

## **PREFÁCIO I**

## **PREFÁCIO II**

## **INTRODUÇÃO**

- 0.1 Objetivo geral da investigação
- 0.2 Objetivos específicos
- 0.3 Opção metodológica

## **CAPÍTULO 1**

### **DA OPORTUNIDADE À FAMÍLIA EMPRESÁRIA**

- 1.1. Origem e evolução do empreendimento familiar
  - 1.1.1. Oportunidade, negócio e família
  - 1.1.2. Herança familiar
  - 1.1.3. Estruturação do negócio de família
  - 1.1.4. Gestação da família empresária
- 1.2 Empresa familiar
- 1.3 Família empresária
  - 1.3.1. O campo família empresária
  - 1.3.2. Família empresária como campo multigeracional
  - 1.3.3. Propriedades universais e características próprias da família empresária
  - 1.3.4. Estádios da família empresária

## **CAPÍTULO 2**

### **TEORIA DOS RECURSOS E FAMÍLIA EMPRESÁRIA**

- 2.1 Teoria dos recursos
  - 2.1.1. Conceitos de recursos e capacidades
    - 2.1.1.1. Conceito e natureza de recursos
    - 2.1.1.2. Conceito de capacidades
  - 2.1.2. O modelo VRIO
- 2.2 O fator família
  - 2.2.1. A escala F-PEC
  - 2.2.2. Nome de família e identidade empresarial
- 2.3 Empreendedorismo transgeracional
  - 2.3.1. Fatores de contexto externo
    - 2.3.1.1. Setor económico
    - 2.3.1.2. Estádio do ciclo de vida da família empresária
    - 2.3.1.3. Meio envolvente
    - 2.3.1.4. Envolvimento da família empresária
      - 2.3.1.4.1. O quê e o como do envolvimento
      - 2.3.1.4.2. Capital social familiar
  - 2.3.2. Fatores de contexto interno
    - 2.3.2.1. Orientação empreendedora
      - 2.3.2.1.1. Assunção de riscos
      - 2.3.2.1.2. Proatividade
      - 2.3.2.1.3. Comportamento inovador
      - 2.3.2.1.4. Autonomia
      - 2.3.2.1.5. Agressividade competitiva
      - 2.3.2.1.6. Redes de relações
    - 2.3.2.2. Recursos (*familiness*)

- 2.3.3. Criação de valor transgeracional
- 2.3.4. Riqueza socioemocional
  - 2.3.4.1. Recursos e vantagem competitiva
  - 2.3.4.2. Conceito de riqueza socioemocional
  - 2.3.4.3. Modelo FIBER
  - 2.3.4.4. Objetivos da família empresária

## **CAPÍTULO 3**

### **TEORIA DE CAMPO E INSTITUIÇÕES**

- 3.1 Conceito de espaço social
- 3.2 A teoria de campo
  - 3.2.1. Campo social
  - 3.2.2. O *habitus*
  - 3.2.3. Capital simbólico
- 3.3 Propriedades complementares do campo
  - 3.3.1. *Doxa*
  - 3.3.2. *Nomos*
  - 3.3.3. *Hexis*
  - 3.3.4. *Illusio*
- 3.4 *Habitus* e interação
  - 3.4.1. *Habitus* e orientação empreendedora
  - 3.4.2. *Habitus* e *hexis*
- 3.5 Dinâmica de concorrência e dominação
- 3.6 O papel das instituições

## **CAPÍTULO 4**

### **PÚBLICOS DA FAMÍLIA EMPRESÁRIA**

- 4.1 Públicos internos da família empresária
  - 4.1.1. Membros da família
  - 4.1.2. Membros da família que são proprietários
  - 4.1.3. Membros da família que trabalham na empresa familiar
  - 4.1.4. Membros da família que são proprietários e trabalham na empresa familiar
  - 4.1.5. Membros da família, proprietários, com posição estratégica na empresa familiar
- 4.2 Públicos externos da família empresária
  - 4.2.1. Proprietários que não pertencem à família
  - 4.2.2. Executivos da empresa sem vínculo com a família
  - 4.2.3. Proprietários que não pertencem à família e trabalham na empresa familiar
- 4.3 Interações dos públicos internos da família empresária
  - 4.3.1. Mudanças nas características da família empresária
  - 4.3.2. Mobilidades e recomposição da família empresária

## **CAPÍTULO 5**

### **GOVERNO DA FAMÍLIA EMPRESÁRIA**

- 5.1 Sistemas de governo de sociedades
  - 5.1.1. Governabilidade empresarial
  - 5.1.2. Governabilidade familiar
    - 5.1.2.1. Parcimónia
    - 5.1.2.2. Personalização
    - 5.1.2.3. Particularização

- 5.1.3. Categorias principais de entidades na família empresária
- 5.2 Reuniões de família
  - 5.2.1. Reuniões de família
  - 5.2.2. Assembleia de família
  - 5.2.3 Comissões de família
- 5.3. Conselho de família
  - 5.3.1. Comissões familiares
- 5.4 Constituições familiares
  - 5.4.1. Protocolo familiar
- 5.5 *Family office*
  - 5.5.1. Conceito de *family office*
  - 5.5.2. Características de *family office*
  - 5.5.3. Modelos de negócio do *family office*
  - 5.5.4. Funções do *family office*
- 5.6 Fundação familiar

## **CAPÍTULO 6**

### **ESTUDOS DE CASO**

- 6.1 Metodologia
- 6.2 Estudo de caso 1 – Família empresária Champalimaud
  - 6.2.1. O fundador António Champalimaud
  - 6.2.2. Construção de um império
    - 6.2.2.1. O legado
    - 6.2.2.2. Construção inicial
    - 6.2.2.3. Reconstrução do império
  - 6.2.3. Ramos da família Champalimaud
  - 6.2.4. Perpetuação do nome da família Champalimaud
    - 6.2.4.1. Fundação Champalimaud
    - 6.2.4.2. A meritocracia
  - 6.2.5. Estruturas de governo da família empresária Champalimaud
    - 6.2.5.1. Conselhos de família
    - 6.2.5.2. Outros órgãos de governo da família Champalimaud
- 6.3 Estudo de caso 2 – Família empresária Espírito Santo
  - 6.3.1. O fundador José Maria do Espírito Santo Silva
  - 6.3.2. O Grupo Espírito Santo
    - 6.3.2.1. Os primórdios
    - 6.3.2.2. A refundação
  - 6.3.3. Ramos da família empresária Espírito Santo
  - 6.3.4. Perpetuação do nome da família Espírito Santo
    - 6.3.4.1. Fundação Ricardo do Espírito Santo Silva
    - 6.3.4.2. Meritocracia
  - 6.3.5. Estruturas de governo da família Espírito Santo
    - 6.3.5.1. Conselho superior do Grupo Espírito Santo
    - 6.3.5.2. Outros órgãos de governo da família Espírito Santo
- 6.4 Estrutura das relações nos estudos de caso
  - 6.4.1. Estádios do ciclo de vida da família empresária
  - 6.4.2. Estrutura formal de governo da família empresária
  - 6.4.3. Exercício do poder
  - 6.4.4. Alicerces das relações de poder
    - 6.4.4.1. Casamento

- 6.4.4.2. Confiança
- 6.4.4.3. Nome de família
- 6.4.5. Capital simbólico

## **CAPÍTULO 7**

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

- 7.1 Família empresária e modernidade
- 7.2 Limitações do estudo
- 7.3 Investigação futura

### **BIBLIOGRAFIA**