



MICHELE MARIA SILVA FRANCO

**A INFLUÊNCIA DA EMOÇÃO PRIMÁRIA NA TOMADA DE DECISÃO DOS
EMPREENDEDORES**

CAMPO LIMPO PAULISTA/SP

2021

CENTRO UNIVERSITÁRIO CAMPO LIMPO PAULISTA

DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO

MICHELE MARIA SILVA FRANCO

**A INFLUÊNCIA DA EMOÇÃO PRIMÁRIA NA TOMADA DE DECISÃO DOS
EMPREENDEDORES**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Doutorado em Administração de Micro e Pequenas Empresas do Centro Universitário Campo Limpo Paulista para obtenção do título de Doutor em Administração.

Orientador: Professor Doutor Manuel Meireles

Coorientadora: Professora Doutora Maria Aparecida Sanches.

Linha de Pesquisa: Empreendedorismo e Desenvolvimento

CAMPO LIMPO PAULISTA/SP

2021

FICHA CATALOGRÁFICA

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Franco, Michele Maria Silva

A INFLUÊNCIA DA EOÇÃO PRIMÁRIA NA TOMADA DE DECISÃO DOS EMPREENDEDORES/ Michele Maria Silva Franco. Campo Limpo Paulista, SP: UNIFACCAMP, 2021.

Tese de Doutorado para obtenção do título de doutor em Administração. Comissão de Pós-graduação Do Centro Universitário de Campo Limpo Paulista/SP. Orientador: Prof. Doutor Manuel Meireles e Coorientadora Maria Aparecida Sanches.

1.Empreendedores 2.Tomada de decisão 3.Fatores emocionais 4. Emoções primárias.

CDD: 153.9

CDU: 159.95

CAMPO LIMPO PAULISTA/SP

2021

CENTRO UNIVERSITÁRIO CAMPO LIMPO PAULISTA**DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO****A INFLUÊNCIA DA EMOÇÃO PRIMÁRIA NA TOMADA DE DECISÃO DOS
EMPREENDEDORES****ALUNO: MICHELE MARIA SILVA FRANCO**

Aprovada em 29/10/2021

BANCA EXAMINADORA

Prof. Doutor Manuel Meireles (Presidente / Orientador)
UNIFACCAMP - Centro Universitário Campo Limpo Paulista

Prof.^a Doutora Maria Aparecida Sanches (Coorientadora)
UNIFACCAMP - Centro Universitário Campo Limpo Paulista

Prof.^a Doutora Eliane Bianchi (Membro Interno)
UNIFACCAMP - Centro Universitário Campo Limpo Paulista

Prof. Doutor Miguel Caldas (Membro Externo)
FGV/SP - Fundação Getúlio Vargas

Prof.^a Doutora Vânia Maria Jorge Nassif (Membro Externo)
UNINOVE - Universidade Nove de Julho

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus, acima de tudo, de todo o coração, ao principal de todos, que em sua infinita misericórdia me concedeu sabedoria para projetá-lo, desenvolvê-lo e terminá-lo, paciência, saúde e principalmente visão de uma vida profissional dedicada ao ser humano, que é a sua criação.

Aos meus pais, pelo carinho e cuidado que sempre me devotaram. Pela dignidade e honradez na qual superaram todas as dificuldades encontradas na criação dos seus filhos e que nunca mediram esforços para me proporcionar uma boa educação. Que durante toda a vida, com toda simplicidade, sentiam-se orgulhosos pelos meus esforços na busca do conhecimento, dando-me, principalmente, como grande tesouro, o amor a Deus e ao próximo, honestidade, respeito e gratidão. Pelo legado de ensinamentos e sabedoria demonstrados ao longo da vida de forma incondicional. Pelos conselhos sábios quando precisei. Por saberem dizer “não” na hora certa. Pelo caráter humano que demonstram toda minha existência. A vocês o meu reconhecimento. Papai e Mamãe: vocês são exemplos de vida e essa vitória também é de vocês!

A minha querida família de sangue e de coração, o meu porto seguro e a alegria do meu viver, com os quais compartilho os momentos mais importantes da minha vida, ambos grandes incentivadores e orientadores na superação dos inúmeros desafios profissionais e pessoais que enfrentei a quem tanto devo, por compreenderem que minha ausência fazia parte da realização de um grande sonho.

A toda a minha família que tem em sua primeira doutora a representação da superação de gerações e a crença de um futuro melhor e um país mais próspero, justo e colaborativo.

E a todos que contribuíram de alguma forma, para a realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

A realização desta Tese de Doutorado constituiu um momento particular de realização pessoal, construído com o tempo retirado às outras atividades da nossa vida. É um produto coletivo, embora a sua elaboração, encargo e tensão sejam de ordem predominantemente individual. É um deserto!

O momento dos agradecimentos no trabalho deste porte representa uma atividade de elevado risco, na medida em que são muitas as pessoas envolvidas: familiares, professores, colegas de curso e da luta educacional, amigos, alunos e demais colaboradores. Um pesquisador dedica anos de sua vida em buscar novos conhecimentos, em tentar dominar ou se aprofundar um pouco mais nos temas emergentes de sua área de investigação e, muitas vezes, de forma autista, esquece-se de compartilhar a vida com aqueles de quem mais gosta.

Não poderia deixar de agradecer algumas pessoas que, de alguma forma, colaboraram para a realização deste trabalho e desse sonho. O sonho de ser doutora e desenvolver um trabalho de pesquisa. Ao longo desse processo de construção, aprendi que não se constrói nada sozinho. Conteí com o apoio fundamental de muitas pessoas. E, hoje, eu só posso mesmo agradecer porque em cada momento que precisei de algo, sempre houve uma mão estendida disposta a me ajudar.

Lugar comum em teses iniciar os agradecimentos reconhecendo a quantidade imensa de colaboradores para a realização do trabalho, torna impossível nominar todos. Só ao final do processo entendemos o quanto isto é verdadeiro, e representa um privilégio. A ciência é um fazer coletivo. Uma ideia ganha corpo através de uma rede e muitos atores interessados. Reconhecendo este limite, seguem alguns agradecimentos.

Primeiro e mais importante, agradeço a Deus, que me deu o dom da vida e que sempre foi meu verdadeiro amigo de todas as horas, por ter sido o meu refúgio nos momentos mais difíceis, não permitindo que eu desistisse, principalmente aqueles a partir da luta contra o câncer, quando não encontrava mais forças para continuar, Ele com seu imenso amor vinha ao meu encontro, me estendia a mão e seguia ao meu lado. Que me forneceu todos os meios necessários e ofereceu as experiências indispensáveis para minha evolução espiritual, intelectual, pessoal e profissional. Pois, sem a sua aprovação, nada disso se tornaria realidade, pois todas as coisas que acontecem são de sua vontade e de seus planos. A Ele toda honra e toda glória, por mais essa etapa vencida. Que me encheu de saúde e paz quando a medicina e a doença me quiseram dizer o contrário, Ele atendeu a todos os meus apelos e pedidos de ajuda, incansavelmente. Gratidão eterna Senhor!

À minha querida e abençoada família, minha base de tudo, pelo apoio em todos os momentos da minha vida, meus amados: a vocês os batimentos do meu coração. O incentivo, a torcida, o ânimo que vocês me deram foi essencial. Também amo vocês!

Aos meus pais Valdecir Franco e Carmem Franco pelo incentivo, carinho, paciência e orações, que ao longo da minha existência sempre se mostraram prontos para me apoiar nos momentos tranquilos assim como nas intempéries da vida que os seres humanos são forçados a passar ao longo da vida, são tudo e mais um pouco. Sem o apoio de vocês esse sonho não se realizaria. Serei eternamente grata pela vida de vocês! Amo-os incondicionalmente!

Aos meus irmãos Viviane; Jaqueline; Jamile e Filipe Franco, mais que irmãos, companheiros, amigos incondicionais, meu alimento emocional nos instantes de trabalho e fora dele também. Vocês foram e são determinantes para o que ocorreu até eu chegar aqui, por me acompanharem e sempre torcerem por mim, sou grata. Aos meus sobrinhos Pedro, Levi,

Helena, Manuela e Miguel, príncipes e princesas amados e filhos do coração, motivo de alegria das nossas vidas. A minha avó Anoemia, por acreditar e orar por mim. Aos meus cunhados e cunhada pelo apoio, amizade e carinho, demonstrados durante todo o tempo.

Ao professor doutor Manuel Meireles, meu orientador, pelo qual tenho um carinho e respeito imenso. Diante de minhas limitações me ajudou com os métodos quantitativos, uma excelência na área, com notório saber e sugestões de grande valia, contribuiu para um saber múltiplo e criativo. A professora doutora Maria Aparecida Sanches, minha coorientadora, com notório saber e sugestões de grande valia, contribuiu para o meu enriquecimento intelectual e profissional.

Aos professores e doutores Vânia Maria Jorge Nassif; Miguel Caldas; Victor Silva Correa e Eliane Bianchi, integrantes da banca, pelos comentários, orientações, importantes e excelentes sugestões durante a banca de qualificação, apontamentos estes que contribuíram positivamente para o aperfeiçoamento e refinamento deste trabalho, suas contribuições foram de grande valia para o amadurecimento desta pesquisa, representarem uma inspiração para um saber múltiplo e criativo.

Aos professores e doutores Nelson Gentil, Osvaldo Oliveira, José Osvaldo de Sordi e Patrícia Gentil, pela atenção, incentivo e confiança em meu trabalho. Aos professores e doutores do programa de mestrado, com os quais tive o privilégio de conviver e colher ensinamentos e informações que contribuíram para o meu enriquecimento intelectual e profissional, propiciando-me muita reflexão e aprendizado, que levarei, com certeza, por toda a vida: Patrícia Viveiros de Castro Krkauer; Red Elliot Nelson; Roberto Coda; Wanderlei Lima de Paulo e Djair Pichi (*in memoriam*), souberam com notoriedade, autoridade, habilidade e atitude direcionar-me seus conhecimentos.

Aos colegas do programa de doutorado os quais tive o privilégio de conhecer, com vocês as aulas foram enriquecedoras e divertidas, pela convivência, troca de experiências e contribuições, sou grata.

À minha querida e amada amiga e secretária do doutorado, Tatiane, pelo apoio, amor, confiança, oração e desabafo, fiel incentivadora durante os dias que pensei em desistir, ao longo desses 20 anos de amizade, nos tornamos mais do que colegas de faculdade, mas companheiras, amigas, irmãs e confidentes, com quem compartilho os dias felizes e os desafios que enfrento, me faltam palavras para expressar como me sinto agradecida por tê-la na minha vida.

A minha querida e estimada professora e Doutora Elaine Ribeiro de Oliveira, que o universo acadêmico me proporcionou, semeou e transmitiu seu conhecimento, me acolheu no decurso do desenvolvimento da tese, contribuiu com orientações, críticas, cobranças e correções, estando a todo momento disposta, alegre e pronta para qualquer desafio, sempre desejando a realização de uma pesquisa orientada pela excelência e pelo rigor acadêmico, minha profunda gratidão por compartilhar comigo seu inestimável conhecimento, se tornou acima de tudo uma amiga, confidente e apoiadora dos inúmeros desafios pessoais e acadêmicos que passei. Saiba que admiro suas qualidades e o modo como trabalha. Muito obrigada, sua orientação foi fundamental para o desenvolvimento deste trabalho. Sem dúvida, marcaste a minha história com sua disposição, generosidade, inteligência e dedicação, nunca poderei pagar o que fez por mim, tenho com você uma dívida eterna de gratidão!

Agradeço aos meus pastores, irmãos na fé e amigos, os que tenho e os que a vida me deu, minha família espiritual, por me amarem, acreditarem e orarem por mim, pessoas que foram oceanos de consolo, anjos disfarçados de seres humanos.

Ao querido Rafael, que apareceu tão de repente e em tão pouco tempo se tornou tão especial, pelo carinho, amor, apoio, incentivo, compreensão, oração, conselhos, opiniões e ouvir com toda a paciência, e por me obrigar a sair do computador de vez em quando. Devo ter feito algo certo para merecer tanto amor!

A instituição UNIFACCAMP e SENAC que me proporcionaram todas as oportunidades de desenvolvimento, onde espero continuar contribuindo com toda disposição. Aos meus colegas e professores da UNIFACCAMP e do SENAC, que convivem comigo na minha vida profissional. Aos meus queridos alunos da UNIFACCAMP e SENAC que contribuíram para meu desenvolvimento ao exigirem sempre mais e me ajudaram em minhas pesquisas. Obrigada a todos vocês pelo carinho!

A todos os empreendedores, não nominados em função do sigilo, que generosamente responderam os questionários e participaram das entrevistas, dispendendo tempo e comprometimento para que eu atingisse meu objetivo, e terem a coragem de partilharem comigo suas emoções e decisões, e foi a partir de uma parcela da vida de vocês que este trabalho pode ser realizado.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo eficaz acompanhamento e desenvolvimento dos programas stricto-sensu brasileiros, o que reflete positivamente no programa de Doutorado em Administração da UNIFACCAMP.

A todos aqui citados tenho dívida eterna de gratidão que nunca poderei retribuir de forma adequada, agradeço a vida por contar com todos vocês. Dedico a vocês esta obra, que levou tanto do tempo do nosso prazeroso convívio, mas que se tornou mais uma grande conquista que agora reparto com vocês. As falhas que por certo existem neste trabalho são consequências das minhas limitações. Muito obrigada, pois já recebi até aqui muito mais do que mereci! É foram tantas emoções....

Agradeço a Deus a oportunidade e a todos um abraço de gratidão!

EPÍGRAFE

“Porque dele e por ele, e para ele, são todas as coisas; glória, pois, a ele eternamente. Amém!”. (BÍBLIA SAGRADA, Romanos 11.36)

RESUMO

FRANCO, Michele Maria Silva. **A influência da emoção primária na tomada de decisão dos empreendedores**. 2021. 133 páginas. Tese de Doutorado do curso de Administração do Centro Universitário Campo Limpo Paulista, UNIFACCAMP, Campo Limpo Paulista – SP, 2021.

Esta pesquisa teve por objetivo geral investigar a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores, caracterizou-se por estudo de campo, realizado por meio da técnica de *survey*, de natureza descritiva e o método foi quali-quantitativo. Os instrumentos de coleta de dados escolhidos foram dois: no método quantitativo utilizou-se o software Determinante Causal (DC) para coletar as preferências dos respondentes que foi identificar os fatores causais e o fator principal ou causa raiz da decisão que mais se arrependeram dentro os fatores que são as emoções primárias e no método qualitativo a Técnica do Incidente Crítico (TIC) roteiro de entrevista semiestruturada, com a intenção de identificar as emoções primárias que mais influenciam as decisões dos empreendedores. A análise de dados foi feita por proposição e por fatores (conjunto de proposições sobre determinado tema) e a interpretação do nível de desaprovação (ndd), utilizando-se as técnicas estatísticas. Foram escolhidos por conveniência 227 proprietários de empresas da Aglomeração Urbana de Jundiá (AUJ) que concordaram em responder o questionário de forma *online* e todos eles foram objeto de entrevistas semiestruturadas. Os objetivos específicos desse estudo foram compreender como se constituem as emoções no processo decisório de empreendedores; investigar se as emoções primárias: alegria, aversão, medo, raiva, surpresa e tristeza, influenciam diferentemente as decisões dos empreendedores e constatar que as emoções primárias raiva e medo influenciam negativamente as decisões dos empreendedores. Os resultados mostraram que homens e mulheres empreendedores são significativamente afetados pelas emoções primárias nos processos decisórios. Esta pesquisa contribuiu no aumento do conhecimento de empreendedorismo e ampliou a base empírica relacionada à influência das emoções nas decisões dos empreendedores.

Palavras-chave: 1. Empreendedores 2. Tomada de decisão 3. Fatores emocionais 4. Emoções primárias.

ABSTRACT

FRANCO, Michele Maria Silva. **The influence of primary emotion on entrepreneurs' decision making**. 2021. 133 pages. Doctoral Thesis of the Administration Course of Centro Universitário Campo Limpo Paulista, UNIFACCAMP, Campo Limpo Paulista - SP, 2021.

This research had the general objective of investigating the primary emotion that most influences entrepreneurs' decisions, and was characterized as a field study, conducted through the survey technique, of descriptive nature and the method was quali-quantitative. The instruments of data collection chosen were two: in the quantitative method the Causal Determinant (CD) software was used to collect the preferences of the respondents that was to identify the causal factors and the main factor or root cause of the decision that they regretted most within the factors that are the primary emotions and in the qualitative method the Critical Incident Technique (CIT) semistructured interview script, with the intention of identifying the primary emotions that most influence the decisions of entrepreneurs. The data analysis was done by proposition and by factors (set of propositions about a certain theme) and the interpretation of the level of disapproval (nnd), using the statistical techniques. 227 business owners from the Jundiai Urban Agglomeration (AUJ) who agreed to answer the questionnaire online were chosen by convenience, and all of them were subject to semi-structured interviews. The specific objectives of this study were to understand how emotions are constituted in the decision making process of entrepreneurs; to investigate whether the primary emotions: joy, aversion, fear, anger, surprise, and sadness, influence differently the decisions of entrepreneurs, and to find that the primary emotions anger and fear influence negatively the decisions of entrepreneurs. The results showed that male and female entrepreneurs are significantly affected by primary emotions in decision-making processes. This research contributed in increasing the knowledge of entrepreneurship and expanded the empirical base related to the influence of emotions on entrepreneurs' decisions.

Keywords: 1. entrepreneurs 2. decision making 3. emotional factors 4. primary emotions

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Tela do software DC da janela inicial.....	59
Figura 2	Tela do software DC da especificação do case e definição do objetivo.....	59
Figura 3	Tela do software DC da especificação dos fatores.....	59
Figura 4	Tela do software DC da matriz de comparação.....	60
Figura 5	Tela do software DC da primeira comparação na matriz.....	61
Figura 6	Tela do software DC da segunda comparação na matriz.....	61
Figura 7	Tela do software DC da matriz de comparação totalmente preenchida.....	61
Figura 8	Tela do software DC da análise dos fatores e cálculo do Emach de cada fator.....	63
Figura 9	Tela do software DC do resultado final das comparações do respondente.....	63
Figura 10	Tela do software DC do cálculo do Emach de cada fator.....	68
Figura 11	Mapa da cidade de Jundiaí.....	71
Figura 12	Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 1 desenvolvido no Excel.....	80
Figura 13	Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 2 desenvolvido no Excel.....	80
Figura 14	Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 3 desenvolvido no Excel.....	81
Figura 15	Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 4 desenvolvido no Excel.....	82
Figura 16	Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 5 desenvolvido no Excel.....	82
Figura 17	Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 6 desenvolvido no Excel.....	83
Figura 18	Outupt do teste binomial de duas proporções para testar a hipótese H1a desenvolvido no BioEstat.....	86
Figura 19	Outupt do teste binomial de duas proporções para testar a hipótese H1b desenvolvido no BioEstat.....	88
Figura 20	Outupt do teste binomial de duas proporções para testar a hipótese H1c desenvolvido no BioEstat.....	91
Figura 21	Imagem do Termo de esclarecimento e consentimento do formulário de pesquisa desenvolvido no Google Forms.....	121
Figura 22	Imagem do Roteiro de Entrevista do formulário de pesquisa desenvolvido no Google Forms.....	123
Figura 23	Imagem do Questionário de pesquisa desenvolvido no Google Forms.....	125
Figura 24	Imagem dos Dados sociodemográficos de pesquisa desenvolvido no Google Forms.....	130

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Enquadramento das empresas da pesquisa.....	72
Tabela 2	Cidade dos empreendedores da pesquisa.....	72
Tabela 3	Características demográficas dos empreendedores.....	73
Tabela 4	Características demográficas dos empreendedores por gênero.....	74
Tabela 5	Extrato da tabulação dos resultados pela análise pelo DC (todos os respondentes).....	84
Tabela 6	Extrato da tabulação dos resultados pela análise pelo DC (respondentes masculinos (M) e femininos (F)).....	90
Tabela 7	Extrato da tabulação dos resultados pela análise pelo DC (respondentes masculinos (M) e femininos (F) e todos os respondentes).....	93

ABREVIATURAS E SIGLAS

AU	Aglomeración Urbana
AUJ	Aglomeración Urbana de Jundiaí
UNIFACCAMP	Centro Universitário Campo Limpo Paulista
EPP	Empresa de Pequeno porte
EMPLASA	Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano
FGV	Fundação Getúlio Vargas
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IC	Incidente Crítico
MEI	Microempreendedor individual
ME	Microempresa
PIB	Produto Interno Bruto
SBIE	Sociedade Brasileira de Inteligência Emocional
TIC	Técnica do Incidente Crítico
UNINOVE	Universidade Nove de Julho
UNIP	Universidade Paulista

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	15
1.1	Delineamento do tema e problemática.....	19
1.2	Objetivos de pesquisa.....	21
1.3	Justificativas.....	21
1.4	Hipóteses.....	25
1.5	Estrutura do trabalho.....	27
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	29
2.1	Empreendedorismo cognitivo.....	30
2.2	Tomada de decisão	35
2.3	A influência da emoção na tomada de decisão.....	41
3.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	53
3.1	Caracterização da pesquisa e método.....	54
3.2	Instrumento de coleta.....	57
3.3	Framework Determinante Causal	58
3.4	Técnica do Incidente Crítico.....	63
3.5	Concepção do questionário	65
3.6	Tabulação de dados	66
3.7	Análise de dados.....	67
4.	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS.....	69
4.1	Perfil dos respondentes.....	70
4.2	Características sociodemográficas dos empreendedores.....	72
4.3	Análise dos Incidentes Críticos.....	75
4.4	Análise pelo Determinante Causal.....	84
4.5	Teste das Hipóteses.....	85
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
5.1	Conclusões.....	96
5.2	Implicações da Pesquisa.....	99
5.3	Limitações e recomendações de estudos futuros.....	100
	REFERÊNCIAS	102
	APÊNDICES.....	119
	Apêndice A: Termo de esclarecimento e consentimento do formulário de pesquisa	120
	Apêndice B: Roteiro de entrevista	122
	Apêndice C: Questionário.....	124
	Apêndice D: Dados Demográficos.....	129

1 ● INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é conhecido tipicamente em atividade essencial no desenvolvimento econômico dos povos e fomento de inovações. É de suma importância compreender a probabilidade de proporcionar a execução humana e o estabelecimento das identidades e a edificação da estabilidade entre vida e ocupação. Diante do desafio do fato, por essência multinacional, interdisciplinar e amplo, a somatória de disciplinas tem procurado melhor compreensão sobre o sujeito empreendedor e suas ações.

Entre as perspectivas apontadas, o processo decisório pode ser complexo, visto que face a série de referências parciais e não ordenadas, é desafiador no sucesso das atividades empreendedoras. Na prática de empreender frequentemente decidir é marcado por propósitos

não diretos e na falta de conhecimentos prévios verdadeiros. Logo, na esfera do empreendedorismo, as teorias mais comuns têm sido indagadas.

Acredita Sarasvathy (2001) nos padrões habituais de explicação do processo decisório, com destaque na racionalidade dos sujeitos, se relacionam a seleção em circunstância presente e não ajudam no entendimento do procedimento de concepção de novas situações, causa da atividade empreendedora. A população examinada nos achados decisórios são explicações prováveis desse desequilíbrio é. Embora vasta a área, a essência da realização é feita com base nos gestores de grandes empresas e não de pequenas empresas (CURSEU, VERMEULEN, BAKKER, 2008; DE KORT, VERMEULEN, 2010).

A concepção ou criação de oportunidades de empreendimento relacionados a forma de escolher não é bem representando por achados provenientes da economia, e padrões mais complexos e pluridimensional são fundamentais (CUNHA, 2007). Indícios da delimitação das teorias comuns de processo decisório na atividade empreendedora são alcançados na investigação de Dew *et al.* (2010). Os autores, ao analisarem a criação de mercados recentes, entenderam que a lógica usada pelos gestores se distingue da teoria tradicional sobre esses processos, apoiada na procura de opções de ação com base nos propósitos antecipadamente delimitados.

Ao examinar o processo decisório a preocupação é situá-lo no âmbito do empreendedorismo. Pode-se deduzir da argumentação de Freitas *et al.* (1997) que predileções podem ser associado à atividade do empreendedor, figurando entre os maiores desafios de sua carreira. Lembrem, que na observação do fenômeno decisório torna-se imprescindível analisar os aspectos comportamentais que influenciam na forma que decidem, tendo em vista a influência de vários fatores, entre eles o próprio comportamento empreendedor.

Observações em empreendedorismo retratam os processos decisórios da área demandando ações cognitivas complexas, que vão desde avaliação de possibilidades (Baron e Ward, 2004); com propósitos planejados no correr do processo (Sarasvathy, 2001); norteado por informações vagas e, frequentemente, que desabonem as informações efetivas (Dew *et al.*, 2009). A condição decisória em empreendedorismo é retratada por Shepherd, Williams e Patzelt (2015) intensa, diante da existência de grande dúvida e demanda emocional, ameaça e pressão de tempo.

A percepção dos componentes cognitivos relacionado ao processo decisório organizacional responde a demandas oriundo desta área do conhecimento. No discernimento de Mitchell *et*

al. (2002) depois do enfraquecimento das considerações sobre personalidade empreendedora foi formada outra concepção de averiguação, procurando compreender as particularidades da cognição destes sujeitos.

Em conformidade com Mitchell *et al.* (2007) a abordagem cognitiva proporciona olhar adequado que podem converter em maior entendimento do fato. Na reflexão sobre o assunto, apresenta a evolução dos achados sobre a cognição em empreendedorismo e identifica a continuidade de interrogações que por vezes tange aos processos decisórios dos gestores.

Certamente há que se compreender sobre o processo decisório, porém alguns tipos foram desenvolvidos a fim de sintetizar os principais mecanismos que trazem orientação, exemplo o modelo de Simon, mais comumente conhecido por fases (SIMON, 1955, 1959, 1987).

Por característica do ambiente organizacional, verifica-se que o dia a dia do empreendedor é dinâmico, exigindo respostas cada vez mais rápidas por parte dos gestores, e a possibilidade de escolher é algo complexo, precisando em muitas situações, seguir alguns critérios que se possa escolher entre diferentes opções (HANOCH, 2002).

Decidir é escolher dentre alternativas e a capacidade de elaborar opções em seus limites, levando-se mais a predileção satisfatória, em detrimento, da ótima: é o princípio da racionalidade limitada, consoante Simon (1955, 1959, 1987). Diversos aspectos intervêm, especialmente habilidades mentais, hábitos e reflexos, informações e conhecimento, valores pessoais que divergem dos valores organizacionais.

Percebe-se que o senso comum trata a decisão mediante a habilidade de fazer escolha, do caminho ou de opção perante determinada situação, que pode ser colocada o problema a resolver. O que nem sempre é tarefa simples, tendo em vista a diversidade de fatores usualmente envolvidos neste processo.

Conforme apresentado, o processo decisório é constante na vida do empreendedor e eles requerem celeridade visando minimizar o risco e atingir o propósito (HAIDT, 2001). Embora o acerto do decisor seja buscado com racionalidade, percebe que vários aspectos possivelmente podem influenciar as mesmas, dentre eles os fatores emocionais (BECHARA, 1997, 1999; DAMASIO, 1994, 1999).

