



Predisposição para o empreendedorismo: as características psicológicas podem-nos dizer algo sobre os empresários portugueses?

Ana Maria Galvão^{1,2,3} & Marco Braga Pinheiro^{4,5}

1. *Escola Superior de Saúde – Instituto Politécnico de Bragança, Portugal*
2. *Especialista em Psicologia Clínica e da Saúde.*
3. *Especialista em Psicologia do Trabalho, Social e das Organizações e Executive e Life Coach, ICF*
4. *Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Instituto Politécnico de Bragança, Portugal*
5. *B'TEN – Business Consultants, Portugal*

Resumo

Vários investigadores tentaram identificar características psicológicas que de certa forma possam prever a motivação empresarial. Contudo, muitos desses estudos foram inconclusivos ou, mesmo que conclusivos, perdem a sua validade quando aplicados a amostras mais alargadas ou em outros países. Também no caso português isto tem sido verificado.

Objetivou-se construir um instrumento de avaliação sobre características psicológicas, frequentemente associadas à predisposição empresarial permitindo identificar diferenças entre empresários e a restante população ativa em Portugal. As características em análise foram a motivação para realização, poder e afiliação, a tolerância à ambiguidade, a propensão para assumir risco, a resiliência e o locus de controlo.

Foi aplicado um questionário constituído por 41 questões, retiradas de várias escalas validadas para as variáveis em análise, aplicado a uma amostra de 495 indivíduos dos quais 193 são empresários, 207 estudantes de ensino superior e 95 outros adultos ativos profissionalmente.

O nosso estudo identificou em primeira instância 30 questões onde as respostas evidenciavam diferenças estatisticamente significativas entre os vários grupos da amostra, abrangendo as 7 características psicológicas pretendidas. Os empresários evidenciam pontuações estatisticamente significativas mais altas em todas as características.

De acordo com o nosso estudo, existem um conjunto de características psicológicas que podem ser avaliadas pelo questionário desenvolvido e que podem identificar a predisposição empresarial dos indivíduos. Além de permitir obter indicadores sobre a predisposição empresarial as respostas ao questionário poderão também ajudar a desenhar programas de formação e coaching específicos para melhorar as competências de empresários e empreendedores.

Palavras-chave: Predisposição Empresarial; Empresários; Características Psicológicas; Validação de Escala.



Abstract

Several researchers have attempted to identify psychological traits that somehow can predict entrepreneurial motivation. However, many of these studies were inconclusive or even when conclusive, lost their validity when applied to broader samples or other countries. This has also been so in the Portuguese case.

The objective was to build an evaluation instrument on psychological traits often associated with entrepreneurial predisposition, allowing the identification of differences between entrepreneurs and the remaining workforce in Portugal. The traits under analysis were the motivation for achievement, power and affiliation, tolerance for ambiguity, the propensity to take risk, resilience and locus of control.

A questionnaire consisting of 41 questions taken from various validated scales for the variables under analysis was applied to a sample of 495 individuals of which 193 are business owners, 207 students in higher education and 95 other professionally active adults.

Our study identified in the first instance 30 questions where the answers evidenced significant differences between the various sample groups, covering the 7 required psychological traits. Entrepreneurs show statistically significant higher scores in all traits.

According to our study, there are a number of psychological traits, which can be assessed by the developed questionnaire and that can identify individuals with entrepreneurial predisposition. In addition to allowing measuring entrepreneurial predisposition, the answers to the questionnaire will also help design specific training and coaching programs to improve the skills of business owners and entrepreneurs.

Key-words: Entrepreneurial predisposition; Entrepreneurs; Psychological traits; Inventory validation.



