

Mulheres empreendedoras no Brasil: quais seus medos?

Ms. Raquel Adriano Momm Maciel de Camargo

*Universidade Federal do Paraná, Departamento de
Administração, Curitiba, PR, Brasil*

Prof^a. Dra. Mariane Lemos Lourenço

*Universidade Federal do Paraná, Departamento de
Administração, Curitiba, PR, Brasil*

Prof^a. Dra. Jane Mendes Ferreira

*Universidade Federal do Paraná, Departamento de
Administração, Curitiba, PR, Brasil*

Recebimento:

07/11/2016

Aprovação:

03/10/2017

Editor responsável:

Prof. Dr. J. Ignacio Canales

Avaliado pelo sistema:

Double Blind Review

Resumo

Objetivo – Este artigo tem como objetivo geral investigar os medos das mulheres empreendedoras em negócios consolidados, em face à atual situação de instabilidade política e econômica no Brasil.

Metodologia – A abordagem escolhida foi qualitativa de natureza interpretativa, tendo como técnica de coleta de dados, a entrevista em profundidade com empreendedoras *experts* e com negócios já consolidados. As categorias não foram definidas *a priori*, mas surgiram de maneira indutiva a partir da fala das entrevistadas.

Resultados – Os resultados indicam que o medo presente na atividade empreendedora vai além daqueles que permeiam a abertura de um negócio e na sua continuidade, como o medo da falência. Percebeu-se que, durante a trajetória empreendedora, os medos vão sendo alterados e podem ser agrupados nas seguintes categorias: medos relacionados ao futuro do empreendimento e da empreendedora; medos específicos do setor de atuação; medos relacionados a aspectos financeiros. A instabilidade econômica do Brasil parece ser fator agravante e esteve presente durante todo o tempo na fala das mulheres.

Contribuições – A contribuição teórica deste estudo está fundada na constatação de que existem medos que podem ir se alterando conforme a mulher e o empreendimento amadurecem. Tal constatação vai além dos medos comumente encontrados na literatura, que são o medo de abrir um novo negócio e o de fracasso ou falência. Este trabalho alinha-se àqueles que tratam das emoções que permeiam a atividade empreendedora. Como contribuição prática, ao admitir que as mulheres têm diferentes tipos de medo ao longo do tempo, os programas de treinamento empresarial podem contemplar, além dos aspectos técnicos, as dimensões emocionais, preparando melhor as mulheres empreendedoras.

Palavras-chave: Mulheres empreendedoras; medo; emoções; Brasil.



**Revista Brasileira de Gestão
e Negócios**

DOI: 10.7819/rbgn.v20i2.3578

I Introdução

Desde McClelland (1971, 1987), as características desejáveis ao perfil do empreendedor ocupam o lugar de figura central dos estudos sobre o indivíduo que vivencia a atividade empreendedora. Em um ambiente em que a propensão ao risco e a atitude heroica são ressaltadas, o medo tornou-se uma dimensão esquecida na maior parte das pesquisas sobre a atividade empreendedora, em especial quando se refere às mulheres. Outras dimensões da vida, história e emoções, no entanto, podem trazer importantes contribuições para a compreensão de como um indivíduo se constitui empreendedor. Neste artigo, o medo será o tema central. Para Cacciotti e Hayton (2015), o medo da falência e do fracasso são os mais presentes na literatura sobre empreendedorismo, seguidos do medo de iniciar um novo empreendimento. Portanto, já de início este trabalho justifica-se por apresentar uma perspectiva inovadora na compreensão do medo como parte da jornada empreendedora, afastando a ideia de “heróis destemidos”, para que a narrativa do empreendedorismo possa ser tratada com mais realismo. Descartar os temores que permeiam a atividade, restringindo-os ao início (medo da abertura) ou ao potencial final (medo de falência), é ignorar que entre esses dois polos haja qualquer tipo de emoção.

Nesse sentido, este artigo atende à sugestão de pesquisas que têm sido feitas apontando para a relevância de estudos sobre as emoções do empreendedor e o complexo contexto no qual ele atua (Cacciotti & Hayton, 2015; Welp, Sporrle, Grichnik & Audretsch, 2012). Cacciotti, Hayton, Mitchell e Giazitzoglu (2016) revelaram a necessidade de tratar essa emoção em um contexto social mais amplo e como fazendo parte do processo empreendedor. De acordo com Cacciotti e Hayton (2015), o medo é uma emoção que pode estar presente em todos os momentos do processo de empreender, seja com empreendedores iniciantes ou com empreendedores experientes. Como evidência da importância do tema, Cardon, Foo, Shepherd e Wiklund (2012) fizeram a apresentação de um número da *Entrepreneurship Theory and Practice*

especialmente dedicado às emoções, intitulado *Exploring the Heart: Entrepreneurial Emotion Is a Hot Topic*, e sugerem a realização de pesquisas sobre as emoções no que consideram o “contexto extremo que é empreender”.

Dada a contextualização, este artigo tem como objetivo geral investigar os medos das mulheres empreendedoras em negócios consolidados, em face a atual situação de instabilidade política e econômica no Brasil. Para alcançar o objetivo proposto, foi realizada uma pesquisa qualitativa de natureza interpretativa, tendo como técnica de coleta de dados a entrevista em profundidade com empreendedoras experts e com negócios já consolidados. As categorias não foram definidas *a priori*, mas surgiram de maneira indutiva a partir da fala das entrevistadas, revelando os seguintes resultados: medos relacionados ao futuro do empreendimento e da empreendedora; medos específicos do setor de atuação; e medos relacionados a aspectos financeiros. A instabilidade econômica do Brasil parece ser fator agravante e esteve presente durante todo o tempo na fala das mulheres entrevistadas.

Traz-se como contribuição teórica o conhecimento acerca dos medos das mulheres empreendedoras, medos que se desenvolvem ao longo da trajetória empreendedora em momentos de crise econômica, social e política. Contribuições práticas evocam a possibilidade de que políticas de apoio e programas educativos de empreendedorismo percebam a importância de trabalhar além de aspectos técnicos, as dimensões emocionais que acompanham a trajetória das empreendedoras brasileiras. Para permitir ao leitor a compreensão desta produção acadêmica, apresenta-se, além dessa introdução, o quadro teórico de referência que sustenta esta pesquisa, os procedimentos metodológicos e as conclusões e contribuições que o trabalho pode oferecer à academia e aos projetos de desenvolvimento do empreendedorismo.

2 Fundamentação teórica

Em pesquisa na *Scientific Electronic Library Online (SciELO)* buscando-se a palavra-chave *fear* (medo), encontram-se 2.195 trabalhos que

pertencem a diferentes áreas de conhecimento, ao passo que, quando a busca foi combinada com a palavra *entrepreneur* (empresendedor), apareceram somente cinco trabalhos. A análise dos trabalhos oriundos da busca combinada permite afirmar que o medo de iniciar um negócio foi o foco daqueles trabalhos, evidenciando que há espaço para tratar o medo de forma mais aprofundada, especialmente no que se refere à atividade empreendedora. Nesta seção, primeiro será abordado de forma breve o conceito de medo como emoção, e a literatura que relaciona medo e empreendedorismo, e na sequência serão apresentados estudos que contemplam especificamente o empreendedorismo e as mulheres empreendedoras.