Essas situações percebem-se presentes no dia a dia dos indivíduos, independentemente do tipo da atividade nas quais estão envolvidos, envolvem processo mental percorrido de modo consciente ou inconsciente, racional ou mais emocional. O processo decisório é antigo e

constitui objeto de interesse de estudiosos em busca de caminhos que permitam compreender a complexidade envolvida, sempre relacionada à solução de problema de maior ou menor complexidade (DAMASIO, 2003, 2012; DAMASIO *et al.*, 2000; GREENE e HAIDT 2002)

Na vida do empreendedor decidir se mostra por exigir rapidez, com o objetivo de minimizar o risco e acertar a intenção (HAIDT, 2001). Faz parte de todas as atividades nas organizações, de natureza pessoal, profissional, estratégica ou da rotina operacional e advindas dos empreendimentos conduzidos pelas empresas, nos seus diversos níveis hierárquicos, são essencialmente processos decisórios e de resolução de problemas (DAMASIO, 1994, 2012).

No âmbito organizacional, o desafio de escolher em contexto de alcance global e mais competitivo, vem pressionando o indivíduo por opção rápida e apropriada. A respeito disso, Simon (1977, 1985) argumenta que consiste em ato fundamentalmente humano e comportamental.

A cognição no processo decisório, relaciona-se a interferências, emoções, racionalizações, hábitos, julgamentos morais entre outros. Nesse sentido as emoções, podem atuar mediante viés que influencia a predileção, visto que direciona o julgamento da melhor escolha provável, buscando melhores respostas. Os indivíduos decidem e são influenciados pelo que sentem delas (HAIDT, 2003).

Esse processo é consistente com o estudo empírico que sugere que vai além dos processos estritamente baseados na razão e é ademais resultado de avaliações intuitivas, automáticas e emocionais (KELTNER e KERNER 2010; PRIMEAUX, *et al.*, 1959; SIMON, 1955, 1977, 1987, 1990; SIMON, *et al.*, 2008; SIMON, HOUGHTON e AQUINO, 2000; SINGH, 2018).

As emoções são classificadas em primárias e secundárias. As emoções primárias que são comuns a todos os seres humanos, são: alegria, aversão, medo, raiva, surpresa e tristeza. Estas afetam todas as relações de âmbito pessoal e profissional, independente da cultura, nacionalidade, cor ou raça (DAMASIO, 1994, 2004).

Diversas achados relacionam a interferência da emoção ao processo decisório, dentre elas as de Calkin e Smith (2000); Damasio (1994, 2012); Ekman (2007); Frijda, (1988); Kahneman (1982); Murthy e Paul (2016). Este tem o objetivo de demonstrar a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores (FRIJDA, 1988; KELTNER e LERNER 2010; OLSEN *et al.*, 2018).

De fato, cientistas psicológicos afirmam que as emoções são o motor dominante das escolhas mais significativas na vida (BECHARA, DAMASIO e DAMASIO, 2000; BECHARA, 1997, 1999; DAMASIO, 1994, 2012; DAMASIO *et al.*, 2000; EKMAN 2007; FRIJDA, 1988; KELTNER e LERNER 2010; LAZARUS 1991; LOEWENSTEIN *et al.*, 2013; LOEWENSTEIN e LERNER, 2003).

Observações apontam o impacto dos fatores emocionais envolvidos no processo decisório dos empreendedores, isso devido ao conjunto de emoções presentes no cotidiano das empresas (CULKIN e SMITH, 2000; HARRIES, MCEWEN e WRAGG, 2000; MARTÍNEZ *et al.*, 2020; MURTHY e PAUL, 2016; OLSEN *et al.*, 2018).

Com efeito Baron e Ward (2004) aponta que a utilização do sistema cognitivo pode trazer compressão a importantes interrogações em empreendedorismo, por exemplo: qual a justificativa que os sujeitos empreendem; se identificam oportunidades; os elementos cognitivos relacionado a seu êxito.

Condizente com Krueger e Day (2010) o procedimento de conhecimentos, tomada de decisão e heurísticas relacionadas ao julgamento podem oferecer outros elementos na compreensão do sucesso na atuação empreendedoras. Acerca dessa visão, o entendimento do empreendedorismo presume a compreensão dos sistemas cognitivos a ele relacionados.

Baseado no entendimento da oportunidade da contribuição da emoção no processo decisório no campo do empreendedorismo cognitivo, foi delimitado a problemática da tese. Este elemento é representado e debatido no item seguinte.

1.1 Delineamento do tema e problemática

A ação de apontar o problema de pesquisa estabelece, consoante alguns autores, das primeiras e mais significativas fases do trabalho, pretendendo o êxito em todo salienta a relevância do delineamento do problema, ao determinar a expressão, tornando o modo lógico e sistemático que conta com o objetivo de possibilitar soluções as problemáticas que são apresentadas (CRESWELL, 2014; LAKATOS e MARCONI, 2017; TRIVIÑOS, 2006).

A verificação produzida é embasada por duas áreas teóricas: empreendedorismo e tomada de decisão, aliados com os argumentos apresentados nos objetivos desse trabalho. Com base no referencial teórico e empírico destas divisões do saber, a problemática foi caracterizada. Nesta perspectiva, a indagação relaciona-se a lacuna de conhecimento presente sobre o processo

decisório de empreendedores, área em que os padrões mais tradicionais de explicação têm sido indagados.

Pode-se deduzir dos argumentos iniciais, que a forma de decidir no âmbito organizacional vem se tornando tarefa cada vez mais complexa, em razão da multiplicidade de fatores envolvidos e da amplitude de influências imersas nas circunstâncias. É nessa condição multifacetada, com multiplicidade de elementos da quais as relações de interdependência são de difícil compreensão, que o empreendedor precisa decidir.

Esse contexto complexo interpôs a necessidade de compreender e aprimorar o processo decisório, em proveito da eficácia. O enfrentamento desse desafio requer capacidades de análises que vão além do domínio da racionalidade e alcancem outros fatores de natureza emocional, presentes nas dinâmicas psicológicas processados no ato de decidir. Essa seria a questão merecedora de empenho no sentido de mapear os fatores presentes e predominantes na ação de decidir.

Essas referências poderiam fornecer elementos no levantamento de questões, no entanto este trabalho levanta a questão relativa à compreensão do impacto dos fatores emocionais no processo decisório, a fim de delimitar o problema do reflexo do fator emocional no processo decisório dos gestores e formular a indagação. O problema de pesquisa foi desse modo elaborado: Qual a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores?

Parte-se do pressuposto de que a emoção primária manifestada na raiva tem importante impacto no processo decisório do empreendedor. Com essa suposição, a tese procurou base de sustentação teórica nos conceitos relativos entre eles. Ao tomar esta tese o eixo orientador, procurou-se dimensionar o alcance dessa interferência dos elementos, mediante esse fato pode ser enquadrada sinteticamente da seguinte forma:

Campo de pesquisa: Empreendedores

Tema: Tomada de decisão

Tópico: Influência da emoção na tomada de decisão

Tese: A raiva é a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores.

A definição do problema de pesquisa é parte complexa, porquanto o investigador pode estar circundando o problema. Além disso a formulação desse serve de base na declaração dos objetivos, e estes demonstrados no próximo item (LAKATOS e MARCONI, 2017; TRIVIÑOS, 2006).

1.2 Objetivos de pesquisa

Definiu-se neste estudo o seguinte objetivo geral: investigar a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores. Fragmentou-se o objeto principal em objetivos específicos, no alcance deste propósito e caracterização das etapas lógicas da averiguação. Traçou-se os objetivos específicos, elencados dessa subdivisão:

- a) Compreender como se constituem as emoções no processo decisório de empreendedores.
- b) Investigar se as emoções primárias: alegria, aversão, medo, raiva, surpresa e tristeza, influenciam diferentemente as decisões dos empreendedores.
- c) Constatar que as emoções primárias raiva e medo influenciam negativamente as decisões dos empreendedores;

Com esses pressupostos, o trabalho toma por referências teóricas as concepções relativas à caracterização do empreendedor e do processo decisório, tendo foco os fatores emocionais envolvidos.

Em sintonia com as exposições sobre os desafios do processo decisório no contexto empreendedor, procurou-se analisar os aspectos emocionais influentes no comportamento do empreendedor ao escolher. Enfatizando a expressão do sentimento da raiva, espera-se com o levantamento e dimensionamento desses fatores contribuir na compreensão das dinâmicas psicológicas que se processam no ato decisório, o que pode ensejar o aprimoramento de importante mecanismo de gestão da ação empreendedora. Portanto as justificativas dessa tese são apresentadas no próximo item.

Justificativas

Observa-se que a habilidade de fazer a escolha, do caminho ou da opção perante determinada situação, pode ser problema a resolver. O que nem sempre é tarefa simples, tendo em vista a diversidade de fatores usualmente envolvidos neste processo.

No âmbito organizacional, o desafio de escolher em contexto de alcance global e mais competitivo, vem pressionando o indivíduo por opção rápida e apropriada (SIMON 1965). A respeito da tomada de decisão, Simon (1987) argumenta que consiste em ato fundamentalmente humano e comportamental.

Neste cenário, torná-las mais eficientes é o enorme desafio dos gestores, o que exige cada vez o mínimo tempo e melhor certeza em suas predileções. No ambiente organizacional, têm sido empregadas a opinião emocional para decidir, interposto por insegurança e complexidade onde a coerência e a argumentação.

Tendo em conta no processo decisório, esta associação torna-se desafiador e requer análises concentradas. Desse modo, pretende-se destacar sua influência, quando considerada pelos gestores (KIM, FERRIN, RAO, 2008; OVER, 2004; WELTER e KIM, 2018).

No momento em que se discute o processo decisório e a racionalidade nele cercada, frequentemente se discute esta última de maneira instrumental e atingir determinado fim. Condizente com Over (2004) os processos mentais são racionais ao passo que nos ajudam a aproximar dos nossos propósitos. O que presume a maneira de tratar o ambiente que igualmente é simplista e objetivo, ou seja, que tudo pode ser medido e comparável, inclusive os rumos a serem tomados, e que apenas desta forma seria racionais.

Consoante Kahneman e Riepe (2000) na realidade todas as heurísticas são restritas e abortarão em determinadas circunstâncias, particularmente quando os integrantes são distintos, o instante difere e os indivíduos são outros (KAHNEMAN e RIEPE, 2000; KAHNEMAN e TVERSKY, 1974).

Logo Simon (1987) faz alerta ao declarar que ao pensar em empreendedor, tem-se a cena de alguém que é responsável por instante característico, quando a escolha necessita ser feita. Contudo, o autor aponta que este retrato altera o cenário, de maneira que enfatiza particularmente no momento final, e continua sustentando que na verdade o processo complexo, cerca a representação a busca e a meditação (SIMON, 1987).

Coerente a Lehrer (2009) desde os gregos existe conceito de que, os sujeitos são racionais. Contudo há certa contrariedade com esta indicação: nem em todo momento ela é verídica, e nem em todo momento é a maneira mais apropriada de comportar-se. Com certeza em certas situações o retorno é tão espontâneo, que não é possível ser racionais, em muitas outras, a que esta tese procura discutir, sendo o sujeito manipulado por sequência de elementos, no meio deles a cognição, e vista que discutido em várias investigações (Camerer e Lovallo, 1999; Heath e Tversky, 1991; Sadler-smith e Shefy, 2004; Tversky e Kahneman, 1974; Vlek e Stallen, 1981 e Weinstein, 1984), nas necessidades de inclinações que são constantes em suas atividades profissionais, percebem o fator emocional influenciando as escolhas.

Os estudiosos identificaram o papel das emoções nas seleções em outras épocas (SIMON, 1987). Todavia, a averiguação sistemática desses fatores fez parte especificamente, sobretudo por causa de retenção sobre sua adaptação na chamada investigação organizada (ASHFORTH e HUMPHREY, 1995).

Conseqüentemente, a maior parte dos achados sobre tomada de decisão intuitiva é teórico, e limitado no sentido qualitativo ou quantitativo, feito em espaços de campo e a base da ideia que a intuição ocupa papel cada vez mais considerável nas estratégias modernas (BURKE e MILLER, 1999; SHAPIRO e SPENCE, 1997).

Com o passar do tempo, muitas buscas foram avançadas e divulgando, sejam nacionais ou internacionais. Referente ao processo decisório saliente a colaboração de Hansson (1194); Freitas e Kladis (1995); Mintzberg, Raisighani e Théorêt (1976) que maneira as pessoas escolhem. Contudo dentro desse controle de averiguação, a linha concentra-se na conjuntura comportamental da opção ocupando-se de vieses e a forma que decidem sob emoções, podendo-se citar Burke e Miller (1999); Kahneman e Tversky (1972, 1973 e 1979); Shapiro e Spence (1997); Tversky e Kahneman (1971, 1973, 1974) e Von Winterfeld e Edwards (1986).

Portanto esta tese oportuniza alinhar-se aos estudos empíricos existentes e ressalta-se que pretende avançar na discussão sobre a influência da emoção na tomada de decisão, com o propósito de propor análise teórica e de conhecimento prático, objetivando conhecer características e detalhes envolvidos, jogando mais luz sobre essa lacuna.

A percepção de que exteriorizada na raiva exerce influência no processo decisório do empreendedor é o aspecto que baliza esta busca. Com essa motivação, procura levantar o sistema de forças que dá sustentação ao complexo ato de decidir, trazendo importantes reflexões sobre as bases teóricas e empíricas que envolvem a situação.

O sentido lógico de verificar a recorrência com que a expressão da emoção está presente na inclinação de reconhecer com que intensidade o fator emocional reflete na qualidade do processo, é melhorar o entendimento desse evento, vislumbrando seu aprimoramento. A maturidade das bases teóricas que fundamentam essa área depende dos esforços da comunidade acadêmica e organizacional no sentido de ajustarem-se às tendências verificadas no campo empírico, por certo com o encadeamento semelhantes a este.

A expectativa que se tem é que dissonâncias e adesões possam ser identificadas da relação entre os fatores emocionais e as dinâmicas que se processam no ato de deliberar. Esses resultados deverão permitir observar o impacto da manifestação emocional na assertividade, indicando os benefícios que podem advir desse esforço.

Na perspectiva acadêmica, soma-se ao movimento de investigadores e gestores que vêm demonstrando interesse crescente no ato de decidir. O tema se fundamenta na capacidade de embasamento organizacional, de modo a ajudar o processo decisório na condução dos seus negócios, que abordaram direta ou indiretamente o assunto, enfatizando os elementos emocionais no processo decisório.

Portanto, o conhecimento gerado nesse trabalho pode aprofundar o debate sobre aspectos que transcendem a ação racional envolvida na questão decisória, colocando ademais no processo, a emotividade, evitando reprimir a sensibilidade natural da conduta humana, vislumbrando na proposição da tese que orienta este.

Nessa linha, se ampara em mais iniciativas na contribuição da ampliação do conhecimento sobre as forças que impulsionam a opção do empreendedor, podendo minimizar a precariedade e impelir o aperfeiçoamento dos mecanismos de gestão de seus empreendimentos.

Estas razões vêm apoiar o que está sendo proposto, tanto nos aspectos relativos à compreensão do processo decisório em benefício do aprimoramento dos mecanismos de gestão dos pequenos empreendimentos, quanto no aspecto relativo ao interesse profissional da pesquisadora que pretende com esta temática compor seu horizonte futuro estudado.

Desse modo, além das contribuições referidas anteriormente, se justifica pelo ineditismo em procurar aproximar a vertente da influência das emoções ao processo decisório dos empreendedores da AUJ, que foi identificar os fatores causais e o fator principal ou causa raiz da decisão que mais se arrependeu dentro os fatores que são as emoções primárias, em

concordância com o procedimento desenvolvido pelo software Determinante Causal (DC). Visto que, apurações desse universo, são de olhar conceitual de escolhas habituais.

Com base no referencial teórico efetuado, a metodologia da mesma forma pode ser apontada original em ensaios sobre empreendedorismo. Na área do empreendedorismo é comum que usem o método da categoria da análise cognitiva da atividade. É válido ser apontados Dew *et al.* (2009); Gimenez (2000); Gustafsson (2006); Ramesh, Sarasvathy e Read (2016); Ramos (2005); Read *et al.* (2009); Sarasvathy (2008); Sarasvathy e Berglund (2010); Sarasvathy *et al.* (2003) e Zhang *et al.* (2019).

Todavia, na literatura não foram achados estudos que utilizem a metodologia com o software Determinante Causal (DC) na investigação da emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores. Portanto a aplicação deste método corrobora na originalidade e pode ser considerada justificativa nessa utilização.

Nesta perspectiva sustenta-se a idealização de que esta tese tem o objetivo de explorar o estudo, colaborando na produção de mais fração do conhecimento sobre o processo decisório de empreendedores. Essa ótica surge de dimensões, da associação entre emoções e tomada de decisão com a Técnica do Incidente Crítico (TIC) e software Determinante Causal (DC) e o empreendedorismo e a metodologia desenvolvida.

Dessa forma, distingue-se contribuições teóricas e práticas, a teórica promove-se na proximidade da literatura sobre os processos decisórios do empreendedor e o fator emocional, ao contexto da emoção que mais influencia a decisão da qual os empreendedores se arrependem. Este, busca de colaborar na especialização dos principais elementos que constituem essas distintas estruturas, possibilitando seus principais princípios, particularidades e de que modo essas predileções têm sido exploradas. E tem o interesse de contribuir no aumento das informações acerca da ação das emoções na tomada de decisão, uma vez que são limitadas as observações sobre esse tema, e este pode contribuir no aumento do conhecimento sobre o assunto.

Do ponto de vista prático, busca apontar as emoções primárias que mais influenciam os processos decisórios e identificar os fatores causais e o fator principal ou a causa raiz da decisão que mais se arrependeu dentro os fatores que são as emoções primárias, com o intuito de analisar convergências. Essas informações poderão servir de análise e avaliação do processo e, se for o caso, se beneficiar de padrões que possam surgir no intuito de aperfeiçoamento.

1.3 Hipóteses

Esta subseção apresenta as hipóteses, levando em consideração a problemática deste estudo, “Qual a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores?”.

Partindo do ponto da literatura revisada, os ambientes organizacionais tendem a provocar fortes emoções incidentais. Essas têm potencial de influenciar significativamente a profundidade do processamento, ou seja, a quantidade de informações atendidas pelo decisor em situações complexas e ricas em conteúdo (BACHKIROV, 2015).

Apurações sobre afetividade positiva e negativa sugerem que o fator emocional pode ser responsável por tais efeitos. Por outro lado, a influência das emoções no processo decisório, e proporção de empreendedores que têm influência da decisão errada, explica esses comportamentos (BACHKIROV, 2015).

Tendo em vista as ponderações elucidadas e considerando diversos constructos associados a decisão e emoção, reuniu-se essas diferentes perspectivas que fornece base na formulação e teste das hipóteses, expressas na forma alternativa (do tipo H1). A demonstração da tese deverá ocorrer com a não rejeição das seguintes hipóteses:

H1a: A proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada não difere de 95% ao nível de significância de 0.05.

H1b: A proporção de empreendedores que têm a raiva ou o medo como principais emoções que influenciou tomada de decisão errada não difere de 99% ao nível de significância de 0.05.

H1c: Não há diferença significativa entre a proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada considerando o gênero do respondente ao nível de significância de 0.05.

H1d: O medo é a segunda principal emoção que mais influenciou a tomada de decisão errada por empreendedores.

Com o objetivo de contribuição do entendimento das consequências da raiva no processo decisório, é importante estabelecer se a raiva ou o medo ativam processamento mais profundo. Embora tradicionalmente vista negativamente (Lazarus 1991), a raiva exhibe propriedades típicas das emoções positivas (LERNER e TIEDENS, 2006). Além disso, as teorias de avaliação cognitiva veem a raiva e o medo ora opostos na dimensão da certeza, essas hipóteses foram testadas.

Com o propósito de validar esse modelo e testar as hipóteses, mais adiante elaborou-se a pesquisa quantitativa além da análise de estudos anteriores. Na sequência é apresentada a estrutura e organização que balizou esse trabalho.

1.4 Estrutura do trabalho

Com o objetivo de entendimento e plena configuração da tese, além desta introdução deu-se o desenvolvimento outras seções. Nesse prisma é apresentado cinco seções, a primeira seção se inicia com a introdução, delineamento do tema e problemática, objetivos.

A segunda seção apresenta a fundamentação teórica contextualizada por relevantes autores sobre empreendedorismo cognitivo, quais sejam: Baron, 2002; Fillion, 1990; Formaini, 2001; Hashimoto, 2006; Schumpeter, 1947. Referente ao processo decisório, embasados em importantes autores: Baron, 2002; Culkin e Smith, 2000; Kahneman, 1982; Harries, McEwen, e Wragg, 2000; Hernandez e Ortega, 2019; Laroche, 1995; Martínez *et al.*, 2020; Meireles e Sanches, 2009; Pereira *et al.*, 2020; Simon, 1965 e 1959; Singh, 2018; Soll, Milkman, Payne, 2016; Zaleskiewicz e Traczyk, 2020; West, Acar e Caruana, 2020.

As bases teóricas são delineadas além disso com a influência, apontados por relevantes autores: Culkin e Smith, 2000; Damasio, 2004; Damasio *et al.*, 2000; Ekman, 2007; Franco, 2014; Franco e Sanches, 2016; Frijda, 1988; Goleman, 1997; Greene e Haidt 2002; Harries, McEwen, e Wragg, 2000; Haidt, 2001 e 2003; Keltner e Kerner 2010; Lazarus 1991; Loewenstein e Lerner, 2003; Loewenstein *et al.*, 2013; Martínez *et al.*, 2020; Murthy e Paul, 2016; Olsen *et al.*, 2018; Plutchik, 2003; Simon, 2008; Singh, 2018; Zollo *et al.*, 2017).

A terceira seção aponta os procedimentos metodológicos da formulação do problema de pesquisa à discussão dos limites da investigação realizada, inerentes a proposta do método misto (quantitativo e qualitativo). Partindo dos dados quantitativos que foram coletados e interpretados, logo depois os dados qualitativos.

Finalmente, os dados (quanti-quali) foram analisados de maneira sistemática, tendo por estratégia o estudo de campo, realizado por meio da técnica de *survey*, de natureza descritiva, Babbie (1999). O método quantitativo foi realizado por meio do software Determinante Causal (DC) de Sanches, Meireles, e da Silva (2014) a fim de coletar as preferências dos respondentes identificando os fatores causais e o fator principal ou causa raiz da decisão que mais se arrependeu dentro os fatores que são as emoções primárias. No método qualitativo

utilizou-se a Técnica do Incidente Crítico (TIC) de Flanagan (1954), com o objetivo de identificar as emoções primárias que mais influenciam nas inclinações dos gestores, visto que a abordagem quantitativa em métodos avaliativos possibilita aproximação inicial com o objeto de avaliação.

Na quarta seção são discutidas e analisadas as descobertas encontradas com base na metodologia utilizada, face a análise dos dados, alinhados aos objetivos traçados, avaliando se estes foram cumpridos e testando a aplicabilidade das hipóteses do estudo, com os resultados alcançados.

Finaliza-se com a seção das considerações finais, a partir da retomada dos objetivos estabelecidos e são expostas as principais reflexões sobre as conclusões, descritas implicações dos resultados encontrados, limitações do estudo, sugerindo-se direções e recomendações de futuras investigações, com base na presente tese.

Com a finalidade de compreender melhor o contexto, na seção seguinte discute-se o debate teórico envolvendo empreendedorismo, tomada de decisão por eles e os fatores emocionais, resgatando e entrelaçando-se aos objetivos expostos na introdução.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A função do referencial teórico é oferecer o fundamento substancial e preciso do entendimento da problemática e suas caracterizações típicas. É capaz de ser indicado na qualidade de discussão conceitual da tese, delinear a direção teórica trilhado o delineamento e respectivos objetivos.

Dessa forma, a presente seção aborda o referencial teórico com os principais conceitos vistos nesta tese, a fim de relacioná-los a temática. Entre os principais campos de conhecimento abordados estão: o empreendedorismo, tomada de decisão e emoção. A área do empreendedorismo é fragmentada a partir da cognição alinhado à escola comportamental e

cognitiva das ciências sociais (COMEGYS 1976; FORBES, 1999; HISRICH *et al.*, 2007; KATZ e SHEPHERD, 2003).

Na possibilidade de alcance destes pressupostos, o referencial teórico segue caminho em direção à particularidade, começando com o tema do empreendedorismo cognitivo onde são descritas as principais correntes. Apresenta-se na sequência a abordagem do processo decisório e por último, é feita a revisão sobre a influência delas nos processos.

2.1 Empreendedorismo cognitivo

O empreendedorismo vem sendo estudado na ótica da temática em meio a muitas revisões, devido ao papel que ocupa no desenvolvimento e administração de países e regiões. Porém existe falta de compatibilidade a respeito das linhas sobre o tema, em virtude de a ocorrência do empreendedorismo ter se definido ao longo de sua evolução, e ser multinacional, interdisciplinar, amplo e de profundo entendimento (BARON e SHANE, 2007; FILION, 1999).

A temática empreendedorismo até então segue em contínua adequação e vem preenchendo várias linhas de análise, Nassif, *et al.* (2010) equivalendo ao tema que ocorreu aumento acelerado no *Academy of Management* na primeira década dos anos 2000 (WIKLUND *et al.*, 2011).

Por meio das contribuições teóricas que buscaram pautar vertentes da definição do empreendedorismo ressalta-se as de Baron (2002); Bruyat e Julien (2000); Cunningham e Lischeron (1991); Davidsson (2005); Filion (1990), Gartner (1985); Gartner (1990); Hisrich (2007); Hodgetts e Kuratko (2001); Shane e Venkataraman (2000); Ucbasaran, Westhead e Wright (2001) entre outros. No Brasil prioriza-se os seguintes teóricos, Cozzi (2008); Dolabela (1999); Dornelas (2001), Davel e Machado (2001); Hisrich e Peters, (1986); Machado e Nassif (2014); Oswald (2017); Hashimoto (2006), dentre outros.

Empreendedor (*entrepreneur*) é uma palavra inicialmente francesa que surgiu pela primeira vez em 1437, e o significado mais usual utilizado na época era “*celui qui entreprend quelque chose*” e alude aquele que se compromete com algo (LANDSTRON, 2005, p. 08). O significado exato da palavra *entrepreneur* traduz-se intermediário ou aquele que está entre e não há definição precisa e globalmente aceita de empreendedorismo (BARON e SHANE, 2007).

Contudo, as referências ao tema despontaram consideravelmente nas décadas de 70 e 80, corroborado por fatores externos que contribuíram na propagação dessa perspectiva, tem-se portanto, que a área relacionada ao empreendedorismo é igualmente recente e está em processo de organização (Landstrom e Lorke, 2010) percebendo-se, especialmente nos anos 80, seu crescimento em diferentes áreas (FILION, 1999).

Por causa da ligação em várias ciências mais remotas, o entendimento e embasamento da palavra empreendedorismo é inevitável em muitas abordagens. E é por esse motivo essa interdisciplinaridade e a ausência de fronteiras do campo, que não há definição precisa e globalmente (BARON e SHANE, 2007; BRUYAT e JULIEN, 2000). Isto posto, compreende que o empreendedorismo se encontra em constante desenvolvimento na percepção das limitações do campo, o que o faz elaborar-se em diferentes áreas do conhecimento.

Observa-se que tem se transformado em tema do campo da Sociologia e da Psicologia, os pesquisadores acham-se em contínua busca por aspectos e particularidades que definam esse assunto. A evolução do empreendedorismo passa pela era das Ciências Sociais (1940-1970) que olha o tema com personalidades e características diferentes, referindo-se ao acontecimento empírico (LANDSTROM *et al.*, 2012).