Introdução

Empreendedorismo é um termo que nos últimos anos passou a fazer parte do léxico diário dos portugueses e dos europeus em geral, muito devido ao baixo crescimento económico e as taxas de desemprego altas e contínuas. Vários autores referem estas condições como propícias a estimular o empreendedorismo como caminho para o crescimento económico e emprego, sendo este último, em muitos casos, o autoemprego (Acs, 1992; Carree & Thurik, 2003, 2006; Beck, Demircuc-Kunt, Laeven, & Levine, 2008). Contudo, convém referir desde já que neste estudo, o termo empreendedorismo engloba as várias vertentes incorporadas no termo anglo-saxónico *entrepreneur* ou seja, tanto aquilo que em Portugal normalmente se designa por empreendedores bem como por empresários. Esta tendência não tem passado despercebida aos decisores de políticas económicas na Europa tais como a Comissão Europeia, que têm vindo a promover ativamente o empreendedorismo e as políticas europeias têm vindo a dar maior enfoque a um apoio ao empreendedorismo e iniciativa empresarial conforme evidenciado pelas políticas de apoios comunitários ao abrigo do programa Horizonte 2020.

Este estudo incide na análise das características psicológicas que poderão dar resposta a que diferencia um empresário ou empreendedor da restante população. Embora alguns autores defendam que não se podem utilizar características psicológicas para definir empreendedores (Gartner, 1988), existe consistência nos estudos que investigam características empreendedoras que distinguem empreendedores de não empreendedores. A título de exemplo, Hisrich (1988; 1990) nos seus estudos sobre o comportamento empreendedor, denota que o empreendedor pode ser caracterizado como alguém que demonstra iniciativa e pensamento criativo, é capaz de organizar mecanismos económicos e sociais de forma a aproveitar recursos e situações para seu próprio benefício, e que aceita risco e fracasso como parte integrante de ser empreendedor. Schumpeter e posteriormente McClelland, muitas vezes apontados como os pioneiros na área da investigação sobre empreendedorismo, assumiram uma perspetiva psicológica onde os indivíduos eram o principal objeto da investigação. Contudo, ao longo do tempo as perspetivas foram variando sendo que durante o período de 1980-2005 os principais estudos focavam-se em explicar o empreendedorismo através de teorias económicas e de estratégia (Kirchhoff, 1991). Contudo, mais recentemente, o empreendedorismo visto como algo “fundamentalmente pessoal” voltou a ganhar importância na investigação (Baum, Frese, & Baron, 2007).

Vários autores tentaram identificar características psicológicas que podem identificar motivação empreendedora ou empresarial, contudo, a maioria desses estudos são inconclusivos ou, quando conclusivos, mostram-se inadequados quando aplicados em populações diferentes. Rego e Leite (2003) concluíram que uma escala validada para uma amostra portuguesa (Rego, 2000), a qual inclui várias características também presentes neste nosso estudo, perdeu parte da sua validade pelo facto de ter sido aplicada no Brasil. Possíveis razões apontadas pelos autores, como explicativas para este fenómeno, são diferenças culturais e diferenças linguísticas. Porém, como acontece na maioria dos casos, as razões exatas são normalmente difíceis de identificar, deixando os investigadores, por regra, com pouca argumentação para prosseguirem a pesquisa.



Uma última dificuldade encontrada é o facto de a maioria dos estudos existentes incidir maioritariamente sobre amostras compostas por estudantes do ensino superior ou, quando alargado a outras populações, por amostras com uma baixa ou inexistente taxa de empreendedores e/ou empresários.

Quais as características psicológicas a analisar?

Nas últimas décadas do século XX houve um conjunto de estudos que identificaram certas características correlacionadas com a motivação empreendedora ou empresarial, tais como a tolerância à ambiguidade, a propensão para assumir riscos e o locus de controlo interno (Ahmed, 1985; Begley & Boyd, 1987; Bonnett & Furnham, 1991).

Anteriormente a estes estudos, um trabalho exaustivo sobre outras características foi realizado por vários autores, sendo de salientar os estudos de McClelland (1962; 1965) sobre a necessidade de realização (nalguns estudos também traduzido como necessidade de sucesso), a necessidade de poder e a necessidade de afiliação. Estes estudos iniciais foram prosseguidos por vários autores que conseguiram identificar diferenças estatisticamente significativas entre empresários e empreendedores e outras populações (Begley & Boyd, 1987; Miner, Smith, & Bracker, 1989).

