

## **QUEM SOU EU? UMA QUESTÃO PARA O BEM-ESTAR DA EMPREENDEDORA**

**MÁRCIA MARIA GARÇON**

FACULDADE SEBRAE

Agradecimento à orgão de fomento:

Não se aplica

# QUEM SOU EU? UMA QUESTÃO PARA O BEM-ESTAR DA EMPREENDEDORA

## Introdução

De acordo com a teoria do papel social (Eagly, 1987), os estereótipos de gênero (Steele & Aronson, 1995) podem tornar uma pessoa socialmente aceitável quando suas funções sociais estão adequadas aos papéis sociais predefinidos. Embora pareça que esse pensamento esteja limitado às sociedades nas quais a cultura do patriarcado é forte, ele está disseminado de forma institucional, em diferentes culturas, economias e países. E, não importa se vivem em economias desenvolvidas, emergentes ou subdesenvolvidas: as normas e crenças sociais de gênero influenciam as mulheres empreendedoras da mesma forma. Um ponto que exemplifica essa questão é o principal motivo declarado por elas para iniciar um empreendimento: buscar o equilíbrio entre a vida profissional e familiar (Corrêa, Lima, Brito, Machado & Nassif, 2022; Selamat & Endut, 2020; Cardella; Hernandez-Sanchez & Sanchez-García, 2020; Giménez & Calabrò, 2017; Patrick, Stephens & Weinstein, 2016).

As recentes e robustas revisões da literatura sobre empreendedorismo feminino mostram como essa atividade é tensa e repleta de dificuldades em função do estereótipo do gênero. Há diversos estudos sobre como as restrições enfrentadas pelas mulheres decorrem da discriminação de gênero como conflito entre família e trabalho, falta de treinamento, maiores barreiras ao acesso a recursos e formas de capital e falta de apoio das famílias (Corrêa et al, 2022; Cardella et al, 2020; De Vita, Mari & Poggesi, 2014).

De Vita e colegas (2014) iluminam como as dimensões estruturais sociais, culturais e de valores parecem ser as questões que mais influenciam a participação das mulheres no empreendedorismo. Religião, baixa formação em competências empresariais básicas e as dificuldades de acesso a redes e sistemas de apoio empresarial, a segregação social e a falta de legitimação social para atuar como empreendedora são alguns problemas relacionados ao gênero. Sullivan e Meek (2012) perceberam que os papéis sociais impostos às mulheres e os diferentes processos de socialização entre homens e mulheres criam obstáculos devido à distribuição desigual de bens e serviços. De acordo com Guzman e Kacperczyk (2019), as mulheres têm 63% menos probabilidade que os homens de obter financiamento externo. Resumindo: seus esforços em empreender são desencorajados por instituições formais e informais (Giménez & Calabrò, 2017). Para Giménez & Calabrò (2017), que reforçam a visão social da mulher como indivíduo pertencente à família e que empreender, para elas, é algo incomum.

Por conta desse cenário adverso, mulheres estão em constante luta para evitar potenciais conflitos familiares que podem surgir antes e depois de iniciar seus empreendimentos. O empreendedorismo, embora seja um caminho para a solução de barreiras institucionais de carreira (por exemplo, mulheres casadas com filhos pequenos têm mais probabilidade de entrar no empreendedorismo que se envolver em trabalho assalariado, sendo sua única maneira de evitar o desemprego (De Vita et. al, 2014), é realizado em ambiente de substancial incerteza, complexidade, ambiguidade e fracasso oriundos da condição de gênero (Nassif, Garçon, 2022; Cabrera, Mauricio, 2017; Corrêa, et al., 2022).

Poderia, então, esse cenário de tensão, conflito e adversidades afetar a saúde mental das mulheres empreendedoras? A autoimagem da mulher empreendedora, libertada dos papéis sociais limitantes e opressores, poderia ser um meio de favorecer um alto bem-estar? Essas são questões que buscamos refletir nesse estudo exploratório que trata da saúde mental da mulher empreendedora pela lente do bem-estar.

Para a Organização Mundial da Saúde (2022), saúde mental refere-se a um bem-estar mental que permite às pessoas lidarem com o estresse da vida, desenvolverem habilidades, trabalharem bem e contribuírem para sua comunidade, ao mesmo tempo em que administram suas próprias emoções. Assim, a saúde mental é um estado dinâmico que permite que indivíduos lidem com diferentes emoções e sentimentos em um relacionamento harmonioso entre corpo e mente (Galderisi; Heinz; Kastrup; Julian; Sartorius, 2015).

No campo do empreendedorismo, estudiosos vem mostrando interesse crescente no tema da saúde mental empreendedora estudando-o pelo bem-estar. Em 2022, o periódico *Journal of Business Venturing Insights* publicou uma edição especial sobre Empreendedorismo e Saúde Mental, reunindo 23 trabalhos veiculados na revista desde 2015. Os editoriais Gish, Lerner, McKelvie, Wiklund, van Witteloostuijn e Wolfe (2022) concluíram que a interseção entre empreendedorismo e saúde mental parece ser domínio relevante à pesquisa, com oportunidades potenciais para aprofundamentos teóricos e construção cumulativa de conhecimento. Stephan (2018) e Wiklund, Nikolaev, Shir, Foo, & Bradley (2019) realizaram revisões e proposições de agenda importantes à pesquisa. Mas, não encontraram estudos referentes ao empreendedorismo feminino. De fato, ainda há a lacuna urgente, apontada por Stephan, Rauch & Hatak (2022), da investigação sobre os efeitos de gênero no bem-estar do empreendedor.

Esse artigo, de natureza essencialmente teórica, propõe contribuir com a pesquisa sobre o bem-estar feminino, apontando o quanto o estereótipo de gênero afeta a saúde mental dessas mulheres e a importância em se formar, reflexivamente, uma identidade empreendedora autêntica como mecanismo de defesa e construtora de um bem-estar consistente e permanente.

