

Medo e aprendizagem de mulheres empreendedoras brasileiras durante a pandemia de Covid-19

MARIANE LEMOS LOURENÇO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

LADY DAY PEREIRA DE SOUZA

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RONDÔNIA (IFRO)

MARA ROSALIA RIBEIRO SILVA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

MICHELE ESTARNEKS PEIXOTO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

Agradecimento à órgão de fomento:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

Medo e aprendizagem de mulheres empreendedoras brasileiras durante a pandemia de Covid-19

1 Introdução

No momento da realização dessa pesquisa o mundo enfrenta uma das maiores crises sanitárias do século: a pandemia de Covid-19. O primeiro caso de contaminação no mundo foi reportado no final de 2019 e com sua rápida disseminação, logo foi declarado como uma pandemia pela Organização Mundial de Saúde (OMS). A recomendação da OMS para conter o avanço da contaminação inclui o uso de máscaras e ações de distanciamento social, evitando aglomerações (ONU, 2020). Infelizmente, o Brasil é um dos países mais atingidos pela Covid-19, em 2021, os números de pessoas infectadas ainda estão em alta, e o número de mortes em junho de 2021, chegou a triste marca de 496 mil vítimas (MINISTÉRIO DE SAUDE, 2021).

No Brasil, o primeiro caso foi identificado em fevereiro de 2020. A partir disso, as recomendações de proteção, como distanciamento social, foram implementadas em vários lugares do país, com endosso dos governos estaduais. Nesse contexto, diferentes organizações foram fortemente impactadas com as medidas restritivas, tanto na produção, venda ou prestação de serviços. Assim, as empresas, especialmente as de pequeno porte, tiveram que se reinventar.

Diante das complexidades da nova dinâmica social, 3,5% das micro e pequenas empresas brasileiras encerraram as atividades e 58,9% interromperam o funcionamento temporariamente durante a pandemia. Além disso, 31% tiveram que mudar seu modelo de funcionamento, por exemplo: 41,9% migraram para entregas exclusivamente online; 41,2% reduziram a carga horária; 21,6% estão realizando trabalho remoto; 15,3% implementaram um rodízio com os funcionários; e, 5,9% passaram a utilizar o sistema de Drive Thru. Nesse cenário, as micro e pequenas empresas de mulheres representam 56,4% do total da pesquisa (SEBRAE, 2020).

O contexto da mulher empreendedora na pandemia pode revelar os aspectos positivos e negativos do processo de adaptação tanto nas decisões e conduta empreendedora como pessoal. Para tanto, entende-se que o processo de adaptação ocorre por meio da aprendizagem. Neste estudo, considera-se que aprendizagem é construída na experiência do indivíduo em sociedade, portanto, considera também suas emoções, como o medo por exemplo. Dessa forma, a emoção vivenciada pode resultar na aprendizagem empreendedora influenciando diretamente a tomada de decisão.

Nesta pesquisa entende-se que as emoções, como o medo, são oriundas das situações históricas e culturais. Desta forma, cada grupo em cada época desenvolve capacidades de manifestação da emoção orientada pelo lugar da sua vivência e pela importância que as coisas têm na sociedade e para o indivíduo. A partir dessa compreensão, o medo contemporâneo poderia estar relacionado às camadas sociais média ou alta, ao temor de perder o emprego ou poder aquisitivo entre outros (REZENDE; COELHO, 2010).

Diante desse cenário busca-se responder a seguinte questão de pesquisa: Como o medo está presente na aprendizagem de empreendedoras durante a Pandemia do COVID -19 no Brasil? Dessa forma, este artigo tem o objetivo de analisar o medo na aprendizagem de mulheres empreendedoras durante a Pandemia do COVID -19 no Brasil. Para isso, realizou-se uma pesquisa qualitativa básica por meio de entrevista online, por meio de 12 entrevistas online com empreendedoras mulheres do ramo de serviços de alimentação, sendo realizada, em seguida, análise de conteúdo (SALDAÑA, 2016) como técnica de análise de dados.

O presente estudo busca contribuir na teoria ao relacionar as emoções como elemento importante no processo de aprendizagem empreendedora. As implicações práticas concentram-se no reconhecimento de que a materialidade das emoções no processo de aprendizagem

empreendedora pode contribuir para os empreendedores investirem em formação ou adoção de estratégias educacionais/organizacionais. Além disso, tratar sobre as emoções negativas, como medo, ajuda a desmistificar as negatividades em torno daqueles, pois podem ser impulsionadores para o desenvolvimento tanto do empreendedor como do negócio.

2 Medo na Atividade Empreendedora

Na prática do empreendedorismo, o indivíduo empreendedor tende a experimentar variadas emoções relativas à prática do processo empreendedor. Neste sentido, as emoções podem ser compreendidas como manifestações individuais de estados afetados, estimuladas por meio de aspectos ambientais e processos cognitivos (FINEMAN, 2001). As emoções são afetos motivados por um alvo ou causa particular - que é claramente percebida pelo indivíduo - são relativamente intensos e de curta duração, durando alguns instantes (BARSADE; GIBSON, 2007). Neste contexto, o medo pode ser considerado uma emoção discreta que é focalizada em algo específico, entretanto, após a intensidade inicial, pode se tornar em um estado de espírito (BARSADE; GIBSON, 2007). As manifestações de medo, sejam de curta ou longa duração, podem orientar a prática empreendedora.

De forma geral, na literatura recente sobre empreendedorismo, o medo tem sido estudado com as seguintes abordagens: o medo do fracasso como elemento negativo para a prática empreendedora e que depende de elementos contextuais (DUTTA; SOBEL, 2020; GÓMEZ-ARAUJO; BAYON, 2017; KOLLMANN; STÖCKMANN; KENSBOCK, 2017; LEE et al., 2020; MONGRUT; JUÁREZ, 2020; WYRWICH; STERNBERG; STUETZER, 2019; WYRWICH; STUETZER; STERNBERG, 2016); o medo do fracasso como uma reação afetiva negativa por meio da percepção cognitiva sobre o contexto de incerteza (CACCIOTTI et al., 2020; VAN TRANG; DO; LUONG, 2019); Medo do fracasso e gênero (TSAI; CHANG; PENG, 2016); o medo como sentimento que afeta a mentalidade empresarial (ÇEMBERCI; KARAKEÇE, 2020); o resultado ambíguo (positivo e negativo) do medo para investir e empreender (MORGAN; SISAK, 2016); medo como antecedente emocional no empreendedorismo (HUANG; SOUITARIS; BARSADE, 2019); e, medos das mulheres donas de empreendimentos consolidados (CAMARGO; LOURENÇO; FERREIRA, 2018).

O medo é uma emoção básica universal inerente à experiência humana (REZENDE; COELHO, 2010). Porém, no decorrer da história, o sentido do termo sofre grandes variações, “não apenas ocorre uma mudança das formas pelas quais o medo se apresenta, como também a própria concepção de medo sofre modificações” (Santos, 2003, p.43). Por conta disso, para cada contexto específico, as reações consideradas características podem ser manifestadas distintamente. Apesar desta mutabilidade e variabilidade, Rezende e Coelho (2010) relacionam o medo a noções de risco e perigo que ameaçam a preservação do indivíduo ou grupo social, seja de forma física, social ou autoimagem.