2.1 O medo e o empreendedorismo

Para trabalhar o conceito medo, é necessário perceber que a compreensão do medo pode ocorrer em diferentes perspectivas e períodos. A cada período e local da história, os homens aprenderam a ter medos específicos, construíram novos medos e os ensinaram. Não sendo imutável, o medo é um sentimento que assume diferentes formas (Santos, 2003). E as reações consideradas características do medo podem ser bem diferentes, como a fuga, a retração, a negação, a precaução, a inibição e outros sentimentos com configurações emocionais mais complexas. Existem também outras emoções, como a angústia, o terror, o susto e o pavor, que apesar de semelhantes em alguns aspectos não podem ser definidas como medo; com tantas distinções, conceitualizar o que é o medo não é uma tarefa simples (Pagès Bonetti, Gaulejac & Descendre, 1987; Santos, 2003) e torna-se ainda mais complexa quando compreendida em conjunto com a atividade empreendedora.

Pagès et al. (1987) resgatam uma distinção da psicologia, entre o que é o medo propriamente dito e a angústia. O medo é limitado no tempo e no espaço e tem um objeto específico, ao passo que a angústia é mais abrangente e difusa, presente o tempo todo, podendo estar em todos os lugares e em diversos objetos (Pagès et al., 1987). Para Elias (1994), a origem de muitos medos do homem atual está nos conflitos que se originam

ao questionar de maneira constante a relação entre o indivíduo e a sociedade e, em consequência, provocam agitação e medo nas pessoas envolvidas. Sendo os medos provenientes dos conflitos do indivíduo com a sociedade, podem ser compartilhados por um determinado grupo, como os empreendedores de um determinado setor produtivo, ou até mesmo de todo um país submetido a um mesmo contexto de crise. Portanto, é admissível afirmar que possam ser delimitados alguns dos medos que emergem das pessoas inseridas na atividade empreendedora, em função de que, em muitos aspectos, se assemelham as relações entre indivíduo e sociedade. Ao atuar no mesmo setor, ou estar inseridos num mesmo contexto de instabilidade financeira ou política, empreendedores desenvolvem medos semelhantes. Pesquisas que relacionam mais especificamente o medo e o empreendedorismo serão apresentadas a seguir.

A presença do medo é uma questão complexa que tem sido insuficientemente estudada sobre a experiência de empreender; em outras palavras, o medo é a parte menos contada da história de vida do empreendedor. Além disso, estudos existentes indicam a necessidade de precisão de conceituação e de aprofundamento na compreensão do que é o medo contextualizado no empreendedorismo (Cacciotti & Hayton, 2015).

O medo é uma emoção vivenciada pelos empreendedores e, é uma fonte muito importante de pesquisa, mas tem sido pouco abordado pelos pesquisadores do tema, assim como outras emoções, como a frustração (Gimenez, 2013). Essa posição é consonante com a apresentada por Welpé et al. (2012), para quem o valor das emoções na ação empreendedora não tem sido estudado de maneira consistente. Welpé et al. (2012) pesquisaram os efeitos de emoções como o medo, a alegria e a raiva sobre a ação empreendedora, e defendem que os empreendedores deveriam saber que sua visão das oportunidades é sempre subjetiva, e que suas emoções afetam diretamente as decisões, bem como a capacidade de avaliar e explorar novas oportunidades. O trabalho desses autores aponta que emoções como a alegria e a raiva têm efeito positivo na avaliação e na exploração de oportunidades, mas indicam o

medo como uma emoção tipicamente negativa, pelo fato de que, quanto maior é o nível de medo de um empreendedor, menor é a sua tendência de avaliar e explorar uma nova oportunidade.

Cacciotti e Hayton (2015) fizeram uma revisão de literatura de artigos empíricos que relacionavam medo e empreendedorismo e chegaram a 44 artigos empíricos que relacionavam os dois temas. Seus achados demonstraram que o medo tem sido predominantemente pesquisado em relação ao medo da falência e do fracasso, seguido da questão do medo como barreira para o início da atividade empreendedora. Entre os artigos citados, muitos trabalham a relação do medo com o empreendedorismo, sobretudo como emoção que impacta negativamente na abertura de um novo empreendimento.

Dentro desse contexto, entre os estudos que abordam o medo em iniciar um novo empreendimento, em uma pesquisa realizada com empreendedores na Tunísia, Khefacha, Belkacem e Mansouri (2013) concluíram que o medo influenciava negativamente a decisão de iniciar um negócio. Wagner (2007) pesquisou quais as diferenças entre homens e mulheres na decisão de iniciar um novo negócio na Alemanha, e observou o medo da falência como algo que poderia impedir o início de um empreendimento tanto para homens como para mulheres. Anokhine e Abarca (2011) demonstraram que a agência humana é um filtro que afeta a percepção das oportunidades objetivas; e o alto medo de fracasso impede a percepção das oportunidades de iniciar um novo negócio. Bosma e Schujtens (2011), em uma pesquisa que incluiu 127 regiões e 17 países da Europa, concluíram que o medo do fracasso na abertura de um novo negócio, entre outros fatores, está entre os componentes que afetam a atitude empreendedora. Hessels, Grilo, Thurik e Zwan (2011), ao analisarem 24 países participantes do GEM, também mencionam a resistência em abrir um novo negócio relacionada ao medo do fracasso, mas indicaram que o medo do fracasso pode variar de país para país. Wood e Pearson (2009) também consideraram os efeitos do medo e as diferenças individuais relacionadas à autoeficácia, e verificaram que a falta de suporte para o indivíduo, relacionada às diferenças

individuais, tinha um papel significativo no engajamento para a decisão de abertura de um novo negócio. Os estudos realizados por Morgan e Sisak (2016) afirmam que o medo do fracasso está fortemente associado ao contexto, sendo o mesmo sempre negativo na decisão de iniciar um novo negócio. Qian e Miao (2016) relatam que os fatores culturais, no caso de países que estimulam o empreendedorismo, podem atenuar os medos expressos pelos empreendedores.

Em um estudo recente, Cacciotti et al. (2016) realizaram uma pesquisa qualitativa e exploratória com a finalidade de interpretar o medo do fracasso a partir do olhar dos próprios empreendedores. Apontam o medo do fracasso em empreendedorismo como uma experiência emocional temporária que pode afetar as decisões, as ações e as atividades na trajetória empreendedora. Em seu estudo, os autores identificaram sete diferentes fontes do medo no empreendedorismo: segurança financeira, capacidade pessoal, capacidade para financiar o empreendimento, potencial da ideia, estima social, capacidade de executar e custos de oportunidade. Para esses autores, o medo do fracasso é compreendido com suas respostas afetivas, cognitivas e comportamentais, e está presente no decorrer do processo empreendedor, sendo socialmente situado. Os empreendedores de um setor compartilham, além dos impactos da crise econômica, aspectos específicos do seu contexto de atuação, como mudanças na regulamentação do setor, de forma que compartilham também medos inerentes a atuar naquele contexto específico (Cacciotti et al., 2016).