## **2. Fundamentação teórica**

### **2.1 Os estudos de identidade empreendedora**

A identidade é um tema central ao campo do empreendedorismo, com diferentes abordagens de investigação (Mmbaga et al., 2020). De modo geral, podemos considerar que a pesquisa considera a identidade empreendedora um importante determinante das variações nas estratégias, comportamento e resultados empreendedores. Assim, investiga questões sobre quem é um empreendedor, a que grupos pertence, o que faz, por quais atividades é apaixonado ou o que a sociedade espera deles (Teyi, Larsen & Namatovu, 2023; Powell & Baker, 2014). Portanto, a identidade empreendedora é uma lente teórica potente que nos permite entender os empreendedores como atores econômicos e sociais (Mmbaga et al., 2020, Radu-Lefebvre et al., 2021) e, como tal, têm suas identidades construídas socialmente (Kovalainen & Österberg-Högstedt, 2013; Newbery, Lean, Moizer & Haddoud, 2018).

Esses fatores sociais – e, portanto, externos - levam os empreendedores a adaptarem suas identidades para se adequarem a determinados contextos sociais (Marlow & McAdam, 2015), em busca da aceitação do público para garantir recursos ou para permanecerem distintos em ambientes sociais com normas estabelecidas (Down & Reveley, 2004). Porém, há aqueles que se esforçam em identificar-se a partir de fatores internos (Hsu, Chuang & Wang, 2019; Pfeifer, Šarlija, Zekić Sušac, 2016) e, num processo reflexivo, realizam ativamente ações para moldar quem são e o que fazem para atender às suas necessidades internas, bem como, às necessidades externas (Marlow & McAdam, 2015).

Recentemente, alguns estudiosos buscaram compreender o papel do gênero na identidade empreendedora e descobriram que a identidade empreendedora é naturalmente masculina e, portanto, masculinizada (Mmbaga et al., 2020). Influenciadas pelo contexto social, as empreendedoras lidam com os estereótipos de gênero tentando acomodar diferentes papéis que retratam o entrelaçamento de sua vida pessoal, social e familiar, a fim de se sentirem aceitas e

conectadas às práticas empreendedoras. Nessa circunstância, inúmeras e variadas identidades são assumidas, ao longo de um continuum em aceitar normas convencionais e expectativas sociais ou desafiá-las, redefinindo sua identidade a partir de novas normas (Chasserio; Pailot & Poroli, 2014). Há relatos que mostram outros mecanismos de construção de identidades múltiplas, como as de empreendedoras que são constrangidas pelo estereótipo e produzem identidades com características masculinas (autoridade, profissionalismo e autodeterminação) e femininas (restritivas e emancipatórias), em um entrelaçamento de discursos de gênero (Fernandes & Mota-Ribeiro, 2017). Drecheva (2019) identificou identidades híbridas formadas por papéis de gênero profissionais intercambiados com papéis de gênero relacionadas à família. Por exemplo, mãe trabalhadora independente, líder de família e empresarial, profissional voltado para a família. Há, adicionadas a essas, outras possíveis relacionadas às comunidades e grupos sociais específicos (como etnia e religião) aos quais pertencem. Em alguns casos, as mulheres se sentem forçadas a se distanciar dos estereótipos negativos associados a identidades que cercam a feminilidade para decretar características mais masculinas associadas ao empreendedorismo (Nadin, 2007).

Para Mmbaga e colegas (2020), essas experiências sugerem como o discurso dominante do empreendedorismo ser masculino vai se incorporando nas práticas de defesa das empreendedoras, numa tentativa de desafiar o discurso dominante, mas incorporando formas particulares de masculinidade às suas identidades. São diferentes fatores constituindo essa identidade da empreendedora: papéis sociais, da família, do masculino, do que lhe é próprio. Juntos e mal calibrados, essa multiplicidade pode causar um mal à saúde da mulher empreendedora e afetar o seu bem-estar (Drecheva, 2019).

### **2.3 O que sabemos sobre bem-estar empreendedor**

A subjetividade dos sujeitos é uma dimensão fundamental na percepção de bem-estar e saúde mental. A subjetividade diz respeito aos sentimentos e opinião de cada pessoa sobre si mesma, a um conjunto de crenças construídas por experiências individuais e sociais em determinados meios e culturas que constroem e consolidam atitudes e ações (Faria & Meneghetti, 2007). Por isso, é como uma lente de leitura sobre si próprio.

Assim, a pesquisa sobre o bem-estar individual parte de duas visões dominantes: a abordagem hedônica e a abordagem eudaimônica. A abordagem hedônica é comumente referida como bem-estar subjetivo (BES), avalia a satisfação geral com a vida, experiência afetiva agradável ou desagradável e satisfação de domínio, como trabalho ou satisfação conjugal. A abordagem eudaimônica, também conhecida como bem-estar psicológico, é uma avaliação que se concentra em áreas como crescimento pessoal e viver com propósito, de natureza prescritiva e que delinea formas pragmáticas para funcionar plenamente. Ambas as abordagens são complementares, mas não necessariamente estão correlacionadas (Bort; Stephan & Wiklund, 2020). E, a abordagem hedônica predomina nos estudos em empreendedorismo (Gish et al., 2022).

A literatura de bem-estar em empreendedorismo vem tomando corpo desde 2008 (SánchezGarcía, Vargas-Morúa, & Hernández-Sánchez, 2018), a ponto de Wiklund et al. (2019) definirem o bem-estar do empreendedor como sendo a experiência de satisfação, afeto positivo, funcionamento psicológico e afeto negativo pouco frequente, em relação ao desenvolvimento, início, crescimento e gestão de um empreendimento.

O bem-estar subjetivo (BES) inclui julgamentos cognitivos reflexivos, como satisfação com a vida, e afetividade equilibrada com respostas emocionais em termos de emoções positivas e agradáveis versus emoções desagradáveis e negativas (Diener et al., 2018). Aqui, o afeto

positivo é considerado como sendo um contentamento puro, de entusiasmo e de atividade e, afeto negativo está associado a um estado de tristeza, ansiedade, pessimismo e baixa satisfação (Stephan, 2018; Diener et al., 2018).

Um maior bem-estar subjetivo tem sido associado a melhores relacionamentos sociais, desempenho no trabalho e criatividade. Diener e colegas (2018) descobriram que pessoas estão satisfeitas na medida em que têm recursos materiais, cognitivos, espirituais e/ou relacionais suficientes para satisfazer suas necessidades e desejos pessoais. Essa condição implica em um alto nível de BES. A partir desse olhar, é possível compreender o estudo de Stephan (2018), que aponta como empreendedores por necessidade tendem a experimentar um bem-estar mais baixo que os empreendedores por oportunidade.