O medo pode ser manifestado ou sentido mediante os aspectos cognitivos e sociais e pode resultar em reações de fuga, retração, negação, cuidado entre outros (SANTOS, 2003). Assim, o medo pode estar relacionado a fatores psicológicos, a mudanças inesperadas na pessoa ou no ambiente de atuação e à diferença entre duas pessoas, relativo ao significado que estas dão para suas experiências (ÇEMBERCI; KARAKEÇE, 2020). Portanto, ações, objetos, pensamentos e percepções podem levar a ameaça ou ansiedade, que por sua vez, contribuem para que os indivíduos experimentem o medo.

Percebe-se que os estudos sobre empreendedorismo tendem a considerar o medo como um processo afetivo que tem a possibilidade de duração estendida ao longo de todo o processo empreendedor, inclusive na fase de criação do negócio. Nesta fase, apresenta-se o medo de fracassar, o medo do estresse no trabalho e no social, o medo de crítica ou falhas, o medo do desconhecido, o medo da morte ou perigo, o medo de não ter o suficiente (CACCIOTTI et al.,

2020; ÇEMBERCI; KARAKEÇE, 2020). No entanto, o medo ainda é pouco estudado no processo de gestão de empreendedores.

O medo ainda persiste, durante o processo de gestão da empresa criada, mas isso ocorre em outro contexto da identidade da pessoa empreendedora. Nesse sentido, Camargo, Lourenço e Ferreira (2018) estudam quatro categorias para identificar os medos das empresárias de negócios consolidados. A primeira categoria refere-se aos medos que ficaram no passado, como a capacidade de gerir o negócio, conciliar vida pessoal e profissional e o desamparo frente à falta da recorrência salarial no início do negócio. A segunda está relacionada ao futuro, que se refere ao medo da empreendedora se ausentar da organização e o medo do futuro da empreendedora caso o negócio falhe. Este último, gerando preocupação com o seu reingresso no mercado de trabalho.

A terceira categoria aponta para os medos específicos do setor relacionados ao contexto de cenários específicos do setor como mudança de legislação, escassez de mão-de-obra qualificada e medo da inadimplência do pagamento pelos clientes. E, por último, na quarta categoria, os medos relacionados a aspectos financeiros, que envolvem o medo da falência e o medo de erro na tomada de decisão na gestão dos recursos financeiros. Neste último tipo, o medo pode se potencializar de acordo com as condições de instabilidade socioeconômica e política (CAMARGO; LOURENÇO; FERREIRA, 2018), como é o caso da pandemia do Covid-19.

Para Cacciotti *et al.* (2020), o “medo do fracasso” na atividade empreendedora é instável ao longo do tempo, e pode impactar de forma diferente os estados psicológicos e as disposições comportamentais. Já o “medo empreendedor do fracasso” é visto como emoção que emerge da experiência de empreendedores consolidados e de aspirantes, no contexto performativo das incertezas e ambiguidades no empreendedorismo. Assim, o medo é reconhecido como uma emoção negativa que pode apresentar tanto um lado positivo como negativo. Portanto, por meio do medo ocorre contribuições positivas que podem ser obtidas por meio do controle de fatores percebidos como negativos. Neste caso, a questão determinante está na reação que o empreendedor tem diante do medo (ÇEMBERCI; KARAKEÇE, 2020).

O medo pode estar presente em todas as etapas de empreender, porém, por ser uma emoção socialmente considerada negativa, nem sempre é compartilhada. Para não aparentar algum sinal de fraqueza demonstrando medo, as empreendedoras absorvem para si o sentimento, tornando o medo um peso solitário a ser carregado (CAMARGO; LOURENÇO; FERREIRA, 2018). Neste sentido, este estudo se baseia na compreensão do medo relacionando sua relevância no processo de aprendizagem empreendedora feminina de micro e pequenas empresas, como também uma tentativa de incentivar o compartilhar dos medos, diminuindo o fardo a ser carregado pelas empreendedoras.

Nesse contexto, este artigo propõe entender como o medo pode ser experimentado no percurso da aprendizagem da mulher empreendedora, bem como a relação constituída entre o medo e a transformação da experiência no conhecimento empreendedor especialmente em momentos de crises - como o contexto da pandemia da COVID-19. Desse modo, pretende-se capturar os medos vivenciados por mulheres durante a aprendizagem empreendedora, resgatando, por meio da sua narrativa, a percepção das experiências passadas até as atuais.

3 Aprendizagem Empreendedora

A aprendizagem empreendedora representa um processo experiencial contínuo de aprendizagem que leva o indivíduo a adquirir conhecimentos necessários para ter eficácia na criação e gestão de novos negócios (MAGALHÃES, 2021; POLITIS, 2005; VOGT; BULGACOV, 2019; VOGT; BULGACOV; MACHADO, 2020). Uma das bases da aprendizagem empreendedora é a perspectiva de que o indivíduo aprende por meio de suas

experiências, adquiridas primariamente através de conhecimentos provenientes de suas vivências anteriores, de sua rede de relacionamentos e dos recursos materiais e informacionais disponíveis (POLITIS, 2005; RAE, 2017). Outro aspecto é o desenvolvimento da competência empreendedora administrativa, que está ligada a como o empreendedor organiza e planeja a divisão de tarefas, controla as finanças, coordena o seu tempo disponível para o trabalho e monitora os resultados esperados e alcançados (SILVA; PAIVA; LIMA, 2019).

Fortes *et al.* (2016) acrescentam que os entrevistados em sua pesquisa relataram que as principais fontes de recursos para a sua aprendizagem empreendedora foram principalmente: cursos de capacitação; experiências anteriores como empreendedores; experiência profissional como funcionário de outra empresa do mesmo segmento; e construção de *network*, formando uma rede de relacionamentos entre parceiros do mesmo segmento, amigos, clientes, fornecedores, e consultores no intuito de ampliar seu conhecimento em termos de procedimentos gerenciais e operacionais.

Leiva, Alegre e Monge (2014) complementam que diferentes vivências podem compor a aprendizagem do empreendedor, como experiências profissionais anteriores, educação formal (escola e universidade) e a observação por meio da convivência entre pessoas próximas e familiares. Esse conjunto de experiências corrobora para a construção da identidade do empreendedor, estabelecendo o seu modo de ser e de agir diante das diferentes situações que ele enfrenta (SANTOS, 2004).

O foco da aprendizagem empreendedora é compreender como a aprendizagem é posta em prática pelo empreendedor com base nas suas experiências vividas (RAE, 2017), de forma a traduzir ideias e problemas em oportunidades e ações (ERDELYI, 2010). No modelo de aprendizagem empreendedora de Politis (2005), esse processo de tradução ocorre quando o empreendedor transforma a “experiência empreendedora” (ou seja, a sua vivência por meio de observação direta e participação em eventos associados ao empreendedorismo) em “conhecimento empreendedor” (que é o resultado prático e adquirido da sua experiência) (Politis, 2005).

O processo de transformação da experiência em conhecimento ocorre por meio de dois recursos de aprendizagem do empreendedor (Politis, 2005). O primeiro é o *exploitation*, quando há a exploração do conhecimento pré-existente, e a atenção do empreendedor está voltada para o que ele trabalhou bem no passado, representando um comportamento estável do empreendedor (Politis, 2005). O segundo recurso é a *exploration*, quando há a exploração de novas possibilidades e o empreendedor experimenta diferentes alternativas, onde o comportamento de mudança torna-se o seu estado dominante (Politis, 2005).