Finalmente, às seis características já mencionadas, acrescentou-se uma que, ao entrevistar empresários portugueses, é normalmente mencionada como factor determinante, ou seja, a resiliência. Embora menos frequente na literatura estrangeira, há estudos que já tinham identificado esta característica como importante para medir a motivação empresarial (Yang & Danes, 2015) e também em Portugal um recente estudo, que acompanhou os empreendedores de 10 *start-ups* durante um ano, determinou que existem evidências de que a resiliência é factor determinante para o sucesso (Galvão, Fernandes, & Pinheiro, 2016).

Metodologia

O primeiro passo para efetuar o estudo foi a elaboração de um questionário que pudesse medir as sete características identificadas como as mais consensuais de acordo com os vários estudos nacionais e internacionais analisados. Como a maioria dos estudos e escalas existentes são em língua inglesa, procedeu-se a uma tradução e adaptação das questões, com base em entrevistas efetuadas a 15 empresários portugueses. De acordo com as respostas e sugestões obtidas, o questionário foi sendo adaptado já que a mesma questão poderá ter interpretações diferentes em culturas diferentes e a mera tradução não garante que as respostas possam ser interpretadas da mesma forma (Attkisson & Greenfield, 1994).

Para medir a necessidade de realização, poder e afiliação partiu-se das questões formuladas inicialmente por Steers e Braunstein (1976) que por sua vez utilizaram as variáveis dos estudos de McClelland (1962; 1965). Após as entrevistas com o grupo de teste de 15 empresários portugueses, foram mantidas 5 questões por cada uma das características.

A tolerância à ambiguidade foi medida através de 7 questões seleccionadas de entre as 16 da escala desenvolvida por Budner (1962) e posteriormente testadas por Begley e Boyd (1987).



O locus de controlo foi medido tendo por base a escala de Rotter (1966), composta por 29 pares de afirmações, conforme adaptada por Valecha (1972), que reduziu a mesma para 11 pares. As questões originais que consistem de pares de afirmações de entre as quais o respondente têm que escolher uma, foram adaptadas de forma a ser possível responder numa escala de Likert, tal como já efetuado por outros autores (Collins, 1974), sendo que foram aproveitadas 6 das questões.

A propensão para a assunção de risco foi medida através de 7 questões selecionadas da escala desenvolvida por Begley e Boyd (1987) que por sua vez utilizaram uma adaptação da Escala de Personalidade de Jackson (Jackson, 1977).

Finalmente a resiliência foi medida através de 6 questões selecionadas a partir da Escala de Resiliência de Connor-Davidson (Connor & Davidson, 2003).

Assim, o questionário utilizado no presente estudo, consiste em 41 questões em que as respostas são dadas através da escolha de um de 6 itens numa escala de Likert em que 1 significa “discordo totalmente” e 6 “concordo totalmente). Pontuações mais altas representam necessidades de realização, poder e afiliação mais altas, tolerância à ambiguidade mais evidenciada, locus de controlo interno mais elevado, maior propensão para a assunção de risco e capacidade de resiliência mais evidenciada.

A opção por uma escala de Likert de 6 itens, ao contrário do mais habitual nestes estudos de 7 pontos, foi a recomendação recebida por vários dos 15 empresários que serviram de grupo de teste, que mencionaram frequentemente que a tendência cultural em Portugal poderia ser o de optar por uma resposta intermédia, o que poderia dificultar ou até impossibilitar tirar conclusões do estudo. Esta opção vai ao encontro de vários estudos efetuados sobre o uso ou não de um ponto central em escalas de Likert, em especial quando diferenças culturais ditam uma certa aversão a fugir da média (Wang, Hempton, Dugan, & Komives, 2008; Stening & Everett, 1984).