A interdisciplinaridade de ligações científicas reconhece o empreendedorismo, acontecimento e/ou a criação de limites nítidos da área acadêmica fundamentais, mas não são atividades simples (SHANE e VENKATARAMAN, 2000), nesta linha o tema empreendedorismo ao longo da história contempla eras por certo com cada abordagem.

De acordo com a Era Econômica (1870-1940) o empreendedor pode ser visto sujeito inovador e com papel essencial no progresso econômico das nações. Alguns nomes representam particularidades significativas dessa abordagem: Cantillon retrata o "risco" (Cassis e Minoglou, 2005; Murphy, Liao e Welsch, 2006), na sequência Knightian, configurada por Frank Knight, com base nas "incertezas" (CASSIS e MINOGLU, 2005; DAVIDSSON, 2004; HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009; JULIEN, 2010).

Na visão Schumpeteriana, certamente a mais familiar no retrato de Joseph Schumpeter, percebe-se moderna teoria econômica apoiada na "mudança e inovação" com outras habilidades de aplicação de recursos (CASSIS e MINOGLU, 2005; DAVIDSSON, 2004; FILION, 1999; HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009; SCHUMPETER, 1942). Finalmente, há a doutrina Austríaca, salientando que o maior entendimento do

empreendedorismo é necessário o entendimento da ligação entre o empresário e a empresa (CASSIS e MINOGLU, 2005).

De outro lado, a Era das Ciências Sociais (1940-1970) ou comportamental enquanto fundadores McClelland e Collins e Moore, foi a época marcada pela introdução das considerações das áreas de Psicologia, Ciências Sociais ou Psicanálise e demais especialidades do comportamento humano que orientaram sua relevância do empreendedor a pessoa e começaram a apurar suas observações dos traços de personalidade, investigando o comportamento do indivíduo, destacando aspectos psicológicos e sociais do perfil do empreendedor (COLLINS e MOORE, 1964; MCCLELLAND, 1961; 1972).

O destaque do empreendedor no sistema de transformação econômica converte-se em objeto por meio dos sociólogos, conforme Weber (1982) são referidos por suas colaborações, na motivação e na cognição. Os psicólogos concentram-se nas ciências comportamentais e antropológicas, associando o empreendedorismo com comportamento divergente, ligado à cultura (Cassis e Minoglou, 2005) e igualmente aos debates de intenções filosóficos e ontológicos, epistemológicos, além da atenção sobre a sociedade e a natureza humana, que possibilitaram vantagens do empreendedorismo (PITTAWAY, 2005). Os achados resultaram em determinar perfil empreendedor apoiado em suas características pessoais (FILION, 1999; STEVENSON e JARILLO, 1990).

Enquanto a Era de Gestão (1970-atual), por conseguinte, apareceu alterações econômicas, tecnológicas e políticas. Neste cenário, a prática do empreendedorismo transforma em assunto atuante na sociedade. Com isso Murphy, Liao, Welsch (2006) identificam nessa era o apoio interdisciplinar, que envolvem oportunidades, teia de entrada a informações, as causas sociológicas, dentre outros.

Apontam Landstrom e Benner (2010) que de variadas áreas se importam por empreendedorismo, dessa forma o assunto cresceu admiravelmente, todavia esse crescimento não quer dizer concordância, somente fortalece a importância, sistematizado voltada a maior entendimento do fato. Nesse ângulo de compreensão, Julien (2010) salienta a relevância das bases do empreendedorismo que estão relacionadas em espaço mais remotas e duradouras à ciência do comportamento (psicologia, ciência cognitiva), sociologia e economia (BARON e SHANE, 2007; MURPHY, LIAO e WELSCH, 2006).

Nesse sentido, investigadores do empreendedorismo têm concedido definições e teorias das disciplinas comuns e adequado do campo do empreendedorismo e essa referência de outras

áreas é muitas vezes o passo indispensável de gerar espaço que futuramente fortalece definições singulares com conceito particular (LANDSTROM, HARIRCHI e ASTROM, 2012).

Segundo Filion (1999, p. 14) “definir o empreendedor é desafio perpétuo, dada a ampla variedade de pontos de vista usados ao estudar o fenômeno”. Em vista disso, essa investigação não pretende conceituar o tema empreendedorismo de forma definitiva, mas sim, descrever o termo na aplicação nesta.

Visto que dito anteriormente, o empreendedorismo possui olhar interdisciplinar e, a abordagem cognitiva está tendo destaque na explicação do empreendedorismo não só na categoria pessoal, mas do mesmo modo na categoria geral (FERNÁNDEZ *et al.*, 2009).

Dentre os diferentes entendimentos das perspectivas na área do empreendedorismo pode-se sintetizar as principais visões encontradas na obra de Hashimoto (2006) e na finalidade deste estudo, a interpretação da escola psicológica sugere ser a mais pertinente porquanto examina o comportamento e a personalidade, uma vez que o empreendedorismo cognitivo é a seleção teórica adotada no texto.

As buscas sobre o empreendedorismo cognitivo apoiam-se no entendimento da escola psicológica e abrange a maneira que eles decidem e ponderam seus negócios. A visão cognitiva é “uma orientação teórica que enfatiza o conhecimento que as pessoas têm e os seus processos mentais” (MATLIN, 2004). O ensaio da ciência cognitiva (no recorte da abordagem da psicologia cognitiva e da sociologia cognitiva) centraliza sua aplicação do pensamento, percepção e memória e onde as informações são assimiladas e mantidas de maneira sensorial, são alteradas, limitadas, desenvolvidas, armazenadas, restauradas e utilizadas (NEISSER, 1967).

As considerações sobre o empreendedorismo com olhar cognitivo despertaram interesse desde que (Comegys 1976) escreveu o texto sobre os vários papéis cognitivos dos empreendedores (FORBES, 1999; HISRICH *et al.*, 2007; KATZ e SHEPHERD, 2003). Os que apuram o papel próprio dentro desse processo igualmente expandiram em importância, desde então (KRUEGER, 2003; MITCHELL *et al.*, 2007).

As definições relacionadas “empreendedorismo cognitivo” (Busenitz e Lau, 1996) e “cognição empreendedora” (Bird, 1992) passaram a ser utilizada no começo dos anos 1990, o que seria capaz de ser avaliado o começo do surgimento de várias indagações na área.

Percebe-se que o conceito de empreendedorismo cognitivo da premissa dos princípios anteriormente citados, ou tendo em conta as questões psicológicas e comportamentais que atravessam esta ação e as estruturas de conhecimento que as pessoas usam na realização de análises, julgamentos e opções que envolvam validação de oportunidades, a criação e crescimento de empreendimentos (MORSE *et al.*, 2003).

Dentre os sistemas cognitivos próprio aos seres humanos: os tipos de atenção, a linguagem, a percepção, a memória, e atuação organizacional, o processo do decisor está mais diretamente relacionado a este último papel. Os papéis executivos cognitivos referem-se à habilidade de responder de maneira ajustada sob coordenação consciente a outras situações (LEZAK, 2004).

Segundo Lezak (2004) estes métodos não se encontram apenas ao longo de processamento cognitivo, mas da mesma forma nos métodos de preferências pessoais e integrações sociais, que compreendem os pontos motivação e desejo. Desse modo, as funções executivas englobam o comportamento pessoal e social e abrange processos mentais que são divididos em: conceitualização; auto regulação; raciocínio abstrato; resistência à distração; organização e estratégia; flexibilidade mental; e controle inibitório.

Desse ponto, os simpatizantes do enfoque cognitivo, buscam compreender os fatos que sucedem no empreendedorismo, estruturando várias classes de análise que vão das achados sobre os resultados da maneira de interpretar, pensar e aprimorar competência desses (Gatewood *et al.*, 1995; Haynie *et al.*, 2009; Mitchell *et al.*, 2007) a maneira que eles percebem as oportunidades e novos negócios em segmento característico (Sarasvathy, Menon, e Kuechle, 2011) ou reunião de mecanismos e emprego estratégico e competitivo no mercado (ALVAREZ e BUSENITZ, 2001; BINGHAM *et al.*, 2007).

Percebe-se o conceito de empreendedorismo cognitivo da premissa dos princípios anteriormente citados, ou tendo em conta as questões psicológicas e comportamentais atravessando essa ação, estruturas de conhecimento utilizadas em análises, julgamentos e preferências envolvendo validação de oportunidades, criação e crescimento de empreendimentos (MORSE *et al.*, 2003).

Essas ponderações indicam que empreendedores podem ser distinguidos no uso da cognição ao assumirem investigação de novas oportunidades (BUSENITZ *et al.*, 2003). De modo que o processo considera autoeficácia ao firmar e destacar certas competências cognitivas na importante identificação e desenvolvimento do estímulo cognitivo em resposta as

necessidades do empreendimento de maneira a assegurar ótimos resultados (ZIEBA e GOLIK, 2018).

Os aspectos cognitivos do empreendedorismo consoante Shane (2012) é importante, especialmente quando se refere a percepção de imaginação e oportunidades. A memória é o apoio do aparelho cognitivo, Shane (2012) e sem ela, não existiriam recordações do passado, planejar o futuro, ou até memorizar as informações atuais (SARASVATHY *et al.*, 2002).

Estudos empíricos efetuados com esses atores fortalecem a relevância da cognição (Vidigal *et al.*, 2010) processo decisório (KIRTON, 1976). Nessa perspectiva, a abordagem dos aspectos cognitivos é evidenciada pelo que exerce e se expressa, influenciado pelo processo mental, atitude, motivação e percepção (FERNÁNDEZ *et al.*, 2009).

A evolução da capacidade cognitiva do mesmo modo é indispensável nas opções que contemplem risco, onde os empreendedores deverão se sentir capazes de analisar e investigar novos interesses em alguns universos (BUSENITZ, 1999; TIMMONS, 1990).

Nesse sentido, essa situação excede as características específicas e particulares, colaborando consideravelmente no entendimento completo e progresso, “o estilo cognitivo do empreendedor possui relação com os riscos de suas ações e os resultados alcançados nas tomadas de decisões” (VIDIGAL *et al.*, 2011; WELTER e KIM, 2018).

O empreendedorismo cognitivo tem atraído atenção dos observadores desde a proposta feita por Mitchell *et al.* (2002) de repensar o lado emocional (DEW *et al.* 2015; GRÉGOIRE, CORBETT e MCMULLEN 2011; ZHANG, 2020). De forma que Mitchell *et al.* (2002) alude que as cognições são o apoio do entendimento e os indivíduos utilizam em opções que abrange criação, oportunidades, e expansão de novas empresas. Eles decidem com base em sua cognição e percepção, esse papel pode ser observado em ampla gama de fenômenos, tanto quanto a identificação de oportunidades, distribuição de recursos, e desempenho firme (HAYWARD, SHEPHERD e GRIFFIN 2006; ZHANG, 2020).

Com o intuito de escolhas efetivas em clima ativo e ser capaz do volume cognitivo envolvido no sistema, ensaios apontam que tanto gestores, quanto empresários necessitam fortalecer os processos cognitivos e decisórios sob situações de estresse e dúvida na maneira de subsistência a esses modos (Casson, 1997; Mitchell *et al.*, 2000; Simon *et al.*, 2000) e, em particular, na utilização de heurísticas (ALVAREZ e BUSENITZ, 2001; DOANH, 2021).

As escolhas de comportamento sob tais condições raramente são o resultado da avaliação racional, ao contrário, suas escolhas muitas vezes são influenciadas pelo sistema cognitivo dos próprios atores (YENIARAS, KAYA, e DAYAN, 2020; ZHANG, 2020). Entre os vários vieses cognitivos que podem influenciar as preferências individuais, a raiva e o medo são considerados intimamente ligados à avaliação em situações nos processos organizacionais (DE CAROLIS e SAPARITO 2006; KEH, DER FOO, e LIM 2002).

Os atributos psicológicos dos empreendedores influenciam fortemente seus comportamentos e opções estratégicas (FRESE, GEIGER e DOST, 2019; GRÉGOIRE, CORBETT, e MCMULLEN, 2011; SMOLKA *et al.*, 2018).

Desse modo, embora com a abrangência da temática referente ao empreendedorismo e com o conceito apresentada por Shane e Venkataraman (2000), torna-se notório a importância do seguimento, dirigidos a questão do aspecto cognitivo (SHANE, 2012).

Visto que, a temática é resultante da moderna ciência Julien (2010) e os estudos sobre esse assunto são multiformes, mas importantes no entendimento do fato, essas concepções são destacadas. Na sequência, esse processo é revisto, a partir dos objetivos, da qual a base é a área de empreendedorismo.

2.2 Tomada de decisão

A tomada de decisão é formada por componentes do campo do saber, os quais indicam o impedimento de entender algo organizado. Condizente com Saaty (2017), o termo deriva do latim *decidere*, é composto por *de* (finalizar, extrair, parar), que se opõe ao termo *caedere* (que quer dizer cortar, cindir). Considerada literalmente, esse vocábulo expressa “deixar fluir” ou “parar de cortar”.

Frequentemente escolhas demandam ser feitas a todo o momento e encontram-se ante o problema que tem opções ou resoluções. Embora na resolução, tem-se só a seleção a aplicar, decidir ou não. Na perspectiva de Soll, Milkman e Payne (2016) modelos decisórios envolve as inquietações sobre os fundamentos da ação humana, e lembra a conotação entre a razão e a ação.

Nota-se que são percebidos diferentes focos na área proposta dessa tese, caminhando desde o conhecimento baseado em matemática (modelar processos mentais) até algo bem mais abstrato ou misterioso. Ao defrontar-se com a circunstância de seleção complicada, a escolha

melhor seria aquela que mostrasse o resultado ideal e que potencializasse a utilidade desejada. Isso, pode não ser completamente verdade, de maneira que as pessoas não têm a competência de demandar todas as informações disponíveis, nem de qualificar todas as opções, dessa forma, a capacidade de sequência do ser humano, do mesmo modo que o computador, é restrita (SAATY, 2017).

O processo decisório é diário na vida das pessoas, que exige mais de sua capacidade intelectual. A todo o momento os indivíduos têm opções, sejam simples, ou difíceis, tanto na vida pessoal, religiosa, social, profissional, direcionando onde estão e vão, e por vezes não percebem a devida relevância dessa realidade (HUANG, 2012).

Apontamentos importantes foram desenvolvidos por Simon (1959) afirmando que o ato de decidir é essencialmente atividade humana e comportamental. Ela abrange a seleção, consciente ou inconsciente, de ações entre aquelas que são fisicamente plausíveis e aqueles sobre os quais tem influência e autoridade.

Entretanto, o primeiro ato de decidir do ser humano relaciona-se ao choro primitivo no nascimento em decorrência da sobrevivência. A partir daí inicia o processo de desenvolvimento da personalidade que nada mais é que desenvolver potencialidades de autoproteção, autodesenvolvimento ou autodestruição do indivíduo baseadas em suas crenças e valores (MEIRELES e SANCHES, 2009).

No processo decisório é importante perceber o contexto do problema e direcionar hipóteses e soluções válidas da situação identificada. Laroche (1995) afirma que as escolhas são representações sociais. Em virtude disso, as pessoas pensam e agem em conteúdo de como decidem. Fatores éticos, culturais e religiosos podem apoiar diretamente nesse sentido, em concordância com o meio onde vivem.

Percebe-se que do ponto de vista da razão a tomada de decisão é analisada, com o objetivo de esclarecer que são consideradas no aspecto humano de quem escolhe. Do ponto de vista geral, decidir é o ato que leva à ação de escolher entre diferentes alternativas. A seleção destes depende, em grande medida, do seu sucesso ou fracasso, e cobre o risco, a certeza e a incerteza inerentes à seleção e à ação (PEREIRA *et al.*, 2020).

Condizente com Kahneman (1982) as seleções limitam as vidas das pessoas, consciente ou inconscientemente, tendo boas ou más consequências, são as ferramentas essenciais utilizadas ao lidar com as oportunidades, os desafios e dúvidas da realidade. Saber decidir é a

capacidade essencial na vida dos indivíduos. O autor aponta que o processo de escolha dos indivíduos é incerto, alvo que eles estabelecem sob dúvidas.

Coerente a Simon (1959) as seleções são feitas sob diversas condições, de certeza, de incerteza e de risco. As planejadas normalmente apresentam grau de risco menor do que as não planejadas. “A decisão de modo genérico, possui dois objetos: a ação do momento e a descrição do futuro” (SIMON, 1959, p. 254). A ação no momento escolhe o estado de coisas futuras e guia o comportamento em direção à alternativa escolhida. A descrição do estado futuro pode remeter a escolha certa ou errada. Em se tratando das tomadas sob certeza, o decisor tem conhecimento das consequências ou resultados de todas as possibilidades, e pode escolher a melhor dentre as alternativas apresentadas (SIMON, 1959).

Apontado por Simon (1959) as escolhas são algo mais que hipóteses reais, são conceitos, que podem ser verdadeiros ou falsos em sentido prático, do futuro estado de coisas. Por isso, elas têm, semelhantemente, qualidade dominadora, em virtude de escolherem estado de coisa futura em consequência de outro e aconselham o comportamento destinado à possibilidade selecionada apoiado em maior ou menor grau em caminhos que minimiza o pensamento, e a pressão do ambiente encontra dados expressivos sobre o alvo e o contexto da escolha.

Nota-se que o ato de decidir é provavelmente um dos mais importantes na vida organizacional. Os indivíduos nas organizações fazem várias escolhas todos os dias, a maioria das quais complexas (HUANG, 2012). Entende-se que o processo decisório do mesmo modo é constante na vida do gestor, Simon (1959) segue dizendo, que eles se evidenciam por exigir rapidez, e intenção de diminuir o risco e acertar o objetivo. As atividades realizadas pelas organizações, nos seus diversos níveis hierárquicos, são fundamentalmente processos de escolhas e de resolução de problemas.

O processo de decidir na maioria das vezes, não é coisa simples, especialmente levando-se em conta o cotidiano do empreendedor, em que não atingem apenas quem o faz, mas identicamente a empresa. Em várias situações o êxito da organização e de sua atuação deriva de preferências, emprego da razão em decidir, ou seja, de informações ou métodos que identificam qual a estrada a ser percorrida, além de necessitar de tempo e recursos, talvez seja danoso à empresa, Schwarz, *et al.* (2021) junto com Caulley, *et al.* (2021) e Shepherd, *et al.* (2021) vão adiante e indicam alguns componentes que impedem a completa razão, a dúvida, em decorrência do espaço, propósitos mal delimitados, a ausência de compreensão, escassez

de dados, vivência e tempo. Consoante aponta Dean e Sharfman (1996) tudo isso interfere, que quanto mais alarmante a conjuntura, mais desconhecido o meio e menor a razão do modo.

Esses atores que sobrepõem o sistema empresarial restrito e fracionado, utilizando a razão completa e dados divididos nas atividades gerenciais, as dificuldades aparecem disfuncionais e o conjunto de dados muitas vezes delimitam as informações relatadas, apesar de recentemente se tenha elaborado sistemas de simulações na experiência de apressar os resultados da opção. Perante a carência de soluções prontas, o processo decisório acontece de maneira distinta do olhar racional, apoiada na compreensão de aspectos fundamentais ocupando papel essencial (WEST, ACAR e CARUANA, 2020).

No debate sobre a forma que eles decidem no presente, e a maneira que agirão no futuro, Simon (1972) aponta dois tipos de decisões: as programadas e as não programadas. Enquanto as programadas ou estruturadas são recorrentes e habituais, em que foi gerado processo estabelecido de tratá-los, de maneira que não precisem ser analisadas novamente sempre que acontecem, são sempre semelhantes. Elas podem ser usadas em recurso habitual em transformar situações próprias recorrentes.

Consoante a Simon (1972), decisões programadas têm a ver com método psicológicos parcialmente simples, dessa forma entendido ao menos na condição prática. Eles entendem costumes, lembrança e simples manuseio de objetos e símbolos. Já as não-programadas ou não-estruturadas são as novatas, de relevantes resultados e não são bem compreendidas, necessitam de processos psicológicos, emocionais, intuição, atividade custosa, riscos e ânimo e maior capacidade de análise e posicionamento. À vista disso não existirá formas preestabelecidas de atuar no problema por várias causas: não foi mostrado anteriormente, seu universo e disposições precisas são ambíguas ou profundas, ou é tão essencial que é digno de procedimento próprio (SIMON, 1965).

Percebe-se que as situações e experiências tornaram-se bem mais completas, hoje existem mais elementos que interferem no processo decisório que não existiam no passado. A experiência com as situações e esses processos asseguram a maturidade profissional, assegurando maior precisão no decorrer da vida profissional. Cada fase constitui por si só processo complexo (SIMON, 2008).

Os empreendedores no ato da escolha não usam apenas a razão, eles contam significativamente com sua intuição e elas desempenham papel importante nas seleções, incluindo as relacionadas ao negócio (WEST, ACAR e CARUANA, 2020).

Verifica-se que é amplamente disseminada e aceita a ideia de que decidir não se baseia apenas na razão, mas principalmente nas emoções. Cientistas descobriram que se desprovidos emocionalmente, tornam-se completamente ineficazes nesse processo. Descobertas recentes mostram que a inteligência emocional é um dos mais fortes indicadores de sucesso pessoal e profissional (ZALESKIEWICZ e TRACZYK, 2020).

Nem sempre o processo decisório envolve todas as variáveis possíveis, pois se de um lado a capacidade humana de arquivar informação é infinita, por outro a capacidade de processá-la durante o processo é finito, a racionalidade é limitada pelos esquemas que demonstram as experiências consideráveis do sujeito, visto suas crenças e valores, afora as emoções agregadas ao contexto decisório (BARON, 2007).

Cada julgamento pessoal é demarcado em sua racionalidade, Simon (1959) provocou a teoria econômica propondo isso, as pessoas tendem tomar decisões racionais, por tantas vezes não o fazem, por causa das suas limitações cognitivas e pela falta da informação, em tal grau que a maioria das pessoas é somente parcialmente racional, relacionando-se realmente a emocional-irracional no restante de suas atitudes.

A ação decisória é o fenômeno multidisciplinar e onipresente nas organizações e pode ser observada nos níveis individual, grupal e organizacional nas micro e pequenas empresas (HARRIES *et al.*, 2000). E desempenha, no entanto, papel cada vez mais importante, cuja competência cognitiva se reflete na sua capacidade de identificar oportunidades potenciais, de detectar e resolver imediatamente os problemas que enfrenta e de prever e prevenir ameaças futuras (CULKIN e SMITH, 2000).

Nas empresas existe evidentemente complexa rede de opções e ações, enquanto encontra sua identidade na escolha de alternativas, entendendo que elas são mais pertinentes ao contexto do que ações e, portanto, tentando torná-las compatíveis com os objetivos das organizações (MARTÍNEZ *et al.*, 2020).

As escolhas feitas por indivíduos geralmente ocorrem em ambientes onde são dadas premissas, que são aceitas na base da seleção, e o comportamento apenas se encaixa dentro dos limites desses ambientes dados. A função da organização é estabelecer seus membros em ambiente emocional equilibrado que ajude a adaptar suas escolhas aos objetivos da empresa, fornecendo as informações necessárias das preferências (HERNANDEZ e ORTEGA, 2019).

No processo decisório, ainda que a opção necessite ser considerada no presente e tenha acontecido no passado, não obrigatoriamente a mesma maneira de decidir terá efeito

semelhante, embora o tomador e o momento são diferentes, todavia em situações, observando o passado consegue alcançar a desfecho do presente e do futuro (SCHWARZ, *et al.*, 2021)

Nesse contexto as emoções podem guiar o tomador e esse conhecimento pode ser usado na melhoria do processo, Zaleskiewicz e Traczyk (2020) discutem, essa inferência, tema da próxima subseção.

2.3 A influência da emoção na tomada de decisão

A emoção e a tomada de decisão se mesclam, pois conforme Elster (2009) e Saaty (2017) eles têm a capacidade de influenciar na razão. As emoções influenciam, além disso em conformidade com os apontados, na maneira que a cognição e a razão fortalecem suas ações, sua interferência é extensa, por mais racionais que os indivíduos tentem agir, eles raramente o serão.

Entende-se que as emoções se tornaram a tempo apontadas, tão imensas e importantes que em latim, por exemplo, *emovere*, significa energia em movimento. Isso mostra que as emoções existem, movimentam a vida das pessoas, altera comportamentos e circunstâncias de oscilações (HAIDT, 2003).

De maneira ampla, as emoções são capazes de ser estabelecidas em grupos característicos e firmes de explicações cognitivas e fisiológicas processadas por conjuntos cerebrais, no planejamento do corpo e ato da comunicação social (Damasio, 2003; Lang, 1995; Lazarus, 1991). Os comportamentos emocionais são capazes de ser qualificadas transversalmente por descrição abstrata, explicação fisiológicas e análises de atitude (LANG, 1995).

Em concordância, Braley (1994) as práticas humanas são capazes de ser descritas por meio de duas proporções afetivas fundamentais, o valor e o sinal. O valor relaciona-se ao constante qualificativo que muda de categorização de descontentamento (desfavorável) ou contentamento (favorável), movendo-se pela categorização imparcial. Logo o sinal relaciona-se ao que muda da serenidade à investigação. A resposta emocional a estímulo suporta ser categorizada segundo o valor e segundo o sinal.

Na perspectiva de Nussbaum (2004) além de identificar às emoções a atitude motivacional, segue mais distante e reconhece que emoções claramente semeadas e preparadas podem orientar a razão no processo decisório. Selecionar significaria então, competência estabelecida na divisa entre emocional e racional.

Retratar a definição emocional não é tarefa simples, por pesquisadores do campo da neurologia e da psicologia, em que o significado em pauta é pensado, a quantia de termos vigentes e a parcialidade próprios ao assunto instigam a seleção formal de um só significado. Sob igual ponto de vista Izard (1997) o conceito integral de emoção, tem de apontar três ponderações: a vivência ou sentimento conhecedor de emoção, os métodos que acontecem no cérebro ou no conjunto neural e os modelos de demonstração.

Acompanhando esse pensamento Ekman, *et al.*, (2005) declara que as emoções são itens do desenvolvimento e explicações técnicas de certo tipo na preservação de sua continuidade. Ante esse entendimento, elas são automáticas: é plausível eliminá-las, mas não as impossibilitar de acontecer. Os sistemas nervosos cercam a emoção e os retornos da razão responsáveis, as emoções aparentam envolver o sistema lógico e o livre-arbítrio. Emoções aparentam apenas “ocorrer” e não são capazes ser definidas somente pelo desejo. Apesar da relevância ser capaz de ser anulada, o sentimento continuará; elas conseguem meramente ser comprovadas, ao impedir os incentivos que as provocam (EKMAN, *et al.*, 2005).

A observação no modelo decisório era campo predominantemente orientado na cognição (Schwarz, 2000). No entanto, seguindo especulações de Johnson e Tversky (1983), o interesse na interação emocional e racional cresceu em ambos os aspectos comportamentais da literatura (Oatley *et al.*, 2011) e organizacional (Forgas e George, 2001).

Pode-se constatar em Plutchik (2003) a emoção desencadeada e experimentada de fora inconscientemente, a experiência subjetiva, associada ao temperamento, personalidade e à motivação. Num conceito mais amplo, é o impulso neural que move o organismo na ação, sendo soluções neurais de estímulos externos (SBIE, 2017).