Nesse sentido, os resultados da pesquisa de Silva *et al.* (2017) apontam que micro empreendedores do ramo de tecnologia da informação exploram os dois tipos de recursos no seu processo de aprendizagem empreendedora, ou seja, tanto a *exploitation* (conhecimentos preexistentes, especialmente no campo da administração de empresas e nas funções de planejar, organizar, controlar e liderar) como a *exploration* (resultando em possibilidades de inovações na gestão e nos produtos) estão intimamente ligadas ao aprimoramento dos conhecimentos acerca da gestão dos negócios daqueles gestores. Acrescenta-se que três (entre dez) entrevistados apresentam equilíbrio entre os processos de *exploitation* e *exploration* e cinco deles demonstram predomínio pelo modo *exploration*.

Clinton *et al.* (2020), em sua pesquisa acerca de como os comportamentos empreendedores são transmitidos e incorporados através das gerações dentro em uma família empreendedora transgeracional, identificaram que a *exploitation* representa o processo principal da aprendizagem dos membros familiares, os quais priorizam: os interesses dos negócios da sua família – em detrimento de interesses não financeiros, incluindo relacionados à família; dão prioridade à sustentação da força de trabalho, evitando demissões; e buscam constantemente novos meios de crescimento do negócio.

Zhao *et al.* (2021) identificaram, ainda, que os processos de aprendizagem *exploitation* e *exploration* fazem a mediação entre a relação entre a atenção empreendedora (“*alertness*” ou prontidão para aproveitar as oportunidades) e a inovação do modelo de negócios. Nesse sentido, é através de ambos os processos de aprendizagem que os modelos de negócios são redesenhados continuamente ao longo da trajetória do empreendimento.

Markowska e Wiklund (2020) argumentam que no curso da busca de oportunidades empreendedoras – envolvendo também a apreciação de alternativas de ação e a execução de tarefas propriamente dita – os empreendedores vivenciam múltiplas experiências. Nesse sentido, ora eles percebem as experiências como complexas (resultando em comportamentos mais voltados para a adaptação e menos arriscados, nomeados de “*focusing*”), ora as percebem como possíveis de serem superadas (resultando em comportamentos mais expansivos para o aproveitamento das oportunidades, e que está mais aberto para correr riscos, intitulado “*opening*”). Assim, os autores concluíram que a aprendizagem empreendedora é enfatizada no processo de *exploitation* por meio do comportamento de “*opening*”, enquanto a *exploration* é acentuada pelo comportamento de “*focusing*”.

Além dos aspectos relacionados à *exploitation* e *exploration*, Politis (2005) destaca que um dos fatores que possibilitam compreender o modo predominante do empreendedor no processo de transformação da experiência em conhecimento é o conjunto de resultados de eventos prévios, quando o empreendedor possui experiências bem-sucedidas ou de insucesso que podem ser replicados ou evitados. Foi possível ser observado esse aspecto nos achados de Andrade e Olave (2015), os quais identificaram que os pequenos empreendedores entrevistados relataram transformar suas experiências de sucesso em um “manual” para guiá-los a novos resultados positivos, enquanto as experiências de fracasso serviram para evitar a repetição dessas falhas novamente.

Em complemento, Lattacher e Wdowiak (2020) argumentam que as falhas podem estar relacionadas à falência do empreendimento ou à diminuição da performance da organização. Mas em ambas as situações o conhecimento adquirido por meio de experiências negativas pode, sob certas condições, facilitar o ressurgimento de empreendedores bem-sucedidos, desde que o empreendedor faça o esforço de reflexão crítica sobre o seu aprendizado. No próximo tópico serão apresentados os aspectos metodológicos.

4 Metodologia

Neste artigo, adotou-se como estratégia de pesquisa o “estudo qualitativo básico”, que é um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo descobrir e compreender um fenômeno, um processo, ou as perspectivas e visão de mundo das pessoas nele envolvidas (MERRIAM, 2009). No estudo qualitativo básico o pesquisador deve ser o principal instrumento de coleta e análise de dados e a condução da pesquisa deve seguir o processo indutivo, possibilitando a construção de novos conceitos e conhecimentos teóricos (MERRIAM, 2009).

Alinhada ao estudo qualitativo básico, utilizou-se a análise fenomenológica interpretativa indicada por Gill (2015) para investigar o papel das emoções nas organizações. Essa perspectiva considera cinco ênfases no processo da compreensão do fenômeno:

- O sujeito vivencia concomitantemente as suas experiências e emoções: nesta pesquisa é representado pela narrativa da mulher empreendedora sobre suas experiências e emoções na sua trajetória de empreendedorismo;
- A experiência do indivíduo no mundo: representado pelos elementos que expressam as relações constituídas na subjetividade da mulher empreendedora por meio das interações vivenciadas;

- O espaço mediado por contexto histórico e social: representado pelo contexto do empreendedorismo na pandemia da Covid-19;
- A interpretação do pesquisador como processo cíclico: representado pelo movimento interpretativo das pesquisadoras em entender o significado do fenômeno numa perspectiva interna e externa, tanto das partes como do todo nas transcrições dos relatos. Assim, a interpretação das experiências compartilhadas pela mulher empreendedora conduz ao desenvolvimento da relação “aprendizagem X medo” evidenciados;
- Subjetividade do pesquisador na interpretação: Considera-se as pesquisadoras (es) como indivíduos que possuem sua subjetividade e buscam traçar caminhos interpretativos frente às narrativas das experiências das participantes.

As participantes foram selecionadas de forma propositada (CRESWELL, 2007; MERRIAM, 2009), privilegiando a coerência interna exigida na pesquisa qualitativa, e buscando respondentes que pudessem melhor atender aos objetivos da pesquisa. As participantes da pesquisa, foram 12 mulheres empreendedoras brasileiras, fundadoras e donas de micro empresas criadas pelo menos até janeiro de 2019, atuantes no segmento de serviços alimentícios, sendo os seus principais produtos: refeições e lanches rápidos, pães artesanais, bolos e tortas, chocolates, doces e salgados. No Brasil, microempresas são empreendimentos que possuem até nove empregados nos ramos de comércio e serviços e até 19 empregados no setor industrial, além de possuir faturamento anual de até R\$ 360 mil reais (SEBRAE, 2013). O perfil das entrevistadas está descrito na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1
Perfil das entrevistadas

Entrevistada	Idade	Estado Civil	Número de filhos	Número de funcionários	Tempo de experiência
E1	37	Solteira	0	0	8 anos
E2	76	Viúva	2	0	15 anos
E3	45	Casada	3	0	3 anos
E4	32	Casada	0	0	6 anos
E5	30	Casada	0	0	2 anos
E6	35	Solteira	0	1	4 anos
E7	34	Casada	2	0	7 anos
E8	36	Casada	2	0	5 anos
E9	58	Casada	2	0	7 anos
E10	24	Solteira	0	0	2 anos
E11	44	Casada	1	0	2 anos
E12	33	Divorciada	1	0	3 anos

Nota. Fonte: Elaborado pelas autoras.