Quanto as relações causais do bem-estar subjetivo, os autores afirmam que um alto nível de BES é benéfico para a saúde e longevidade, motivação, relações sociais de apoio, desempenho no trabalho, resiliência e cidadania. Em contraste, pode-se imaginar que as pessoas com baixo índice de BES podem estar mais ocupadas com suas próprias preocupações e não se envolverem na solução de problemas sociais (Diener et al., 2018). Fritsch, Sorgner e Wyrwich (2019) sugerem que instituições hostis ao empreendedorismo negam qualquer relação positiva entre bem-estar e empreendedorismo. A experiência empreendedora estressante afeta diretamente o bem-estar e empreendedores inexperientes têm mais dificuldade em se recuperar (Kollmann, Stöckmann, & Kensbock, 2019).

Em conjunto, a literatura concorda que o estresse é um elemento que influencia o bem-estar. O processo empreendedor, desde a criação até a saída, é composto por vários períodos de transição, todos exclusivamente estressantes (White & Gupta, 2020). Porém, existem resultados empíricos mistos e conflitantes sobre a influência de estressores no bem-estar e no desempenho dos empreendedores (Lerman, Munyon & Williams, 2021). Estressores, como preocupações financeiras, pressão por responsabilidades, falta de apoio social para amortecer o estresse e dificuldades para lidar com concorrência e demandas familiares, podem levar os empreendedores a trabalharem excessivamente ao ponto de extrema exaustão física e psicológica como, também, prejudicar o desempenho do empreendimento e as relações familiares (Lerman et al, 2021; Bort et al, 2020). Em contraste, outras evidências sugerem que os estressores têm implicações positivas tanto para os empreendedores quanto para seus empreendimentos (Wiklund et al, 2019), quando promovem o crescimento e a consecução de metas que tornam o empreendedorismo pessoal e vocacionalmente gratificante (Cardon & Patel, 2015; Hessels, Rietveld & Van der Zwan, 2017). Essa perspectiva que sugere que os estressores têm influência positiva e negativa no empreendedorismo levou Lerman e colegas (2021) a analisem os estressores por meio de duas categorias: estressores como desafios e estressores como obstáculos. Enquanto desafios, promovem crescimento ou domínio e como obstáculos, implicam em perdas ou impedem o domínio. Em sua investigação, descobriram que os estressores de desafio melhoram o desempenho dos empreendedores, enquanto os estressores de obstáculos prejudicam seu bem-estar.

Sentimentos, emoções e humores conformam uma dimensão relevante ao bem-estar. Por exemplo, alto afeto positivo está associado a alta energia, concentração total e envolvimento prazeroso, enquanto baixo afeto positivo está associado a tristeza, letargia. Por outro lado, alto afeto negativo está associado a raiva, desprezo, nojo, culpa, medo e nervosismo, enquanto baixo afeto negativo está associado a calma e serenidade (Bernoster, Mukerjee & Thurik, 2020). O bem-estar não está isento das polaridades dos afetos, mas é resultado de como os empreendedores lidam com eles.

Williamson, Drencheva & Wolfe (2022) encontraram evidências que as condições que desencadeiam emoções negativas são consequentes à cognição, comportamento e bem-estar do empreendedor. Os autores organizaram os antecedentes afetivos negativos dos empreendedores em estruturas de: i) estado temporário do eu, ii) ocupação empreendedora, iii) interações com outras pessoas e iv) circunstâncias do empreendimento. Eles confirmam que o empreendedorismo pode proporcionar realização pessoal, mas está preparado para provocar também sofrimento emocional.

Reid, Patel e Wolfe (2018) afirmam que a capacidade dos empreendedores em perseguir seus sonhos pode levá-los a experimentar sentimentos de emoção positiva, autonomia e confiança que podem diminuir o sofrimento de curto prazo. Da mesma forma, Tang, Levasseur, Karami & Busenitz (2021) argumentam que o afeto positivo associado à saúde mental promove a flexibilidade cognitiva dos empreendedores. No entanto, as demandas significativas dos empreendimentos também podem induzir sentimentos de emoções negativas, desamparo e falta de controle tipicamente associados ao aumento do sofrimento psicológico (Williamson et al., 2022; Reid et al., 2018). Nikolaev, Shir & Wiklund (2019) afirmam que tanto afetos positivos como negativos podem impulsionar os indivíduos ao trabalho autônomo por entenderem que o empreendedorismo, como um esforço auto-organizado e direcionado a objetivos, tem o potencial de apoiar o bem-estar e a saúde mental a longo prazo e pode ser potencialmente atraente para pessoas que desejam mudar sua vida para melhor.

No campo do empreendedorismo feminino, ainda são poucos os estudos sobre bem-estar das empreendedoras. Estudo exploratório de Ribes-Giner; Moya-Clemente; Cervelló-Royo (2019) associou o bem-estar aos fatores equilíbrio vida-carreira, nível educacional, renda e segurança do trabalho; enquanto a exploração de Love, Nikolaev & Dhakal (2023), seguiu a comparação do bem-estar entre homens e mulheres a partir de fatores econômicos, institucionais, culturais e individuais, sugerindo que maior desigualdade de gênero, níveis mais baixos de desenvolvimento financeiro e valores culturais mais tradicionais aumentam a diferença de bem-estar. Hmieleski e Sheppard (2019), por meio de uma lente das forças estereotipadas e não estereotipadas de gênero, identificaram que a criatividade (característica masculina) está positivamente associada ao bem-estar subjetivo das mulheres, enquanto a propensão para o trabalho em equipe (característica feminina) está positivamente relacionada ao bem-estar subjetivo dos homens.