As emoções Haidt (2001) define na qualidade de “estados” mentais e fisiológicos que trazem muitas reações motoras e glandulares, e alteram a aprendizagem e o comportamento. Podem ser conceituadas quanto a reações afetivas agudas, momentâneas, desencadeadas por estímulos significativos.

Consistindo, a emoção no estado afetivo intenso, de curta duração, originado geralmente reação do indivíduo a certas excitações internas ou externas, conscientes ou inconscientes (FRIJDA, 1988; LAZARUS, 1991). Enquanto adaptações únicas, Bechara, Damasio e Damasio (2000) definem que ela integra o mecanismo com o qual o organismo legitima sua sobrevivência orgânica e social, em poderoso mecanismo de aprendizagem:

As emoções fornecem aos indivíduos comportamentos voltados para a sobrevivência e são inseparáveis de nossas ideias e sentimentos relacionados com a recompensa ou punição, prazer ou dor, aproximação ou afastamento, vantagem ou desvantagem pessoal etc. na medida em que a base neural desses eventos nos permite distinguir três etapas de processamento que fazem parte de um contínuo: estado emocional, que pode ser desencadeado e executado inconscientemente; estado de sentimento, que pode ser representado inconscientemente, e estado de sentimento tornado consciente, isto é, que é conhecido pelo organismo que está tendo e sentindo (BECHARA, DAMASIO e DAMASIO, 2000, p. 298).

Por meio da educação advindas de sensores biológicos, as emoções são programadas e torna-se precursores em outros seres com vida social, embora sem a mesma complexidade humana. Ressalta-se, as emoções resultados da soma de retornos químicas apoiados nas lembranças emocionais de cada indivíduo, e aparecem baseadas nos caminhos neurais e hormonais causados quando o cérebro percebe incentivo externo (BECHARA, DAMASIO e DAMASIO, 2000).

Em consonância a Damasio (2000) a emoção é o componente biológico do comportamento humano e se classificam em três categorias: primária, secundária e de fundo. As emoções primárias denominadas básicas, fundamentais ou universais, nos achados de Darwin e seus seguidores, são aquelas comuns e fazem parte da constituição de todos os seres humanos, são elas: alegria, aversão, medo, raiva, surpresa e tristeza. As emoções secundárias ou sociais, são aquelas aprendidas e são mais complexas, envolvem o pensamento, fatores socioculturais e incorporada a memória passada, sendo observadas como boas ou ruins incluem admiração, compaixão, ciúme, culpa, orgulho, desprezo etc. E, finalmente, há o que Damásio (2000) denomina emoções de fundo, são consequências de combinações de reações regulatórias, abrange bem-estar ou mal-estar, calma ou tensão.

Entende-se que as emoções primárias envolveriam disposições inatas de responder a certas classes de estímulo, controladas pelo sistema límbico (DAMASIO, 2004). As emoções secundárias seriam aprendidas e envolveriam categorizações de representações de estímulos, associadas a respostas passadas, avaliadas em boas ou ruins. As estruturas do córtex cerebral seriam o substrato neural das emoções secundárias, mas a expressão dessas emoções envolveria, as estruturas do sistema límbico. Apesar desta inter-relação, essas duas formas são distintas. Isto fica claro ao diferenciar-se o sorriso espontâneo daquele intencional (LAZARUS e COHEN-CHARASH, 2001).

Nesse prisma as relevâncias de Damasio *et al.*, 2000; corroboram com Ekman (2007) sobre a existência de seis emoções básicas: alegria, aversão, medo, raiva, surpresa e tristeza. Elas têm características e expressões únicas, mas que são expressas de forma semelhante em diversas

culturas, assumem papéis específicos e adaptativos, em virtude de permitir alterar o comportamento, influenciar processos decisórios, alertam ao perigo, desempenhando dessa forma papel importante na vida dos indivíduos e nas organizações.

Emoções possuem a capacidade de ativar certos comportamentos. Em momentos específicos, a raiva pode levar o pacifista a lutar; a tristeza pode levar o forte a chorar; e o medo pode fazer o bravo se amedrontar. Em outras palavras, as emoções são capazes de colocar de lado todo o aprendizado, cultura, convicção ou estilo da pessoa. Comportamentos de fuga ou luta exigem demandas fisiológicas diferentes do comportamento necessário, por exemplo, cuidar da criança (EKMAN, 2007).

Todas as emoções originam sentimentos, mas o contrário não é verdadeiro. Sentimentos de fundo (*background*) são aqueles sentimentos que não têm origem nas emoções, visto que elas são respostas complexas que convergem nos componentes mentais, fisiológicos e motores. O elemento mental vivenciado delas é o que se conhece por sentimento. Isto pertence ao mundo privado interno, que dá acesso apenas a quem o experimenta. No outro extremo, por assim dizer, elas possuem vertente pública, exposta no exterior (DAMASIO, 1994).

Desta forma, a emoção está intimamente associada à memória; ou seja, ao contexto em que é adquirida na experiência individual (DAMASIO, 2004). As opções de escolha são influenciadas, pensadas ou sentida pelos indivíduos, aponta Singh (2018) que nesse sentido o cérebro identifica situações e fatores emocionais determinantes nas ações.

Ressalta-se os fatores que influenciam as decisões sendo prós e contras e influenciados pela memória das experiências de eventos passados e as emoções sentidas durante esses, equivalendo ao emocional na atuação do ambiente cognitivo do processo (SINGH, 2018).

Em conformidade, esses decisores, dedicam-se em processos cujos alvos acompanham e pelo qual empenham-se. Na procura de suas intenções, consciente ou inconscientemente, serão sujeitos a ter certas atitudes. Por conseguinte, é essa procura que os impulsiona a tomar decisões, a programar suas condutas vindouras e a proceder (BAGOZZI e DHOLAKIA, 1999). Nesta perspectiva as emoções são espécie de parâmetro de que os propósitos podem ser alcançados ou não, e atuam na referência usada na escolha de permanecer ou suspender com ato (HANOCH, 2002).

Consoante a Oatley (2021) é tão veemente no que concerne aos próprios propósitos, e declara que toda intenção ou objetivo dispõe do procedimento de acompanhamento considerando os acontecimentos importantes. Em situação de modificação, a possibilidade de alcançar

propósito e o procedimento “revela” o sistema cognitivo organizado em transformação. Os indivíduos provam esses “indícios” e a condição de “agilidade” e denomina-se de emoção.

Aponta Haidt (2003) ter consciência da maneira que o indivíduo reage e se sente diante de cada emoção, sendo primordial recuperar-se de algo emocionalmente negativo. Esse processo é fundamental na manutenção do equilíbrio emocional. As emoções são reações inconscientes.

As escolhas são afetadas pelas emoções das pessoas em dois sentidos, primeiro os sujeitos antecipam e têm em conta as suas emoções e segundo a forma que isso pode afetar as suas escolhas (inteligência emocional). As investigações recentes têm demonstrado que as emoções imediatas desempenham papel importante ao decidir (HAIDT, 2003).

No entendimento de Simon (2008) emoção é o conjunto de resultados químicos e neurais baseadas nas memórias emocionais, e aparecem quando o cérebro recebe estímulo externo. Evidencia-se Ekman (2007) que as emoções trazem comportamentos permitindo a sobrevivência do indivíduo frente a estímulo externo, e incentiva-o a fazer algo e a se proteger.

Entende Franco (2014) que a emoção afeta o julgamento e a tomada de decisão, alterando o comportamento dos decisores e vai mais além: diferentes emoções influenciam de maneira distinta os sujeitos, as positivas interferem diferente das negativas. De forma que, no momento da escolha, o sistema cognitivo com base nas crenças registradas no inconsciente faz interpretação da realidade que gerenciará as emoções produzindo pensamentos automaticamente.

As experiências do indivíduo desenvolvem sistema de esquemas e de crenças básicas, localizado em nível inconsciente. Pois, o que ele pensa no momento em que os eventos acontecem, vai determinar as emoções que vai sentir (raiva, medo, tristeza) e essa determinará o comportamento que terá (seguir, desistir, reagir, fugir) (FRANCO e SANCHES, 2016).

Na perspectiva deste estudo foram escolhidas as emoções primárias que estão entre aquelas percebidas ambientes organizacionais: alegria, aversão, medo, raiva, surpresa e tristeza (DAMASIO, 2004; LAZARUS e COHEN-CHARASH, 2001).

Acredita Ekman (2007) no esforço encarregado da emoção primária raiva, de conduzir o indivíduo a agir e vencer as dificuldades de maneira positiva ou negativa. Ela causa

expectativas e desejos frustrados, embora importantes na resposta do sujeito às circunstâncias que estão atrapalhando sua vida.

No ambiente organizacional a raiva é comumente experimentada (Averill, 1982) e fonte de situações frustrantes e indutoras de ações comportamentais. Aqueles cuja atividade é interagir com outras pessoas, por exemplo, sentem raiva nessa esfera, com mais frequência do que qualquer outra pessoa (ALLCORN, 1994; SLOAN, 2004).

Nas organizações, as causas da raiva são injustiça real ou percebida (Weiss *et al.*, 1999) e comportamento repreensível de terceiros, incompetência nos afazeres, arrogância, grosseria, humilhação pública e abuso emocional (FITNESS, 2000). Sendo a raiva real na vida organizacional, essa continua a atrair o interesse e especulações (Bachkirov, 2015; Gibson e Callister, 2010) e seus efeitos constituem área emergente de investigação (COGET *et al.*, 2011). Nesse sentido, propõe-se a seguinte hipótese:

H1a: A proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada não difere de 95% ao nível de significância de 0.05.

Os indivíduos expressam medo, ao se deparar com situação perigosa que ameaça seu bem-estar. Essa acontece em decorrência da antecipação do dano físico ou psicológico (EKMAN, 2007).

As emoções com valorização negativa e positiva são necessárias: as primeiras porque fornecem motivação na revisão dessas estruturas; as últimas porque aumentam a capacidade de conduzir o processamento cognitivo necessário. Argumentos semelhantes são apresentados na literatura sobre a capacidade de raiva e medo de gerar mudanças comportamentais está ligado ao argumento de que tal mudança requer energia emocional (SINGH, 2018; ZOLLO *et al.*, 2017).

Verifica-se que o medo é frequentemente experimentado pelos empreendedores (Skinner, 2004) e tem forte impacto no desempenho organizacional (Baruch e Lambert, 2006). Entre suas interferências estão a mudança organizacional (Flam, 1993), processos decisórios, avaliações de desempenho, confrontos, represálias (Jackman e Strober, 2003) e violência (Vickers, 2010). Como a raiva, o medo exerce efeitos identificáveis nos atos de decidir desses empreendedores (BACHKIROV, 2015; TSAI e YOUNG, 2010).

As pessoas estão sujeitas a sentir raiva e medo, tendo em vista que o indivíduo determina relações afetivas em todos os níveis da vida e inclina-se a criar expectativas, que quando não são atendidas, a raiva e o medo podem se revelar (SINGH, 2018).

A contribuição do entendimento das consequências da raiva na tomada de decisões estabelece que eles ativam o processamento mais profundo, embora tradicionalmente vista como emoção negativa (Lazarus, 1991), a raiva exibe propriedades típicas das emoções positivas (BACHKIROV, 2015; LERNER e TIEDENS, 2006). Além disso, prevê-se que as teorias de avaliação cognitiva veem a raiva e o medo como principais emoções que influenciam a tomada de decisão errada e essa hipótese será testada.

As experiências adquiridas ao longo da vida, Bechara, Damasio e Damasio, (2000) defende essa hipótese de que são classificadas de agradáveis ou desagradáveis, dão origem a sinalização de natureza positiva ou negativa do mecanismo do “marcador somático”. Posteriormente, no processo decisório, o organismo recorre a este mecanismo e elimina ou seleciona hipóteses, de tal forma que apenas o pequeno conjunto de opções é finalmente objeto de análise “racional”:

Em suma, os marcadores somáticos são um caso especial do uso de sentimentos que foram criados a partir de emoções secundárias. Estas emoções e sentimentos foram ligados, por via da aprendizagem, a certos tipos de resultados futuros ligados a determinados cenários. Quando um marcador somático negativo é justaposto a um determinado resultado futuro, a combinação funciona como uma campanha de alarme. Quando, ao invés, é justaposto um marcador somático positivo, o resultado é um incentivo (BECHARA, DAMASIO E DAMASIO, 2000, p. 301).

Moldada pela emoção, a tomada de decisão, não perturba os processos racionais, mas denota ser forte auxiliar desse, funcionando a partir da rotina inconsciente que suprime ou escolhe determinadas opções em função da possibilidade de vir causar ao indivíduo sensações agradáveis ou desagradáveis (DAMASIO 1994; GREENE e HAIDT 2002).

Equivalendo a cognição o componente essencial da atuação humana que se acha percebido nos assuntos mais demandados pela psicologia. Com tal intensidade no contexto da vida pessoal e profissional, as escolhas compõem o presente e possibilitam o futuro, no comando da empresa no assumo de riscos e competência em decidir sendo particularidades significativas e examinadas no presente (GREENE e HAIDT 2002).

Na compreensão de Razavi, Shaban-Azad e Srivastava (2002) as decisões relevantes incluem conjuntos requintados, auxiliando na consideração e imposição, em situações mais notáveis que outras e integralmente decisivas, de maneira, na atualidade e no amanhã da empresa, necessitam de vivência, compreensão e percepção incomum.

Alguns estudiosos, ao longo do tempo orientam a conservar o emocional no meio empresarial e a saber reconhecer as emoções; dentre eles, Henry Mintzberg, e Peter Senge, que na ocasião diretor do *Organizational Learning Center* do MIT, aconselhou as pessoas que se apoiam somente no entendimento, ou seja, aqueles que tem elevado grau de controle pessoal, não são capazes se optar entre emocional e racional, ou em meio ao coração e a mente. Além da mente analítica, são utilizadas, identicamente as emoções e intuição, a inteligência habilita-se a caminhar em momentos e prováveis circunstâncias regresso da melhor resposta e menor limite provável (EKMAN, *et al.*, 2005).

No domínio das opções gerenciais, o papel crítico emocional foi enfatizado pela primeira vez há décadas (Simon, 1987) desde então, mostrou que, nas organizações, a emoção influencia a variedade de resultados relacionados ao desempenho, por exemplo, qualidade de escolher (Staw e Barsade, 1993), de ordem econômica, estratégica (Kim, 2012) tática (Kustubayeva *et al.*, 2012) e escalada de comprometimento (HARVEY e VICTORAVICH, 2009).

Traçando contraponto de Damasio (1994) a Goleman (1997) observa-se que a mente emocional desencadeia ações mais rápida que a racional, pois estimula, no cérebro, o mecanismo da sobrevivência. Desse modo, as emoções igualmente colaboram na escolha, tornando-se até grande fonte de informação.

No entender de Goleman (1997) o ser humano possui duas mentes, a racional e a emocional, que constituem as formas de conhecimento que interagem na construção da vida mental. A mente racional é o modo de compreensão de que o ser humano tem consciência, é mais atenta e capaz de ponderar, refletir e fazer ligações lógicas, enquanto a mente emocional age irrefletidamente, excluindo a reflexão ponderada e analítica, que caracteriza a mente racional. O autor defende na mesma obra: “A mente emocional responde evocando os sentimentos que acompanharam o acontecimento recordado e reage ao presente em vista do passado” (GOLEMAN, 1997, p. 30).

A problemática emocional faz breve abordagem à questão decisória, quando menciona Haidt (2003) tradicionalmente ela é enfatizada pela racionalidade, mas será disparate ignorar-se que o estado emocional da escolha não tem influência. No processo é necessário considerar “o coração” e “a mente” e integrar as emoções, caso contrário a análise ficaria incorreta ou imprecisa.

De fato, cientistas psicológicos afirmam que as emoções são o motor dominante das escolhas mais significativas na vida (EKMAN 2007; FRIJDA, 1988; KELTNER e LERNER 2010;

LAZARUS 1991; LOEWENSTEIN *et al.*, 2013; LOEWENSTEIN e LERNER, 2003). Argumentos apontam o impacto dos fatores emocionais envolvidos no processo decisório dos empreendedores, isso devido ao conjunto de emoções presentes no cotidiano das empresas (CULKIN e SMITH, 2000; HARRIES, MCEWEN, e WRAGG, 2000; MARTÍNEZ *et al.*, 2020; MURTHY e PAUL, 2016; OLSEN *et al.*, 2018).

As emoções influenciam os processos e comportamentos que se referem à percepção mais extensa das atividades da empresa, tais emoções encontram-se presentes na micro e pequena empresa. O papel de emoções, ademais tem a capacidade de informar o contexto de processos de negócios empresariais e resultados deste fim (CULKIN e SMITH, 2000). Estes impactos na compreensão de Harries *et al.*, (2000) podem ser diretas ou indiretamente percebidos, por meio de reorganização de status, relacionamentos e dinâmica de interação entre os membros da empresa.

Alguns autores explicam o papel potencial do emocional no processo (CARDON *et al.*, 2012; HU *et al.*, 2017). Essas descobriram, que diferentes estágios do empreendedorismo são influenciados pelo emocional e racional (Cardon *et al.*, 2012), e existem diferenças significativas no impacto dos tipos de emoções na avaliação das oportunidades (Wolfe e Shepherd, 2015). Apontado por esses o papel de diferentes tipos de emoções na relação entre cognição e comportamento (DOERN e GOSS, 2013). Na verdade, as emoções que o indivíduo ou equipe tem sobre esse fato incluem emoções primárias e secundárias (Wolfe e Shepherd, 2015) e diferentes reações emocionais do indivíduo têm efeitos distintos nos resultados comportamentais.

Levando em consideração os argumentos assinalados, se propõem a seguinte hipótese:

H1b: A proporção de empreendedores que têm a raiva ou o medo como principais emoções que influenciou tomada de decisão errada não difere de 99% ao nível de significância de 0.05.

A diferença dos processos decisórios por gênero é assunto com pontos de vistas diferentes entre os autores. Consoante com Gill, Stockard, Johnson e Williams (1987), as mulheres são mais movidas pelo ambiente, procurando informações e dispensam mais tempo quando decidem (DE ACEDO LIZÁRRAGA, DE ACEDO BAQUEDANO e CARDELLE-ELAWAR, 2007). Aponta Wood (1990) os homens agem ao oposto, sendo mais atuantes, assertivos, objetivos e realistas (DE ACEDO LIZÁRRAGA, DE ACEDO BAQUEDANO e

CARDELLE-ELAWAR, 2007; KANZE *et al.*, 2013; SHINNAR, GIACOMIN e JANSSEN, 2012).

Porém, (Gatewood *et al.*, 2003; Welch, 2002) destacam que os estilos de tomada de decisão masculino e feminino são rótulos e na verdade percebe-se que nas organizações os empreendedores utilizam-se de ambos atributos. No gênero masculino, os traços principais consistiriam na urgência na ação com fundamento em escassas informações disponíveis, sem consultar outras pessoas e analisar possíveis opções (AHL, 2006). Já no gênero feminino, os traços consistiriam na desaceleração na ação em função da utilidade de consultar alternativas, procura por informações que apoiem a decisão, análise de opiniões e apreensão com os custos envolvidos (CROSON e GNEEZY, 2009).

Todavia, Johnson e Powell (1994) reconsideraram a literatura de tomada de decisão dos empreendedores e deduziu que as indicações sobre as diferenças de gênero não eram precisas. Enfatizando essa opinião, não houve diferenças significativas entre os gêneros em estudos que examinaram a tomada de decisão nas organizações feitas por Chaganti (1986) e (Powell e Ansic, 1997). Ainda estudos de (Hudgens e Fatkin, 1985; Johnson e Powell, 1994) referidos por (ECKEL e EGROSSMAN, 2008; FRANCIS *et al.*, 2015; LANGOWITZ e MINNITI, 2007) concluíram que homens e mulheres são igualmente afetados pelos fatores emocionais nos processos decisórios (JEONG e HARRISON, 2017; KANZE *et al.*, 2018; SHINNAR, GIACOMIN e JANSSEN, 2012) ou seja são igualmente capazes de processar e reagir as condições de informação e tendo a raiva como interferência no momento da decisão de ambos, referindo-se inclusive percebida na decisão errada, presumida a hipótese a testar:

H1c: Não há diferença significativa entre a proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada considerando o gênero do respondente ao nível de significância de 0.05.

Verifica-se que o medo é frequentemente experimentado na atividade profissional (Skinner, 2004) e tem forte impacto no desempenho organizacional (BARUCH e LAMBERT, 2006). Entre seus antecedentes estão a mudança organizacional (Flam, 1993), avaliações de desempenho, confrontos, represálias (Jackman e Strober, 2003) violência (Vickers, 2010) em que a raiva e o medo têm efeitos identificáveis nas seleções (TSAI e YOUNG, 2010).

Do ponto de vista da avaliação desse princípio (Smith *et al.*, 1985) essa hipótese se baseia na teoria que o medo envolve a percepção de que a situação (isto é, fatores externos) tem

influência maior do que o indivíduo (isto é, fatores internos) nos resultados (LERNER e KELTNER, 2001). O medo evoca sentimentos de fraqueza e impotência sobre evento futuro (Shaver *et al.*, 1987) e superestimação da probabilidade do resultado ruim (Bar-Tal, 2013) ou a quantidade de risco na situação (HUANG, SOUITARIS e BARSADE, 2019; LERNER e KELTNER, 2001).

Pesquisas anteriores oferecem evidências que apoiam essa hipótese. Por exemplo, em dois estudos empíricos sobre empreendedorismo, maior medo do fracasso foi associado a avaliações menos favoráveis de decisões empreendedoras e menor tendência de explorar essas oportunidades (GRICHNIK, SMEJA e WELPE, 2010; WELPE *et. al.*, 2012). Isso apoia a ideia de que o medo pode influenciar a tomada de decisão errada dos empreendedoras e, conseqüentemente, reduz a possibilidade de acerto nos processos decisórios. Em resumo, o medo influencia os processos envolvidos na escalada do comprometimento ou nas decisões do empreendimento por meio de avaliações (RUSSELL, 2003; TSAI e YOUNG, 2010).

Além disso, o medo pode motivar a ação empreendedora quando os atores tentam atrasar ou evitar o fracasso ou sair da situação de fracasso (CACCIOTTI e HAYTON, 2015; HUANG, SOUITARIS e BARSADE, 2019). Isso ocorre porque o medo gera foco nas perdas (Camerer, 2005) e tem sido associado à redução do acerto e da falta de exatidão nos processos decisórios (DE CASTELLA, BYRNE e COVINGTON, 2013). Postula-se que o medo acarreta conseqüências negativas nos empreendimentos, pode-se prever que haverá relação na conceituação da influência do medo na tomada de decisão errada pelos empreendedores (MITCHELL e SHEPHERD, 2011).

Decorrendo que a alegria afeta os resultados organizacionais (Fisher, 2010), associado à promoção profissional, dinheiro, valorização e relações sociais agradáveis na função (LAZARUS e COHEN-CHARASH, 2001). Embora alguns achados tenham explorado os efeitos da alegria na cognição organizacional (Van Kleef *et al.*, 2004), nenhuma tentativa sistemática foi feita ao investigar possíveis vieses que essa pode causar no complexo ato de escolha.

Apontado por Chen *et al.* (2018) e Sadler-Smith (2016) o viés cognitivo influencia a emoção e afeta a escolha individual do empreendedor. Os fatores emocionais desempenham poderoso papel tanto na facilitação quanto na introdução de induções nesse sentido (DIBB *et al.*, 2021; ZHAO, 2020). Entender as emoções Olsen *et al.*, (2018) e seu comportamento pode contribuir

em administrar melhor as reações comuns que podem influenciar o cotidiano das micro e pequenas empresas.

Face ao exposto, a hipótese relativa ao medo é proposta do seguinte modo:

H1d: O medo é a segunda principal emoção que mais influenciou a tomada de decisão errada por empreendedores.

A literatura sobre emoções e organizações, apoiou-se sempre na individualidade do sujeito (CULKIN e SMITH, 2000; HARRIES, MCEWEN, e WRAGG, 2000). Essas abordagens apresentam-se em oportunidades importantes na realização de novas investigações neste campo (MARTÍNEZ *et al.*, 2020). Apesar da atenção acadêmica em torno do impacto das emoções na tomada de decisão dos empreendedores (Härtel e Page, 2009; Weiss e Cropanzano, 1996), a literatura organizacional pode ser explorada.

Os autores ora expostos constituíram o pilar teórico que sustentou o percurso argumentativo e propositivo na construção e embasamento da atividade em campo, que possui sua operacionalização descrita na próxima seção.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A definição do método de investigação é o que garante a execução do procedimento. Conforme Lakatos e Marconi (2017) método é o agrupamento das ações ordenadas e racionais que, com maior garantia e economia, possibilita chegar no propósito, conhecimentos úteis e verdadeiros, delineando o caminho a ser empregado, percebendo erros e contribuindo com as preferências do pesquisador.

Esta seção aborda os métodos e técnicas que foram utilizadas na realização e explanação dos critérios de escolha dos respondentes e dos instrumentos de coleta e técnica de análise dos

dados. A partir dos objetivos e fundamentação teórica são descritas as utilizações metodológicas adotadas na ocorrência das análises.

3.1 Caracterização da pesquisa e método

Na compreensão de Stake (2011) a pesquisa é a ação orientada na solução de problemas, por meio da aplicação de processos científicos, parte do princípio da dúvida ou problema e, com a utilização do método científico, busca a resposta ou solução.

Com objetivo descritivo destaca-se na manifestação e análise de acontecimentos procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los, buscando analisar fatos e/ou fenômenos, fazendo descrição detalhada da forma que tais fatos e fenômenos se apresentam. Os fundamentos teóricos dessa classificação são construídos depois da análise de dados empíricos e aprimorados a posteriori, recomenda-se que utilizem informações obtidas por meio de métodos exploratórios (CRESWELL, 2014).

A análise descritiva requer do investigador o conjunto de informações sobre o que (objeto e objetivo) deseja perceber, esse tipo objetiva descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 2006). Além disso, permite a identificação de ações relevantes na obtenção de dados adicionais que auxiliem numa melhor elaboração de hipóteses a fim de verificar cada uma delas apontadas e sua aplicabilidade em âmbito geral a serem testadas em outros métodos e técnicas.

Desta maneira, o ensaio apresentado, quanto a sua natureza, pode ser classificado em aplicado, devido ao seu objetivo de gerar conhecimentos próprio a aplicação prática e conduzir à solução de problemas específicos, por meio da verificação das emoções primárias que interferem na tomada de decisão dos empreendedores.

Com relação a seus objetivos, essa obra possui caráter exploratório e visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito e construir hipóteses (CRESWELL, 2014).

Vale ressaltar que esta elaboração buscou demonstrar a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores e constatar que a raiva e medo influenciam negativamente. Apesar de testar hipóteses, é exploratório e caracteriza-se por pesquisa aplicada (SNAPE e SPENCER, 2003).

Utilizou-se do estudo de campo, por meio da técnica de *survey*, que consiste na solicitação de dados de quantitativo expressivo de participante sobre a problemática em questão. Por sua vez, a *survey* visa questionar exatamente os sujeitos cujo comportamento está sendo investigado, se qualifica procedimento onde as informações são obtidas sobre população-alvo, normalmente, via questionário que atende à caracterização de levantamentos descritivos proposta por Babbie (1999: p.96): “*Surveys* são frequentemente realizados próprio a permitir enunciados descritivos sobre a população, isto é, descobrir a distribuição de certos traços e atributos”.