A pesquisa de Mota, Sobreira, Vale e Nogueira (2017) também contemplou o empreendedorismo dentro de um contexto econômico e social, e concluiu que os indicadores como o PIB, renda *per capita* e Índice de Desenvolvimento Humano afetam de forma negativa a percepção da oportunidade ao empreendedorismo dentro de um determinado país, ao mesmo tempo que aumentam o medo dos empreendedores de falhar em seus empreendimentos. Para auxiliar na compreensão do medo relacionado à trajetória empreendedora de mulheres, na sequência deste texto serão

apresentadas questões que envolvem o empreendedorismo e as mulheres empreendedoras.

2.2 Mulheres empreendedoras

A atuação das mulheres na atividade empreendedora tem sido crescente e vem se consolidando nos últimos anos no Brasil (Ferreira & Nogueira, 2013). Esse fato é verificável na comparação entre os dados de 2005 e 2015 do *Global Entrepreneurship Monitor*. Em 2005, o Brasil já era apresentado com uma posição favorável no empreendedorismo feminino. Em números proporcionais, enquanto havia 11,8% de homens empreendedores no Brasil, já havia 10,8% das mulheres em atividades empreendedoras, ocupando o 6º lugar no mundo. Em números absolutos, as brasileiras ocupavam em 2005 o terceiro lugar em empreendedorismo feminino, logo após as americanas e as chinesas, oriundas países com uma população substancialmente maior que a do Brasil. Dez anos depois, o GEM 2015 apresenta, além do crescimento do empreendedorismo, uma das características mais marcantes no empreendedorismo brasileiro: a igualdade de gênero, com taxa de empreendedorismo inicial masculino de 21,70% e feminino de 20,30%. Esses percentuais mantêm o Brasil numa posição de destaque em relação aos demais países analisados no que se refere à participação das mulheres na atividade empreendedora. Pelos dados do GEM 2015, os Estados Unidos têm uma proporção de 9,2% de mulheres e 14,6% de homens em empreendedorismo em estágio inicial; a China, 10,3% de mulheres e 15,3% de homens; e a Alemanha, 3,3% de mulheres e 6,1% de homens. Mas enquanto em 2005 a taxa de mulheres em estágio inicial de um empreendimento já era próxima da taxa de homens empreendedores, a taxa de mulheres que estavam à frente de negócios consolidados demonstrava que ainda havia um caminho à frente. O GEM 2005 indicava que, na proporção de cada mulher que estava à frente de um negócio consolidado, existiam dois homens dirigindo negócios. Os dados do GEM de dez anos depois demonstraram que 21,30% de homens e 16,60% de mulheres empreendedoras estavam à frente de negócios que sobreviveram aos três anos

e meio iniciais. Um crescimento significativo da presença das mulheres: uma proporção de 1,2 homens a cada mulher que dirige um negócio consolidado (Global Entrepreneurship Monitor, 2015). Esses dados evidenciam a expansão e a consolidação da presença da mulher na atividade empreendedora. Assim como a expansão da atuação das mulheres empreendedoras no Brasil, percebe-se também um crescimento dos estudos sobre empreendedorismo feminino nos estudos nacionais.

Na literatura internacional, os estudos sobre empreendedorismo feminino surgiram em meados da década de 1970 e cresceram significativamente na década de 1980 (Gomes, Santana, Araújo & Martins, 2014), mas no Brasil somente três décadas depois foram publicados os primeiros artigos sobre o tema, em periódicos. Os dados são apresentados por Gimenez, Ferreira e Ramos (2017), que estudaram o surgimento do campo de estudos no Brasil e mapearam 56 artigos publicados sobre empreendedorismo feminino, sendo os dois primeiros do ano 2000. A análise qualitativa da produção científica no Brasil realizada sobre o empreendedorismo feminino demonstra que são estudadas as motivações, percepções sobre o papel de empreendedora na sociedade e as dificuldades para exercer esse papel, seja nos aspectos pessoais, organizacionais ou sociais (Gimenez et al., 2017). Porém, ainda “há pouco conhecimento sobre a atuação de empreendedoras no país” (Machado, Greatti & Jesus, 2010, p. 88). Apesar da evidente relevância da participação feminina na atividade empreendedora, empreender não é uma tarefa fácil para as mulheres, seja por maiores empecilhos no acesso a fontes de financiamento, discriminação em processos sucessórios em empresas familiares, ou outras nuances que cercam o tema e têm sido insuficientemente estudadas (Ferreira & Nogueira, 2013; Gimenez et al., 2017).

Alguns trabalhos, como os de Koellinger, Minniti e Schade (2013), Minniti e Nardone (2007), Nogueira, Alvares e Urbano (2013) e Wagner (2007), abordam diferenças entre homens e mulheres e o medo da falência, mas não fornecem uma explicação mais detalhada das diferenças de nível de empreendedorismo dos participantes.

Gomes et al. (2014) apontam que alguns aspectos referentes ao chamado empreendedorismo feminino, como a forma de gestão ou de financiamento, são usualmente estudados de forma comparativa entre homens e mulheres. Arroyo, Fuentes e Jiménez (2016) indicam a importância da contribuição das perspectivas de gênero no estudo do empreendedorismo. E, para Arroyo et al. (2016), para que se avance nos estudos sobre empreendedorismo nas perspectivas de gênero, é necessária a compreensão dos fatores pessoais e intrínsecos em conjunto com o contexto. Vale salientar que a presente pesquisa não é sobre o medo da falência ou um comparativo entre homens e mulheres. Portanto, a compreensão do que é ser uma mulher empreendedora pode ganhar importantes contribuições se a percebermos como um indivíduo que constitui sua identidade na interação com as diferentes áreas da vida e esferas em que atua, e que procura desempenhar um papel social que já tem um *script* definido do que é ser empreendedor ou empreendedora (Strauss, 1999; Goffman, 2014, 2015). O *ser mulher* e o *ser empreendedora* são produções sociais configuradas e que possuem significados únicos atribuídos pelo próprio indivíduo, que confere um sentido único a suas experiências (Ferreira & Nogueira, 2013).

Essa compreensão ocorre também contextualizada com o momento de crise política e econômica do Brasil, uma vez que os medos que acompanham a trajetória da mulher empreendedora não são compreendidos de forma isolada, mas aprendidos e compartilhados dentro de um determinado contexto social e histórico (Cardon et al., 2012; Ferreira & Nogueira, 2013; Gimenez, 2013; Cacciotti & Hayton, 2015). Ao iniciar o detalhamento dos procedimentos metodológicos que nortearam o desenvolvimento desta pesquisa, destinaremos um espaço para apresentar o contexto político e econômico do país durante o desenvolvimento da investigação empírica.