A coleta dos dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, de forma online, com utilização de videoconferência, de modo a privilegiar o contato visual virtual, como também atender as restrições à aglomeração, conforme recomendações de proteção contra o COVID-19. Para tanto, o roteiro de entrevista fez uso de perguntas que conduziram as entrevistadas por uma revisitação às experiências e conhecimentos empreendedores adquiridos, e que também compõem a sua aprendizagem na atualidade. As perguntas foram relacionadas à trajetória das empreendedoras no que diz respeito às questões técnicas, administrativas e de tomada de decisão, especialmente durante o período da pandemia.

No processo da entrevista, a cada elaboração de respostas pelas participantes, as pesquisadoras realizavam constantemente uma pergunta: “Como você se sentiu/sente nesse processo?”. Essa pergunta recorrente visava identificar os medos vivenciados, retomados pelas

narrativas das empreendedoras, de modo a evidenciar a relação entre o medo experimentado no percurso e a experiência da aprendizagem empreendedora.

O material analisado foi composto por entrevistas que geraram aproximadamente 640 minutos e 42 páginas de transcrições em arquivo no Microsoft® Word. A participação das entrevistadas foi condicionada à explicação prévia dos objetivos da pesquisa por meio da leitura e esclarecimento do Termo de consentimento, aprovado pelo Comitê de ética em pesquisa da Universidade Federal do Paraná.

A análise de conteúdo utilizada segue os parâmetros de codificação propostos por Saldaña (2016). As etapas de análise foram, primeiro, a leitura e o entendimento das transcrições. Em seguida, baseado no objetivo de pesquisa, que visa analisar a emoção do medo na aprendizagem empreendedora, utilizou-se o método de codificação afetiva, e especificamente, o sistema de “codificação emocional” (SALDAÑA, 2016). Três categorias de análise emergiram em relação à emoção do medo no processo de aprendizagem empreendedora: “aprendendo a administrar” a gestão e os medos; “aprendendo a cozinhar” por meios técnicos e os medos; “aprendendo a tomar decisões durante a pandemia” com os riscos e os medos. Para análise das transcrições, cada pesquisadora realizou a leitura de todos os relatos e elencou as categorias mais significativas.

Posteriormente, realizou-se a triangulação de pesquisadores propostos por Yin (2016), para coletar evidências convergentes de diferentes análises realizadas pelos pesquisadores. Nesse processo foi construído em inúmeras reuniões até alcançar a consolidação das categorias emergidas dos relatos.

5 Análise dos Resultados

5.1 Aprendendo a administrar: a gestão e os medos

O aprendizado gerencial das empreendedoras, considerando as questões administrativas (relacionadas principalmente às finanças, gestão de estoque, *marketing*, logística) foi adquirido grande parte por meio de múltiplas fontes informais de conhecimentos e estudos, como vídeos acessados pela Internet, cursos online de curta duração, conhecimentos oriundos da profissão de formação e observação do trabalho de outras empreendedoras, parentes ou sócios.

Acredita-se que todos esses recursos de aprendizado formais e informais, associados à intuição - narrada pelas entrevistadas com expressões como “ir sentindo” (E6) e “ter o *feeling*” (E12) - são usados pelas empreendedoras para superar os medos relacionados à execução gerencial. Notou-se, então, que medos explícitos (expressado na fala das participantes por meio da palavra: medo) e implícitos (expressado de forma velada no discurso estão presentes em diferentes momentos na rotina das empreendedoras quanto ao seu aprendizado nas questões administrativas dos seus negócios.

Dentre os medos explícitos, ficou claro, inicialmente, que essas práticas administrativas não são do domínio das empreendedoras e que, portanto, tornam-se gatilhos que geram medo, especialmente para aquelas que não possuem formação educativa no campo da Administração - apenas duas (dentre 12) empreendedoras relataram ter tido acesso aos conhecimentos gerenciais por meio de educação formal, por conta do seu curso de graduação na universidade. Por exemplo, a E12 demonstrou o medo de errar por não saber organizar bem os recursos e as múltiplas funções administrativas: “Sinto medo na questão das técnicas, de fazer as coisas direito, que as coisas aumentam de forma muito rápida, o preço aumentando eu tenho medo, mas o resto de como fazer, postar, não tenho medo”.

Ademais, o medo de errar com relação ao uso eficiente dos recursos financeiros levou a E3 a expressar que, no início do negócio, havia o medo de contrair dívidas devido ao empréstimo feito junto a um programa de financiamentos voltado para empreendedores: “eu tenho medo de dever” (E3). Por falta de clientes e recursos, mencionou que “no início foi

difícil” (E3) e por conta disso, o medo de não dar certo era a grande questão que acompanhou nas primeiras semanas.

Mais especificamente durante a pandemia, o medo esteve relacionado à contaminação das empreendedoras, já que os seus negócios dependem majoritariamente da sua administração, a qual seria diretamente afetada, caso elas ficassem doentes. Por exemplo, a E5 expressou que o seu medo é constante quando ela precisa sair de casa para a compra de insumos: “Para comprar, principalmente, eu ainda tenho muito medo em relação à pandemia. Eu evito ao máximo sair. [...] eu não tenho coragem de ir para alguns supermercados do tipo ‘atacado’, não tenho. Nem supermercado mesmo eu tenho.”

No caso dos medos implícitos, notou-se que embora não tenha sido expresso em palavras nos relatos das empreendedoras, o medo está presente na rotina das entrevistadas, especialmente revelados em dois aspectos: comportamento cauteloso e comportamento de evitação.

Primeiramente, com relação ao comportamento cauteloso na administração dos negócios, quando as empreendedoras relataram tomar cuidado nas suas decisões administrativas e preferir, na maioria das vezes, não correr tantos riscos. Nesse caso, argumenta-se que a cautela das empreendedoras se justifica pelo medo de que algo no negócio “pode dar errado”, como relatado no trecho a seguir:

A gente aprende apanhando um pouco, eu gosto muito de pesquisar, estudar, ir fazendo devagar, sentindo onde vou entrando [...] é complicado, o medo sempre anda junto com a gente, eu sou muito receosa, sempre testo todo produto que vou colocar para vender, pergunto para a família se gostou, se não gostou, porque gostou, porque não gostou, sou muito cautelosa, tem que ir devagar para aprender a lidar. (E6)

O segundo aspecto dos medos implícitos durante o processo de aprendizagem das empreendedoras entrevistadas é revelado pelo comportamento de evitação, quando as empreendedoras demonstraram preferir não fazer a atividade ou não se esforçar para aprender sobre as questões administrativas, não as colocando como uma prioridade entre as suas atribuições rotineiras, ainda que essas sejam atribuições relevantes para a saúde e sucesso do seu empreendimento. Assim, em alguns casos, algumas preferiram ora delegar essa função para o cônjuge ou sócio, ora manter as questões administrativas no amadorismo - anotações no caderno (E3), fazer os controles “no olho” sobre o que entra e o que sai dos estoques (E4) e não alimentar as planilhas que elas mesmas criaram para o acompanhamento dos estoques (E5).

Nesse caso, argumenta-se que o comportamento de evitação justifica-se pelo medo de aprender algo novo, que elas não dominam, gerando, assim, uma fuga das atividades administrativas pelo medo de não as fazer corretamente.