O método traduz-se no componente que oferece credibilidade e autenticidade a indagação empírica. Condizente com Denzin e Lincoln (2018) têm sido qualificados pelo tipo de dados coletados e pela análise feita. Do ponto de vista da sua abordagem, acompanha a suposição dos métodos de análise qualitativa e quantitativa.

Ao mesmo tempo que a abordagem quantitativa acompanha o padrão clássico, a abordagem qualitativa segue o padrão alternativo (DENZIN e LINCOLN, 2018). O padrão clássico aponta a concepção da presença da existência externa que pode ser interpretada de maneira concreta, da quais as apurações podem ser apresentadas e desenvolvidas, podendo ser provável alcançar exatidão universais (HAYATI, KARAMI e SLEE, 2006).

Além do mais, o padrão clássico declara que as definições da teoria devem ser apoiadas em algo perceptível e os discursos científicos devem ser suscetível de serem confirmadas (FLICK, 2009; SYMON, 2012). Por outro lado, o padrão alternativo justifica a concepção de que as abordagens puramente quantitativas não são razoáveis, o que proporciona a aplicação de abordagens qualitativas no trabalho, as quais procuram perceber os propósitos e significados dos atos humanos (DENZIN e LINCOLN, 2018; FLICK, 2009).

Em conformidade com Aliaga e Gunderson (2002) pode-se compreender análise quantitativa “explicação de fenômenos por meio da coleta de dados numéricos que serão analisados em métodos matemáticos (em particular, os estatísticos)”. Identifica-se então, que esse tipo procura certeza nos resultados, com a finalidade de evitar enganos na investigação e análise das informações, constituindo maior confiabilidade em relação às deduções alcançadas.

A pesquisa quantitativa prevê a medição de variáveis predeterminadas, buscando averiguar e esclarecer sua influência sobre diferentes variáveis por meio de investigação da regularidade de incidências e correlações estatísticas, nessa lógica o pesquisador expõe, esclarece e prevê (ALIAGA e GUNDERSON, 2002). Dessa forma justifica-se esta abordagem, visto que neste

trabalho são testadas hipóteses e examinadas as significâncias resultantes do modelo proposto, foram utilizadas técnicas estatísticas.

Enquanto na qualitativa justifica-se em informações compiladas nas atuações interpessoais, na cumplicidade dos acontecimentos dos informadores, consideradas de acordo com a importância que tais dão às suas ações. O investigador envolve, entende e distingue (FLICK 2009).

O método qualitativo é utilizado na interpretação de fenômenos realísticos, vivenciais, históricos, grupais ou sociais, tal interpretação é oferecida pela interação entre a observação e a formulação do conceito, entre o desdobramento teórico e empírico, e entre a explicação e a percepção (FLICK 2009; YIN, 2015).

Na percepção de Triviños (2006) a qualitativa proporciona ambiente natural e fonte direta das informações e tem a atenção com o processo, investigando seus dados por indução, cujo significado é o foco essencial desta abordagem.

Na qualitativa o uso de técnicas demonstra ser crescente no campo das Ciências Sociais Aplicadas. A diversidade de técnicas disponíveis traz ao pesquisador boa flexibilidade que pode gerar melhor adequação entre técnica e características (problema, objetivos, objeto), inclusive com a possibilidade de combinação com métodos quantitativos (DENZIN e LINCOLN, 2018; SYMON e CASSELL, 2012).

Destaca Leite (2015) que o uso do método advém da natureza ou da hegemonia dos processos que envolvem, os dados são colhidos na execução de tabelas com propósito de caracterizar a forma que estes dados se comportam na amostra verificada.

De maneira sucinta e pedagógica, o método quantitativo pressupõe o universo de itens de apuração que são confrontados entre si, ao tempo que usa de indicativos numéricos sobre certo fato apurável. Ao mesmo tempo que, o método qualitativo aplica-se ao ambiente de percepção, sentidos, causa, pretensão, crenças, valores e ações, o que equivale a realizar científico concentrado nos casos, nos processos e nos fatos que não podem ser tratados pela operacionalização de variáveis (MAXWELL, 2009).

Desse modo o presente ensaio equivale a avaliação desenvolvida com base na escolha do método misto (quantitativo e qualitativo). Partindo dos dados quantitativos que foram coletados e interpretados, logo depois os dados qualitativos. Finalmente, os dados (quantitativo) foram analisados de maneira sistemática.

Condizente com Creswell (2014) a mescla de dados quantitativos e qualitativos proporciona compreender melhor o problema de pesquisa ao juntar tanto predisposições numéricas amplas da quantitativa, quanto particularidades da qualitativa.

Esta riqueza combinatória levou no método qualitativo a utilizar a Técnica do Incidente Crítico (TIC) com o objetivo de identificar as emoções primárias que mais influenciam as decisões dos empreendedores, visto que abordagem quantitativa avaliativas possibilita a aproximação inicial com o objeto de avaliação. Enquanto o método quantitativo, foi realizado por meio do software Determinante Causal (DC) que coletou as preferências dos respondentes que foi identificar os fatores causais e o fator principal ou causa raiz da decisão que mais se arrependeu dentre os fatores que são as emoções primárias.

3.2 Instrumento de coleta

Os instrumentos de coleta de dados foram dois: I-questionário por meio do software Determinante Causal (DC) descrito no item 3.3; e II-roteiro de entrevista semiestruturada por meio da Técnica do Incidente Crítico (TIC) na análise qualitativa descrito no item 3.4, que serão discorridos na sequência.

3.3 Framework Determinante Causal

Utilizou-se a coleta de dados na determinação de preferência de cada respondente o Framework de Sanches, Meireles, e Da Silva (2014) que norteou a construção do software Determinante Causal (DC).

O software versa sobre causalidade, constructo complexo, focando-se na relação funcional de acordo com Mach (1976). A proposta deste modelo auxilia ao estabelecer relações funcionais entre conjunto de variáveis ‘causais’ e de ‘efeito’ atende aos pressupostos de Mach (1976).

Percebe-se que Sanches, Meireles, e Da Silva (2014) propõe o modelo que estabeleça relações funcionais com o objetivo principal entre o conjunto de variáveis ‘causais’ e de ‘efeito’. De acordo com Mach (1976) os eventos são função de outros subsequentes, em vez de se dizer que o evento é causado por outro.

Neste contexto o modelo proposto por Sanches, Meireles, e Da Silva (2014) estabelece a relação funcional envolvendo eventos, uns denominados predominantemente causas e outros designados efeitos ou resultados, a fim de identificar a causa raiz nos processos decisórios.

Ressalta-se no método quantitativo, o procedimento utilizado na coleta das preferências dos respondentes o questionário por meio do software Determinante Causal (DC) a fim de identificar os fatores causais e o fator principal ou causa raiz da decisão que mais se arrependeu dentre os fatores que são as emoções primárias, em concordância com a estratégia desenvolvida em três etapas:

Etapa 1 Especificação da matriz de comparação:

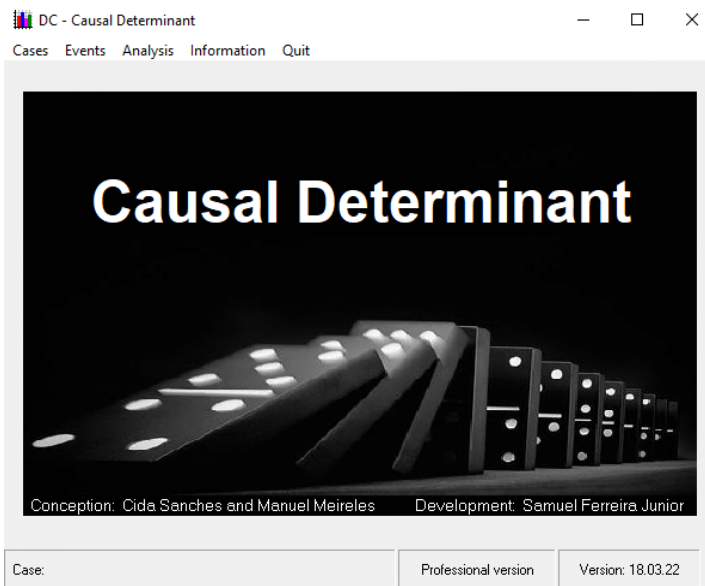
Nesta etapa, o problema deve ser definido corretamente e a comparação entre as alternativas ser condizente. O foco definido é "tomar a decisão da qual se arrependeu", tal qual a Figura 2.

Após essa primeira etapa os fatores mais prováveis do efeito (tomar a decisão da qual se arrependeu) são definidos. A lista de fatores deve ser compilada pela equipe (geralmente composta de 3-5 fatores) que esteja plenamente consciente do problema e familiarizada com o ambiente em que ele ocorre. Mostrado na Figura 3 os fatores (emoções) foram identificados, e são automaticamente listados pelo software na Matriz de Priorização.

Os fatores ou causas são as emoções primárias elencadas por ordem decrescente do sujeito "tomar a decisão da qual se arrependeu": 1-Tristeza; 2- Surpresa; 3- Raiva; 4- Medo; 5- Aversão e 6- Alegria

Nessa etapa o procedimento apresentou-se por meio das Figura 1, 2, e 3 e a Figura 1 apresenta a Tela do software DC da janela inicial, a Figura 2 que apresenta a Tela do software DC da especificação do case e definição do objetivo e a Figura 4 que apresenta a Tela do software DC da especificação dos fatores. A seguir são demonstradas as figuras:

Figura 1 - Tela do software DC da janela inicial



Fonte: Software Determinante Causal (2021)

Figura 2 - Tela do software DC da especificação do case e definição do objetivo

Case:

Objetivo a alcançar ou Sintoma indesejado:

Quantidade de Fatores: (Limite de 25 fatores para a Versão Profissional)

Fonte: Software Determinante Causal (2021)

Figura 3 - Tela do software DC da especificação dos fatores

Cadastro de Eventos

Case:

Sintoma indesejado ou Objetivo a alcançar:

Quantidade de Fatores:

Número	Evento
1	Tristeza
2	Surpresa
3	Raiva
4	Medo
5	Aversão
6	Alegria

Fonte: Software Determinante Causal (2021)

Figura 4 - Tela do software DC da matriz de comparação



Fonte: Software Determinante Causal (2021)

Etapa 2: Coleta das preferências do respondente:

Nessa etapa é importante estabelecer certo foco e as alternativas é confrontada com os outros. Esta ferramenta é importante adequada na definição de algo mais, entre várias opções, pois é a tabela que permite o contraponto da alternativa com todas outras.

O software Determinante Causal (DC) define automaticamente a fórmula de comparação. São utilizados os valores 1/10; 1/5; 1; 5; e 10 nas comparações, tal qual a Figura 5 e 6. Estes pesos são típicos da Matriz de Priorização: muito mais (10); mais (5); de forma igual (1); menos (0.2); muito menos (0.1).

Todos os fatores da Matriz de Priorização devem ser totalmente preenchidos com o intuito de verificação dos fatores pelo software. Os fatores são comparados e classificados acima da diagonal. Tal qual a Figura 8, de cada linha com os elementos de cada coluna, considerando a contribuição feita do ponto de foco. A verificação é feita considerando apenas os valores acima (ou à direita) da diagonal e o valor correspondente em pontos.

Nessa etapa o procedimento apresentou-se por meio das Figura 5, 8, e 7 e a Figura 5 apresenta Tela do software DC da primeira comparação na matriz, a Figura 6 que demonstra Tela do software DC da segunda na Figura 7 que apresenta Tela do software DC da matriz totalmente preenchida. A seguir são demonstradas as figuras:

Figura 5 - Tela do software DC da primeira comparação na matriz



Fonte: Software Determinante Causal (2021)

Figura 6 - Tela do software DC da segunda comparação na matriz



Fonte: Software Determinante Causal (2021)

Figura 7 - Tela do software DC da matriz de comparação totalmente preenchida

The screenshot shows the DC software interface with the completed comparison matrix. The matrix is a 6x6 grid with the following values:

	1-Tristeza	2-Surpresa	3-Raiva	4-Medo	5-Aversão	6-Alegria
1-Tristeza	5	0.1	0.2	5	5	
2-Surpresa	0.2	5	0.1	0.2	1	0.2
3-Raiva	10	10	5	10	10	
4-Medo	5	5	0.2	5	10	
5-Aversão	0.2	1	0.1	0.2	5	0.2
6-Alegria	0.2	5	0.1	0.1	5	5

Fonte: Software Determinante Causal (2021)

Etapa 3: Análise das comparações do respondente

O procedimento continua, fator por fator, considerando inicialmente as comparações acima da diagonal. Ao preencher os espaços abaixo (ou à esquerda) da diagonal, ela deve ser lembrada

que na coluna, os valores inversos da linha correspondente são transpostos deve ser dada. Por exemplo, se a primeira linha tem os valores (10) (5) (1) (0,2) (0,1) então a primeira coluna terá os valores inversos, ou seja, (0,1) (0,2) (1) (5) (10). No final desta parte, a Matriz de Priorização deveria ter sido obtida, mostrada na Figura 8.

Em cada linha os pontos obtidos são somados, observando que todos os valores são somados antes e depois da diagonal e de cada linha. Isto que é mostrado nos pontos na coluna e na linha de igual forma na Figura 9.

O indicador Emach expressa o sentido e a potência do fator na relação causa-efeito (C-E), fatores causais são negativos e fatores efeito são positivos. É resultante da análise feita por meio da matriz causal que é definida por Sanches, Meireles, e Da Silva (2014):

uma técnica que permite associar causas identificando a interferência entre elas. Ela é composta de uma matriz quadrada que associa todas as causas entre si, e por isto, provê análises abrangentes. A matriz causal permite aos membros da organização comunicar o entendimento de problemas complexos de forma clara e, por intermédio de algoritmos matemáticos, pode indicar as causas com potencial geração de problemas mais graves, como os loops explosivos (SANCHES, MEIRELES, e DA SILVA, 2014, p. 4)

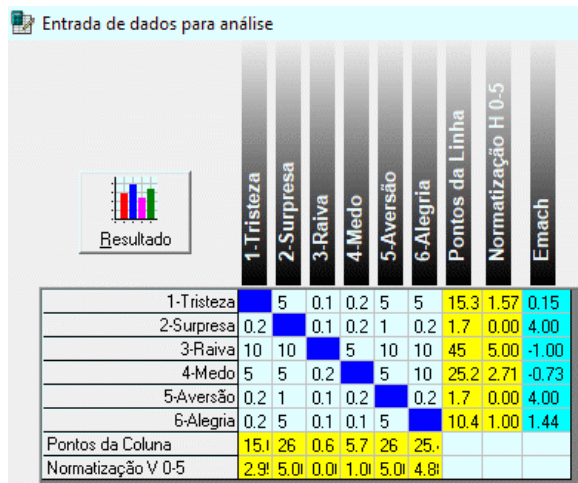
Na Figura 9 o indicador Emach é calculado, atribui valores negativos a fatores dominantes (que contribuem no problema) e valores positivos dos fatores dominantes, que fazem ou não contribuição no problema. O Emach expressa o significado e o poder do fator na causa e no efeito (C- E) relacionamento. O cálculo do Emach permite informações a respeito do "grau de causalidade": os fatores causais são negativos e os fatores de efeito positivos, mostrado na Figura 9. O maior o valor do Emach, maior o efeito que ele tem. Os limites do Emach são causa raiz e, o principal sintoma do efeito. Semelhantemente com a Figura 5, "tomar decisão da qual me arrependi" é o principal sintoma do efeito. A causa raiz é o fator com o Emach de 21: neste caso, "Raiva".

Deve-se ressaltar que a saída do artefato é a lista de fatores com seus valores Emach em ordem decrescente. Isto permite que o usuário determine a coerência dos valores a análise. Os fatores superiores, com o $Emach \geq 0$ (destacado em azul na Figura 9) podem ser considerados efeitos ou fatores causais praticamente espúrios. Se o fator relação ou não causal está incluída na lista de fatores potenciais (Figura 4) ou na análise (Figura 6), ele será descartado por falta de relação causal e aparecerá no topo da lista (Figura 9) visto que o fator espúrio.

Nessa etapa o procedimento apresentou-se por meio das Figura 8 e 9 e a Figura 8 demonstra Tela do software DC da análise dos fatores e cálculo do Emach de cada fator e a Figura 9

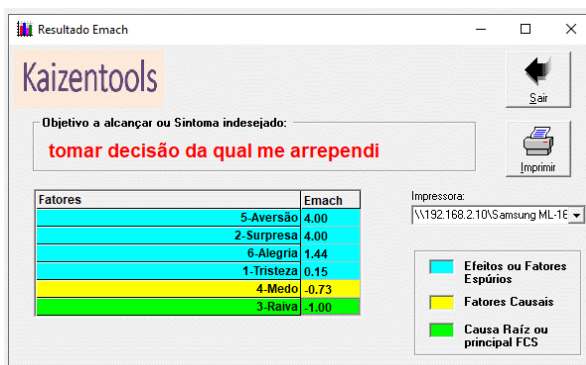
apresenta Tela do software DC do resultado das comparações do respondente. A seguir são demonstradas as figuras:

Figura 8 - Tela do software DC da análise dos fatores e cálculo do Emach de cada fator



Fonte: Software Determinante Causal (2021)

Figura 9 - Tela do software DC do resultado final das comparações do respondente



Fonte: Software Determinante Causal (2021)

3.4 Técnica do Incidente Crítico

A Técnica do Incidente Crítico (TIC) ou Critical Incident Techique (CIT), surgiu nos anos 1950 a partir da necessidade, encontrada por diversos pesquisadores, de estruturar maneiras de mensurar o comportamento humano. A abordagem dessa técnica é atribuída a John C. Flanagan (1954) que definiu o conjunto de procedimentos em coletar dados observáveis, diretamente por meio do comportamento humano, a fim de solucionar problemas práticos e desenvolver amplos princípios psicológicos.

Estabelece-se por Flanagan (1954) a Técnica do Incidente Crítico (TIC) não consistindo no conjunto rígido de regras de coleta de dados, mas sim em conjunto flexível de princípios que

devem ser adaptados e modificados por certo com dada situação. É derivado do fenômeno relatado e, portanto, importante a compreensão da ação, comportamento ou fenômeno (GROVE e FISK, 1997).

A capacidade de analisar a criticidade do indivíduo na visão do cliente, e a importância dos incidentes críticos à luz dos mecanismos da memória humana e processos de julgamento, reflete os aspectos de incidentes positivos ou negativos em conexão com o tempo diante das situações e comportamentos (EDVARDSSON e ROOS, 2001).

Com efeito Flanagan (1954) destaca que a precisão e a objetividade dos julgamentos dependem da exatidão com a qual as características são definidas e da capacidade do observador interpretar esta definição em relação ao incidente observado. O autor destaca, dois passos essenciais na relação dos incidentes críticos: refere-se a interferências relacionadas a procedimentos práticos e a inferências relacionadas a procedimentos práticos em melhorar a performance baseada na observação dos incidentes.

A essência da TIC é analisar mais histórias do que soluções quantitativas (Woodruff; Ernest; Jenkins, 1983). Durante o procedimento, os participantes são chamados a contar histórias e a lembrar de eventos — algo que a maioria das pessoas faz facilmente, além de gostar de fazê-lo. Os registros de incidentes críticos consistem na descrição de comportamentos habituais (negativos ou positivos) que se revelam espontaneamente na determinada situação de contato. Os comportamentos a serem identificados devem essencialmente contribuir no aumento do conhecimento sobre os interlocutores desse contato, e ultrapassa a impressão vaga e geral que se forma sobre esses atores (GREMLER, 2004).

Ao coletar os incidentes, deve-se aplicar o sistema de classificação e categorizá-los, com o objetivo de tornar os dados úteis e responder às questões e aos objetivos. Trata-se de processo de indução analítica, constituído de repetidas e cuidadosas leituras e da separação dos incidentes em grupos e categorias e as similaridades reportadas nas experiências. Consoante Bitner, Booms e Tetreault (1990), após o pesquisador ter lido vários incidentes, as similaridades começam a se tornar aparentes.

Nesse contexto, Moreira e Troccoli (2013) apresentam de forma prática a aplicabilidade e a operacionalização da técnica de incidente crítico enquanto instrumento de análise de evidências na metodologia acadêmica qualitativa.

Consoante com Gremler (2004) a técnica de incidente crítico, tem de natureza o processo de coleta de dados, por meio de respostas colhidas dos entrevistados, as quais são embasadas em

descrições detalhadas. Pois, a técnica exige que os entrevistados dediquem tempo e esforço em descreverem os detalhes e as abordagens inerentes ao ensaio.

Enquadra-se no processo de abordagem qualitativa a TIC, apoiando-se em métodos de procedência esclarecedoras e naturalísticas, e usando substâncias empíricas diversificadas que pretende procurar a importância na vida das pessoas. Na verdade, a explicação da natureza da TIC apresentada por Flanagan (1954) mostra que ela age ao investigar obstáculos sociais ou humanos, ajudando o investigador a produzir a tela profunda e abrangente por intermédio da investigação de palavras, da narrativa precisa das percepções dos informadores, e da direção em esferas espontâneas, segundo explana Creswell (2014). De modo típico, convém usar a TIC se o investigador é o objeto-base da sondagem de indícios (alcançadas mediante análise participador, entrevistas ou retornos a questões claras), as observações dos sinais acontecem de maneira intuitiva, e a atenção incide em cima do ponto de vista dos respondentes

De forma que esta combinação teórica levou a utilizar a entrevista semiestruturada por meio da Técnica do Incidente Crítico (TIC) na análise qualitativa com o objetivo de identificar as emoções primárias que mais influenciam as decisões dos empreendedores.

3.5 Concepção do questionário

Foram escolhidos por conveniência 227 proprietários de empresas da Aglomeração Urbana de Jundiá (AUJ) que concordaram em responder o questionário de forma *online* e todos eles foram objeto de entrevistas semiestruturadas.

Observa-se que, o processo de ensino e aprendizagem apresentou avanços significativos, principalmente, no que se refere ao ensino remoto, devido à pandemia da Covid-19 (DIAS *et al.*, 2020).

A proibição do contato entre pessoas e aglomerações, seja em sala de aula, reuniões ou outra forma de união, estimulou a buscarem novas formas de investigar por meio de ferramentas tecnológicas (DIAS *et al.*, 2020)

As tecnologias têm impactado a educação de tal forma que têm mudado a sua forma de concepção, Da Silva Mota (2019) afirma, demandando novo olhar em metodologias, estratégias e, inclusive, o modo de se comunicar. Diversas ferramentas tecnológicas têm sido implementadas na educação básica em tempos de pandemia da Covid-19. Dentre essas

ferramentas pode-se destacar, o *Google* sala de aula, *Google Forms*, *Zoom*, *Meet*, *Teams* e muitas outras de forma gratuita (DA SILVA MOTA, 2019).

Verifica-se que a ferramenta *Google Forms* se tornou cada vez mais utilizada no mundo acadêmico compatível as mais variadas aplicações, que são disponibilizadas gratuitamente pelo *Google Suite for Education* (GOOGLE, 2021).

Utilizou-se o questionário *online* desenvolvido no *Google Forms* que atendeu a necessidade do trabalho. O link do questionário foi enviado via e-mail e mensagens via *WhatsApp*, os participantes receberam a mensagem contendo a pequena explicação e o acesso direto ao questionário. A coleta de dados foi realizada nos meses de novembro de 2020 a fevereiro de 2021. A convergência das amostras foi de 100% dos que responderam o questionário e a entrevista

3.6 Tabulação de dados

Na análise dos dados utilizou-se as técnicas estatísticas com o uso dos softwares SPSS v12; Minitab v13 e Grapf Pad InStat 3, aplicou-se estatísticas descritivas, tais quais média, mediana e desvio padrão.

Os dados coletados no método quantitativo via questionários estruturados, foram tabulados em planilhas e tratados a fim de possibilitar comparações, inferências e correlações. O pacote estatístico SPSS foi utilizado e facilitou os cálculos e análises estatísticas necessárias. As análises e interpretações estatísticas ou gráficas mais significativas foram extraídas dos arquivos do programa SPSS e transcritas na seção 4. O nível de significância adotado pelo padrão do programa foi de 5%.

Após o recebimento dos dados coletados, eles foram inseridos pela no software DC a fim de que ocorresse a tabulação e análise.

3.7 Análise de dados

A análise dos dados possibilitou ampliar horizontes a fim de possibilitar maior abrangência possível. A investigação teve seu desenvolvimento relacionando o fenômeno em questão e dando voz aos sujeitos, possibilitando dessa forma o recorte do contexto em que está inserido a observação.

O aspecto mais problemático do uso das escalas não se prende à forma de apresentação, mas sim, à sua análise. “Interpretar” corretamente o que as escalas indicam tem grande importância no conteúdo, pois possibilita entender as opiniões dos respondentes. Pereira (1999) discute a interpretação dos resultados da aplicação de escalas considerando o sentido semântico da medida. Coerente a Pereira (1999), 50% do valor central ou indiferente é atribuído a aprovação e 50% desaprovação.

Desta forma e considerando que os questionários utilizam notas de 0 a 10, o percentual de desaprovação considera a soma dos percentuais das notas de 0 a 4 mais 50% da nota 5; o percentual de aprovação considera a soma dos percentuais das notas de 6 a 10 mais 50% da nota 5.

De forma que, essa análise permite que se sintetize a avaliação dos participantes, mas desloca a resposta ao conceito bipolar: aprovação *versus* desaprovação sem a interpretação intermediária ou mais objetiva. Com o intuito de superar tal dificuldade e tomando Arsham (2001) de modelo, fará uso da interpretação do nível de desaprovação (ndd).

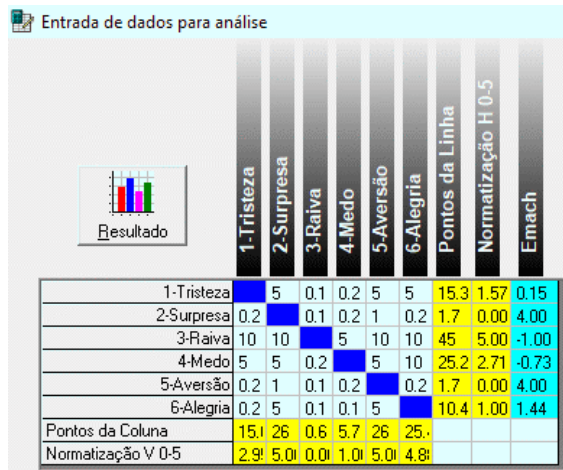
Considerando os princípios acima descritos são apresentadas as seguintes categorias descritivas consideradas fundamentais no pleno entendimento: 1) empreendedor 2) tomada de decisão 3) fatores emocionais 4) emoção primária.

As análises realizadas fizeram uso do método do Determinante Causal (DC) proposto por Sanches, Meireles, e Da Silva (2014) disponível em <https://www.causaldeterminant.com/> e tem por objetivo identificar a causa raiz do problema. Ocorre que ao apontar a causa-raiz (Emach -1) o método indica os fatores causais (Emach negativos) e os fatores efeito (Emach positivos) o que foi aproveitado pela presente análise.

De acordo com Sanches, Meireles, e Da Silva (2014) no método DC são usados os valores 1/10; 1/5; 1; 5; e 10 nas comparações. Estes pesos são típicos da Matriz de Priorização e podem ser vistos em Scarpi (2010) e Carpenter, (2010): muito mais (10); mais (5); de forma igual (1); menos (0.2); muito menos (0.1).