3 Procedimentos metodológicos

Essa pesquisa, de abordagem de natureza qualitativa e interpretativista, foi realizada em campo, com corte transversal, mas com análise

longitudinal da trajetória empreendedora. A estratégia de pesquisa utilizada é o estudo qualitativo básico, descrito por Godoy (2005) e Merriam (1998, 2002). O estudo qualitativo básico tem as características de uma pesquisa qualitativa, mas não se enquadra em todos os critérios que definem um estudo de caso. Suas principais características são o interesse do pesquisador no significado que os entrevistados dão aos fatos relatados; o pesquisador como instrumento direto da coleta de dados; e o caráter indutivo da pesquisa.

3.1 Contexto da pesquisa

No período de realização desta pesquisa o Brasil enfrentava uma das maiores crises políticas e econômicas de sua história; a atual recessão já era a pior, em números oficiais – “não se via nada semelhante desde 1990” (Patu & Bôas, 2016). Em números dos Indicadores Econômicos Consolidados do Banco Central, o Produto Interno Bruto (PIB) foi negativo por três anos consecutivos: -0,4, em 2014; -4,6, em 2015; e -4,4, em 2016. A taxa básica de juros estava em torno de 14, 25% (Folha de S.Paulo, 2016); os juros médios nos cartões de crédito no país chegaram a 419,6% ao ano, o maior patamar desde outubro de 1995; e os limites de cheques especiais atingiram 255,94% ao ano, maior patamar desde julho de 1999 (Folha de S.Paulo, 2016).

Os números da economia brasileira mostravam aumentos nas taxas de juros, queda do PIB, alta do dólar e baixo crescimento das indústrias. Dentro de um cenário caótico, o Brasil sofria ainda com os piores índices econômicos de sua história recente:

A renda *per capita* brasileira, medida em PCC (Paridade do Poder de Compra), atingiu 38% da norte-americana em 1980. Mas esse percentual não se sustentou nas décadas seguintes: em 2015, a relação era de 28%, segundo o Fundo Monetário Internacional, que calcula que o padrão de vida do brasileiro ficará estacionado nesse patamar, pelo menos, até 2020 (Fraga, 2016).

O cenário político vivido no Brasil também era devastador: os escândalos de corrupção percorrem todos os escalões do governo, a presidente Dilma Rousseff sofreu um processo de *impeachment*, e o governo do presidente Michel Temer estava envolto em problemas que tem os seus capítulos ainda em andamento. Em março de 2016, milhões de brasileiros saíram às ruas para mostrar o seu descontentamento com o governo da presidente Rousseff e o seu partido político. “Agora, a crise se aprofunda em uma rara combinação de paralisia no governo e no Congresso, escândalos de corrupção, desemprego e inflação em alta, incerteza generalizada entre empresários e consumidores” (Patu & Bôas, 2016).

A partir dessa visão de contexto apresenta-se um cenário para possibilitar o entendimento de que a questão do medo nas mulheres empreendedoras no Brasil é investigada de forma situada local e temporalmente, levando-se em conta que estes aspectos podem ser alterados ao longo do tempo. Assim, dentro deste cenário, quem são as empreendedoras que foram entrevistadas, quais serão os seus medos, e quais procedimentos foram utilizados para acessar esse conhecimento? Essas informações estão detalhadas a seguir.

3.2 Participantes da pesquisa

A escolha das participantes foi feita de forma propositada, conforme prevê a literatura

(Creswell, 2010; Merriam, 2009), buscando-se a coerência interna exigida de uma pesquisa qualitativa, de forma a selecionar participantes que melhor possam ajudar a responder ao escopo da pesquisa. Para responder ao objetivo deste estudo procurou-se por empreendedoras experientes, proprietárias de negócios autossuficientes que fossem sua principal fonte de renda, que possuíssem experiência técnica ou administrativa anterior à criação de seu negócio e fossem responsáveis ou participantes da fundação das empresas que dirigem, e também por ampliação, inovação ou criação de novas unidades. Pelo conjunto de sua experiência profissional, podem ser consideradas empreendedoras *experts*, por atuar em setores de alta competição por pelo menos dez anos (Ramos, 2015). De acordo com a literatura citada no referencial teórico, seria esperado que empreendedoras iniciantes tenham medo em relação a seu negócio, e o foco deste estudo é compreender a existência do medo durante a trajetória empreendedora, e não apenas na fase inicial. O número de entrevistas não foi definido *a priori*, encerrando-se a etapa de coleta dos dados quando ficou evidenciada a saturação teórica, ou seja, os novos dados não acrescentaram novas categorias à pesquisa exploratória sobre o tema e as categorias começaram a se repetir. A Tabela 1 permite uma visão geral do perfil das participantes.

Tabela 1

Perfil das participantes

Identificação	Idade	Experiência	Formação	Setor
Empreendedora 1	53 anos	20 anos	Pós-graduada	Educação Infantil
Empreendedora 2	42 anos	20 anos	Superior completo	Educação Infantil
Empreendedora 3	53 anos	28 anos	Pós-graduada	Educação Fundamental
Empreendedora 4	40 anos	22 anos	Ensino Médio	Confecção/Vestuário
Empreendedora 5	36 anos	19 anos	Pós-graduada	Clínica Odontológica
Empreendedora 6	49 anos	14 anos	Superior completo	Farmácia de Manipulação

3.3 Técnica de coleta de dados

As entrevistas semiestruturadas foram escolhidas como a técnica para a coleta dos dados (Godoi, Bandeira-de-Mello & Silva, 2010), e o primeiro roteiro de entrevista semiestruturada

elaborado, também chamado de pré-teste, passou pelos aprimoramentos que se fizeram necessários. No roteiro de entrevistas, a sequência dos tópicos abordados não foi rígida, apresentando alterações durante a entrevista, de forma que estimulasse a linha de pensamento que estava

sendo apresentada pelas participantes (Godoy et al. 2010). Sempre que necessário, foram retomadas as questões, mesmo que a participante já as houvesse respondido parcialmente durante outra questão, assegurando-se uma melhor experiência vicária do fenômeno estudado.

Na elaboração do roteiro de entrevistas, foram privilegiadas questões que perguntavam “como” em vez de perguntarem “por quê”. Isso, segundo Becker (1999, 2007), indica que pesquisar o “como” em vez do “por quê” é uma técnica interessante para desenvolver pesquisas qualitativas, pois estimula as pessoas a relatarem como foi a vivência no lugar de levá-las a se justificar em suas respostas. Esse conhecimento, agregado ao processo de pesquisa, apresentou-se muito útil, pois sempre que perguntas foram realizadas sob esse formato obtiveram-se respostas mais longas e elaboradas, que trouxeram maior auxílio na busca por respostas ao objetivo proposto.