### **3. Discussão: as proposições possíveis**

Nossa discussão sobre bem-estar no empreendedorismo feminino, a partir dos estressores do preconceito de gênero e autoidentidade autêntica, dialoga com diferentes teorias. Parte da adoção de uma perspectiva do feminismo social, capaz de explicar como a discriminação de gênero é construída, não pelas diferenças na capacidade de gênero ou de decisões gerenciais, mas ao contrário, pelas diferenças no processo de socialização em curso e de oportunidades sociais concedidas a homens e mulheres, na política e na estrutura de poder e de classe da sociedade (De Vita, 2014). Cria interfaces com a psicologia, para entender o bem-estar (Diener, Oishi & Tay, 2018; Diener, 2009; Diener, 1984). E tece conexões com as teorias sociais, partindo de Giddens (2002), que discute a influência da modernidade na conformação da identidade; a teoria dos papéis sociais (Eagly, 1987), para compreender como estereótipos criados em um grupo social é sustentado pela avaliação positiva de seus membros em reproduzi-los; com a teoria das representações sociais (Jodelet, 1989), que explica como uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com um objetivo prático, contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social; além da teoria da identidade social (Tajfel, Turner, Austin, & Worchel, 1979; Teyi et al., 2023), que fornece um quadro de

referência para interpretar as experiências empreendedoras e avaliar suas ações comparando-as com outros membros de um mesmo grupo (Radu-Lefebvre et al., 2021).

### **3.1 Estressores do estereótipo de gênero influenciam o bem-estar**

De acordo com a teoria do papel social (Eagly, 1987), os estereótipos de gênero podem tornar uma pessoa socialmente aceitável. Quando uma função é associada a homens, as mulheres não são adequadas para a função porque não possuem as habilidades necessárias. Surge, daí, a ameaça de estereótipo (Steele & Aronson, 1995), configurada como uma condição psicológica e social limitante de atuação social. Estereótipos amplamente conhecidos sobre um grupo influenciam como os indivíduos se autocaracterizam ou se conformam com a visão mantida por outrem (Jodelet, 1989).

O estereótipo contamina o ambiente de negócios de mulheres que empreendem, criando um cenário caracterizado por substancial incerteza, complexidade, ambiguidade e fracasso oriundos da condição de gênero (Corrêa, et al., 2022; Cardella et al. 2020; Foss; Henry; Ahl & Mikalsen, 2019; De Vita, 2014; Cabrera & Mauricio, 2017). Os resultados da análise sistemática realizada por Sullivan e Meeke (2012) sugerem que as atribuições da sociedade e os diferentes processos de socialização relativos a homens e mulheres podem criar obstáculos para as empreendedoras devido à distribuição desigual de bens e serviços, objetivos educacionais e expectativas de atividades da vida cotidiana. Descobertas que se mantêm no tempo, visto que estudos posteriores chegaram a resultados semelhantes como a falta de treinamento e precário acesso a recursos (Panda, 2018) e obstáculos no acesso ao crédito, falta de apoio familiar (Sheerin & Linehan, 2018). Além do acúmulo de funções. Por exemplo, as mulheres geralmente consideram iniciar empresas porque podem equilibrar o trabalho e a vida familiar (Corrêa et al., 2022; Selamat & Endut, 2020; Cardella et al., 2020; Giménez & Calabrò, 2018; Patrick et al., 2016).

Esses desafios assumem a natureza de adversidade crônica (Bonanno, Romero & Klein, 2015), que podem produzir resultados prejudiciais à sua subjetividade, ao processo empreendedor e ao desempenho do negócio (Welsh; Kaciak; Memili & Minialai, 2018; Birsan, Ghineal, Vintila & State, 2022; Markussen & Røed, 2017), subestimar o papel das qualidades femininas no processo de desenvolvimento de novos empreendimentos (Chamorro-Premuzic, 2014), e gerar desmotivação, sentimento de incapacidade e infelicidade (Nassif *et al.*, 2018; Sheerin & Linehan, 2018).

O preconceito de gênero está afetando, negativamente, o negócio de mulheres (Bianco, Lombe & Bolis, 2017) porque está amparado em dinâmicas de gênero formativas de instituições formais (como governo, escolas, trabalho) e informais (grupos sociais, religiosos, étnicos), em economias desenvolvidas, emergentes ou subdesenvolvidas (Giménez e Calabrò, 2017). E, talvez porque o empreendedorismo feminino deva ser mais valorizado por conta da sua contribuição à inclusão econômica e social por meio da redução dos níveis de pobreza e aumento do crescimento econômico (Maniyalath & Narendran, 2016; Ratten & Tajeddini, 2018), a literatura recente passou a investigar as instituições formais e a identificar proposições políticas para lidar com o preconceito de gênero (Selamat & Endut, 2020; Corrêa et al; 2022; Onyusheva & Meyer, 2020).

A relação entre os estressores e bem-estar da mulher empreendedora parece-nos clara. A exposição próxima e contínua às situações adversas podem produzir consequências persistentes de estresse e enfraquecimento do comportamento de resposta (Markussen & Røed, 2017), que afetam a satisfação geral com a vida, com a experiência empreendedora e domínio, criando experiências afetivas desagradáveis. Pessoas com alto bem-estar subjetivo fazem uma avaliação positiva e preponderante sobre eventos e circunstâncias de vida. As pessoas com baixo bem-

estar subjetivo avaliam a maioria dos fatores em sua vida como prejudiciais ou que bloqueiam seus objetivos. O componente hedônico do bem-estar subjetivo se manifesta com a presença de afeto agradável contínuo na maior parte do tempo e afeto desagradável pouco frequente (Diener, 2009).

O bem-estar subjetivo se correlaciona com estressores de estereótipo de gênero porque representa a avaliação dos eventos, atividades e circunstâncias da vida das empreendedoras que conformam sua satisfação com a vida. Assim, a partir dessas reflexões expostas, é possível sugerir a proposição:

P1: Os estressores produzidos no preconceito de gênero influenciam negativamente o bem-estar hedônico das mulheres empreendedoras.

### **3.2 A construção do bem-estar pela via da identidade autêntica**

O preconceito de gênero é fruto de como a sociedade vê as mulheres: como indivíduos pertencentes à família (Giménez & Calabrò, 2018). Essa visão é encontrada em menor ou maior grau em sociedades, culturas e economias, mas é comum em todo o mundo (Love et al., 2023; Ribes-Giner et al., 2019; Giménez & Calabrò, 2018).

Para superar os desafios contínuos do empreendedorismo e se engajar nas ações diárias necessárias, os empreendedores dependem de sua identidade empreendedora, motivações internas e capacidade cognitiva (Baron, 1998). A literatura geral indica que os significados internalizados da identidade empreendedora e as expectativas associadas às características necessárias para ser um empreendedor são inseparáveis das interações e contexto pessoa-situação (Radu-Lefebvre et al., 2021).