Nas questões onde as respostas tinham uma formulação negativa, as pontuações no tratamento dos dados, foram invertidas de forma a manter a consistência de interpretação. O questionário foi transposto para um formulário online, de resposta anónima e enviado a um primeiro grupo de 20 respondentes, selecionado por conveniência de entre os contactos profissionais dos membros da equipa de investigação, solicitando-se que o mesmo fosse divulgado a um maior número de pessoas possível. O questionário esteve online de 25 de Maio a 15 de Junho de 2016, tendo se obtido 495 respostas. Dado que as questões eram todas de resposta obrigatória, nenhum dos formulários apresentava respostas em branco.

De seguida procedeu-se ao tratamento estatístico dos questionários, recorrendo ao SPSS versão 23 para OSX, considerando um intervalo de confiança de 95% e uma margem de erro admissível de 5%.



Resultados

Dos 495 respondentes, 193 (39%) são empresários, 207 (41,8%) estudantes de ensino superior (dos quais 99 a desenvolver projetos de empreendedorismo), e 95 (19,2%) trabalhadores por conta de outrem. Na maioria das análises efetuadas utilizaram-se assim 4 subgrupos – empresários, estudantes com projeto empreendedor, estudantes sem projeto empreendedor e trabalhadores por conta de outrem – ou, quando mencionado, a simples distinção empresário e não-empresário.

Em total 243 (49,1%) dos respondentes eram do sexo masculino e os restantes 252 (50,9%) do sexo feminino. O grupo etário mais representado é o de 24 a 29 anos de idade (31,9%) seguido pelo grupo de 36 a 45 anos de idade (22,0%). Dos empresários salienta-se que 43 (22,3%) são donos de empresas com um volume de negócio superior a 2 milhões de euros.

Sendo o objetivo do estudo construir uma escala que permita identificar um conjunto de características psicológicas, elencando-se questões onde empresários pontuam de forma significativamente diferente do que a restante amostra, a primeira análise que foi efetuada incidiu sobre comparar a pontuação média às respostas dos vários subgrupos da qual a amostra era composta. De seguida, procedeu-se ao cálculo do alfa de Cronbach para as 7 subescalas, tendo-se verificado que havia um conjunto de questões que influenciavam negativamente e de forma acentuada os mesmos, sendo que estas questões coincidiam com aquelas onde as pontuações médias também davam resultados inconclusivos. Esta constatação, seguida de uma reanálise das questões e sua formulação, levou à eliminação de um conjunto de 11 questões sendo que a escala analisada a partir desse momento passou a ser constituída por 30 questões, das quais as necessidades de realização, poder e afiliação continuaram a integrar 5 questões cada, a tolerância para a ambiguidade, a propensão para a assunção de risco e o locus de controlo 3 questões cada e a resiliência manteve as 6 questões iniciais.

O alfa de Cronbach para a escala total (medida sobre as 30 questões) cifrou-se nos 0.938 sendo que os alfas para as subescalas são as abaixo representadas:

Tabela 16 - Alfas de Cronbach para as 7 subescalas

Realização	0.779
Poder	0.674
Afiliação	0.651
Ambiguidade	0.636
Risco	0.646
Resiliência	0.786
Locus de controlo	0.638

Nesta primeira análise, fomos surpreendidos pela pontuação dos empresários em relação à necessidade de afiliação. Nos estudos analisados, a necessidade de afiliação dos empresários era em regra mais baixa do que para as restantes pessoas. Contudo, no nosso estudo os empresários pontuam consideravelmente mais alto ($M=4,64$) do que a média de todos os



respondentes ($M=3,79$). Embora surpreendente, a resposta poderá residir em diferenças culturais uma vez que a maioria dos estudos existentes são dos EUA, onde a proximidade entre empresários e funcionários e a afiliação têm conotações e expressividade diferentes.