O contato inicial no campo de pesquisas ocorreu em um encontro entre empreendedores, em que se obteve a permissão para que fosse explicado o objetivo da pesquisa e solicitada a colaboração de empreendedoras para este estudo. A data e o horário das entrevistas foram combinados previamente por telefone, de acordo com a disponibilidade das entrevistadas. Todas as entrevistas foram realizadas de forma presencial, e em todos os casos as participantes definiram as suas próprias organizações como o local para as entrevistas. Foi perguntado a cada uma das entrevistadas se autorizariam a gravação; e, assim que a gravação foi iniciada, a pergunta foi repetida, de forma que ficasse registrado o consentimento. As entrevistas tiveram duração aproximada de cinquenta minutos a uma hora. Além da autorização para gravação das entrevistas, foram adotados outros procedimentos éticos, como não citar o nome das entrevistadas nem o nome de seus empreendimentos, nomes de outras pessoas ou empresas citadas durante a entrevista e demais elementos que pudessem permitir a identificação das participantes, assegurando, além do sigilo, que nenhuma informação revelada nas entrevistas pudesse expor as participantes ou terceiros.

3.4 Análise dos dados

Para a análise detalhada dos dados foi utilizada a análise de conteúdo, a partir dos passos definidos por Strauss e Corbin (2008), evidenciando-se que essa técnica de análise de dados se demonstrou útil para que pudessem emergir, a partir da fala das entrevistadas, as principais categorias de análise. Na análise, essas categorias não definidas *a priori* foram comparadas aos principais aspectos abordados na literatura, com a perspectiva de foco na trajetória empreendedora, para além dos medos já citados de abertura de um novo negócio, e o medo de fracasso e ou falência. Os medos foram assim agrupados em categorias que emergiram a partir da fala das entrevistadas: medos que ficaram no passado; medos relacionados ao futuro do empreendimento e da empreendedora; medos específicos do setor de atuação; e medos relacionados a aspectos financeiros. As entrevistas foram realizadas entre junho de 2015 e abril de 2016 em Curitiba, portanto no local e durante o período que ocorrem investigações referentes à corrupção em diferentes esferas do governo. Os trechos das entrevistas foram designados por um número que se refere à cronologia das entrevistas. Na sequência, são apresentados os resultados e as análises deste estudo.

4 Resultados e análise

A partir do conteúdo das entrevistas, emergiram diferentes categorias associadas ao medo, que vão além do temor de abrir um novo negócio (Welpé et al., 2012) e o medo de falência, já contemplados na literatura (Cacciotti & Hayton, 2015). Na etapa final de análise, as categorias ficaram agrupadas em quatro grandes temas, como já descrito nos procedimentos metodológicos, que foram assim denominados: medos que ficaram no passado; medos relacionados ao futuro; medos específicos de determinados setores; e medos relacionados a aspectos financeiros.

4.1 Medos que ficaram no passado

Cacciotti e Hayton (2015), em seu estudo, evidenciaram que muitas pesquisas têm se dedicado a analisar a relação do medo com o empreendedorismo notadamente como uma emoção que afeta negativamente os empreendedores na abertura de um empreendimento. Como mostraram também os estudos realizados por Khefacha et al. (2013), também por Anokhin e Abarca (2011), Bosma e Schujtens (2011), por Hessels et al. (2011), Morgan e Sisak (2016), Qian e Miao (2016), Wagner (2007) e Wood e Pearson (2009). Essa relação foi confirmada nesta pesquisa nos depoimentos das empreendedoras brasileiras entrevistadas, que relataram também os medos que tiveram à época da abertura de seus negócios e concentraram, neste período, os relatos dos medos referentes à capacidade de gerenciar um negócio próprio, dividir seu tempo entre vida pessoal e profissional e se manter sem ter um salário mensal como o que recebiam como funcionárias:

Você não pode mais contar com um salário fixo, essa é a maior insegurança... maior desafio, meu maior medo é esse, eu preciso estar muito estabilizada, muito com o pé no chão para daí sim, investir no meu negócio. (...). Esse é um desafio que dá um pouco de medo no início, mas depois você vai entendendo como que funciona. (Empreendedora 5)

O medo de abrir um novo negócio não é o único que ficou no passado. A partir da fala das entrevistadas é possível extrair que alguns dos medos das empreendedoras localizam-se em um período específico, sendo posteriormente superados e substituídos por outros, de forma que a emoção medo mantém-se presente, ao passo que o objeto do medo altera-se no decorrer do tempo do empreendimento. Como mostra o seguinte depoimento:

O meu primeiro medo era realmente se iria dar certo, se eu iria conquistar clientes. Se eu iria agradecer os meus clientes, se iria dar certo. E hoje, conforme vai passando o tempo, os medos vão mudando, então você vê realmente que é capaz de conquistar clientes,

atender os clientes, porém a instabilidade financeira... (Empreendedora 4)

As empreendedoras brasileiras abordaram ainda medos que são pouco abordados nas pesquisas sobre empreendedorismo, que seriam os relacionados ao futuro, conforme será discutido a seguir.

4.2 Medos relacionados ao futuro

Cacciotti et al. (2016) indicam que a literatura existente sobre o tema é dominada pela perspectiva do medo do fracasso somente como barreira para adentrar o empreendedorismo, mas o medo do fracasso deveria ser estudado dentro de um contexto social mais amplo e também como parte do processo empreendedor, e não apenas na abertura do negócio. Nesse sentido, com o objetivo de estudar o medo dentro de um contexto social mais amplo, e como parte do processo empreendedor, os resultados desta pesquisa abordaram medos relacionados à trajetória empreendedora e medos relacionados ao futuro. O forte vínculo que as empreendedoras demonstraram ter com seus empreendimentos apontaram medos relacionados ao futuro que se entrelaçam ao aspecto financeiro; medos relacionados ao empreendimento na ausência da empreendedora; medos relacionados ao futuro da empreendedora no caso do empreendimento se tornar inviável e, ela não conseguir se recolocar no mercado de trabalho. Como revelam os seguintes depoimentos:

Então esse medo do futuro do país hoje é o medo maior de todos, o medo do que pode virar isso daqui... o medo da insegurança... de violência... da economia como um todo, estando como está acho que não tem medo maior que o negócio parar de existir... a coisa morrer, esse é o grande medo, depois eu não consigo uma recolocação... meu marido ter dificuldade, as pessoas que dependem de mim vão ficar como? Aí tudo para... a coisa parar... acredito que não vai parar, a gente precisa ter esperança também, senão vai ficar como? (Empreendedora 5)

Medo em relação a que a empresa tenha um futuro, pois se trata de uma empresa

familiar, o receio é que não acabe em consequência do falecimento dos donos.
(Empreendedora 2)

Pode ser delineada ainda a forma que as mulheres empreendedoras percebem o futuro de seus empreendimentos a partir dos seus medos, como o medo de não conseguir perceber que a empresa não é mais viável em função do forte vínculo, expresso no seguinte depoimento:

A gente está mirando lá na frente uma recompensa financeira, não pode deixar que esse vínculo pessoal (com a empresa) se sobreponha a uma situação racional. Às vezes (têm empreendedores que) ficam insistindo em alguma coisa que não está dando resultado. O negócio está aqui para viabilizar um sonho lá na frente. Vejo muito as pessoas se perderem no meio do caminho. As pessoas vão à falência porque o dono não consegue ter essa percepção...
(Empreendedora 6)

Esse medo parece ser pouco compartilhado e até mesmo negado. É como se, ao admitir que um dia o negócio pudesse vir a falir, a empreendedora tivesse possibilitando a ocorrência disso. Com a expectativa social de demonstrar sempre o domínio da situação e não aparentar o medo diante da possibilidade de ver seu trabalho de uma vida inteira comprometido, a empreendedora parece absorver, como um peso solitário, o medo do insucesso.