5.2 Aprendendo a cozinhar: as questões técnicas e os medos

Identificou-se que os medos relacionados à aprendizagem empreendedora no que tange às questões técnicas da gastronomia em termos da elaboração do produto em si (a comida, a embalagem e o armazenamento até chegar ao cliente) não foram abordados de modo explícito pelas entrevistadas, mas implícitos, especialmente em dois aspectos.

Primeiramente, por conta de o mercado gastronômico ser concorrido, amplo e com poucas barreiras de entrada, as entrevistadas expressaram o seu medo de não acompanhar as demandas dos clientes diante da concorrência por meio da constante busca por aperfeiçoamento nas receitas e embalagens. Sendo assim, as participantes relataram recorrer à consultas na Internet, blogs de culinária, canais e programas de culinária na televisão, cursos presenciais e

online de curta duração e capacitações em instituições voltadas ao empreendedorismo, como Senai e Senai.

Nesse sentido, a E2 expressou: “Consulto muito Google, até porque os cardápios são muito manjados, lagarto no molho madeira [...] são coisas habituais” (E2). A E7 relatou: “Sobre as embalagens, pesquisamos muito o que vai saindo de novidade e trocamos figurinhas com as amigas da área”. O discurso da E9 complementou: “Eu sou curiosa, quem gosta do que faz não fica acomodada. Eu fico procurando aprender coisas”.

O segundo aspecto sobre o medo associado à aprendizagem empreendedora no que tange às questões técnicas, é que o medo por conta da contaminação da doença durante a pandemia foi refletido na forma como as empreendedoras entrevistadas reforçaram o seu cuidado quanto à higiene na confecção dos seus produtos. Assim, as empreendedoras evocaram falas que representam o seu cuidado em proteger os alimentos de possíveis contaminações e, assim, proporcionar produtos saudáveis e de boa qualidade para os seus clientes. Nesse contexto, a E8 apresentou a sua opinião no seguinte trecho:

Nessa questão é importante a higiene. Como não tenho local (com mesas, por conta das recomendações de distanciamento social durante a pandemia), uso o *delivery*, tenho uma janela com uma portinha por onde sai a comida. [...] Sempre uso touca e luva descartável. Eu sei a importância da higiene, tenho medo que a pessoa tenha problemas com a comida, é muito perigoso, pode até levar à morte. Eu sempre troco o óleo para manter a higiene, o recheio faço tudo para o dia, é isso. (E8)

Ademais, a E5 relatou: “Em relação à manipulação de alimentos eu estou na minha zona de conforto. Eu sempre fui bem cuidadosa com relação à manipulação, a usar touquinha, máscaras, luvas. E agora então os cuidados foram super dobrados”.

5.3 Aprendendo a tomar decisões durante a pandemia: os riscos e os medos

No processo de tomada de decisão, as participantes expressam as prioridades que baseiam a sua conduta nas decisões como empreendedoras, articulando conjuntamente riscos e/ou medos. A prioridade para os negócios mais frequente nas falas das participantes é a qualidade na produção dos alimentos e na entrega dos produtos. Aliada à qualidade está a preocupação com a baixa nas vendas, com a possibilidade do cliente obter um alimento com baixa qualidade, ou que não lhe faça bem. Nesse sentido, o medo parece estar relacionado com a sustentabilidade do seu negócio, mediante o abalo na confiança do cliente por problemas de qualidade do produto e serviço de entrega. Como pode-se verificar na fala da E4, que pode representar as colocações das E7, E10, E11 e E12.

O que eu quero atingir é que as pessoas provem e tenham essa sensação de ser inesquecível, para que tenha lembrança afetiva, para voltar e comprar algo que amei, não por ser bonito e ter um preço bom, minha decisão é na qualidade. (E4)

Os medos no processo de tomada de decisões também se revelam relacionados ao “medo de errar” no ato de decidir. O medo de errar, se apresenta em relação a uma decisão que pode dificultar a conciliação do trabalho com a vida familiar, considerando que ambas as atividades são desenvolvidas na casa da empreendedora. Neste caso, sua tomada de decisão prioriza o bom equilíbrio entre trabalho e vida familiar no espaço de casa, como expressa E1: “Ai minha prioridade na hora de tomar uma decisão, eu vou muito pelo o que vai me fazer bem, no sentido de conciliar o trabalho com a vida pessoal. Porque a minha padaria é dentro da minha casa”.

No entanto, o medo de errar também pode estar relacionado a decisões que podem prejudicar a empresa com relação ao cliente, considerando a qualidade e integridade do produto, os processos de entrega, a criação de novas receitas ou ainda, os problemas que surgem no cotidiano da empresa. Dessa forma, o medo de errar, está inerente a decisão que será melhor para a empresa, como verifica-se na fala das E10 e E11: “[...] então vemos o que vai ser melhor, as ideias divergem muito, mas pensamos o que é melhor para a [Empresa], quando estamos tomando decisões pensamos como o cliente vai receber, como vamos fazer” (E10, 11).

O imediatismo posto pela pandemia e da incerteza social, impuseram à empreendedora decisões mais drásticas, como: manter ou não os funcionários, transferir o negócio para casa ou permanecer na loja, mudar a forma de realizar comprar e fazer orçamentos, criar novo produto ou mesmo aderir novas formas de vender, entre outros dilemas. Portanto, identifica-se o “medo do novo” frente a momentos de mudanças repentinas.

Quando comecei, o dinheiro que eu tinha usei para comprar as coisas, precisava melhorar na estética e com uma aparência de limpo, criei coragem e entrei no crédito para comprar as coisas e melhorei, hoje em dia melhorei a estética dele, apareceu mais cliente, o novo sempre dá medo, mas não se pode deixar dominar por ele. (E9)

Algumas experiências de negócio resultaram em aumento de vendas e mais lucratividade durante a pandemia, a exemplo dos negócios das entrevistadas E1, E4, E10 e E11. Essa experiência exitosa manifestou nas participantes o sentimento de gratidão, mas nas falas da E1 e E4 percebe-se uma posição mais empática em relação a outros negócios que apresentavam prejuízos, como expressa a E1:

Não sei se a palavra é angústia, mas eu ficava um pouco envergonhada de assumir isso. Se eu estivesse aqui com outros colegas de profissão talvez eu não falasse [...] abertamente com você [...] eu não tenho culpa de ter me dado bem comercialmente na pandemia [...] Mas ficava uma coisinha ali, de todo mundo estar na [pior]e eu tô vendendo mais. (E1)

As aprendizagens com as experiências anteriores tendem a impactar nas decisões tomadas no período de pandemia. Uma aprendizagem recorrentemente resgatada pelas participantes foi o ato de se reinventar frente às mudanças. A reinvenção é uma aprendizagem que as participantes relacionaram como experiência vinculada à natureza do empreendedorismo (E5); a escolha de recomeçar frente a uma dificuldade, como uma doença, por exemplo (E9); e, mesmo a se reconectar com a família na situação de *home office* (E9). Reinventar-se também teve relação com a decisão de excluir receitas do menu (E4 e E7), de inovar e recriar receitas já conhecidas (E7) e, a vivências anteriores de adaptação, que geram condições para o aprendizado no uso de tecnologias (E12). A E12 articula bem esse entendimento:

[...] essa coisa do home office, fazer em casa e colocar no delivery, quando eu fazia pão, era entrega e retirada, quando montei um negócio na praia, tinha tudo aquilo de se adaptar no spa, mas agora estamos nesse processo do delivery, me deixou mais confortável nessa situação, negativo foi sobre marketing, com o tempo eu aprendi a mexer mais no marketing, na pandemia está sendo fundamental, as pessoas entrarem no instagram e ver [...] hoje eu crio conteúdo sobre alimentação, trago outras coisas ao cliente. (E12)

Outras aprendizagens resgatadas de experiências passadas e que auxiliam nas decisões na atualidade se referem a experiência com uma chefia grosseira revertendo-se na aprendizagem da paciência (E8) e, as experiências com erros que trouxeram prejuízos no início da pandemia quanto a pagamento antecipado do cliente e o controle de cancelamento de pedidos (E10 e E11).