Explicada como a coleção de atributos subjetivos, significados, experiências e conhecimentos que os indivíduos atribuem a si mesmos (Drecheva, 2019), percebe-se como o bem-estar pode ser influenciado por uma identidade empreendedora confusa por diferentes papéis sociais atribuídos à mulher.

Giddens (2002), ao refletir sobre as construções simbólicas da sociedade, reconhece uma ‘herança social’ na constituição da identidade humana. Ele indica que todas essas informações são acionadas para criar um Eu múltiplo, que deve tomar decisões sobre qual identidade é a mais apropriada para determinadas situações. E, não há nenhuma necessidade dessas identidades estarem centradas nas características próprias do indivíduo (verdade de si mesmo), mas no compromisso de representar papéis que sejam aceitos e valorizados (Goffman, 2002). Expressar uma identidade pode contradizer a manifestação de outra. E, essa identidade múltipla ocasiona um incômodo aos sujeitos: de viver na incerteza de um Eu móvel (Giddens, 2002).

As pesquisas de Drecheva (2019), Fernandes e Mota-Ribeiro (2017), Chasserio et al. (2014) e Nadin (2007), permitem inferir como as mulheres empreendedoras realizam um esforço cognitivo e afetivo para harmonizar essas múltiplas identidades profissionais e não profissionais na configuração de uma identidade que busca aprovação, seja do sistema familiar (parceiros de vida, pais, filhos etc.), seja do ecossistema empreendedor (Ekinsmyth, 2014). Grimes (2018) explica que eventos ou demandas externas frequentemente desestabilizam as identidades dos indivíduos. Tal conflito intrapessoal pode ser doloroso, mas considerado válido. Ou inválido, ocasionando o abandono da atividade empreendedora e, da mesma forma, causando sofrimento emocional.

Tal consideração pode ser constatada nas pesquisas desenvolvidas por Nassif, Hashimoto, Borges, Lima & La Falce (2022). Depoimentos coletados indicam como tal pressão criou sentimentos negativos sobre autoimagem empreendedora (incompetência, por exemplo) que

podem ameaçar seus negócios. Ainda, a resiliência, considerada uma competência empreendedora, traz consigo alta carga de afetos negativos, mesmo sendo considerada um esforço válido (Nassif & Garçon, 2022).

Giddens (2002) explica que esse desconforto gerado pela identidade múltipla pode impulsionar a reflexão sobre questões centrais da existência em direção a constituição de uma identidade autêntica. Daí, propõe o termo autoidentidade, ligada a um Eu reflexivamente autocompreendido e psicologicamente estável que busca a autorrealização. Mesmo que precise do julgamento e da validação do grupo social, a autoidentidade autêntica é mais consistente porque opera sob orientações como coesão e coerência; vitalidade (alegria e satisfação por estar vivo); profundidade (domínio da psique sem cair nas armadilhas do cotidiano) e maturidade (habilidade e boa vontade para lidar com os desafios do cotidiano e do mundo interior) (Ferrara, 1998). Conquistada por meio da integração das experiências na vida cotidiana e valores profundamente enraizados, o ser autêntico é uma fuga da padronização opressora que a sociedade impõe aos sujeitos (Taylor, 1995).

A autenticidade retrata essa abordagem bilateral, da forma como nos caracterizamos (autoidentidade) e da forma como os outros nos caracterizam (identidade social), mas sob domínio: encontra caminhos que ressignifica as identidades sociais impostas com a identidade escolhida. As empreendedoras investigadas por Lewis (2013) parecem ter encontrado um caminho: se valem da colagem de discursos antagônicos; ou seja, um discurso feminino de diferença e um discurso masculino de profissionalismo, como forma de melhor traduzirem sua situação biográfica e existencial.

A identidade, sozinha, dificilmente poderá explicar o bem-estar das mulheres empresárias. Mas, afirmar estar agindo autenticamente requer uma medida de correspondência entre os sentimentos e pensamentos internos de um indivíduo, o que esse indivíduo está comunicando em público sobre seu caráter e competência e quais identidades sociais são atribuídas a eles por outros (Lewis, 2013). E tal correspondência parece associar-se à abordagem eudaimônica, que se concentra na autorrealização e define o bem-estar em termos do grau em que uma pessoa está funcionando plenamente. Sabe-se que visões positivas da percepção de si fazem parte da saúde mental (Taylor & Brown, 1988) e contribuem com o processo empreendedor (Stevenson, Guarana, Lee, Conder, Arvate & Bonani, 2023). De fato, as percepções positivas podem facilitar aspectos do funcionamento intelectual, aumentar a motivação, persistência e desempenho produzindo soluções de problemas de forma mais criativas, em situações duradouras (Taylor & Brown, 1988; Baron, 1998; Forgas, 1995) ou diárias (Stevenson et al., 2023). Essa vitalidade, uma operacionalização comum à autenticidade e ao bem-estar eudaimônico, sedimenta a satisfação com a qualidade de vida mais permanente, pois é conquistada por meio de processos de avaliação afetiva e cognitiva com critérios que as pessoas estabelecem para si mesmas (e não impostos por outrem) (Diener, 1984). Essa perenidade pode se manifestar até mesmo ao bem-estar hedônico, com níveis de longo prazo à satisfação com a vida (Diener, 2009).

Por tudo isso, também acreditamos na possibilidade de, conquistando uma autoidentidade autêntica, a empreendedora terá uma fortaleza afetiva para lidar (diminuir ou anular) com os estressores do preconceito de gênero, formando um ambiente empreendedor menos conflitivo.

E, por conta dessas reflexões, sugerimos a segunda proposição desse estudo:

P2: Por estar associada à certa estabilidade afetiva e autorrealização, a autoidentidade autêntica ajuda a construir ambos, bem-estar eudaimônico e hedônico positivos e mais consistentes e duradouros.