A fase seguinte de análise estatística pretendeu obter resposta sobre as diferenças de pontuações encontradas entre os vários subgrupos serem ou não estatisticamente significativas. Embora pela dimensão da amostra a opção poderia ser pela utilização de testes paramétricos, uma análise gráfica mais cuidada à distribuição das respostas, levou-nos a optar por testes não-paramétricos, uma vez que se apresentava muito irregular. Também os testes de normalidade, tanto de Kolmogorov-Smirnov como de Shapiro-Wilk, vieram contribuir para a decisão.

Assim, para provar a existência de diferenças entre respostas estatisticamente significativas foram efetuados testes de Kruskal-Wallis sempre que comparados os 4 subgrupos e Mann-Whitney quando comparados pares dos 4 subgrupos. No primeiro teste efetuado, tornou-se evidente que havia diferenças estatisticamente significativas entre os 4 subgrupos, como evidenciado na tabela 2.

Tabela 17 - Características em função da situação profissional

Postos			
	Situação Profissional	N	Posto Médio
Realiz	Estudante com projeto	99	231.02
	Estudante sem projeto	108	121.21
	Empresário	193	374.83
	Trab conta outrem	95	152.16
	Total	495	
Poder	Estudante com projeto	99	213.71
	Estudante sem projeto	108	135.58
	Empresário	193	373.11
	Trab conta outrem	95	157.36
	Total	495	
Afil	Estudante com projeto	99	205.97
	Estudante sem projeto	108	131.47
	Empresário	193	374.15
	Trab conta outrem	95	167.98
	Total	495	
Ambig	Estudante com projeto	99	187.22
	Estudante sem projeto	108	168.38
	Empresário	193	364.36
	Trab conta outrem	95	165.46
	Total	495	
Risco	Estudante com projeto	99	184.26
	Estudante sem projeto	108	149.88
	Empresário	193	377.88
	Trab conta outrem	95	162.12
	Total	495	
Resil	Estudante com projeto	99	192.07



	Estudante sem projeto	108	130.49
	Empresário	193	383.57
	Trab conta outrem	95	164.46
	Total	495	
Controlo	Estudante com projeto	99	195.18
	Estudante sem projeto	108	138.03
	Empresário	193	371.27
	Trab conta outrem	95	177.63
	Total	495	
TOTAL	Estudante com projeto	99	217.23
	Estudante sem projeto	108	111.55
	Empresário	193	388.81
	Trab conta outrem	95	149.13
	Total	495	

Estatísticas de teste^{a,b}

	Realiz	Poder	Afil	Ambig	Risco	Resil	Controlo	TOTAL
Qui-quadrado	281.838	259.275	261.322	212.460	266.273	294.771	245.777	335.276
gl	3	3	3	3	3	3	3	3
Significância Assint.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

a. Teste KruskalWallis

b. Variável de Agrupamento: Sit_Prof_Div

Embora pela observação dos dados acima pudéssemos ser levados a concluir que o subgrupo “empresário” pontua em média mais alto do que os outros e que é seguido pelo subgrupo “estudante com projeto”, a validação de tal observação foi testada através de testes de Mann-Whitney para as várias combinações possíveis. Em todas as combinações possíveis, os empresários apresentam uma pontuação média superior e estatisticamente significativa (sig. <0.001). Em termos dos estudantes com projetos, estes também pontuam em média mais alto do que os outros dois subgrupos, contudo, em termos de tolerância para a ambiguidade e propensão para a assunção de risco estas diferenças não são estatisticamente significativas.

Por último, nesta fase do estudo, procedeu-se a uma análise factorial confirmatória sobre as 7 características psicológicas, recorrendo ao AMOS versão 18 para Windows.

Efetuada a modelação de equações estruturais verificou-se que 4 variáveis independentes tinham cargas factoriais abaixo de 0,4, sendo que estas foram eliminadas na restante análise. Esta eliminação levou à redução de 5 para 3 questões nas variáveis “necessidade de poder” e “necessidade de afiliação”.