Entre as características ressaltadas e pesquisadas a respeito do empreendedor, pouco espaço há para admitir que o medo existe e é inerente ao contexto extremo de empreender (Cardon et al., 2012). Ou seja, cabe ao empreendedor carregar o fardo solitário do seu medo. Elias (1994) indica uma padronização que faz que o indivíduo se sinta inteiramente só, ao se ver renunciando e mantendo em profundo sigilo e controle afetivo do seu verdadeiro eu.

O próprio sucesso e crescimento do negócio traz sobre o empreendedor o peso da responsabilidade de uma equipe profissional que ele levou anos para formar, e com quem não se sente à vontade para dividir sua preocupação sobre os impactos que podem afetar a manutenção de um negócio. Os medos dos empreendedores

em relação à sucessão no seu negócio são fundamentados na literatura. Schumpeter (1982) já alertava para o fato de que o fruto pecuniário de um empreendimento pode ser herdado, mas a função em si de ser empreendedor não é herdada. Os depoimentos revelaram ainda a necessidade de resiliência e coragem para as empreendedoras, com relação à instabilidade do país, o que revela o seguinte depoimento:

Hoje temos uma situação extremamente instável e preocupante. Ser gestor de qualquer negócio hoje em nosso país demanda coragem e resiliência constantes.
(Empreendedora 3)

O otimismo tipicamente atribuído aos empreendedores, de modo geral, aparece no conteúdo das falas acima, expresso em palavras como o crescimento, a manutenção da organização, a coragem e a resiliência. Nas entrelinhas de todas as frases, porém, é possível encontrar a presença do medo que o empreendedor sente em relação ao futuro de seu negócio.

4.3 Medos específicos do setor

Cardon et al. (2012) e Cacciotti e Hayton (2015) apontam que pouco se admite que empreender é uma atividade que exige alto empenho emocional, o que pode ocasionar a impressão equivocada de que o medo não deveria estar presente na jornada empreendedora. O depoimento das empreendedoras brasileiras entrevistadas revelou que o medo se apresenta na jornada empreendedora entrelaçado a alguns cenários específicos do setor de seus empreendimentos. Assim, enquanto alguns medos demonstraram ser compartilhados pelas empreendedoras entrevistadas independente de suas áreas de atuação, outros parecem emergir especificamente a partir das particularidades do setor. Para exemplificar, seguem alguns trechos selecionados entre as empreendedoras do setor da educação privada, que relataram que o medo das consequências da inadimplência nos seus empreendimentos é muito presente. O setor tem, no Brasil, a obrigação de manter o serviço durante todo o ano letivo, mesmo mediante o não pagamento:

A grande apreensão que temos como gestor de escola é a questão da estabilidade do país, pois a primeira conta a não ser paga pelas famílias é a escola, em se tratando de alguma crise financeira. E é de conhecimento de todos que a escola não precisa ser quitada, pois o aluno não perde o direito da mesma sendo inadimplente. Não temos o direito de negar a escola ao aluno, portanto para as famílias a primeira dívida a não ser paga somos nós, escola. (Empreendedora 2)

Outro medo específico do setor é relacionado à pouca atração que o magistério tem exercido sobre os novos talentos, em função de diversos fatores desmotivadores que ocorrem no Brasil hoje. O desestímulo ao exercício do magistério é retratado por uma das empreendedoras entrevistadas:

Hoje vivemos uma crise de mão de obra para escolas, o magistério tem sido refutado, pois os profissionais da área são sofrendores de várias nuances que desmotivam trabalhar com escolas... (Empreendedora 3)

Empreendedoras do setor de educação apresentaram ainda o medo com as mudanças constantes de regras sem períodos de transição, o que pode vir a inviabilizar o negócio, e o aumento constante e progressivo de novas exigências legais. Os medos que emergem a partir de aspectos da legislação parecem se fundamentar na variedade e complexidade de legislações aos quais os seus empreendimentos estão sujeitos:

Muitos direitos dos educandos, muitos direitos dos familiares, uma indisciplina não trabalhada pelas famílias, a grande falta de limites, e um jurídico que não consegue perceber o real valor da profissão de professor, concluindo inúmeras vezes que o educando tem razão e o professor é o errado. (Empreendedora 2)

Os depoimentos das empreendedoras revelaram medos específicos do setor de atuação, aspectos confirmados pela pesquisa desenvolvida por Mota et al. (2017), que concluíram que indicadores econômicos e de desenvolvimento humano afetam de forma negativa os

empreendedores, contribuindo para o aumento do medo de falhar em seus empreendimentos. Corroborando isso também a pesquisa de Cacciotti et al. (2016), que aponta que empreendedores de um mesmo setor compartilham os mesmos medos, específicos não apenas ao contexto econômico geral, mas também das mudanças de regulamentação do referido setor, e que se desdobram em medos relacionados a aspectos financeiros, como tratado a seguir.

4.4 Medos relacionados a aspectos financeiros

O medo da falência (Cacciotti & Hayton, 2015) não é o único conexo a aspectos financeiros: a fala das entrevistadas fez emergir diferentes categorias em que os medos foram pertinentes a essa questão, como o desafio inicial que muitas enfrentaram como empreendedoras, de encontrar formas de financiar sua ideia e colocá-la em prática. Mas, no atual cenário econômico no Brasil, relatam ainda as dificuldades e os dilemas em efetuar a melhor escolha na administração de recursos escassos como um desafio presente neste cenário:

É assim... (o medo) afeta porque você tem que estar projetando o teu lucro, tuas vendas, tua margem, tem que estar enxuto, você tem que eliminar tudo... evitar o desperdício, não só o desperdício, o investimento de novas lojas, você engaveta... se você estava prevendo lançamento de novos produtos, já engavetou... se estava prevendo linhas de crédito, também... porque as pessoas também estão em stand by. (Empreendedora 6)

Meu maior medo é que venha uma instabilidade financeira e que a empresa não consiga cumprir com seus compromissos financeiros – salários, contas a pagar. (Empreendedora 2)

As empreendedoras entrevistadas precisam, em seus negócios, executar também a função de gestora financeira, e mesmo sem formação específica nesta área cabe a elas tomar as melhores decisões de investimento, de financiamento e de resultado para seu empreendimento, e ainda

arcar pessoalmente com o “desastre” proveniente de um erro nessas decisões. Essa responsabilidade é agravada, segundo as empreendedoras, pelo contexto político e econômico do país, que aumentaria muito o fardo do gerenciamento financeiro da empresa. Como mostram os seguintes depoimentos:

