abrangesse uma determinada região do país, por exemplo a Beira Interior, com um trabalho de campo elaborado nas diversas localidades da região e que permitisse traçar um perfil do empresário da Beira Interior.
- ii) Outro estudo que se poderia efectuar seria o estudo dos empresários pertencentes a um determinado sector de actividade, muito mais específico do que o desenvolvido neste trabalho, por exemplo os empresários do sector da informática.

6 - REFERÊNCIAS

- Alänge, S. & Scheinberg, S. (1988). Swedish Entrepreneurship in a Cross - Cultural Perspective. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Eighth Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference*, Massachusetts, 1-15.
- Begley, T. M. & Boyd, D. P. (1986). Psychological Characteristics Associated with Entrepreneurial Performance. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Sixth Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference*, Massachusetts, 146-165.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3). 509-520.
- Birley, S. (1989). Females Entrepreneurs: Are They Really Any Different?. *Journal of Small Business Management*, January. 32-37.
- Boshoff, A. B., Roux, E. E., Bennett, H. F. & Lau, T (1993). Re-validating Lau Incident Questionnaire on South African Sample. *Heinz Klandt, Josef Mugler e Detlef Müller Böling, IntEnt93-Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, Förderkreis Gründungs-Forschung (FGF) - Entrepreneurship-Research Monographien: Band 6, Köln-Dortmund, Germany, 366-375.*
- Carvalho, P. M. R. (1997). Características e Motivações dos Empresários: O Caso dos Fundadores de Pequenos Negócios na Cidade da Guarda. *Anais Universitários. Série de Ciências Sociais e Humanas*, 8.107-136.
- Carland, J. W., Hoy, F. & Carland, J. A. C. (1988). Who is an Entrepreneur? Is a Question Worth Asking. *American Journal of Small Business*, 12. Spring. 33-39.
- Cornam, J., Perles, B. & Vancini, P. (1988). Motivational Factors Influencing High-Technology Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, January, 36-42.
- Davids, L. E. (1963). *Characteristics of Small Business Founders in Texas and Georgia*. Washington, D. C.: Small Business Administration.

- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship - Practice and Principles*. Oxford OX2 8DP: Butterworth-Heinemann Ltd Linacre House, Jordan Hill.
- Dubini, P. (1988). Motivational and Environmental Influences on Business start Ups: Some Hints for Public Policies. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Eighth Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference*, Massachusetts, 31-45.
- Draheim, K. P. (1972). *Factors Influencing the Rate of Formation of Technical Companies*. In A. C. Cooper & J. L. Komives (Eds.), *Technical Entrepreneurship: A Symposium*. Milwaukee: Centre for Venture Management, 3-27.
- Gartner, W. B. (1988). Who is an Entrepreneur?: It is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Gorostegui, E. P. (1990). *Economía de la Empresa (Introducción)*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A.
- Hornaday, J. A. & Churchil, N. C. (1987). Current Trends in Entrepreneurial Research. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Seventh Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference*, Massachusetts, 1-21.
- Howell, R. P. (1972). *Comparative Profiles: Entrepreneurs Versus the Hired Executive: San Francisco Peninsula Semiconductor Industry*. In A. C. Cooper & J. L. Komives (Eds.), *Technical Entrepreneurship: A Symposium*. Milwaukee: Centre for Venture Management, 47-62.
- Jesuino, J. C.; Reis, E. & Cruz, E. (1988). Motivações Empresariais em Portugal, uma Perspectiva Transcultural. *Revista Gestão*, nº II-III, ISCTE, Dezembro, Lisboa, 43-50.
- Keats, B. W. & Bracker, J. S. (1988). Toward a Theory of Small firm Performance: A Conceptual Model. *American Journal of Small Business*, Spring, 41-58.
- Lau, T. (1992). The Incident Method - An Alternative Way of Studying Entrepreneurial Behavior. *Heinz Klandt, Josef Mugler e Detlef Müller Böling, IntEnt92-Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, Förderkreis Gründungs-Forschung (FGF) - Entrepreneurship-Research Monographien: Band 5*, Köln-Dortmund, Germany, 501-513.
- Mcclelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, N.J: Van Nostrand Reinold.
- Mescon, T. & Montanary, J. (1981). *The Personalities of Independent and Franchise Entrepreneurs: An Empirical Analysis of Concepts*. *Journal of Enterprise Management*, 3(2), 149-159.
- Monitory Company (1994). *Construir as Vantagens Competitivas de Portugal*. Lisboa: Ed. do Forum da Competitividade.
- Nueno, P. (1995). *Emprendiendo - El Arte de Crear Empresas y Sus Artistas*. Bilbao: Ediciones Deusto S. A.
- Pereira, J. C. S. (1991). *Criar uma Empresa - Alternativa ao Desemprego*. Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP).
- Pina, P. J. G. (1994). *Motivações Empresariais dos Industriais do Algarve*. Tese de Mestrado no Ramo de Sistemas de Informação para Gestão(MSc) pelo Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), Agosto, Lisboa.
- Robinson, P. B. et al (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 13-31.
- Rodrigues, M. L. (1989). *Mulheres Empresárias - Resultados de uma Investigação Empírica sobre as Mulheres Empresárias em Portugal*. Provas de Aptidão Pedagógica e Capacidade Científica, Instituto Superior de Ciências do trabalho e da Empresa (ISCTE), Dezembro, Lisboa.
- Stauss, J. H. (1944). The Entrepreneur: The Firm. *Journal of Political Economy*, 52(2), 112-127.
- Scarborough, N. M. & Zimmerer, T. W. (1993). *Effective Small Business Management*. Macmillan Publishing Company, 4ª Ed., New York.

- Schollhammer, H. (1991). Incidence and Determinants of Multiple Entrepreneurship. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Eleventh Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference*, Massachusetts, 11-24.
- Schumpeter, J. (1961). *Teoria do Desenvolvimento Económico*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura.
- Sexton, D. & Bowman-Upton, N. B. (1991). *Entrepreneurship-Creativity and Growth*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Silvestre, M. C. (1994). *Motivações Empresariais dos Industriais de Cerâmica da Zona de Aveiro*. Tese de Mestrado no Ramo de Gestão Industrial(MBA) pelo Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), Agosto, Lisboa.
- Smith, N. R., McCain, G. & Warren, A. (1982). Women Entrepreneurs really are Different: A comparison of Constructed Ideal Types of Male and Female Entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Second Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference*, Massachusetts, 68-77.
- Sousa, F. H. (1990). *Empresários e Desenvolvimento Económico - Contribuição para uma Análise Sistémica*. Provas de Aptidão Pedagógica e Capacidade Científica - Relatório de Síntese, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), Lisboa.
- Suárez, A. S. S. (1986). *Curso de Introducción a la Economía de la Empresa*. Madrid: Ediciones Pirámide, S. A.
- Timmons, J. A. (1982). New Venture Creation: Models and Methodologies. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall, 126-139.
- Veciana, J. M. (1980). Un Concepto Empírico de Empresario. *Revista Económica de Banca Catalana*, 56. Marzo. 10-25.
- Veciana, J. M. (1989). Características del Empresario en España. *Papeles de Economía Española*, 39.19-36.