Para um indivíduo que se entende como membro de um determinado grupo, a autenticidade está ligada a assumir e viver as qualidades desse grupo (Charne, 2000). E, de acordo com Lewis (2013), um caminho possível para adotar uma autoidentidade autêntica seria encontrar essa imagem (ou discurso) da identidade da mulher empreendedora. Sugerimos que esse “trabalho de identidade” (Mmbaga et al., 2020), não precisa ser solitário. Greenberg e Mollick (2017) mostram que as mulheres podem superar as adversidades dos estressores de gênero no empreendedorismo formando fortes conexões sociais e identidades coletivas com membros de grupos desfavorecidos. García e Welter (2013) observam que as mulheres podem mitigar essas preocupações construindo identidades empreendedoras que ressignificam o gênero, adicionando novos valores às normas de gênero estabelecidas. White e Gupta (2020), descobriram que estratégias de enfrentamento ou práticas de recuperação podem aumentar a tolerância dos indivíduos ao estresse, interferindo nos resultados da satisfação pessoal e bem-estar. De acordo, Teyi et al. (2023) descobriram como a identidade dos empresários molda as suas respostas às situações de adversidade.

Assim, por conta das contribuições acima citadas, sugerimos a terceira e última proposição desse estudo:

P3: A identidade autêntica de mulheres empreendedoras pode ser fortalecida coletivamente, como um anti-discurso do empreendedorismo como masculino, ressignificando o papel das mulheres na sociedade e esvaziando o preconceito por gênero no empreendedorismo.

#### **4. Considerações finais**

Analisar o bem-estar de mulheres empreendedoras é um tema especialmente relevante. A literatura sobre empreendedorismo feminino retrata sua importância para o crescimento econômico nacional e bem-estar social, principalmente em países emergentes e em desenvolvimento (De Vita, Mari & Poggesi 2014), ganhando relevância acadêmica e empírica (Cardella et al., 2020; Foss et al., 2019). No entanto, também chama atenção seu cenário de atuação, caracterizado por estressores oriundos do estereótipo do gênero (Steele & Aronson, 1995), que cria dificuldades psicológicas e sociais em função de uma autoimagem limitadora (Nassif & Garçon, 2022) que conforma sua subjetividade e identidade enquanto empreendedora.

Uma sociedade que cria papéis de gênero que influencia negativamente o processo e comportamento empreendedor de mulheres pode estar criando empreendedoras com a saúde mental em desequilíbrio, devido ao esforço em avaliar constantemente os potenciais conflitos familiares que podem surgir com seus negócios.

Assim, enquanto os estudiosos do empreendedorismo estão cada vez mais reconhecendo a importância de estudar o bem-estar como um resultado-chave na pesquisa de empreendedorismo (Lerman; Munyon & Williams, 2021; Nikolaev; Shir & Wiklund, 2020; Nikolaev, Lerman, Boudreaux & Mueller, 2022; Stephan, 2018; Wiklund et al., 2019), defendemos que ainda é mais urgente seu estudo no âmbito do empreendedorismo feminino.

Nossa proposta para o estudo do bem-estar das mulheres empreendedoras está sob a lente da influência dos estressores oriundos do estereótipo do gênero e da autenticidade de identidade. Reconhecer que as identidades femininas no empreendedorismo são formuladas e estruturadas por categorias sociais, simbólicas e ideológicas permite compreendê-la como um fator estressante que afeta o bem-estar hedônico e eudaimônico. Por isso, a partir da construção de uma autoidentidade reflexiva, constituída pelas interações sociais, mas, sobretudo, por valores

e crenças estruturantes sobre quem essa mulher é, abre-se a possibilidade de enfrentamento desse ambiente estressor e preconceituoso por meio de uma fortaleza afetiva construída com base nessa autenticidade. E isso poderá favorecer um alto bem-estar, mais consistente e permanente.

Da mesma forma, ao reconhecer que as instituições formais e informais são afetadas e reforçam estereótipos de gênero causadores de males à saúde mental das empreendedoras, orientam a formulação de políticas públicas para seu enfrentamento. Assim, acreditamos que esse estudo traz contribuições sociais e gerenciais à formulação de políticas e práticas que reduzam os impactos negativos dos preconceitos de gênero, somando-se a estudos anteriores que apontam a necessidade dessas soluções. Em Selamat e Endut (2020), surgiram duas iniciativas por meio das quais os formuladores de políticas poderiam contribuir para o empreendedorismo feminino. O primeiro envolve ações voltadas para a redução dos estereótipos de gênero, enquanto o segundo, implica facilitar o acesso das mulheres aos recursos, eliminando preconceitos que impedem as mulheres empreendedoras de obter apoio. Em Corrêa et al. (2022), a reivindicação para reduzir os estereótipos de gênero ficou em segundo lugar entre as principais sugestões para os formuladores de políticas. As recomendações desta categoria envolvem diferentes iniciativas associadas à redução das assimetrias entre homens e mulheres como diminuir as barreiras que as mulheres enfrentam em seus negócios, encorajar conexões família-negócios, entre outros aspectos. O apoio à maternidade surgiu como sugestão em Onyusheva e Meyer (2020).

Como contribuição ao campo do empreendedorismo feminino, nossas reflexões indicam que estudos da identidade empreendedora devem se preocupar com o contexto específico no qual as empreendedoras operam, perseguindo objetivos outros além do ganho econômico, por exemplo, a saúde mental. Essa visão está em linha com Mmbaga et al. (2020) que apontam para a necessidade de se percorrer caminhos de pesquisa mais amplos para a identidade empreendedora. E, a partir da consolidação desse saber, surgem oportunidades de pesquisas futuras, com estudos empíricos que se proponham a verificar correlações possíveis entre bem-estar da mulher empreendedora e sua autoeficácia; a relação entre o seu bem-estar e a motivação push-pull do empreendedorismo (Patrick et al., 2016), seu bem-estar e intenção em empreender (Nikolaev et al., 2020); seu bem-estar no empreendedorismo formal e informal (Teyi et al., 2023), tendo sempre como fator moderador, a autoidentidade autêntica das empreendedoras.

## Referências Bibliográficas

- Bernoster, I., Mukerjee, J., Thurik, R. (2020). The role of affect in entrepreneurial orientation. *Small Business Economics*, 54, 235-256.
- Bianco, M., Lombe, M.; Bolis, M. (2017). Challenging gender norms and practices through women's entrepreneurship, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9 (4), 338-358.
- Birsan, A., Ghineal, R., Vintila, L., State, C. (2022). Female Entrepreneurship Model, a Sustainable Solution for Crisis Resilience, *European Journal of Sustainable Development*, 11(2), 39-50.
- Bonanno, G. A., Romero, S. A.; Klein, S. I. (2015). The temporal elements of psychological resilience: An integrative framework for the study of individuals, families, and communities, *Psychological Inquiry*, (26), 139-169.
- Bort, J., Stephan, U., Wiklund, J. (2020). The well-being of entrepreneurs and their stakeholders. In *The psychology of entrepreneurship*, 340-356. Routledge.