Os resultados desta análise foram, em geral, muito satisfatórias, confirmando um alinhamento estatístico com estudos anteriores. De entre os vários indicadores salientamos um RMSEA de 0,040, sendo que de acordo com vários autores um valor abaixo de 0,06 é considerado excelente (Hu & Bentler, 1999; Steiger, 2007), um GFI de 0,930 sendo bom com



excelente considerado acima de 0,95 (Shevlin & Miles, 1998), um NFI de 0,901, considerando-se que valores acima de 0,90 são bons (Bentler & Bonnet, 1980) e mais recentemente que valores acima de 0,95 são excelentes (Hu & Bentler, 1999), um NNFI de 0,945 e um CFI de 0,953, sendo que de acordo com Hu & Bentler (1999) valores acima de 0,95 para estes dois indicadores são considerados excelentes. Assim, também a análise factorial confirmatória veio fundamentar que a escala testada mede, de forma adequada, as 7 características psicológicas em análise.

Discussão

O estudo aqui apresentado e as evidencias estatísticas levam-nos a concluir que a escala obtida após a análise factorial confirmatória de 26 itens mede eficazmente a predisposição ou capacidade empresarial, mostrando que os empresários são caracterizados por pontuações mais altas nas 7 características psicológicas analisadas.

Não obstante as bases teóricas confirmarem as conclusões, a análise factorial confirmatória leva à necessidade de aprofundar futuramente o estudo, uma vez que as 7 características escolhidas, em grande parte por serem as identificadas na maioria dos estudos, poderem não refletir a realidade do tecido empresarial português.

Por outro lado, a análise estatística evidencia igualmente covariâncias superiores a 0,95 entre algumas das variáveis dependentes, o que leva a que a independência dessas variáveis entre elas seja questionável. Este facto, poderá ter origem em dois aspetos que a nosso ver terão que ser analisados em mais pormenor. O primeiro é o de as respostas terem sido dadas numa escala Likert de 6 pontos. Embora a sua utilização seja justificada, tal facto elimina a possibilidade de verdadeiras respostas neutras, tornando assim as diferenças entre as respostas mais enviesadas para um dos lados. Por outro, as próprias características, são muitas vezes confundidas pelos respondentes que identificam questões de grupos diferentes como muito similares podendo assim as respostas serem coincidentes.

Contudo, mesmo com a necessidade de aprofundar mais o estudo e expor o mesmo a uma possível redefinição das características psicológicas medidas, através de um eventual reagrupamento das questões, podemos concluir, através dos testes efetuados e dos seus resultados estatisticamente significativos, que a escala que resulta das 26 questões, mede de forma fidedigna a predisposição empresarial dos respondentes.

Assim, a escala poderá ser utilizada para medir as 7 características psicológicas e consequentemente medir áreas em que empresários ou empreendedores necessitam de fortalecer as suas capacidades através de programas de coaching e formação na área comportamental.

Contacto para Correspondência

Marco Braga Pinheiro, Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5301-857 Bragança, mpinheiro@ipb.pt