6 Discussão

A pandemia, como um contexto social, apresentou novas formas de comportamentos em sociedade e essa situação social despertou vários medos na mulher empreendedora. Nesse sentido, o “medo empreendedor do fracasso” é uma emoção inerente ao contexto de incertezas e ambiguidades no empreendedorismo (CACCIOTTI et al., 2020). No entanto, as experiências negativas têm o potencial de gerar conhecimentos assertivos que transformam a trajetória empreendedora em meio às condições de crise. Esse processo ocorre através da reflexão crítica quando as empreendedoras buscam identificar os gargalos na gestão e procuram alternativas eficientes e eficazes para solucioná-los (LATTACHER; WADOWIAK, 2020).

As participantes da pesquisa manifestaram medos contextualizados na pandemia da Covid-19. Os medos sentidos pelas mulheres empreendedoras são referentes ao negócio, a sua integridade pessoal e a integridade de seus familiares. Os medos referentes à integridade pessoal são expressos pelo medo de pegar a doença (E1, E2 e E9) e pelo medo de não conseguir pagar as contas (E3, E7); os medos referentes a integridade da família são manifestados pelo medo de perder algum familiar (E9); os medos relacionados ao negócio, são referentes ao medo de perder o negócio (E1, E4, E6 e E12) e o medo de não conseguir se adaptar ao *delivery* e a tecnologia (E2 e E4).

O medo é tido como uma emoção negativa, porém, que pode apresentar tanto lado positivo como negativo (CACCIOTTI et al., 2020; ÇEMBERCI; KARAKEÇE, 2020). Ambos os lados, são consequências das decisões que as mulheres empreendedoras entrevistadas fizeram diante do atual contexto adverso: continuar o negócio na loja ou em casa, reduzir funcionários, reduzir a compra de material, lançar produto novo ou não. Todas essas decisões tentam mitigar os possíveis prejuízos identificados pelo medo de fechar o negócio, o medo de não conseguir pagar as contas, entre outros. Nesse aspecto, o medo é uma emoção que se manifesta frente a um contexto social que inspira ameaça e perigo à vida ou a continuidade do negócio, podendo resultar em várias reações (REZENDE; COELHO, 2010; SANTOS, 2003).

Notou-se que o medo esteve presente na aprendizagem empreendedora das participantes desta pesquisa, especialmente no que tange aos processos de *exploitation* e *exploration* (Politis, 2005). O medo foi identificado como uma emoção intrínseca desses processos, de forma que a transformação entre a experiência e o conhecimento empreendedor foi vivenciado com medos implícitos e explícitos captados nas falas das empreendedoras. Ressalta-se que os medos implícitos certamente não foram compartilhados verbalmente pelas entrevistadas pois o medo é uma emoção socialmente considerada negativa, associada à fraqueza profissional (CAMARGO; LOURENÇO; FERREIRA, 2018), no entanto, foi possível captar os medos latentes no aprendizado das empreendedoras analisando o contexto em que estão inseridas e as suas reações.

Inicialmente, a *exploitation* pressupõe a exploração dos conhecimentos pré-existentes oriundos das experiências anteriores do empreendedor (Politis, 2005). Nesse caso, as empreendedoras entrevistadas apresentaram um repertório de experiências adquiridas por meio de fontes formais (como graduação na faculdade) e informais (como acesso à Internet, cursos, conhecimentos da profissão de formação e observação do trabalho de outras empreendedoras, parentes ou sócios e trocas de ideias com outros colegas da área). Essas múltiplas formas de aquisição de conhecimentos corroboram com os achados de Fortes *et al.* (2016), em que foram apresentadas diferentes fontes de recursos para a aprendizagem empreendedora, como cursos de capacitação, experiências anteriores como empreendedores, experiência profissional como funcionário de outra empresa do mesmo segmento e construção de *network*.

Por recorrer a conhecimentos que o empreendedor acumulou de suas experiências passadas, a *exploitation* resulta em um comportamento mais estável e menos voltado para riscos (Politis, 2005). Notou-se então que os medos explícitos e implícitos vivenciados pelas

entrevistadas nas questões administrativas (finanças, gestão de estoque, *marketing* e logística) da sua aprendizagem empreendedora as levaram a comportamentos de cautela e evitação no intuito de combater o seu medo de errar e arriscar os seus recursos financeiros, os quais se tornaram mais limitados ainda por conta da instabilidade econômica durante a pandemia. As empreendedoras demonstraram a necessidade de desenvolver as suas competências administrativas no que tange à aprendizagem gerencial, a fim de organizar e planejar com mais assertividade a divisão de tarefas e o controle das suas finanças (SILVA; PAIVA; LIMA, 2019).

Comportamentos de cautela e evitação estão coerentes com o que versa a literatura com relação às reações psicológicas que o medo pode causar no indivíduo, como fuga, retração, negação e cuidado (Santos, 2003). O comportamento mais comedido resultante do processo de aprendizagem se aproxima dos resultados de Andrade e Olave (2015), onde os pequenos empreendedores entrevistados demonstraram cautela ao utilizar as suas experiências anteriores para guiá-los a novos resultados positivos e evitar a repetição dos resultados negativos.

O segundo recurso da aprendizagem empreendedora é a *exploration*, que é quando o empreendedor aprende com as suas experiências a explorar novas possibilidades, descobertas e inovações, levando-o a experimentar diferentes alternativas para os negócios na sua prática empreendedora (Politis, 2005). Notou-se que, no que diz respeito aos medos relacionados às questões técnicas (relativas à elaboração do produto em si: a comida, a embalagem e o armazenamento até chegar ao cliente), bem como à tomada de decisão (particularmente no contexto crítico da pandemia), as empreendedoras entrevistadas demonstraram recorrer às suas experiências passadas para produzir novas práticas de gestão, produtos ou serviços.

Nesse caso, predominaram nesse processo de aprendizagem os comportamentos de criatividade diante dos seus medos. Percebeu-se que a pandemia foi encarada como um momento *sui generis* para as empreendedoras, tanto social como economicamente, levando-as a encarar o início da pandemia como uma nova fase do seu negócio, impulsionando-as à “reinvenção”.

A criatividade então foi percebida quando as entrevistadas relataram buscar constantemente novas receitas, embalagens e formas de entregar os produtos aos seus clientes. Notou-se, ainda, o comportamento de enfrentamento dos medos no contexto da tomada de decisões, onde as empreendedoras demonstraram assertividade em manter a sustentabilidade dos seus negócios, mantendo a boa qualidade dos produtos e relacionamento cordial com seus clientes. Nesse sentido, apesar de a pandemia apresentar-se como um cenário complexo, o comportamento de criatividade apresentado pelas empreendedoras se aproxima do comportamento intitulado “*opening*” (que utiliza o recurso de aprendizagem *exploration*) (MARKOWSKA; WIKLUND, 2020), quando as empreendedoras buscaram superar os seus desafios por meio da criatividade e dispostas correrem os riscos pertinente.