- Cabrera, E.M.; Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31-65
- Cardella, G.M., Hernandez-Sanchez, B.R., Sanchez-García, J.C. (2020). Women entrepreneurship: a systematic review to outline the boundaries of scientific literature, *Frontiers in Psychology*, 11, e1557.
- Cardon, M. S., Patel, P. C. (2015). Is Stress Worth it? Stress-Related Health and Wealth Trade-Offs for Entrepreneurs. *Applied Psychology*, 64(2), 379-420
- Chamorro-Premuzic, T. (2014). The unnatural selection of male entrepreneurs. *Harvard Business Review Digital Articles*, 2-4.
- Charme, S.Z. (2000). Varieties of authenticity in contemporary Jewish identity. *Jewish Social Studies*, 6(2), 133–55.
- Chasserio, S., Pailot, P., Poroli, C. (2014). When entrepreneurial identity meets multiple social identities: Interplays and identity work of women entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(2), 128-154.
- Corrêa, V. S., Lima, R. M. D., Brito, F. R. D. S., Machado, M. C., Nassif, V. M. J. (2022). Female entrepreneurship in emerging and developing countries: A systematic review of practical and policy implications and suggestions for new studies. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- De Vita, L., Mari, M., Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature, *European Management Journal*, 32(3), 451-460.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological bulletin*, 95(3), 542.
- Diener, E. (2009). Assessing Subjective Well-Being: Progress and Opportunities. *Social Indicators Research Series*, 25–65.
- Diener, E., Oishi, S., Tay, L. (2018). Advances in subjective well-being research. *Nat Hum Behav*, 2, 253–260
- Drencheva, A. (2019). Female entrepreneurs and wellbeing: An identity perspective. In M.-T. Lepeley, K. Kuschel, N. Beutell, N. Pouw, & E. Eijdenberg (Eds.), *Wellbeing of Women in Entrepreneurship: A Global Perspective*. Routledge
- Down, S., Reveley, J. (2004). Generational encounters and the social formation of entrepreneurial identity: 'young guns' and 'old farts'. *Organization* 11 (2), 233–250.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex Differences in Social Behavior: A Social-Role Interpretation*. New York, NY: Psychology Press.
- Ekinsmyth, C. (2014). Mothers' business, work/life and the politics of "mumpreneurship." *Gender, Place and Culture*, 21(10), 1230–1248
- Faria, J.H., Meneghetti, F.H. (2007) O sequestro da subjetividade. In: Faria, J.H. (Org.). *Análise crítica das teorias e práticas organizacionais*. São Paulo: Atlas.
- Ferrara, A. (1998). *Reflective Authenticity: Rethinking the Project of Modernity*. Londres: Routledge.
- Fernandes, E., Mota-Ribeiro, S. (2017). Respect and self-determination women entrepreneurs' identities and entrepreneurial discourses. *Gender in Management: An International Journal* 32(1), 66–80.
- Foss, L., Henry, C., Ahl, H., Mikalsen, G.H. (2019). Women's entrepreneurship policy research: a 30-year review of the evidence, *Small Business Economics*, 53(2), pp. 409-429.
- Fritsch, M., Sorgner, A., Wyrwich, M. (2019). Self-employment and well-being across institutional contexts. *Journal of Business Venturing*, 34(6), 105946.
- Galderisi, S.; Heinz, A.; Kastrup, M.; Julian, B.; Sartorius, N. (2015). Toward a new definition of mental health. *World Psychiatry*, 14(2), 231-233.
- García, M.C.D., Welter, F. (2013). Gender identities and practices: interpreting women entrepreneurs' narratives. *International Small Business Journal*, 31(4), 384–404.

- Giddens, A. *Modernidade e Identidade*. (2002). 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar.
- Giménez, D., Calabrò, A. (2018). The salient role of institutions in women's entrepreneurship: a critical review and agenda for future research, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 857-882.
- Gish, J. J., Lerner, D. A., McKelvie, A., Wiklund, J., van Witteloostuijn, A., Wolfe, M. T. (2022). Entrepreneurship as an auspicious context for mental health research. *Journal of Business Venturing Insights*, 18, e00349
- Goffman, E. (2002) *A representação do Eu na vida cotidiana*. 14<sup>a</sup>. ed., Petrópolis: Vozes.
- Grimes, M. G. (2018). The pivot: How founders respond to feedback through idea and identity work. *Academy of Management Journal*, 61(5), 1692-1717.
- Guzman, J., Kacperczyk, A. O. (2019). Gender gap in entrepreneurship. *Res. Policy* 48, 1666–1680.
- Greenberg, J., Mollick, E. (2017). Activist choice homophily and the crowdfunding of female founders. *Administrative Science Quarterly*, 62(2), 341-374.
- Hessels, J., Rietveld, C. A., van der Zwan, P. (2017). Self-employment and work-related stress: The mediating role of job control and job demand. *Journal of Business Venturing*, 32(2), 178-196
- Hmieleski, K. M., Sheppard, L. D. (2019). The Yin and Yang of entrepreneurship: Gender differences in the importance of communal and agentic characteristics for entrepreneurs' subjective well-being and performance. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 709-730.
- Hsu, R. S., Chuang, A., Wang, A. (2019). Business founders' work design and new venture development. *Journal of Business Venturing*.
- Jodelet, D. (1989) *Folie et représentations sociales*. Paris: PUF.
- Kollmann, T., Stöckmann, C., & Kensbock, J. M. (2019). I can't get no sleep — The differential impact of entrepreneurial stressors on work-home interference and insomnia among experienced versus novice entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 692–708.
- Kovalainen, A., & Österberg-Högstedt, J. (2013). Entrepreneurship within social and health care: A question of identity, gender and professionalism. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(1), 17-35.
- Lerman, M. P., Munyon, T. P., Williams, D. W. (2021). The (not so) dark side of entrepreneurship: A meta-analysis of the well-being and performance consequences of entrepreneurial stress. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 15(3), 377–402.
- Lerman, M. P., Boudreaux, C. J., Meuller, B. A. (2022). Self-Employment and Eudaimonic Well-Being: The Mediating Role of Problem- and Emotion-Focused Coping. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 0(0).
- Lewis, P. (2013). The search for an authentic entrepreneurial identity: difference and professionalism among women business owners. *Gender, Work & Organization*, 20(3), 252–266.
- Love, I., Nikolaev, B., Dhakal, C. (2023). The well-being of women entrepreneurs: the role of gender inequality and gender roles. *Small Business Economics*, 1-28.
- Maniyalath, N., Narendran, R. (2016). The human development index predicts female entrepreneurship rates. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(5), 745-766.
- Marlow, S., McAdam, M. (2015). Incubation or Induction? Gendered Identity Work in the Context of Technology Business Incubation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 791–816.
- Markussen, S., Røed, K. (2017). The gender gap in entrepreneurship—The role of peer effects, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 134 (C), 356–373.