Eu acho assim todos os setores são afetados, não existe setor que não seja afetado, o que você tem que fazer é tentar se precaver, atender a mais públicos em necessidades diferentes... O maior medo do empreendedor hoje é não conseguir tirar o retorno financeiro que ele espera... o maior medo dele é não conseguir se manter... (Empreendedora 6)

É igual a uma queda de dominó. Se um cai, cai todo mundo junto. (Empreendedora 4)

É mais medo do contexto externo do que o medo de enfrentar alguma coisa, medo de abrir e o negócio não dar certo. É um medo que não existe para nós... só que neste momento as pessoas que pagariam, não estão mais pagando... hoje a gente deixa nossos projetos em stand by. (Empreendedora 5)

A instabilidade política e econômica que o país atravessa marcou as falas de todas as entrevistadas. A atual instabilidade econômica e política do Brasil é sentida pelas empreendedoras como “batendo” à porta de seu negócio através do desemprego de seus clientes, no aumento dos impostos, na volta da inflação e no aumento dos custos para manter o negócio. A partir das falas foi possível delinear os medos que as empreendedoras têm em relação a seus empreendimentos a partir da crise, e o modo como elas passam a conduzir sua atividade empreendedora a partir desses medos:

Esse é o meu maior medo, a instabilidade financeira. A venda caiu quase cinquenta por cento. Então essa é a realidade, que a gente vai deparando, a gente vai vendo que não é só agradar o cliente, a gente tem o cliente, certo, mas é a instabilidade em geral, o desemprego afeta diretamente a empresa. (Empreendedora 4)

A gente tem um projeto de abrir mais uma clínica..., mas a gente não vai abrir agora por conta do contexto, porque o retorno disso pode ser um tombo muito grande para nós. Se o momento atual fosse o momento de 5, de 10 anos atrás, ela já estaria aberta... então... e a gente não pode arriscar... Se eu arriscar abrir uma nova clínica, eu posso levar essa aqui à falência. Então é uma coisa, é um medo, uma insegurança muito grande, inclusive sobre a continuidade dessa. É um mercado muito mais voltado para ter um sorriso bonito do que para remediar a dor, é uma coisa muito mais prazerosa do que de dor... só que hoje o mercado está o da dor... bem simbólico... quase uma caricatura mesmo... (Empreendedora 5)

Conforme destaca Cantillon (2002), os empreendedores são identificados pelos riscos que se dispõem a correr, mas vale ressaltar que os empreendedores avaliam esses riscos. As falas das entrevistadas indicam a interação entre o medo, a atividade empreendedora, e a avaliação dos riscos:

A insegurança passa a ser frequente evitando novos investimentos e negociações para melhorar a qualidade do negócio. (Empreendedora 1)

Os depoimentos das mulheres empreendedoras entrevistadas contribuem para que os pesquisadores do tema compreendam um pouco mais os medos solitários que acompanham o processo de empreender, rompendo assim o que foi exposto por Camargo (2016) e Silva (2016), de que pouco se fala sobre o medo solitário que acompanha essa trajetória, colocando-se um peso extra sobre os empreendedores. Além de inúmeras qualidades, a expectativa do sucesso é esperada do empreendedor como se fosse descrita no *script* deste papel; papel este que é socialmente construído, mas não podem ser ignorados os medos vivenciados em meio a um contexto de intensa crise política e econômica como vivenciados por empreendedores brasileiros na atualidade.

5 Considerações finais

Este trabalho foi realizado em meio a uma intensa crise política e econômica no Brasil,

e trouxe à reflexão aspectos pouco abordados a respeito das mulheres empreendedoras e seus medos diante de cenários como esse. O papel de empreendedor, independentemente do gênero, é usualmente relacionado a atitudes como propensão ao risco, destemor, ousadia e inovação.

É importante salientar, porém, que ao mesmo tempo que o empreendedor altera seu meio e a sociedade em que está inserido, é por ela alterado e afetado, avaliando seu papel e analisando a relação entre os riscos que está correndo e os benefícios que poderão vir do empreendimento. Desse modo, os medos inerentes ao que Cardon et al. (2012) chama de contexto extremo que é “empreender” são constituídos na interação entre o empreendedor e o contexto do setor, ou do país onde ele empreende.

Diversos medos vieram à tona na atividade de empreender, mencionados nos depoimentos das mulheres empreendedoras, a seguir relacionados: a inadimplência, e a redução da procura por serviços e vendas, em razão do desemprego de seus clientes; o aumento dos impostos; a volta da inflação; o aumento dos custos para manter o negócio. Entre outros medos, por vezes, cercados de solidão, expressa nas decisões que acompanham o crescimento do empreendimento, no peso de se sentir responsável pela manutenção de um negócio que oferece trabalho, possibilidades e oportunidades a diversos funcionários.

A partir dos resultados deste trabalho, novas investigações podem ser realizadas que abordem a questão do medo que emerge em homens e mulheres no exercício da atividade empreendedora, ampliando a investigação para além do medo da falência ou da abertura de novos negócios. Novas pesquisas podem caminhar, por exemplo, no sentido de investigar como o medo que emerge no contexto extremo que é empreender se apresenta na constituição da identidade das pessoas que vivenciam a atividade empreendedora.

Para finalizar, é possível refletir, por meio dos depoimentos das empreendedoras, que o medo pode estar em constante contradição: presente e ocultado. Pois o medo, muitas vezes, não pode ser manifesto. É algo que a empreendedora carrega consigo sozinha, não podendo compartilhar

nem com seus colaboradores, nem sócios, nem familiares. Assim, ele permanece lá dentro, latejando, como uma dor solitária..., mas também como um cuidado para o presente... e uma esperança para o futuro. Sendo deste modo, em si mesmo, contraditório e ambíguo.

Referências

Anokhin, S., & Abarca, K. M. (2011). Entrepreneurial opportunities and the filtering role of human agency: Resolving the objective-subjective-realized conundrum (summary). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 31(15), 499-500.

Arroyo, M. R., Fuentes, M. D. M. F., & Jiménez, J. M. R. (2016). Um estudo internacional sobre os fatores que explicam a expectativa de alto crescimento em novos empreendimentos: Uma perspectiva de gênero. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 18(60), 171-190.

Becker, H. (1999). *Métodos de pesquisa em ciências sociais*. São Paulo: Hucitec.

Becker, H. (2007). *Segredos e truques da pesquisa*. Rio de Janeiro: Zahar.

Bosma, N., & Schutjens, V. (2011). Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe. *The Annals of Regional Science*, 47(3), 711-742.

Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2015). Fear and entrepreneurship: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 165-190.

Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2016). A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 302-325.

Camargo, R. A. M. M. D. (2016). *A constituição da identidade do empreendedor em educação sob a perspectiva do interacionismo simbólico* (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.