O discurso das empreendedoras entrevistadas indica que ambos os processos de aprendizagem empreendedora *exploitation* e *exploration* estão intimamente ligados ao aprimoramento dos conhecimentos acerca da gestão dos negócios daqueles empreendedores (SILVA et al., 2017; ZHAO et al., 2021). No entanto, diferentemente do que perceberam Silva et al. (2017), notou-se o equilíbrio entre os processos de *exploitation* e *exploration* em todas as entrevistadas.

Salienta-se, por fim, que as reações ao medo podem considerar fatores psicológicos presentes na forma como cada pessoa (re)significa as suas experiências. Diante do medo, o que determina um resultado negativo ou positivo é a reação que a empreendedora escolhe ter (ÇEMBERCI; KARAKEÇE, 2020). Assim, ao experimentar o medo em sua vivência, as empreendedoras participantes deste estudo ressignificam suas realidades por meio do processo de adaptação, em vários aspectos do negócio e da vida pessoal. E esse processo resulta em transformações e aprendizados.

Nesse sentido, identificam-se como aprendizagens das empreendedoras entrevistadas, levando-se em consideração as suas experiências e os seus medos: aprender a adaptar-se ao uso das tecnologias como meio de comunicação com o cliente (E2, E4, E7); e, aprender a organizar o negócio quanto aos cuidados contra o Covid-19 (E2, E9, E10, E11). Já a aprendizagem na conduta como pessoa, identificou-se que a forma de tratar as pessoas e a forma de lidar ou olhar a vida foram ajustadas a situação, assim foi necessário: aprender a treinar a paciência e o acolhimento (E1); aprender a trabalhar a parte espiritual (E8); aprender a ser responsável (E6); aprender a lidar com as situações e restrições que a crise impõe (E12).

7 Considerações Finais

Neste estudo, verificou-se que o medo experimentado pelas empreendedoras entrevistadas não gerou como reação a paralisia no contexto da pandemia do Covid-19, mas impulsionou tomadas de decisões estratégicas por meio da experiência de aprendizagem.

Assim, verificou-se a utilização dos dois recursos de aprendizagem: a retomada de conhecimento adquirido em experiências passadas, o *exploitation*, e a exploração de novas alternativas, o *exploration*, oriundas do ambiente de mudança imposto pela crise sanitária (Politis, 2005). Essa compreensão contribui para evidenciar a relevância do desenvolvimento de ambos os tipos de aprendizagem na prática empreendedora. Em momentos de grandes incertezas parece ser muito útil conciliar o domínio de conhecimentos experienciados, e aproveitar a oportunidade de novas alternativas, como nos casos apresentados em que adotaram o *delivery* e o uso das tecnologias para se relacionar com o cliente.

O medo na atividade empreendedora, em contexto de crise e frente a decisão por continuar com o negócio, resultou em decisões assertivas para a sobrevivência do negócio. Essas decisões se baseiam na cautela, em novos arranjos do negócio e nas novas possibilidades. Assim, impactam na qualidade de vida das participantes, ao adotarem as medidas de proteção contra a Covid-19; na qualidade do produto, frente a preocupação com a saúde do cliente e a sustentabilidade financeira do negócio; e, na continuidade do negócio, refletindo para algumas em aumento de vendas. Nesse aspecto, os diferentes tipos de medo (de se contaminar, de fechar o negócio, de perder familiares) refletiu em decisões que ajustaram o negócio e sua conduta pessoal, ao cenário de instabilidade e incerteza.

7.1 Contribuições teóricas

Os resultados do presente estudo avançam na teoria ao relacionar a emoção “medo” como elemento importante no processo de aprendizagem empreendedora em um contexto de instabilidade e incerteza. Portanto, buscou-se teoricamente aprofundar o conhecimento sobre o papel do medo na aprendizagem empreendedora, em negócios femininos, cuja decisão da mulher empreendedora, em contexto de crise, foi a de continuar com o negócio. Neste aspecto, o artigo também contribui metodologicamente ao utilizar da análise fenomenológica interpretativa (GILL, 2015) para investigar emoções nos estudos organizacionais. O método privilegia a análise e interpretação da experiência de aprendizagem e medo das empreendedoras em um contexto de crise sanitária, social e econômica.

Acrescenta-se ainda o medo como uma emoção intrínseca dos processos *exploitation* e *exploration* no modelo de aprendizagem empreendedora de Politis (2005), de forma que a transformação entre a experiência em conhecimento é vivenciada com os diferentes medos que permeiam a prática empreendedora. Nesse sentido, os empreendedores sentem medo (provenientes de questões subjetivas e do contexto socioeconômico) e podem recorrer tanto às suas múltiplas experiências anteriores (educacionais, pessoais e profissionais), quanto às

alternativas emergentes e inovadoras (novas tecnologias, formas de operacionalização e outros), transformando suas experiências em conhecimento empreendedor.

7.2 Implicações práticas

As implicações práticas deste estudo concentram-se no reconhecimento da materialidade da emoção “medo” no processo de aprendizagem empreendedora. Este reconhecimento pode contribuir para os empreendedores investirem em formação ou adoção de estratégias educacionais/organizacionais que possam gerar condições para manutenção do negócio, especialmente em ambientes de incertezas. Além disso, estudar sobre as emoções e sentimentos negativos, como medo, contribui para desmistificar as negatividades em torno destes, pois podem ser impulsionadores para o desenvolvimento tanto do empreendedor como do negócio.

O estudo ainda contribui na prática, ao evidenciar os medos das empreendedoras dentro do contexto social de incerteza. Assim, constata-se que o medo, assim como outras emoções, é presente e constante na atividade empreendedora. E, a partir da identificação do medo, é possível construir a compreensão sobre quais medos podem estar presentes na dinâmica do empreendedorismo em contextos similares. Dessa forma, compartilhar o conhecimento dos possíveis medos que surgem em condições de incerteza pode criar uma situação *exploitation* como recurso armazenado na consciência empreendedora, que pode ser utilizado em momentos equivalentes.

7.3 Pesquisas futuras

Pesquisas futuras podem incluir no estudo sobre o medo e a aprendizagem empreendedora, mulheres que fecharam seus negócios na pandemia. Nesse estudo pode-se abordar pontualmente a trajetória delas sobre como o medo impactou sua decisão, ou realizar um estudo comparativo confrontando os negócios que se mantiveram. Outra sugestão de estudo, pode abordar como outras emoções interagem no processo de aprendizagem empreendedora. Tais estudos podem ser direcionados para investigar as emoções e a aprendizagem empreendedora no contexto da diferença de gênero, por meio de pesquisas de negócios empreendidos por homens e mulheres, na busca por similaridades e diferenças frente à emoção, e como elas afetam a aprendizagem empreendedora.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, J. R. G.; OLAVE, M. E. L. Aprendizagem empreendedora experiencial: estudo de múltiplos casos de pequenos empreendedores sergipanos. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 9, n. 2, p. 44–60, 2015.
- BARSADE, S. G.; GIBSON, D. E. Why does affect matter in organizations? **Academy of Management Perspectives**, v. 21, n. 1, p. 36–59, 2007.
- CACCIOTTI, G. et al. Entrepreneurial fear of failure: Scale development and validation. **Journal of Business Venturing**, v. 35, n. 5, p. 106041, 2020.
- CAMARGO, R. A. M. M.; LOURENÇO, M. L.; FERREIRA, J. M. Mulheres empreendedoras no Brasil: Quais seus medos? **Revista Brasileira de Gestao de Negocios**, v. 20, n. 2, p. 178–193, 2018.
- ÇEMBERCI, M.; KARAKEÇE, E. The role of fear on the entrepreneurial mindset. **Journal of International Trade, Logistics and Law**, v. 6, n. 1, p. 158–163, 2020.
- CLINTON, E. et al. Entrepreneurial learning: the transmitting and embedding of entrepreneurial behaviours within the transgenerational entrepreneurial family.