- Mmbaga, N. A., Mathias, B. D., Williams, D. W., Cardon, M. S. (2020). A review of and future agenda for research on identity in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 35(6), 106049.
- Nadin, S. (2007). Entrepreneurial identity in the care sector: navigating the contradictions. *Women Management. Review*. 22 (6), 456–467.
- Nassif, V.M.J., Hashimoto, M., Borges, C. V., Lima, E., La Falce, J. (2022). Typology of Threats and Overcoming Behaviors Experienced by Women Entrepreneurs, *Academy of Management Proceedings*, 2022 (1), 10871.
- Nassif, VMJ; Garçon MM. (2022). The integrative approach in the study of resilience in female entrepreneurship, *European Journal of Training and Development*.
- Newbery, R., Lean, J., Moizer, J., Haddoud, M. (2018). Entrepreneurial identity formation during the initial entrepreneurial experience: The influence of simulation feedback and existing identity. *Journal of Business Research*, 85, 51-59.
- Nikolaev, B. N., Lerman, M. P., Boudreaux, C. J., Mueller, B. A. (2022). Self-Employment and Eudaimonic Well-Being: The Mediating Role of Problem- and Emotion-Focused Coping. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 0(0).
- OMS. (2022). *Mental health: A state of well-being*. Retrieved from [http://www.who.int/features/factfiles/mental\\_health/en](http://www.who.int/features/factfiles/mental_health/en).
- Onyusheva, I., Meyer, N. (2020). The features of female entrepreneurship development in Kazakhstan: an analytical survey, *Polish Journal of Management Studies*, 21(1), 265-282.
- Panda, S. (2018). Constraints faced by women entrepreneurs in developing countries: review and ranking, *Gender in Management: An International Journal*, 33(4), 315-331.
- Patrick, C., Stephens, H., Weinstein, A. (2016). Where are all the self-employed women? Push and pull factors influencing female labor market decisions. *Small Bus. Econ.* 46(3), 365–390.
- Pfeifer, S., Šarlija, N., Zekić Sušac, M. (2016). Shaping the entrepreneurial mindset: entrepreneurial intentions of business students in Croatia. *Journal of Small Business Management*. 54 (1), 102–117.
- Powell, E., Baker, T. (2014). It's what you make of it: founder identity and enacting strategic responses to adversity. *Academy Management Journal*, 57 (5), 1406–1433.
- Radu-Lefebvre, M., Lefebvre, V., Crosina, E., Hytti, U. (2021). Entrepreneurial identity: A review and research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(6), 1550– 1590.
- Ratten, V., Tajeddini, K. (2018). Women's entrepreneurship and internationalization: Patterns and trends. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 38(9/10), 780-793.
- Reid, S. W., Patel, P. C., Wolfe, M. T. (2018). The struggle is real: self-employment and short-term psychological distress. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 128-136.
- Ribes-Giner, G., Moya-Clemente, I., Cervelló-Royo, R. et al. (2019). Wellbeing indicators affecting female entrepreneurship in OECD countries. *Qual Quant*, 53, 915–933.
- Selamat, N.H., Endut, N. (2020). Bargaining with patriarchy' and entrepreneurship: Narratives of Malay Muslim women entrepreneurs in Malaysia, *Kajian Malaysia*, 38(1), 11-31.
- Sheerin, C., Linehan, M. (2018). Gender performativity and hegemonic masculinity in investment management, *Gender in Management*, 33(7), 561–576.
- Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' mental health and well-being: A review and research agenda. *Academy of Management Executive*, 32, 290–322.
- Stephan, U., Rauch, A., Hatak, I. (2022). Happy entrepreneurs? Everywhere? A meta-analysis of entrepreneurship and wellbeing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(2), 553-593.
- Steele, C. M., Aronson, J. (1995). Stereotype threat and intellectual test performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(5), 797-811.

- Stevenson, R., Guarana, C. L., Lee, J., Conder, S. L., Arvate, P., Bonani, C. (2023). Entrepreneurial identity and entrepreneurial action: A within-person field study. *Personnel Psychology*.
- Sullivan, D. M., Meek, W. R. (2012). Gender and entrepreneurship: A review and process model. *Journal of Managerial Psychology*, 27, 428–458.
- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*, 56(65).
- Tang, J., Levasseur, L., Karami, M., Busenitz, L. (2021). Being alert to new opportunities: It is a matter of time. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00232
- Taylor, C. (1995). *The ethics of authenticity*. Cambridge: Harvard University press.
- Taylor, S. E., Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103(2), 193–210.
- Teyi, S. S., Larsen, M. M., & Namatovu, R. (2023). Entrepreneurial identity and response strategies in the informal economy. *Journal of Business Research*, 165, 114047.
- Welsh, D.H.B., Kaciak, E., Memili, E. and Minialai, C. (2018). Business-family interface and the performance of women entrepreneurs, *International Journal of Emerging Markets*, 13(2), 330-349.
- White J. V., Gupta V. K. (2020). Stress and well-being in entrepreneurship: A critical review and future research agenda. In Perrewé P. L., Harms P. D., Chang C.-H. (Eds.), *Entrepreneurial and small business stressors, experienced stress, and well-being research in occupational stress and well being*, 18th ed., 65–93.
- Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M.-D., Bradley, S. (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 579-588.
- Williamson, A. J., Drencheva, A., Wolfe, M. T. (2022). When do negative emotions arise in entrepreneurship? A contextualized review of negative affective antecedents. *Journal of Small Business Management*, 1-45.