Referências

- Acs, Z. J. (1992). Small business economics: A global perspective. *Challenge*, 35(6), 38-44.
- Ahmed, S. U. (1985). nAch, risk-taking propensity, locus of control and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 6(6), 781-782.
- Attkisson, C. C., & Greenfield, T. K. (1994). Client Satisfaction Questionnaire-8 and Service Satisfaction Scale-30. I ME Maruish (Ed.) *The use of psychological testing for treatment planning and outcome assessment*.
- Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2014). *The psychology of entrepreneurship*. Psychology Press.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., Laeven, L., & Levine, R. (2008). Finance, firm size, and growth. *Journal of Money, Credit and Banking*, 40(7), 1379-1405.
- Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of business venturing*, 2(1), 79-93.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological bulletin*, 88(3), 588.
- Bonnett, C., & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12(3), 465-478.
- Carree, M. A., & Thurik, A. R. (2003). The impact of entrepreneurship on economic growth. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 437-471). Springer US.
- Carree, M., & Thurik, R. (2006). Understanding the role of entrepreneurship for economic growth. *The Handbook of Entrepreneurship and Economic Growth*, Cheltenham, Elgar, ix-xix.
- Collins, B. E. (1974). Four components of the Rotter Internal-External scale: Belief in a difficult world, a just world, a predictable world, and a politically responsive world. *Journal of personality and social psychology*, 29(3), 381.
- Connor, K. M., & Davidson, J. R. (2003). Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson resilience scale (CD-RISC). *Depression and anxiety*, 18(2), 76-82.
- Galvão, A. M., Fernandes, P. O., & Pinheiro, M. (2016). Idiosyncratic psychological aspects in entrepreneurship. In *Proceedings of the International Congress on Interdisciplinarity in Social and Human Sciences* (pp. 171-178). CIEO – Research Centre for Spatial and Organizational Dynamics – University of Algarve.
- Gartner, W. (1988). Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*. 12(4), 11-32
- Hisrich, R. D. (1988). Entrepreneurship: Past, present, and future. *Journal of Small Business Management*, 26(4), 1-4.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/intrapreneurship. *American Psychologist*, 45(2), 209.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
- Jackson, D. N. (1977). Reliability of the Jackson personality inventory. *Psychological Reports*, 40(2), 613-614.
- Kirchhoff, B. A. (1991). Entrepreneurship's contribution to economics. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2), 93-112.
- McClelland, D. C. (1962). Business drive and national achievement. *Harvard Business Review*, 40(4), 99-112.
- McClelland, D. C. (1965). Achievement-Motivation Can Be Developed. *Harvard business review*, 43(6), 6.
- McClelland, D. C. (1965). N achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of personality and Social Psychology*, 1(4), 389.
- Miner, J. B., Smith, N. R., & Bracker, J. S. (1989). Role of entrepreneurial task motivation in the growth of technologically innovative firms. *Journal of Applied Psychology*, 74(4), 554.



- Rego, A. (2000). Os motivos de sucesso, afiliação e poder–desenvolvimento e validação de um instrumento de medida. *Análise Psicológica*, 18(3), 335-344.
- Rego, A., & Leite, E. (2003). Motivos de sucesso, afiliação e poder: Um estudo de validação do constructo no Brasil. *Estudos de Psicologia*, 8(1), 185-191.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological monographs: General and applied*, 80(1), 1.
- Shevlin, M., & Miles, J. N. (1998). Effects of sample size, model specification and factor loadings on the GFI in confirmatory factor analysis. *Personality and Individual Differences*, 25(1), 85-90.
- Stanley Budner, N. Y. (1962). Intolerance of ambiguity as a personality variable. *Journal of personality*, 30(1), 29-50.
- Steers, R. M., & Braunstein, D. N. (1976). A behaviorally-based measure of manifest needs in work settings. *Journal of Vocational Behavior*, 9(2), 251-266.
- Steiger, J. H. (2007). Understanding the limitations of global fit assessment in structural equation modeling. *Personality and Individual Differences*, 42(5), 893-898.
- Stening, B. W., & Everett, J. E. (1984). Response styles in a cross-cultural managerial study. *The Journal of Social Psychology*, 122(2), 151-156.
- Valecha, G. K. (1972). Construct validation of internal-external locus of reinforcement related to work-related variables. In *Proceedings of the Annual Convention of the American Psychological Association*. American Psychological Association.
- Wang, R., Hempton, B., Dugan, J. P., & Komives, S. R. (2008). Cultural Differences: Why Do Asians Avoid Extreme Responses?. *Survey Practice*, 1(3).
- Yang, Y., & Danes, S. M. (2015). Resiliency and Resilience Process of Entrepreneurs in New Venture Creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(1), 1-30.