- Cantillon, R. (2002). *Ensaio sobre a natureza do comércio em geral*. Curitiba: Segesta Editora.
- Cardon, M. S., Foo, M. D., Shepherd, D., & Wiklund, J. (2012). Exploring the heart: Entrepreneurial emotion is a hot topic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 1-10.
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto* (3a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Elias, N. (1994). *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Ferreira, J. M., & Nogueira, E. E. S. (2013). Mulheres e suas histórias: Razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. *Revista de Administração Contemporânea*, 17(4), 398-417.
- Folha de São Paulo. (2016, março 21). Mercado prevê inflação de 7,43% e amplia queda do PIB a 3,6% neste ano. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/03/1752252-mercado-preve-inflacao-de-743-e-amplia-queda-do-pib-a-36-neste-ano.shtml>
- Fraga, E. (2016, março 2016). Estudo indica que atraso econômico do Brasil aumenta riscos de protestos. *Folha de São Paulo*. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/03/1752117-estudo-indica-que-atraso-economico-do-brasil-aumenta-risco-de-protestos.shtml>
- Gimenez, F. A. P. (2013). *Empreendedorismo e pequena empresa: Dezesseis Haikais, um pouco de prosa e outros versos*. Curitiba: Do Autor.
- Gimenez, F. A. P., Ferreira, J. M., & Ramos, S. C. (2017). Empreendedorismo feminino no Brasil: Gênese e formação de um campo de pesquisa. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(1), 40-74.
- Global Entrepreneurship Monitor (2015). *Empreendedorismo no Brasil 2015: Relatório Executivo*. Curitiba: IBQP. Recuperado de: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)
- Godoy, A. S. (2005). Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 3(1), 80-89. Recuperado de <http://www.spell.org.br/documentos/ver/11383/refletindo-sobre-criterios-de-qualidade-da-pesquisa-qualitativa/il-pt-br>
- Goffman, E. (2014). *A representação do eu na vida cotidiana* (20a ed.). São Paulo: Perspectiva.
- Goffman, E. (2015). *Manicômios, prisões e conventos* (9a ed.). São Paulo: Perspectiva.
- Gomes, A. F., Santana, W. G. P., Araújo, U. P., & Martins, C. M. F. (2014). Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 16(51), 319-342.
- Hessels, J., Grilo, I., Thurik, R., & Zwan, P. Van der. (2011). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3), 447-471.
- Khafacha, I., Belkacem, L., & Mansouri, F. (2013). The decision to start a new firm: An econometric analysis of regional entrepreneurship in Tunisia. *IBIMA Business Review*, 2013,1-12.
- Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2013). Gender differences in entrepreneurial propensity. *Oxford bulletin of economics and statistics*, 75(2), 213-234.
- Machado, H. V., Greatti, L., & de Jesus, M. J. (2010). Compreendendo a imersão de empreendedoras em redes: A institucionalização da Associação de Mulheres de Negócios de Maringá. In F. Gimenez, J. M. Ferreira, S. C. Ramos (Eds.), *Empreendedorismo e Estratégia de Empresas de Pequeno Porte 3Es2Ps* (Coleção Empreendedorismo e Estratégia, 1, pp. 85-104). Curitiba: Champagnat. Recuperado de <http://www.editorachampagnat.pucpr.br/ebook/9788572922043.pdf#page=87>

- McClelland, D. C. (1971). The achievement motive in economic growth. In P. Kilby (Ed.), *Entrepreneurship and economic development* (pp. 109-122). New York: The Free Press.
- McClelland, D. C. (1987). *Human motivation*. Cambridge University Press.
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Merriam, S. B. (2002). *Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2), 223-238.
- Morgan, J., & Sisak, D. (2016). Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. *Journal of Business Venturing*, 31(1), 1-21.
- Mota, M. O., Sobreira, M. C., Vale, M. S., & Nogueira, L. C. C. (2017). Relações de influência de indicadores macroeconômicos na propensão ao risco de empreender. *REG-Revista de Gestão*, 24(2), 159-169.
- Noguera, M., Alvarez, C., & Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183-197.
- Pagès, M., Bonetti, M., Gaulejac, V., & Descendre, D. (1987). *O poder das organizações*. São Paulo: Atlas.
- Patu, G., & Bôas, B. V. (2016, março 04). Brasil enfrenta a recessão mais profunda em 20 anos. *Folha de São Paulo*, Mercado. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/03/1746161-brasil-enfrenta-a-recessao-mais-profunda-em-20-anos.shtml>
- Qian, S., & Miao, C. (2016). How perception, knowledge, and cultural values influence entrepreneurs' fear: a multi-level investigation. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 22(2), 29-38.
- Ramos, S. C. (2015). *Macro cognição no processo decisório de empreendedores experts* (Tese de doutorado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Santos, L. O. (2003). O Medo contemporâneo: Abordando suas diferentes dimensões. *Psicologia Ciência e Profissão*, 23(2), 48-55.
- Schumpeter, J. (1982). *A Teoria do desenvolvimento econômico: Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural.
- Silva, J. A. (2016). *O papel do empreendedor apresentado pela mídia especializada de negócios* (Dissertação de mestrado). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Strauss, A. L. (1999). *Espelhos e máscaras*. São Paulo: Edusp.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. (2008). *Pesquisa qualitativa: Técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada* (2a ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Wagner, J. (2007). What a difference a Y makes: female and male nascent entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, 28(1), 1-21.
- Welpel, I. M., Sporrle, M., Grichnik, D., & Audretsch, D. (2012). Emotions and opportunities: The interplay of opportunity evaluation, fear, joy, and anger as antecedent of entrepreneurial exploration. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 69-96.
- Wood, M. S., & Pearson, J. M. (2009). Taken on faith? The impact of uncertainty, knowledge relatedness, and richness of information on entrepreneurial opportunity exploitation. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 16(2), 117-130.

Agências de fomento:

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

Sobre os Autores:

1. Raquel Adriano Momm Maciel de Camargo, Mestre em Administração, Universidade Federal do Paraná, Brasil. E-mail: raquelmomm@gmail.com

ORCID

 0000-0001-5858-3390

2. Mariane Lemos Lourenço, Doutora em Psicologia, Universidade de São Paulo, Brasil. E-mail: psimari@uol.com.br

ORCID

 0000-0003-2887-9232

3. Jane Mendes Ferreira, Doutora em Administração, Universidade Positivo, Brasil. E-mail: janemff@yahoo.com.br

ORCID

 0000-0001-6299-6964
Contribuição dos autores:

Contribuição	Raquel Adriano Momm Maciel de Camargo	Mariane Lemos Lourenço	Jane Mendes Ferreira
1. Definição do problema de pesquisa	√	√	√
2. Desenvolvimento das hipóteses ou questões de pesquisa (trabalhos empíricos)	√	√	√
3. Desenvolvimento das proposições teóricas (ensaios teóricos)	√	√	√
4. Fundamentação teórica/Revisão de Literatura	√	√	√
5. Definição dos procedimentos metodológicos	√	√	√
6. Coleta de Dados	√	√	√
7. Análise Estatística			
8. Análise e interpretação dos dados	√	√	√
9. Revisão crítica do manuscrito	√	√	√
10. Redação do manuscrito	√	√	√