Esses são os valores ou pesos comparativos mostrados na Figura 10. O indicador Emach foi utilizado a fim de determinar se o fator é causal ou efeito considerando o Determinante Causal (DC). Outro aspecto no método DC é que apenas se faz a comparação das células à direita da diagonal (que tem valor nulo). Utilizando o princípio da Matriz de Priorização, o método DC inscreve o valor inverso na célula correspondente aos dois fatores.

Figura 10 - Tela do software DC do cálculo do Emach de cada fator



Fonte: Software Determinante Causal (2021)

Após a análise comparativa dos participantes a lista dos fatores analisados estratificados em fatores de natureza efeito e de natureza causal incluindo a causa raiz que são apresentadas.

Após a verificação lógica o DC automaticamente faz a soma dos pontos de cada linha e a soma dos pontos de cada coluna. Estas somas, por apresentarem diferentes amplitudes, sofrem processo de normalização de maneira que as amplitudes sejam equivalentes, variando no intervalo [0; 5]. As normalizações são feitas atendendo às recomendações de Dodge (2003) utilizando a fórmula:

$$I_p = 5 \frac{p - \min}{\max - \min}$$

onde p é o número de pontos, min é o menor valor observado e max o maior valor observado.

Após a normalização o software calcula o Emach de cada fator consentindo com a fórmula:

$$Emach_{HV} = \frac{V}{H + 1} - 1$$

onde V é a normalização vertical (colunas) e H é a normalização horizontal (linhas). Nesse sentido com Sanches *et al.*, “o Emach expressa o sentido e a potência do fator na relação causa-efeito (C-E)” (2014, p. 11). Com a intenção de avaliar os resultados, os fatores causais são os negativos, os fatores efeito são os positivos e a causa-raiz é o que equivale ao número “-1.00”. A codificação, classificação e categorização do material possibilitou a realização da análise e discussão dos resultados apresentadas por meio de quadros, inferências e tabelas na próxima seção.

4 ● ANÁLISE DISCUSSÃO DOS DADOS

Esta seção evidencia a descrição da análise dos dados e discussão dos resultados – apresentada estatisticamente, correlacionando teoria e realidade encontrada no contexto do empreendedorismo e fator emocional no processo decisório em micro e pequenas e empresas na Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ), bem como o teste das hipóteses. Foram analisados os resultados da pesquisa de campo por meio de entrevistas e questionários aplicados. A partir das tabelas foram realizados gráficos e quadros apresentados nesta seção.

Foram obtidos 229 questionários respondidos pelo *Google Forms*, sendo que destes, dois foram descartados por não atender aos pré-requisitos ou por erro de preenchimento, restando 227 questionários válidos aptos a serem analisados. Em seguida foram realizadas as entrevistas com os participantes que haviam respondido o questionário. A seguir serão apresentados e discutidos os resultados e achados sobre as hipóteses.

4.1 Perfil dos respondentes

Na amostra de respondentes da pesquisa utilizada nesse trabalho, determinado Vergara (2014, p. 46), “um conjunto de elementos (empresas, produtos, pessoas, por exemplo) possuem as características que foram objeto de análise. População amostral é a parte do universo (população) escolhida segundo critério de representatividade”.

Segundo Yin (2015) o sujeito poderá ser a unidade física ou poderá ser o indivíduo, devendo então ser definido a unidade a ser pesquisada, quanto a sua região física ou geográfica.

Acrescenta Torgerson e Miles (2007) o tamanho da amostra definido pela fórmula (1) é de 266, com: $N=19467$ (tamanho da população) $e=0.05$ (margem de erro) e $z= 1.65$ correspondente ao nível de confiança de 0,90:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{e^2} = \frac{1.65^2 0.90(0.10)}{0.05^2} = 266 \quad (1)$$

$$1 + \frac{z^2 p(1-p)}{e^2 N} = 1 + \frac{1.65^2 0.90(0.10)}{0.05^2 \cdot 19467}$$

A Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ) foi a primeira Aglomeração Urbana (AU) institucionalizada no Estado de São Paulo (Lei Complementar Estadual nº 1.146), em 24 de agosto de 2011. Formada pelos municípios de Cabreúva, Campo Limpo Paulista, Itupeva, Jarinu, Jundiaí, Louveira e Várzea Paulista, a unidade regional abriga 781 mil habitantes (1,75% da população paulista) e gera 3,1% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual (EMPLASA, 2011).

Formada por eixo de urbanização quase contínuo entre duas regiões metropolitanas, São Paulo e Campinas, a AUJ é servida pelo complexo viário que permite o acesso aos principais aeroportos do Estado e ao maior porto da América Latina, o Porto de Santos (EMPLASA, 2011).

A AUJ registrou nesse período taxa de crescimento demográfico de 1,88%, a maior entre as unidades regionais do Estado, superior, inclusive, à verificada na Macrometrópole (1,84%) e no conjunto do Estado, da qual a taxa foi de 1,10% (EMPLASA, 2011).

Contemplou-se empreendedores da região de Jundiaí/SP, dos setores de comércio, indústria e serviços, de ambos os gêneros e a amostra dos respondentes foi aleatória usando-se tabela de números ao selecionar dentre os 19.467¹ ativos da região de Jundiaí/SP que foram abordados.

A lista dos potenciais respondentes foi obtida na Prefeitura de Jundiaí/SP (<http://www2.jundiai.sp.gov.br/>). Verifica-se a seguir o mapa representado pela Figura 11 dos municípios que formam a AUJ.

Figura 11 - Mapa da cidade de Jundiaí



Fonte: https://www.pdui.sp.gov.br/jundiai/?page_id=56 / Acesso em 14 de junho de 2021

A amostra de participantes demonstrada na Tabela 1 é constituída por empreendedores/gestores de EPP (Empresa de Pequeno porte), ME (Microempresa) e MEI (Microempreendedor individual)

¹ Atualmente, há cerca de 8,3 milhões de MEIs no país, sendo mais de 2,2 milhões apenas no Estado de São Paulo e 19.467 microempreendedores individuais ativos em Jundiaí (<https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2019/05/20/jundiai-tem-semana-especial-para-microempreendedores-individuais.ghtml>)

Tabela 1 - Enquadramento das empresas da pesquisa

Enquadramento empresa:	n	%
a) MEI (Microempreendedor individual)	32	14,10
b) ME (Microempresa)	141	62,11
c) EPP (Empresa de Pequeno porte)	54	23,79

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

A população estudada apresentada na Tabela 2, pertence a Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ) formada pelos municípios de (Cabreúva, Campo Limpo Paulista, Itupeva, Jarinu, Jundiaí, Louveira e Várzea Paulista):

Tabela 2 - Cidade dos empreendedores da pesquisa

Cidade:	n	%
a) Cabreúva	8	3,52
b) Campo Limpo Paulista	63	27,75
c) Itupeva	14	6,17
d) Jarinu	11	4,85
e) Jundiaí	88	38,77
f) Louveira	21	9,25
g) Várzea Paulista	22	9,69

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

4.2 Características sociodemográficas dos empreendedores

A análise dos dados quantitativos referentes às características sociodemográficas dos respondentes foi realizada a partir de suas informações pessoais que foram solicitadas no preenchimento do questionário eletrônico disponibilizado. As variáveis tratadas permitiram breve e clara caracterização da amostra, com referência a gênero, faixa etária, escolaridade e estado civil.

Na amostra utilizada escolheu-se por conveniência que concordaram em responder o questionário 227 proprietários de empresas da Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ) e que da mesma forma foram objeto de entrevistas semiestruturadas. E levando-se em conta melhor visualização esperou-se pelo procedimento aleatório de seleção que a proporção dos gêneros

fosse a mesma observada nos empreendedores individuais: 45% gênero feminino e 55% gênero masculino ².

A Tabela 3 apresenta características demográficas, quanto ao gênero, faixa etária, escolaridade e estado civil e a Tabela 4 apresenta características demográficas por gênero:

Tabela 3 - Características demográficas dos empreendedores

Gênero:	n	%
a) Feminino	127	55,95
b) Masculino	100	44,05
Faixa etária:	n	%
a) 18-25	44	19,38
b) 26-33	42	18,50
c) 34-41	50	22,03
d) 41-48	41	18,06
e) >49	50	22,03
Escolaridade:	n	%
a) Ensino Fundamental	23	10,13
b) Ensino Médio	102	44,93
c) Ensino Superior	51	22,47
d) Pós Graduação	23	10,13
e) Mestrado	26	11,45
f) Doutorado	2	0,88
Estado civil:	n	%
a) Casado(a)	118	51,98
b) Solteiro(a)	86	37,89
c) Divorciado(a)	23	10,13

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

² Com a criação da figura do Microempreendedor Individual (MEI) em 2008, por meio da Lei Complementar nº 128/2008, mais e mais mulheres puderam realizar o sonho de regularizar o próprio negócio. Atualmente, elas já representam mais de 45% dos empreendedores individuais do Brasil, de acordo com pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae), divulgada neste ano. (<http://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/especial-publicitario/sebrae/crescendo-com-o-sebrae/noticia/2015/11/mulheres-representam-45-dos-empreendedores-individuais-do-brasil.html>)

Tabela 4 - Características demográficas dos empreendedores por gênero

	a) Feminino		b) Masculino	
Faixa etária:	n	%	n	%
a) 18-25	26	20,47	18	18,00
b) 26-33	22	17,32	20	20,00
c) 34-41	31	24,41	19	19,00
d) 41-48	24	18,90	17	17,00
e) >49	24	18,90	26	26,00
Escolaridade:	n	%	n	%
a) Ensino Fundamental	13	10,24	10	10,00
b) Ensino Médio	62	48,82	40	40,00
c) Ensino Superior	29	22,83	22	22,00
d) Pós Graduação	13	10,24	10	10,00
e) Mestrado	8	6,30	18	18,00
f) Doutorado	2	1,57	0	0,00
Estado civil:	n	%	n	%
a) Casado(a)	59	46,46	59	59,00
b) Solteiro(a)	57	44,88	29	29,00
c) Divorciado(a)	11	8,66	12	12,00

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Em termos de dados sociodemográficos quanto ao gênero, a amostra de empreendedores foi composta em sua maior parte por mulheres (55,95%), contra (44,05%) de homens. De acordo com a pesquisa do GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2019), estimava-se nesse ano no Brasil, que os empreendedores dividem-se em (50,0%) homens e (50,0%) mulheres.

Essa proporção não representa exatamente os dados do GEM (2019), mas confirma o argumento de Machado e Nassif (2014) sobre a presença e o crescimento das mulheres na esfera econômica atual, demonstrando a inversão ou equiparação dos movimentos da relação empreendedorismo e trabalho verificadas na sociedade até então, não se tratando somente de complementação de renda familiar.

Quanto a faixa etária, eles apresentaram a média de 36 anos dos respondentes entre 18 e mais que 49 anos. Na amostra a faixa etária geral é de 18-25 anos (19,38%), de 26-33 anos (18,5%), de 34-41 anos (22,03%) de 41-48 anos (18,06%) e >49 anos (22,03%). Com relação a faixa etária por gênero, de 18-25 anos (20,47%) são do gênero feminino e (18%) do gênero masculino, de 26-33 anos (17,32%) feminino e (20%) masculino, de 34-41 anos (24,41%) gênero feminino e (19%) do gênero masculino, 41-48 anos (18,9%) feminino e (17%) masculino e acima de 49 anos (18,9%) são mulheres e (17%) são homens. A situação é

similar aos dados coletados pela amostra GEM (2019) que aponta a média de 35 anos dos empreendedores brasileiros.

Com relação a escolaridade, a amostra apresenta perfil correspondente o que aponta o GEM (2019) da escolaridade média de 46, 2% para ensino médio completo. Foi verificado na amostra que (10,13%) possuem ensino fundamental, (44,93%) ensino médio, (22,47%) possuem ensino superior (10,137%) pós graduação (11,45%) mestrado e (0,883%) possuem doutorado.

Quanto ao gênero, dos 227 coletados (10,24%) das mulheres possuem ensino fundamental e os homens (10,0%), das mulheres (48,82%) e (40%) dos homens possuem ensino médio, (22,83%) das mulheres e (22%) dos homens possuem ensino superior, pós graduação são (10,24%) mulheres e (10%) homens, (6,30%) das mulheres e (18%) dos homens possuem mestrado e (1,57%) das mulheres e nenhum dos homens possuem doutorado. Na amostra GEM (2019), os dados parecem semelhantes: (46,2%) com superior completo.

Com relação ao estado civil, a amostra agrupou em casados, solteiros e divorciados. Apresentou-se (51,98%) casados (37,89%) solteiros e (10,13%) divorciados. Ao dividir por gênero os números são (46,46%) das mulheres são casadas contra (59%) dos homens; as mulheres solteiras são (44,88%) e os homens (29%), enquanto (8,66%) das mulheres são divorciadas contra (12%) dos homens. Essa proporção é similar à encontrada no GEM (2019), a distribuição de empreendedores no Brasil casados e em união estável perfaziam (52,5%), enquanto os solteiros, divorciados, viúvos e outros, somavam (47,5%).

4.3 Análise dos Incidentes Críticos

Os Incidentes Críticos, para efeito desta pesquisa, relacionam-se aos comportamentos dos empreendedores frente aos seus processos decisórios. As emoções, quando lembradas diante das situações expostas, aceita a concepção de implicações, dentre elas, identificar as variáveis, que serão exibidas subsequentemente.

A análise dos dados foi realizada do pareamento das variáveis selecionadas a partir do banco de dados. Após a tabulação dos dados optou-se por organizá-los em tabelas e gráficos elaborados no software Microsoft Excel (Windows 2010). Tal opção foi tomada de forma a permitir melhor compreensão e interpretação das informações coletadas. Os dados foram

segmentados por questão, gerando seis planilhas, no total de seis imagens e referem-se as informações coletadas e as análises.

Apoiando-se nas experiências de Dela Coleta (1974) e de Froemming e Ohlendieck (2001) foi utilizado questionário na descrição de eventos críticos, meio que oferece mais produtividade e assertividade nos processos de categorização e de análise.

A aplicação da apuração utilizou-se o questionário *online* construído com base na técnica do IC desenvolvido no *Google Forms* que atendeu a necessidade do trabalho. O link do questionário foi enviado via e-mail e mensagens via *WhatsApp* e justificou-se por este canal ser facilitador do fluxo de comunicação entre as partes, participantes selecionados aleatoriamente. De acordo com Minayo (2001) questionários deste tipo são instrumentos constituídos pela série de perguntas, que devem ser formuladas com clareza, objetivo e preciso, com linguagem acessível ou usual ao informante.

A construção deste questionário inspirou-se nos modelos utilizados por Flanagan (1954) e por Bitner, Booms e Tetreault (1990) tendo sido composto de apelo a lembrança sobre os principais tipos de decisões que os empreendedores tomam no ambiente de trabalho no dia a dia, seguido da escolha profissional que mais se orgulha e mais se arrependeu e quais emoções estavam contidas.

Com efeito Dela Coleta e Dela Coleta (2006) extrai os incidentes críticos da entrevista, necessário submeter os relatos a análise de conteúdo, momento em que são lidos e classificados em categorias mais abrangentes, identificados por incidentes críticos negativos e positivos coletados por meio da TIC.

Ao longo dessa etapa, os relatos foram submetidos a tratamento que contemplou quatro momentos, condizente com Dela Coleta e Dela Coleta (2006): 1) Leitura, derivação e arrolamento dos incidentes críticos; 2) Identificação das situações, comportamentos e consequências; 3) Agrupamentos dos relatos proporcionalmente as situações, comportamentos e consequências; 4) Categorização das situações, comportamentos e consequências.

Baseado nas narrativas, solicitou-se o relato detalhado da decisão profissional que se orgulha e se arrepende e a emoção envolvida. Essas, foram consideradas como o Incidente Crítico (IC) do respondente, e, portanto, propósito a ser examinado. As emoções, integralmente, foram ordenadas em categorias de retornos e apreciadas.

Desse modo, na análise, cada incidente foi registrado e transcritos todos os dados colhidos (incidentes e a identificação de cada participante), em que distinguiu as classificações (BITNER, BOOMS e TETREAULT, 1990).

Coletados os incidentes, aplicou-se o sistema de classificação e categorização, com o objetivo de tornar os dados úteis e responder às questões e aos objetivos estabelecidos. Trata-se do processo de indução analítica, constituído de repetidas e cuidadosas leituras e da separação dos incidentes em grupos e em categorias, de acordo com as similaridades reportadas nas experiências (FLANAGAN, 1954; GREMLER, 2004).

Após a coleta, os relatos recebidos, transcritos na íntegra, sofreram sucessivas leituras de forma a identificar os elementos que compreendem o incidente crítico. É importante frisar que as categorias formuladas necessariamente precisam ser exaustivas (devendo incluir todos os casos obtidos), reciprocamente exclusivas (cada caso deverá pertencer a categoria específica), definidas operacionalmente, guardando elevado grau de homogeneidade e coerência entre elas (DELA COLETA; DELA COLETA, 2006).

Salienta-se que a TIC utilizada na resposta do objetivo geral introduz a subjetividade por parte do pesquisador no momento em que ocorre a interpretação e a classificação dos depoimentos transmitidos pelos entrevistados.

Vale notar a questão que faz diferença na qualidade das evidências obtidas: o nível de certeza e/ou lembrança do participante a respeito dos fatos narrados (FROEMMING; OHLENDIECK, 2001; GREMLER, 2004).

Na opinião de Flanagan (1954) o desafio é resgatar, com sucesso, o incidente na memória do entrevistado e, a partir daí, registrar suas respostas de forma fidedigna. O autor reporta, que é fundamental a precisão das respostas na eficiência da coleta, traduzida no oferecimento por parte dos respondentes, de detalhes completos e precisos sobre o evento relatado – descrições vagas indicariam que o incidente não é bem lembrado e que as informações podem estar incorretas.

No presente estudo, todas as situações relatadas pelos participantes eram ou havia se destacado durante a prática profissional, visto que foram referidas com precisão e detalhes, facilitando a análise. Desse modo, esse fato permitiu clareza nas informações.

Os entrevistados respondiam aos questionamentos detalhadamente, mostrando conhecimentos adquiridos nos principais tipos de decisões que teve o hábito de tomar no ambiente de

trabalho no dia a dia, relatando fatos recentes. Semelhantemente relataram a decisão profissional que mais se orgulham de ter tomado e as emoções contidas nela, apontaram ainda a que mais se arrependeram e as emoções contidas. Entretanto, alguns eram sucintos, fornecendo respostas curtas, com pequeno conteúdo, evidenciando vivência nesse sentido. Desse modo, a entrevistadora esforçou-se em colher o máximo de informações que respondessem às questões realizadas.

Quanto à quantidade de incidentes, Flanagan (1954) afirma que se a atividade a ser investigada for relativamente simples, pode ser satisfatório coletar entre 50 a 100 incidentes. Vale notar que Gremler (2004) identificou amplo espectro no tamanho das amostras. Coerente a essa, elas variaram de nove a 3.852 incidentes coletados. A TIC não delimita o número de participantes, em virtude de o objetivo estar na coleta satisfatória dos incidentes.

Totalizaram-se 227 respondentes e 1.362 incidentes críticos, deste número foram recebidos os relacionados aos processos decisórios no ambiente de trabalho que mais se orgulha e que mais se arrependeu, emoções contidas neles e aprendizados na análise mostrada nas figuras abaixo.

Após a tabulação dos dados, optou-se por organizá-los em planilha Excel, tabelas e gráficos, e apresentar os resultados. Tal opção foi tomada de forma a permitir melhor compreensão e interpretação das informações coletadas. Os dados foram segmentados por questão, gerando seis planilhas, no total de seis imagens e referem-se as informações coletadas e as análises.

Conforme descrito, seis questões do instrumento de coleta de dados foram compostas por perguntas abertas – com o propósito de o entrevistado lembrar o incidente ocorrido por meio da TIC. Todas as categorias dos incidentes críticos foram definidas na leitura das entrevistas e das próprias falas dos participantes.

Ressalta-se que os incidentes críticos foram caracterizados em categorias de acordo com a visão da pesquisadora e organizados conforme modelo de construção da ficha da qual foi utilizada (APÊNDICE B):

- 1) Quais os principais tipos de decisões que você tem o hábito de tomar no ambiente de trabalho no dia a dia?
- 2) Qual a decisão profissional que mais se orgulha de ter tomado? Por quê?
- 3) Das emoções (alegria, medo, nojo, raiva, surpresa ou tristeza) qual você acha que estava contido nessa decisão da qual você mais se orgulha?
- 4) Qual a decisão profissional que você tomou que mais se arrependeu? Por quê?

5) Das emoções (alegria, medo, nojo, raiva, surpresa ou tristeza) qual você acha que estava contido nessa decisão da qual você mais se arrependeu?

6) Em ambos os casos, tanto na decisão da qual você se orgulha, quanto na decisão da qual se arrependeu, o que você aprendeu?

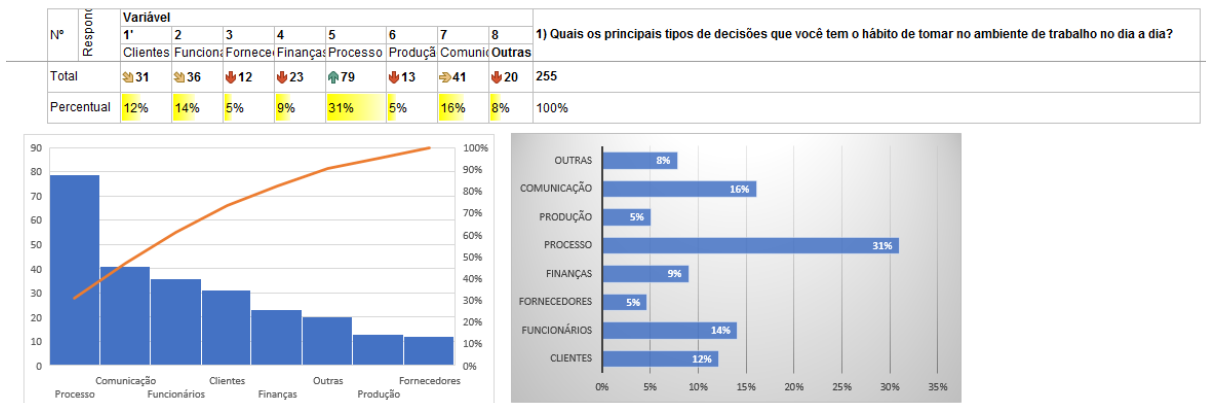
A análise dos relatos dos respondentes possibilitou reconhecer seis categorias principais, que compõem as decisões vivenciadas: (1) tipos de decisões; (2) decisão profissional que mais se orgulha; (3) emoções contida na decisão que se orgulha; (4) decisão profissional que mais se arrependeu; (5) emoções contida na decisão que se arrependeu; (5) aprendizado na tomada de decisão.

Essas categorias foram organizadas em subcategorias: carreira; clientes; comportamento; comunicação; estratégia; finanças; fornecedores; funcionários; liderança; processo e produção, foram classificadas com base nos tipos e decisões profissionais, seguido das posições: análise; confiança; crença; decisão; emoção; paciência e risco, efeitos do aprendizado na tomada de decisão e por último as subcategorias: alegria; aversão; medo; raiva; surpresa e tristeza foram elaboradas com base nas emoções contida na decisão. Dessa forma, as observações pertinentes aos incidentes críticos foram dispostas conforme as figuras a seguir.

Em relação ao primeiro incidente crítico: (1) Quais os principais tipos de decisões que você tem o hábito de tomar no ambiente de trabalho no dia a dia? – os dados foram classificados e agrupados em oito categorias: A primeira categoria desse incidente crítico era Clientes evidenciando o total de 31 e 12%; a segunda categoria Funcionários demonstra 36 e 14%; enquanto a terceira categoria Fornecedores conta com 12 e 5%; seguido de Finanças a quarta categoria com 23 e 9%; a quinta categoria Processo mostra 79 e 31%; a sexta categoria Produção 13 e 5% igual a quarta categoria; a sétima categoria Comunicação é de 41 e 16% e a oitava e última categoria Outras com 20 e 8%.

Com base nos relatos dos participantes, percebeu-se que os tipos de decisões, classificados como **processos**, mostraram o maior número das falas, com 79 casos (31%), tal qual na Figura 12:

Figura 12 - Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 1 desenvolvido no Excel

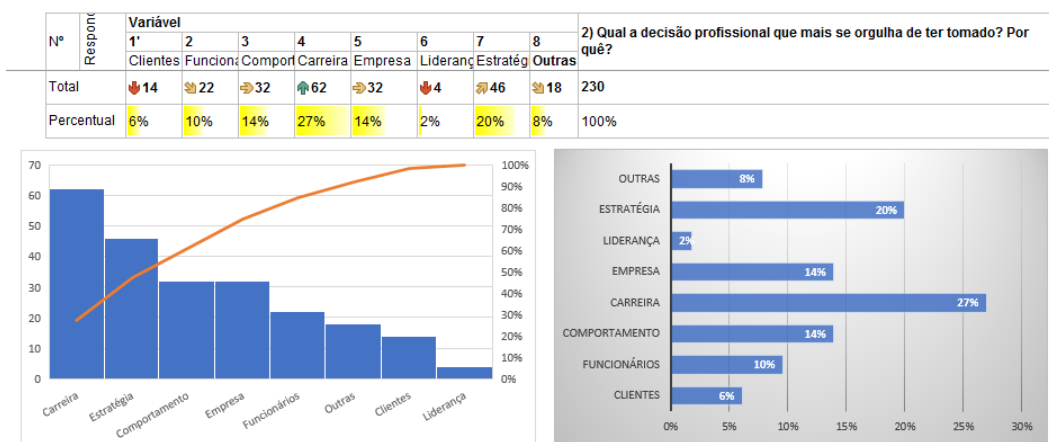


Fonte: Elaborada pela autora (2021)

No incidente crítico número (2) Qual a decisão profissional que mais se orgulha de ter tomado? Por quê? – os dados foram classificados e agrupados nas seguintes categorias: A primeira categoria desse incidente crítico era Clientes evidenciando total de 14 e 6%; a segunda categoria Funcionários demonstra 22 e 10%; enquanto a terceira categoria Comportamento conta com 31 e 14%; seguido de Carreira a quarta categoria com 62 e 27%; a quinta categoria Empresa mostra 32 e 14%; a sexta categoria Liderança com 4 e 2%; a sétima categoria Estratégia é de 46 e 20% e a oitava e última categoria Outras com 18 e 8%.