Entrepreneurship and Regional Development, n. 353, 2020.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto. 2 Ed. Porto Alegre-artmed, 2007.** 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DUTTA, N.; SOBEL, R. S. Entrepreneurship, fear of failure, and economic policy. **European Journal of Political Economy**, v. 66, n. August 2020, p. 101954, 2020.

ERDELYI, P. The Matter of Entrepreneurial Learning: A Literature Review. **Icsb**, p. 1–24, 2010.

FINEMAN, S. A emoção e o processo de organizar. In: **Handbook de Estudos Organizacionais: reflexões e novas direções.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001. p. 157–181.

FORTES, G. P. et al. Aprendizagem empreendedora para inovação: Estudo de casos de pequenas empresas do Programa Ali. **Revista do Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 82–99, 2016.

GILL, M. J. A phenomenology of feeling: Examining the experience of emotion in organizations. In: **Research on Emotion in Organizations.** [s.l.] Emerald Group Publishing Limited, 2015. v. 11p. 29–50.

GÓMEZ-ARAUJO, E.; BAYON, M. C. Fatores socioculturais e o empreendedorismo dos jovens nas regiões rurais. **Revista Brasileira de Gestao de Negocios**, v. 19, n. 64, p. 200–218, 2017.

HUANG, T. Y.; SOUITARIS, V.; BARSADE, S. G. Which matters more? Group fear versus hope in entrepreneurial escalation of commitment. **Strategic Management Journal**, v. 40, n. 11, p. 1852–1881, 2019.

KOLLMANN, T.; STÖCKMANN, C.; KENSBOCK, J. M. Fear of failure as a mediator of the relationship between obstacles and nascent entrepreneurial activity—An experimental approach. **Journal of Business Venturing**, v. 32, n. 3, p. 280–301, 2017.

LATTACHER, W.; WDOWIAK, M. A. Entrepreneurial learning from failure. A systematic review. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research**, v. 26, n. 5, p. 1093–1131, 2020.

LEE, C. K. et al. Fear not, want not: Untangling the effects of social cost of failure on high-growth entrepreneurship. **Small Business Economics**, 12 fev. 2020.

LEIVA, J. C.; ALEGRE, J.; MONGE, R. The influence of entrepreneurial learning in new firms' performance: a study in costa rica. **Innovar**, v. 24, p. 129–140, 2014.

MAGALHÃES, A. M. Empreendedorismo e aprendizagem em gestão de serviços de refeições fora do lar: a experiência da Lanchonete Escola NutriGD. **Caminho Aberto - Revista de Extensão do IFSC**, n. 14, p. 106–111, 2021.

MARKOWSKA, M.; WIKLUND, J. Entrepreneurial learning under uncertainty: exploring the role of self-efficacy and perceived complexity. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 32, n. 7–8, p. 606–628, 2020.

MERRIAM, S. B. **Qualitative Research: A guide to design and implementation.** 2. ed. [s.l.] Jossey-Bass, 2009.

MINISTÉRIO DE SAUDE. **Painel Coronavírus** Brasília-DF Ministério da Saúde, , 2021.

MONGRUT, S.; JUÁREZ, N. Fear of failure: What drives it in Latin America? **Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época**, v. 15, p. 1–29, 2020.

MORGAN, J.; SISAK, D. Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. **Journal of Business Venturing**, v. 31, n. 1, p. 1–21, 2016.

ONU. Covid-19 : OMS diz que existe “ longo caminho a percorrer ” e complacência é o maior perigo. **ONU News**, p. 4–7, abr. 2020.

POLITIS, D. The Process of Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework. **Entrepreneurship Theory and Practice**, n. July, p. 399–424, 2005.

RAE, D. Entrepreneurial learning: peripherality and connectedness Purpose. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 23, n. 3, 2017.

REZENDE, C. B.; COELHO, M. C. **Antropologia das emoções**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

SALDAÑA, J. **The coding manual for qualitative researchers**. 3. ed. London: Sage, 2016.

SANTOS, L. O. DOS. O medo contemporâneo: abordando suas diferentes dimensões. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 23, n. 2, p. 48–49, 2003.

SANTOS, M. S. DOS. **Método para investigação do comportamento empreendedor**. [s.l.: s.n.].

SEBRAE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa** Brasília-DF Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, , 2013.

SEBRAE. **O impacto da Pandemia de Coronavírus no pequeno negócios**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronavirus-nas-MPE-2ªedicao_geral-v4-1.pdf>.

SILVA, J. C. P. DA et al. Aprendizagem empreendedora: estudo com gestores de tecnologia da informação. **RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, v. 16, n. 3, p. 1009–1034, 2017.

SILVA, M. R. R.; PAIVA, L. E. B.; LIMA, T. C. B. DE. Entre Risos e Negócios: Uma Análise das Competências Empreendedoras dos Humoristas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 8, n. 2, p. 292–318, 2019.

TSAI, K. H.; CHANG, H. C.; PENG, C. Y. Refining the linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 12, n. 4, p. 1127–1145, 2016.

VAN TRANG, T.; DO, Q. H.; LUONG, M. H. Entrepreneurial human capital, role models, and fear of failure and start-up perception of feasibility among adults in Vietnam. **International Journal of Engineering Business Management**, v. 11, p. 1–11, 2019.

VOGT, S.; BULGACOV, Y. L. M. Aprendizagem Empreendedora: conhecendo o passado e vislumbrando o futuro. **Desenvolvimento em Questão**, v. 17, n. 49, p. 247–275, 2019.

VOGT, S.; BULGACOV, Y. L. M.; MACHADO, R. C. “Quem sabe faz (ou já fez) ao vivo!”: A indissolubilidade entre a prática e a aprendizagem. **Revista Ciências Administrativas**, v. 26, p. 1–14, 2020.

WYRWICH, M.; STERNBERG, R.; STUETZER, M. Failing role models and the formation of fear of entrepreneurial failure: A study of regional peer effects in German regions. **Journal of Economic Geography**, v. 19, n. 3, p. 567–588, 2019.

WYRWICH, M.; STUETZER, M.; STERNBERG, R. Entrepreneurial role models, fear of failure, and institutional approval of entrepreneurship: a tale of two regions. **Small Business Economics**, v. 46, n. 3, p. 467–492, 2016.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

ZHAO, W. et al. Entrepreneurial alertness and business model innovation: the role of entrepreneurial learning and risk perception. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 17, n. 2, p. 839–864, 2021.