Outra categoria, percebida nos relatos dos participantes, é a **carreira**, referente a decisão profissional que mais se orgulha, com 62 casos (27%), visto na Figura 13:

Figura 13 - Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 2 desenvolvido no Excel

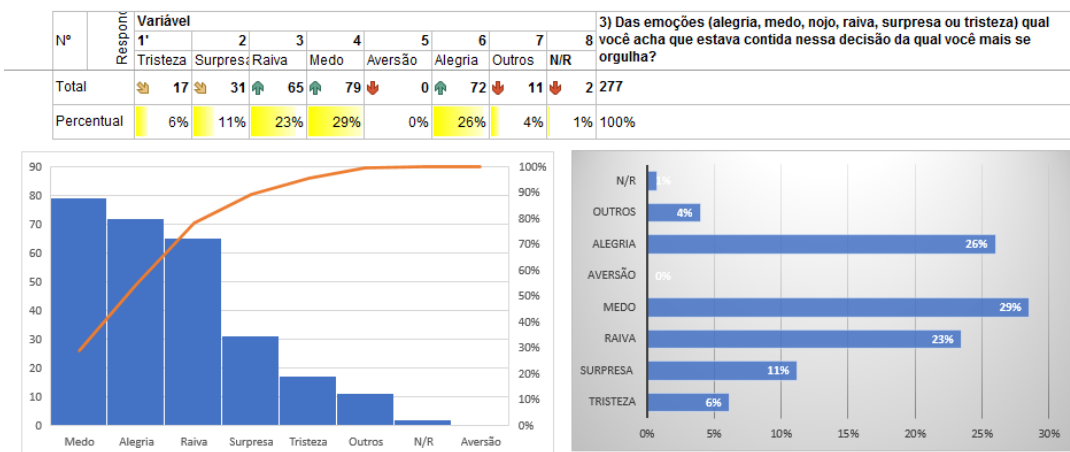


Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Com relação ao terceiro incidente crítico (3) Das emoções (alegria, medo, nojo, raiva, surpresa ou tristeza) qual você acha que estava contida nessa decisão da qual mais se orgulha? – os dados foram classificados e agrupados nas seguintes categorias: A primeira categoria Tristeza evidenciando o total de 17 e 6%; a segunda categoria Surpresa demonstra 31 e 65%; enquanto a terceira categoria Raiva com 65 e 23%; seguido de Medo a quarta categoria com 79 e 29%; a quinta categoria Aversão não teve; a sexta categoria Alegria foi a maior com 72 e 26%; a sétima categoria Outros é de 11 e 4% e a oitava e última categoria N/R com 2 e 1%.

Baseado nas informações dos respondentes, constatou-se que das emoções contida na decisão que se orgulha, **medo**, foi apontado o maior número, com 79 casos (29%), tal qual aponta a Figura 14:

Figura 14 - Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 3 desenvolvido no Excel

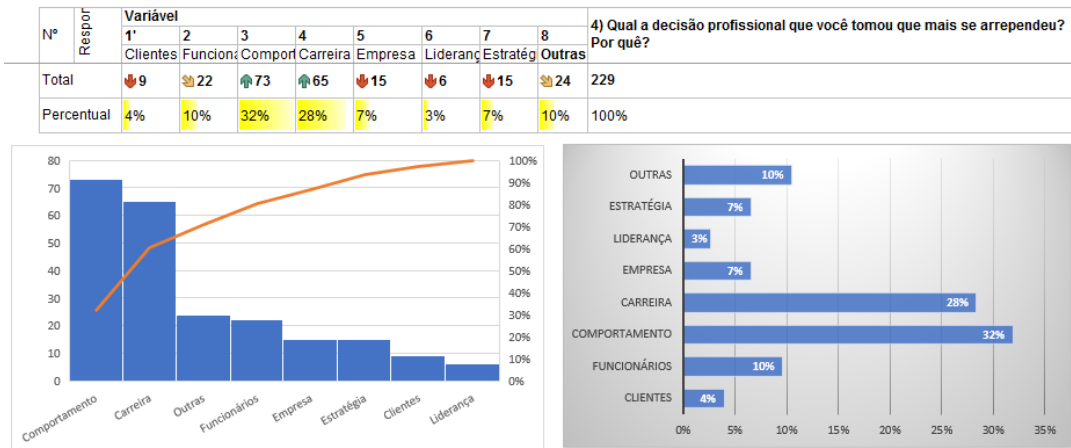


Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Já no quarto incidente crítico (4) Qual a decisão profissional que você tomou que mais se arrependeu? Por quê? – os dados foram classificados e agrupados nas seguintes categorias: De acordo com a Figura 15, a primeira categoria Clientes evidenciando o total de 9 e 4%; a segunda categoria Funcionários demonstra 22 e 10%; enquanto a terceira categoria Comportamento foi a maior contando com 73 e 32%; seguido de Carreira a quarta categoria 65 e 28%; a quinta categoria Empresa com 15 e 7%; a sexta categoria Liderança com 6 e 3%; a sétima categoria Estratégia é de 15 e 7% e a oitava e última categoria Outras e 24 e 24%.

Constatou-se nos relatos obtidos a decisão profissional que mais se arrependeu categorizada como **comportamento**, com 73 casos (32%).

Figura 15 - Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 4 desenvolvido no Excel

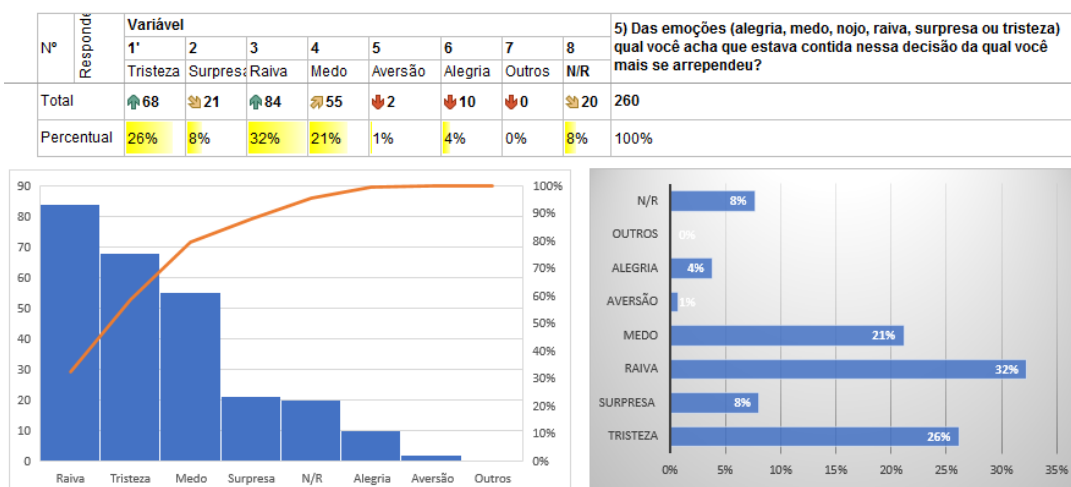


Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Com relação ao quinto incidente crítico (5) Das emoções (alegria, medo, nojo, raiva, surpresa ou tristeza) qual você acha que estava contida nessa decisão da qual você mais se arrependeu? – os dados foram classificados e agrupados nas seguintes categorias: A primeira categoria Tristeza evidenciando o total de 68 e 26%; a segunda categoria Surpresa demonstra 21 e 8%; enquanto a terceira categoria Raiva foi a maior com 84 e 32%; seguido de Medo a quarta categoria com 55 e 21%; a quinta categoria Aversão 2 e 1%; a sexta categoria Alegria com 10 e 4%; a sétima categoria Outros não teve e a oitava e última categoria N/R com 20 e 8%.

Com base nas falas dos respondentes (Figura 16), verificou-se que as emoções contidas na decisão que se arrependeu, **raiva**, representou o maior número, com 84 casos (32%):

Figura 16 - Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 5 desenvolvido no Excel.

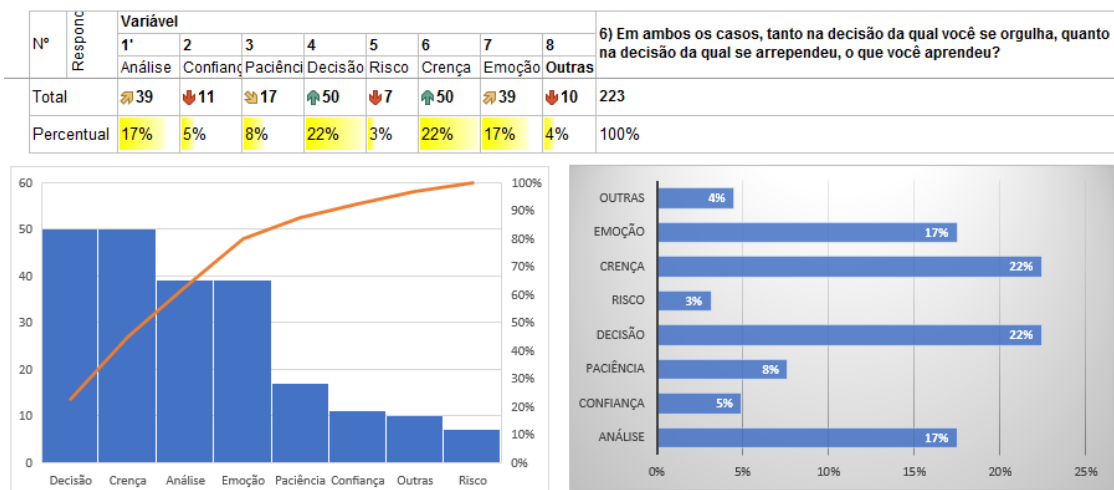


Fonte: Elaborada pela autora (2021)

O sexto e último incidente crítico (6) Em ambos os casos, tanto na decisão da qual você se orgulha, quanto na decisão da qual se arrependeu, o que você aprendeu? – os dados foram classificados e agrupados nas seguintes categorias: A primeira categoria Análise evidenciando o total de 39 e 17%; a segunda categoria Confiança demonstra 11 e 5%; enquanto a terceira categoria Paciência conta com 17 e 8%; seguido de Decisão a quarta categoria com 50 e 22%; a quinta categoria Risco com 7 e 3%; a sexta categoria Crença com 50 e 22%; a sétima categoria Emoção de acordo com a Figura 17, é de 39 e 17% e a oitava e última categoria Outras e 10 e 4%.

Fundamentado nas falas dos participantes, percebeu-se sobre o aprendizado na toma de decisão, classificado em **crença**, verificou-se o maior número dos relatos, 50 casos (22%), visto na Figura 13:

Figura 17 - Imagem da Tabulação do Incidente Crítico 6 desenvolvido no Excel



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Nesse caso, de todas as classificações dos IC decorrentes das narrações dos respondentes, as categorias que mais se destacaram no estudo proposto foram processo; carreira; comportamento; crença medo e raiva, demonstradas nas Figuras 12, 13, 14, 15 16 e 17.

A literatura (Bechara, Damasio e Damasio, 2000; Damasio, 1994, 2012; Ekman 2007; Frijda, 1988; Lazarus 1991; Loewenstein *et al.*, 2013; Simon, 1955, 1977, 1990; Singh, 2018) tem apontado a importância relacionada aos processos organizacionais, na carreira e comportamento demonstrando ser elemento dos tipos de decisões tomadas pelos empreendedores influenciados pelas emoções medo e raiva.

O processo de valor agregado reúne atividades que têm alto nível contributivo na tomada de decisão. Portanto, a participação do empreendedor é fundamental nessa agregação e mapeamento de processos (DAMASIO *et al.*, 2000; KELTNER e KERNER 2010) É processo de crença e comportamento a decisão, não podendo ser analisada separadamente das circunstâncias que a envolvem, conhecer as características e as emoções do empreendedor torna-se essencial à compreensão dos processos decisórios SIMON, *et al.*, 2008; SIMON, HOUGHTON e AQUINO, 2000)

4.4 Análise pelo Determinante Causal

Nesta seção são apresentados os resultados das respostas dos respondentes às comparações emoção básica por emoção básica, como ilustra a Figura 6: “A emoção básica Surpresa contribui [escala de valores comparativos: 1/10; 1/5; 1; 5; e 10, correspondentes a muito menos, menos, de forma igual, mais e muito mais] do que a emoção básica Raiva e “tomar a decisão da qual me arrependi”. O conjunto de todas as respostas é analisado matematicamente e matricialmente pelo software Determinante Causal que dá como output a classificação das preferências analíticas do respondente ordenadas pelo valor do Emach, o índice que varia de -1 a 4, onde -1 indica a causa raiz, valores negativos indicam fatores causais e valores positivos indicam fatores espúrios que nada têm a ver com a análise ou efeitos. A Tabela 5 mostra o extrato das respostas de 227 empreendedores pesquisados. Cabe destacar que pode haver duplicidade causal como é o caso do respondente R05 que atribuiu à Raiva e à Alegria causas raízes da tomada de decisão da qual mais se arrependeu.

Tabela 5 – Extrato da tabulação dos resultados pela análise pelo DC (todos os respondentes)

Variável	R01	R02	R03	R04	R05	R06	R07	R222	R223	R224	R225	R226	R227	-1	%	Média	DP
1-Tristeza	0.77	0.77	-0.80	4.00	4.00	-1.00	-1.00	0.63	4.00	-0.54	-0.60	-0.98	-0.70	6	2.52	1.45	1.94
2-Surpresa	0.36	0.36	4.00	-0.74	-0.59	0.13	1.36	1.08	-0.42	-0.18	4.00	4.00	4.00	0	0	1.52	1.72
3-Raiva	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-0.61	-0.95	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	217	91.2	-0.99	0.06
4-Medo	-0.74	-0.74	-0.50	-0.61	-0.80	-0.46	-0.20	-0.68	0.03	0.23	-0.37	0.06	0.77	15	6.3	-0.34	0.73
5-Aversão	2.63	4.00	1.00	-0.90	-0.26	-0.69	-0.72	4.00	0.12	0.09	-0.02	-0.54	-0.04	0	0	1.57	1.48
6-Alegria	4.00	2.86	0.00	-0.74	-1.00	4.00	4.00	2.43	-0.99	4.00	-0.02	0.56	-0.59	1	0.42	1.95	1.68
														Total=	239		
Efeitos ou fatores espúrios																	
Fatores causais																	
Caus raiz ou principal FCS																	

Legenda: Variável: lista das emoções básicas apresentadas ao respondente para comparação pelo Determinante Causal; R999: Valores de Emach decorrentes da análise, por Respondente: -1 (verde) causa raiz. Valores negativos (amarelo), fatores causais. Valores positivos (azul) efeitos; -1: quantidade de causas raiz por emoção básica; %: porcentagem relativa ao total de quantidade de causas raiz; Média: valor médio dos Emachs da emoção básica; a vermelho valores negativos ou causais; DP: desvio padrão dos Emachs da emoção básica. Fonte: Elaborada pela autora (2021)

4.5 Teste das Hipóteses

Esta subsecção especifica os testes das hipóteses formuladas na demonstração da tese e apresentadas na sub seção 1.4 deste texto, que são testadas a partir da utilização de análise estatística. A seguir elas são especificadas e testadas a partir da utilização da análise estatística levando em conta que o objetivo deste estudo consiste em investigar a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores.

Nas análises das hipóteses e testes estatísticos foi utilizado: o Teste Binomial: duas proporções no programa BioEstat (versão 5.0), software específico de resolução de situações que envolvam estatística e bioestatística, outro fator considerado na escolha é que de domínio público apresentado em Língua Portuguesa. O nível de significância foi estabelecido em 5% ($p < 0,05$). De acordo com Ayres *et al.* (2007), o BioEstat solidifica-se em ferramenta didática quase obrigatória devida, sobretudo, à facilidade de sua aplicação e interpretação dos fenômenos biológicos, sejam de ordem observacional, quer de natureza experimental.

A obtenção dessa análise pelo software BioEstat mostrou-se de grande eficácia, possível com o número mínimo de etapas, resultados apresentados de forma clara e didática, e eficaz no auxílio das disciplinas de Estatísticas na graduação, devido sua praticidade e aplicabilidade em diversas áreas.

Essas características podem conferir ao BioEstat alta demanda de aquisição e utilização. Neste sentido, devido a qualidade e facilidade apresentada pelo BioEstat, ele passou a ser empregado pelos pesquisadores no tratamento e apresentação e seus dados.

O Teste Binomial: duas proporções são aplicadas em amostras provenientes de populações que estão divididas em duas categorias, por exemplo, masculino e feminino, membro ou não membro de qualquer associação, doente ou não doente. Nestes casos, qualquer observação possível sobre a população recairá numa ou noutra dessas duas categorias. A distribuição Binomial é a distribuição amostral da proporção e pode-se observar numa amostra aleatória extraída da população dicotomizada.

A característica do BioEstat nesse teste é que expõe os resultados das comparações de médias em formas gráficas, facilitando o entendimento e aplicação destes resultados. Salienta-se que as variáveis definidas na análise foram reunidas sobre diferentes perspectivas da afetividade positiva e negativa nos processos decisórios que forneceu base ao formular as hipóteses, a demonstração da tese ocorreu com a não rejeição delas.

A primeira hipótese testada foi a seguinte: (H1a) A proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada não difere de 95% ao nível de significância de 0.05.

Ao testar se a proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada não difere de 95% se utilizou o teste binomial de duas proporções (Figura 18) tendo a amostra 1 a quantidade de 217 casos observados na emoção básica Raiva num total de 239 casos apontados como causa raiz (Tabela 5) e a Amostra 2 a quantidade de 227 casos em 239 correspondente a 95% . O valor exato seria 227.05.

Figura 18 - Output do teste binomial de duas proporções para testar a hipótese H1a desenvolvido no *BioEstat*.

Teste binomial: duas proporções

Imprimir

Entrada de dados		
	Amostra 1	Amostra 2
Tamanho da amostra	239	239
No. de sucessos	217	227

Executar Cancelar

Resultados		
Z = -1.7794 p1 = 0.9079 p2 = 0.9498	Unilateral p1 < p2 ou p1 > p2	Bilateral p1 ≠ p2
p-valor	0.0376	0.0752
Poder (0.05)	0.5536	0.4281

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

O resultado pelo p-value bilateral de 0.0752 mostra que não há diferença significativa entre as proporções p1 e p2 ao nível de significância de 0.05 pelo que não se rejeita a hipótese H1a, ou seja:

A proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada não difere de 95% ao nível de significância de 0.05. Esta hipótese poderia ser considerada não rejeitada se levar em conta que a causa raiz Raiva foi apontada por 217 dos 227 respondentes o que corresponde a proporção de 95,6%.

Esse resultado comprova a literatura pesquisada de (Elster, 2009; Haidt 2003; Saaty 2017), que diz que a emoção tem forte influência na tomada de decisão. E por mais racionais que os indivíduos tentem agir na tomada de decisão, eles raramente o serão. A emoção primária raiva Ekman (2007) acredita no esforço encarregado por conduzir o indivíduo a agir e vencer as dificuldades de maneira positiva ou negativa. Ela causa expectativas e desejos frustrados, embora importante que o sujeito responda às circunstâncias que estão atrapalhando sua vida (SIMON, 1965; SINGH, 2018).

Essas informações provam o conceito apresentado por (Averill, 1982) que no ambiente organizacional a raiva é comumente experimentada, corroborando com os achados sendo fonte de situações frustrantes e indutoras de ações comportamentais. Aqueles cuja atividade é interagir com outras pessoas, por exemplo, sentem raiva nessa esfera, com mais frequência do que qualquer outra pessoa (ALLCORN, 1994; SLOAN, 2004).

Dentre as causas da raiva estão, injustiça real ou percebida na atividade empreendedora (Weiss *et al.*, 1999) e comportamento repreensível de terceiros, incompetência nos afazeres, arrogância, grosseria, humilhação pública e abuso emocional (FITNESS, 2000). Sancionado pelos estudos de (Bachkirov, 2015; Coget *et al.*, 2011; Gibson e Callister, 2010) a raiva real na vida organizacional bem e seus efeitos na influência movida por ela, ratificando a primeira hipótese testada (H1a).

Sendo assim, pode-se afirmar que a proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada não difere de 95% ao nível de significância de 0.05.

A segunda hipótese testada (H1b) afirma que a proporção de empreendedores que têm a raiva ou o medo como principais emoções que influenciou tomada de decisão errada não difere de 99% ao nível de significância de 0.05. Tendo em conta testar se a proporção de empreendedores que têm a raiva ou o medo como principais emoções que influenciam tomada de decisão errada não difere de 99% se utilizou o teste binomial de duas proporções (Figura 19) tendo a Amostra 1 a quantidade de 232 casos observados (soma de 217 casos com a emoção básica Raiva mais 15 casos com a emoção básica Medo) no total de 239 casos como

causa raiz (Tabela 5) e a Amostra 2 a quantidade de 237 casos em 239 correspondente a 99%. O valor exato seria 236.61.

Figura 19 - Outupt do teste binomial de duas proporções para testar a hipótese H1b desenvolvido no *BioEstat*.

Teste binomial: duas proporções

Imprimir

Entrada de dados		
	Amostra 1	Amostra 2
Tamanho da amostra	239	239
No. de sucessos	232	237

Executar Cancelar

Resultados		
Z = -1.6826 p1 = 0.9707 p2 = 0.9916	Unilateral p1 < p2 ou p1 > p2	Bilateral p1 ≠ p2
p-valor	0.0462	0.0925
Poder (0.05)	0.5150	0.3904

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

O resultado pelo p-value bilateral de 0.0925 mostra que não há diferença significativa entre as proporções p_1 e p_2 ao nível de significância de 0.05 pelo que não se rejeita a hipótese H1b, ou seja: a proporção de empreendedores que têm a raiva ou o medo como principais emoções que influenciou tomada de decisão errada não difere de 99% ao nível de significância de 0.05.

Isso valida os estudos realizados por (Ekman, 2007), que no caso da emoção primária medo, os indivíduos expressam ao se deparar com a situação perigosa que ameaça seu bem-estar. Essa acontece em decorrência da antecipação do dano físico ou psicológico.

Atestando as informações de (Singh, 2018; Zollo *et al.*, 2017) as emoções com valorização negativa e positiva são necessárias: as primeiras porque fornecem motivação na revisão dessas estruturas; as últimas porque aumentam a capacidade de conduzir o processamento cognitivo necessário. Argumentos semelhantes são apresentados na literatura sobre a

capacidade de raiva e medo de gerar mudanças comportamentais está ligado ao argumento de que tal mudança requer energia emocional

Verifica-se que o medo é frequentemente experimentado pelos empreendedores (Skinner, 2004) e tem forte impacto no desempenho organizacional (Baruch e Lambert, 2006). Entre suas interferências estão a mudança organizacional (Flam, 1993), processos decisórios, avaliações de desempenho, confrontos, represálias (Jackman e Strober, 2003) e violência (Vickers, 2010). Como a raiva e o medo exerce efeitos identificáveis nos atos de decidir desses empreendedores (BACHKIROV, 2015; TSAI e YOUNG, 2010).

Essas informações provam o conceito apresentado por (Singh, 2018) de que as pessoas estão sujeitas a sentir raiva e medo, tendo em vista que o indivíduo determina relações afetivas em todos os níveis da vida e inclina-se a criar expectativas, que quando não são atendidas, elas podem se revelar. Sendo essas emoções influentes na tomada de decisão errada dos empreendedores.

Com o objetivo de contribuição do entendimento das consequências da raiva na tomada de decisões, é importante estabelecer que eles ativam o processamento mais profundo, embora tradicionalmente vista como emoção negativa (Lazarus, 1991), a raiva exhibe propriedades típicas das emoções positivas (BACHKIROV, 2015; Lerner e Tiedens, 2006). Isso afirma a teoria de avaliação cognitiva que vê a raiva e o medo como principais emoções que influenciam a tomada de decisão errada, confirmando segunda hipótese testada (H1b).

Posto isso, pode-se declarar que a proporção de empreendedores que têm a raiva ou o medo como principais emoções que influenciou tomada de decisão errada não difere de 99% ao nível de significância de 0.05.

A hipótese (H1c) afirma que não há diferença significativa entre a proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada considerando o gênero do respondente ao nível de significância de 0.05.

Tabela 6 - Extrato da tabulação dos resultados pela análise DC (respondentes masculinos (M) e femininos (F))

Variável M		R215	R216	R218	R220	R221	R223	R226	R227	-1	%	Média	DP
1-Tristeza		4.00	2.36	-0.99	-0.97	0.72	4.00	-0.98	-0.70	3	2.8	1.47	1.91
2-Surpresa		2.20	1.07	0.35	-0.52	1.25	-0.42	4.00	4.00	0	0	1.50	1.70
3-Raiva		-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	95	88.8	-0.99	0.07
4-Medo		-0.71	-0.68	-0.59	4.00	-0.67	0.03	0.06	0.77	8	7.48	-0.42	0.59
5-Aversão		2.36	3.97	4.00	-0.75	4.00	0.12	-0.54	-0.04	0	0	1.57	1.51
6-Alegria		0.36	0.71	0.04	0.57	2.45	-0.99	0.56	-0.59	1	0.93	1.73	1.67
										107			
Variável F		R212	R213	R214	R217	R219	R222	R224	R225	-1	%	Média	DP
1-Tristeza		-0.77	-0.88	-0.58	-0.92	-0.70	0.63	-0.54	-0.60	3	2.27	1.44	1.98
2-Surpresa		4.00	0.65	2.09	4.00	2.29	1.08	-0.18	4.00	0	0	1.53	1.75
3-Raiva		-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	122	92.4	-0.99	0.05
4-Medo		-0.12	-0.51	-0.99	-1.00	-0.49	-0.68	0.23	-0.37	7	5.3	-0.28	0.83
5-Aversão		4.00	4.00	3.01	2.66	2.99	4.00	0.09	-0.02	0	0	1.56	1.45
6-Alegria		0.61	-0.11	3.01	0.65	-0.26	2.43	4.00	-0.02	0	0	2.13	1.67
										132			

Legenda: Variável: lista das emoções básicas apresentadas ao respondente para comparação pelo Determinante Causal; R999: Valores de Emach decorrentes da análise, por Respondente: -1 (verde) causa raiz. Valores negativos (amarelo), fatores causais. Valores positivos (azul) efeitos; -1: quantidade de causas raiz por emoção básica; %: porcentagem relativa ao total de quantidade de causas raiz; Média; valor médio dos Emachs da emoção básica; a vermelho valores negativos ou causais; DP: desvio padrão dos Emachs da emoção básica. Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Levando em conta testar essa hipótese, inicialmente se estratificou os dados da Tabela 5 por gênero (masculino M e feminino F) tendo resultado nos valores exibidos na Tabela 6. Foi usado o teste binomial de duas proporções, como ilustra a Figura 20, tendo a amostra 1 os 95 casos observados em 107 casos totais do gênero masculino e a amostra 2 os 122 casos observados em 132 casos totais do gênero feminino.

O resultado pelo p-value bilateral de 0.3332 mostra que não há diferença significativa entre as proporções p_1 e p_2 ao nível de significância de 0.05 pelo que não se rejeita a hipótese H_{1c} , ou seja: não há diferença significativa entre a proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou tomada de decisão errada considerando o gênero do respondente ao nível de significância de 0.05.

Figura 20 - Outupt do teste binomial de duas proporções para testar a hipótese H1c desenvolvido no *BioEstat*.

Teste binomial: duas proporções >

Imprimir

Entrada de dados		
	Amostra 1	Amostra 2
Tamanho da amostra	107	132
No. de sucessos	95	122

Executar Cancelar

Resultados		
Z = -0.9677 p1 = 0.8879 p2 = 0.9242	Unilateral p1 < p2 ou p1 > p2	Bilateral p1 ≠ p2
p-valor	0.1666	0.3332
Poder (0.05)	0.2477	0.1592

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

O teste confirmou H1c ao demonstrar a diferença dos processos decisórios por gênero é assunto com pontos de vistas diferentes entre os autores. Porém, (Gatewood *et al.*, 2003; Welch (2002) destacam que os estilos de tomada de decisão masculino e feminino são rótulos e na verdade percebe-se que nas organizações os empreendedores utilizam-se de ambos atributos. No gênero masculino, os traços principais consistiriam na urgência na ação com fundamento em escassas informações disponíveis, sem consultar outras pessoas e analisar possíveis opções (AHL, 2006). Já no gênero feminino, os traços consistiriam na desaceleração na ação em função da utilidade de consultar alternativas, procura por informações que apoiem a decisão, análise de opiniões e apreensão com os custos envolvidos (CROSON e GNEEZY, 2009).

Todavia, corroborando ao entendimento de Johnson e Powell (1994) reconsideraram a literatura de tomada de decisão dos empreendedores e deduziu que as indicações sobre as diferenças de gênero não eram precisas. Enfatizando essa opinião, não houve diferenças significativas entre os gêneros em estudos que examinaram a tomada de decisão nas organizações feitas por Chaganti (1986) e (Powell e Ansic, 1997).

O nível de significância de 0.05 confirma os estudos de (Hudgens e Fatkin, 1985; Johnson e Powell, 1994) referidos por (ECKEL e EGROSSMAN, 2008; FRANCIS *et al.*, 2015; LANGOWITZ e MINNITI, 2007) concluindo que homens e mulheres são igualmente afetados pelos fatores emocionais nos processos decisórios (JEONG e HARRISON, 2017; KANZE *et al.*, 2018; SHINNAR, GIACOMIN e JANSSEN, 2012) ou seja são igualmente capazes de processar e reagir as condições de informação e tendo a raiva a interferência no momento da decisão de ambos, confirmando a terceira hipótese (H1c).

Portanto, pode-se reiterar que não há diferença significativa entre a proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção que influenciou a tomada de decisão errada considerando o gênero do respondente ao nível de significância de 0.05

Por fim testou-se a hipótese (H1d) que afirma que o medo é a segunda principal emoção que mais influenciou a tomada de decisão errada por empreendedores.

O teste desta hipótese pode ser feito utilizando-se os dados da Tabela 7 que coligiu os dados das Tabelas 5 e 6 e onde pode-se observar que, tanto casos estratificados por gênero como casos de todos os respondentes, o Medo é a emoção que vem sempre em segundo lugar.

Por outro lado, mostram as médias dos Emachs das emoções na Tabela 7, apenas as emoções Raiva e Medo apresentaram resultados negativos o que significa que estas emoções são causais, pelo que não se rejeita a hipótese H1d: o medo é a segunda principal emoção que mais influenciou a tomada de decisão errada por empreendedores.

Tabela 7 - Extrato da tabulação dos resultados pela análise pelo DC (respondentes masculinos (M) e femininos (F) e todos os respondentes)

Variável M	R216		R218		R220	R221		R223			R226	R227	-1	%	Média	DP
1-Tristeza	2.36		-0.99		-0.97	0.72		4.00			-0.98	-0.70	3	2.8	1.47	1.91
2-Surpresa	1.07		0.35		-0.52	1.25		-0.42			4.00	4.00	0	0	1.50	1.70
3-Raiva	-1.00		-1.00		-1.00	-1.00		-1.00			-1.00	-1.00	95	88.8	-0.99	0.07
4-Medo	-0.68		-0.59		4.00	-0.67		0.03			0.06	0.77	8	7.48	-0.42	0.59
5-Aversão	3.97		4.00		-0.75	4.00		0.12			-0.54	-0.04	0	0	1.57	1.51
6-Alegria	0.71		0.04		0.57	2.45		-0.99			0.56	-0.59	1	0.93	1.73	1.67
													107			
Variável F		R217		R219			R222		R224	R225			-1	%	Média	DP
1-Tristeza		-0.92		-0.70			0.63		-0.54	-0.60			3	2.27	1.44	1.98
2-Surpresa		4.00		2.29			1.08		-0.18	4.00			0	0	1.53	1.75
3-Raiva		-1.00		-1.00			-1.00		-1.00	-1.00			122	92.4	-0.99	0.05
4-Medo		-1.00		-0.49			-0.68		0.23	-0.37			7	5.3	-0.28	0.83
5-Aversão		2.66		2.99			4.00		0.09	-0.02			0	0	1.56	1.45
6-Alegria		0.65		-0.26			2.43		4.00	-0.02			0	0	2.13	1.67
													132			
Variável	R216	R217	R218	R219	R220	R221	R222	R223	R224	R225	R226	R227	-1	%	Média	DP
1-Tristeza	2.36	-0.92	-0.99	-0.70	-0.97	0.72	0.63	4.00	-0.54	-0.60	-0.98	-0.70	6	2.52	1.45	1.94
2-Surpresa	1.07	4.00	0.35	2.29	-0.52	1.25	1.08	-0.42	-0.18	4.00	4.00	4.00	0	0	1.52	1.72
3-Raiva	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	217	91.2	-0.99	0.06
4-Medo	-0.68	-1.00	-0.59	-0.49	4.00	-0.67	-0.68	0.03	0.23	-0.37	0.06	0.77	15	6.3	-0.34	0.73
5-Aversão	3.97	2.66	4.00	2.99	-0.75	4.00	4.00	0.12	0.09	-0.02	-0.54	-0.04	0	0	1.57	1.48
6-Alegria	0.71	0.65	0.04	-0.26	0.57	2.45	2.43	-0.99	4.00	-0.02	0.56	-0.59	1	0.42	1.95	1.68
													Total=	239		

Legenda: Variável: lista das emoções básicas apresentadas ao respondente para comparação pelo Determinante Causal; R999: Valores de Emach decorrentes da análise, por Respondente: -1 (verde) causa raiz. Valores negativos (amarelo), fatores causais. Valores positivos (azul) efeitos; -1: quantidade de causas raiz por emoção básica; %: porcentagem relativa ao total de quantidade de causas raiz; Média; valor médio dos Emachs da emoção básica; a vermelho valores negativos ou causais; DP: desvio padrão dos Emachs da emoção básica. Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Este resultado apoia autores como (Shaver *et al.*, 1987) onde o medo evoca sentimentos de fraqueza e impotência sobre evento futuro e superestimação da probabilidade do resultado ruim (Bar-Tal, 2013) ou a quantidade de risco na situação (HUANG, SOUITARIS e BARSADÉ, 2019; LERNER e KELTNER, 2001).

Confirma, ainda, à definição de (Skinner, 2004) e verifica-se que o medo é frequentemente experimentado na atividade profissional e tem forte impacto no desempenho organizacional (BARUCH e LAMBERT, 2006). Entre seus antecedentes estão a mudança organizacional (Flam, 1993) avaliações de desempenho, confrontos represálias (Jackman e Strober, 2003) violência (Vickers, 2010) e a raiva e o medo têm efeitos identificáveis na tomada de decisão errada por empreendedores (TSAI e YOUNG, 2010).

Além disso, o medo pode motivar a ação empreendedora quando os atores tentam atrasar ou evitar o fracasso ou sair da situação de fracasso sancionando os estudos de (CACCIOTTI e HAYTON, 2015; HUANG, SOUITARIS e BARSADE, 2019). Isso ocorre porque o medo gera foco nas perdas (Camerer, 2005) e tem sido associado à redução do acerto e da falta de exatidão nos processos decisórios (DE CASTELLA, BYRNE e COVINGTON, 2013). Atestou-se que o medo acarreta consequências negativas nos empreendimentos, confirmando a conceituação da influência do medo na tomada de decisão errada pelos empreendedores (MITCHELL e SHEPHERD, 2011) e constando a hipótese H1.

Desta forma as hipóteses não foram rejeitadas, posto isto, perfazendo-se que as hipóteses do estudo foram todas validadas pelas medidas de correlação e pelos testes no BioEstat. Diante dos dados coletados e das análises realizadas, conclui-se que a tese de que a raiva é a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores.

No entanto, reitera-se a necessidade de ampliação do conhecimento voltado a emoção nos processos decisórios, apesar da contribuição do conteúdo exposto, propôs-se sugestões a serem consideradas, que estão elencadas na próxima seção.

A seguir, apresentam-se as conclusões, no sentido de fechar o processo de verificação com a inferência e interpretação das respostas, realizada em função dos resultados obtidos e apresentados nesta seção, estão elencadas na seção de considerações finais, a seguir.

5. ● CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta seção compreende as considerações finais desta tese e ajuda a compreensão do processo. Está fragmentada em partes, a primeira evidencia os objetivos (geral e específicos) propostos nessa tese e os argumentos demonstrados no cumprimento deles. Em seguida a conclusão no atendimento da proposta de pesquisa com considerações acerca dos resultados encontrados. A segunda parte salienta as implicações, enquanto a terceira e última parte relata as limitações advindas dos recortes do tema, recomendações futuras e aprofundamento do conhecimento sobre o assunto.

5.1 Conclusões

O processo decisório é antigo e constitui objeto de interesse de estudiosos em busca de caminhos que permitam compreender a complexidade envolvida nele, sempre relacionada à solução do problema de maior ou menor complexidade (DAMASIO, 2003, 2012; DAMASIO *et al.*, 2000; GREENE e HAIDT 2002). Verifica-se que o processo decisório se faz presente no dia a dia de todos, independentemente do tipo da atividade nas quais estão envolvidos. E envolve o processo mental percorrido pelas pessoas do modo mais consciente ou inconsciente, racional ou mais emocional.

Conforme apresentado, esse processo é constante na vida do empreendedor e requerem agilidade visando minimizar o risco e atingir o propósito (HAIDT, 2001). Embora o acerto seja buscado com racionalidade, percebe que vários aspectos possivelmente podem influenciar tais escolhas, dentre eles os fatores emocionais (BECHARA, 1997, 1999; DAMASIO, 1994, 1999).

O processo cognitivo decisório, relaciona-se a interferências, emoções, racionalizações, hábitos, julgamentos morais entre outros. Nesse sentido as emoções, podem atuar em viés que influencia tal escolha, visto que direciona o julgamento da melhor escolha provável, buscando melhores respostas. Os indivíduos tomam decisões e são influenciados pelo que sentem (HAIDT, 2003).

Esse método é consistente com a pesquisa empírica que apontou que vai além dos estritamente baseados na razão e são resultados de avaliações intuitivas, automáticas e emocionais. Estar em estado emocional pode fazer com que o tomador processe as informações relevantes de forma menos completa e meticulosa; conseqüentemente, a precisão das escolhas pode ser afetada.

Nesse contexto, o objetivo geral dessa pesquisa foi investigar a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores, por meio do software Determinante Causal (DC) foram identificadas as emoções primárias nos fatores causais e o fator principal ou causa raiz da decisão que os empreendedores mais se arrependeram. Os resultados mostram que a emoção primária raiva foi a que mais influenciou a tomada de decisão dos empreendedores, é importante tecer considerações quanto aos desfechos alcançados. Nesse escopo, a discussão dos resultados apresentados revela importantes particularidades.

Além do objetivo geral, foram estabelecidos quatro objetivos específicos que foram atingidos ao longo do trabalho. O primeiro era compreender a constituição das emoções no processo

decisório de empreendedores, tendo base as entrevistas semiestruturadas por meio da Técnica do Incidente Crítico (TIC) esse objetivo foi atingido.

As respostas mostram esses achados: os empreendedores têm o hábito de tomar de decisões no ambiente de trabalho, e essas podem trazer arrependimento ou orgulho e as emoções primárias são percebidas nesse processo, que exige mais de sua capacidade intelectual, é essencialmente atividade humana e comportamental (HARRIES *et al.*, 2000; HUANG, 2012; MARTÍNEZ *et al.*, 2020).

Condizente com Kahneman (1982) saber decidir é essencial na vida dos indivíduos. Entende-se o processo decisório do mesmo modo é constante na vida dos empreendedores, o que atinge o objetivo específico estabelecido. Simon (1959) segue dizendo, que eles se evidenciam por exigir rapidez, e intenção de diminuir o risco e acertar o objetivo (BARON, 2007; WEST, ACAR e CARUANA, 2020)

A proposta do segundo objetivo foi investigar se as emoções primárias: alegria, aversão, medo, raiva, surpresa e tristeza, influenciam diferentemente as decisões dos empreendedores. Verificou-se que esse objetivo foi alcançado com auxílio de questionário por meio do software Determinante Causal (DC) e identificou as emoções primárias nos fatores causais e o fator principal ou causa raiz da decisão.

No que se refere a constatar que as emoções primárias raiva e medo influenciam negativamente as decisões dos empreendedores, terceiro objetivo dessa tese, foi possível identificar tanto pelo questionário por meio do software Determinante Causal (DC) quanto as pelas entrevistas semiestruturadas por meio da Técnica do Incidente Crítico (TIC). Essa constatação é confirmada pela percepção de (Singh, 2018; Zollo *et al.*, 2017) atestando as informações de que as pessoas estão sujeitas a sentir raiva e medo no ambiente de trabalho (Jackman e Strober, 2003; Lerner e Tiedens, 2006; Vickers, 2010).

Com relação ao último objetivo específico, de validar as hipóteses apresentadas, pode-se perceber, de forma geral que elas não foram rejeitadas, posto isto, perfazendo a confirmação da probabilidade, provadas pelas medidas de correlação e por meio dos testes realizados no Software BioEstat. Vale a pena correr os olhos pelos resultados considerando as refutações das hipóteses.

Pode-se afirmar, empreendedores têm a raiva como principal emoção influenciada a tomada de decisão errada: a proporção não difere de 95% ao nível de significância de 0.05, referindo-se a essa hipótese. Essas informações provam o conceito apresentado por (Averill, 1982) no

ambiente organizacional a raiva é comumente experimentada, corroborando com os achados e sendo fonte de situações frustrantes e indutoras de ações comportamentais. Sancionado pelos estudos de (Bachkirov, 2015; Coget *et al.*, 2011; Gibson e Callister, 2010) a raiva é realidade na vida organizacional e seus efeitos na influência movida por ela. O resultado confirmou os estudos apresentados por (Allcorn, 1994; Ekman, 2007; Elster, 2009; Fitness, 2000; Haidt, 2003; Saaty, 2017; Simon, 1965; Sloan, 2004; Weiss *et al.*; 1999).

Sobre a proporção de empreendedores que têm a raiva ou o medo como principais emoções que influenciaram tomada de decisão errada observou-se: não difere de 99% ao nível de significância de 0.05. Isso valida os estudos realizados por (Bachkirov, 2015; Flam, 1993; Lazarus, 1991) e verifica-se que a raiva e o medo são frequentemente experimentados pelos empreendedores (Skinner, 2004) e tem forte impacto no desempenho organizacional (Baruch e Lambert, 2006).

Igualmente mulheres e homens se mostram influenciados pela raiva no processo decisório: não há diferença significativa entre a proporção de empreendedores que têm a raiva como principal emoção influenciada na tomada de decisão errada considerando o gênero do respondente. O nível de significância de 0.05 confirmou os achados de (Gatewood *et al.*, 2003; Jeong e Harrison, 2017; Kanze *et al.*, 2018; Shinnar, Giacomini e Janssen, 2012; Welch, 2002) ao demonstrar a diferença dos processos decisórios por gênero é assunto com pontos de vistas diferentes entre os autores. Enfatizando essa opinião, não houve diferenças significativas entre os gêneros na tomada de decisão organizacionais, feitas por (Ahl, 2006; Chaganti, 1986; Croson e Gneezy, 2009; Hudgens e Fatkin, 1985) concluindo que homens e mulheres são igualmente afetados pela raiva nos processos decisórios de ambos (ECKEL e EGROSSMAN, 2008; LANGOWITZ e MINNITI, 2007).

Observou-se que o medo é a segunda principal emoção que mais influenciou a tomada de decisão errada por empreendedores. Este resultado apoia autores como (Flam, 1993; Jackman e Strober, 2003; Shaver *et al.*, 1987; Vickers, 2010) onde o medo evoca sentimentos de fraqueza e impotência sobre evento futuro. Confirmou, ainda, à definição de (Skinner, 2004) e verificou-se que o medo é frequentemente experimentado na atividade profissional e tem forte impacto no desempenho organizacional acarretando consequências negativas nos empreendimentos (Cacciotti e Hayton, 2015; Camerer, 2005; De Castella, Byrne e Covington, 2013; Huang, Souitaris e Barsade, 2019) confirmando a conceituação da influência do medo na tomada de decisão errada pelos empreendedores (BARUCH e LAMBERT, 2006; MITCHELL e SHEPHERD, 2011; TSAI e YOUNG, 2010).

Com relação às hipóteses, elas foram confirmadas e quanto aos objetivos propostos da pesquisa percebe-se que foram plenamente alcançados, como mostraram os resultados. Finalmente, considera-se a tese que a raiva é a emoção primária que mais influencia as decisões dos empreendedores, o modelo proposto, se confirma diante dos dados coletados, das análises realizadas e dos desfechos confirmados.

Pode-se concluir, portanto, os resultados mostram que homens e mulheres empreendedores são significativamente afetados pelas emoções primárias, sendo raiva a primeira e o medo a segunda mais influenciada nos processos decisórios.

Desse modo, entende-se que os achados trazem colaboração no campo acadêmico e ampliando a base empírica dos estudos relacionados no campo do processo decisório em empreendedorismo visto que os resultados exibidos podem servir de direção no cenário organizacional envolvendo a influência das emoções sem a presunção de findar o tema.

Por fim, esse trabalho não tem a presunção de ser conclusivo sobre o assunto, mas sim oferecer recursos no entendimento dessa temática. Almeja-se utilização de apoio no seguimento do andamento de outros métodos relacionadas e podendo ser útil no auxílio da procura de conhecimento e temas relacionados a influência da emoção primária na tomada de decisão dos empreendedores.

Com base nos resultados, foi possível salientar as implicações do estudo e sugestões futuras que são tratados nos itens posteriores.

5.2 Implicações da Pesquisa

Existem implicações teóricas provenientes de decisões que tiveram que ser consideradas no decorrer da execução do estudo. No instante da seleção da profundidade dos métodos ou das referências teóricas aplicadas nesta tese, apoiou-se em recortes estabelecidos na separação das classes de exploração quanto no levantamento dos componentes de análise, que carregaram, em si, certa proporção de parcialidade.

Apesar da temática sobre empreendedorismo vem sendo estudado em meio a muitas revisões, devido ao papel que ocupa no desenvolvimento e administração de países e regiões, exemplo dos estudos de Baron (2002); Bruyat e Julien (2000); Cunningham e Lischeron (1991); Davidsson (2005); Fillion (1990), Gartner (1985); Gartner (1990); Hisrich (2007); Hodgetts e

Kuratko (2001); Shane e Venkataraman (2000), não há contínua adequação e vem preenchendo várias linhas.

O empreendedorismo vem sendo estudado no ângulo da temática em meio a muitas revisões, devido ao papel que ocupa no desenvolvimento e na gestão global. Porém existe falta de compatibilidade a respeito das linhas sobre o tema, em virtude de a ocorrência do empreendedorismo ter se definido ao longo de sua evolução, e ser multinacional, interdisciplinar, amplo e de profundo entendimento (BARON e SHANE, 2007; FILION, 1999).

Dessa maneira, pondera-se dentre as implicações deste estudo, a linha teórica, a definição do empreendedorismo é recortada a partir da temática cognitiva alinhado à escola comportamental e cognitiva das ciências sociais do empreendedorismo, de forma teórica e empírica. Salienta-se que a empreendedorismo cognitivo utilizadas nesta tese emergiram do referencial teórico realizado, e foram sustentadas empiricamente com a coleta de dados por meio dos questionários e das entrevistas narrativas, isto é, os entrevistados, a partir da experiência empreendedora, confirmaram a coesão com a literatura.

Os resultados retratados exibem implicações diretas na soma de “consumidores” do emocional no processo decisório para o empreendedorismo e do empreendedorismo. Em termos de implicações práticas, as descobertas sugerem-se que os empreendedores estejam cientes das influências que as emoções primárias podem exercer sobre seus processos de escolha em ambientes organizacionais com múltiplos atributos e alternativas.

Estar em estado de raiva ou medo pode fazer com que o ato de escolher processe as informações relevantes de forma menos completa e atenta; por consequência, a precisão das escolhas pode ser afetada. Por outro lado, quando sentir-se com raiva ou medo pode retardar esse processo devido ao aumento da quantidade de informações que o tomador estará considerando.

Apesar dos seus limites metodológicos, cumpriu-se com os objetivos aos quais se determinava, porém próprio a toda observação explicitou as limitações que são tratadas no item subsequente além das recomendações futuras, a seguir, serão expostas as argumentações finais agrupadas em subseções.

5.3 Limitações e recomendações para estudos futuros

Inerentes a qualquer trabalho as limitações são esperadas, dessa forma esse estudo tem vários limites que indicam o potencial futuro. A amostra foi retirada da região geográfica específica da Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ), o que poderia levar a preocupações sobre a aplicabilidade dos resultados além deste cenário. Atenua-se esta questão utilizando fontes de dados primários e por meio de questionário e entrevistas, triangular as indagações e averiguar sua aplicação e destaque mais amplo.

Observa-se que, o processo de ensino e aprendizagem apresentou avanços significativos, principalmente, no que se refere ao ensino remoto, devido à pandemia da Covid-19 (DIAS *et al.*, 2020).

A restrição do contato direto entre pessoas e aglomerações, seja em sala de aula, reuniões ou outra forma de união, devido à pandemia da Covid-19 limitou as pesquisas presenciais e estimulou-se a busca de novas formas de investigação por meio de ferramentas tecnológicas, sendo feitas de forma *online* (DIAS *et al.*, 2020).

Propõe-se análises futuras a fim de serem replicadas em outras localidades geográficas dentro e fora da Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ), especialmente em capitais e regiões metropolitanas, ampliando a área de estudo, possibilitando a verificação de recorrência dos resultados aqui encontrados e suas aplicações.

A população da amostra desse estudo foi o MEI (Microempreendedor individual), ME (Microempresa) e EPP (Empresa de Pequeno porte), espera-se que possa ser considerada outros enquadramentos de empresas, incluindo EPP (Empresa de Pequeno porte) e EGP (Empresa de Grande Porte). Recomenda-se que sejam feitas novas pesquisas envolvendo outros tipos de negócios, em áreas não exploradas, empreendedorismo rural e em organizações do terceiro setor, e essa área de estudos possa de fato desenvolver ainda mais.

Sendo que o propósito desse trabalho não é investigar as emoções secundárias, sugere-se ensaios futuros de aprofundamento do papel positivo e negativo das emoções primárias e secundárias dos empreendedores na decisão

Em novos trabalhos, pretende-se aprofundar as questões da modelagem de cada fator, com a elaboração de artigos, continuação da utilização do software na verificação de outras emoções e os dados sinalizam questões que podem ser analisadas em outros contextos de pesquisa.

No entendimento da sequência dessa tese, dado aos questionamentos que pairam sobre esse tema e levando em consideração as limitações dos resultados, recomenda-se a necessidade seguir com olhares que permitam a percepção da emoção primária na tomada de decisão dos empreendedores das grandes empresas e da emoção secundária nos processos decisórios das micras e pequenas, em outras cidades e regiões do país a fim de gerar subsídios e reflexões futuras que visem aumentar informações dos empenhos e recursos de apuração desta análise, no esforço de aperfeiçoar a competência explicativa e elucidativa daqueles que escolhem e decidem usando fatores emocionais.

REFERÊNCIAS

- AHL, H. Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 30, n. 5, p. 595-621, 2006.
- ALIAGA, M.; GUNDERSON, B. **Interactive Statistics**. Thousand Oaks: Sage, 2002.
- ALLCORN, S. **Anger in the Workplace**, Quorum, Westport, CT, 1994.
- ALVAREZ, S. A.; BUSENITZ, L. W., The entrepreneurship of resource-based theory. **Journal of Management**, n. 27, p. 755-75, 2001.
- ASHFORTH, B. E.; HUMPHREY, R. H. Emotion in the workplace: A reappraisal. **Human relations**, v. 48, n. 2, p. 97-125, 1995.
- AVERILL, J. R. **Anger and Aggression: An Essay on Emotion**, Springer-Verlag, New York, NY, 1982.
- AYRES, M.; AYRES Júnior, M.; AYRES, D. L.; SANTOS, A. D. A. Aplicações estatísticas nas áreas das ciências biomédicas. **Instituto Mamirauá**, Belém, v. 364, 2007.
- BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte, UFMG, 1999.
- BACHKIROV, A. A. Managerial decision making under specific emotions. **Journal of Managerial Psychology**, v. 30 n. 7, p. 861-874, 2015.
- BAGOZZI, R. P.; DHOLAKIA, U. Goal setting and goal striving in consumer behavior. **Journal of marketing**, v. 63, n. 4_suppl1, p. 19-32, 1999.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 1977.
- BARON, R. A. OB and entrepreneurship: the reciprocal benefits of closer conceptual links. **Research in Organizational Behavior**, v.24, p. 225-69, 2002.
- _____; SHANE, S. A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Thompson, 2007.
- _____; WARD, T. B. Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: potential contributions from the field of cognitive science. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 28, n. 6, p. 553-574, 2004.
- BARUCH, Y.; LAMBERT, R. Organizational anxiety: applying psychological concepts into organizational theory. **Journal of Managerial Psychology**, 2007.
- _____; LAMBERT, R. Organizational anxiety: applying psychological concepts into organizational theory. **Journal of Managerial Psychology**, v. 21 v. 1, p. 84-99, 2006.
- BECHARA, A.; DAMASIO, H.; DAMASIO, A. R. Emotion, decision making and the orbitofrontal cortex. **Cerebral cortex**, v. 10, n. 3, p. 295-307, 2000.
- _____; DAMASIO, H.; DAMASIO, A. R.; LEE, G. P. Different contributions of the human amygdala and ventromedial prefrontal cortex to decision-making. **Journal of neuroscience**, v. 19, n. 13, p. 5473-5481, 1999.
- _____; DAMASIO, H.; TRANEL, D.; DAMASIO, A. R. Deciding advantageously before knowing the advantageous strategy. **Science**, v. 275, n. 5304, p. 1293-1295, 1997.
- BINGHAM, C. B.; EISENHARDT, K. M.; FURR, N. R. What makes a process a capability? Heuristics, strategy, and effective capture of opportunities. **Strategic Entrepreneurship Journal**, n. 1, p. 27-48, 2007.

- BIRD, B. J., The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.17, p. 11-20, 1992.
- BITNER, M J.; BOOMS, B. H.; TETREAUULT, M. S. The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. **Journal of marketing**, v. 54, n. 1, p. 71-84, 1990.
- BRADLEY, M. M. Emotional Memory: A Dimensional Analysis. In (S. van Groot, NE van de Poll and J. Sargent eds) **The Emotions: Essays on Emotion Theory**. 1994.
- BURKE, L.; MILLER, M. K. Taking the mystery out of intuitive decision making. **Academy of Management Perspectives**, v. 13, n. 4, p. 91-99, 1999.
- BUSENITZ, L. W.; LAU, C. M., A cross-cultural cognitive model of new venture creation. **Entrepreneurship theory & practice**, v. 20, n. 4, p. 25-40, 1996.
- _____; WEST III, G.P.; SHEPHERD, D.; NELSON, T.; CHANDLER, G.N.; ZACHARAKIS, A., Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions. **Journal of Management**, v. 29, n. 3, p. 285-308, 2003.
- BUSENITZ, W., Entrepreneurial Risk and Strategic Decision Making It's a Matter of Perspective Lowell. **The journal of applied behavioral science**, v. 35 n. 3, p. 325-340, 1999.
- CACCIOTTI, G.; HAYTON, J. C. Fear and entrepreneurship: A review and research agenda. **International Journal of Management Reviews**, v. 17, n. 2, p. 165-190, 2015.
- CAMERER, C. Three cheers—psychological, theoretical, empirical—for loss aversion. **Journal of marketing research**, v. 42, n. 2, p. 129-133, 2005.
- _____; LOVALLO, D. Overconfidence and excess entry: An experimental approach. **American economic review**, v. 89, n. 1, p. 306-318, 1999.
- CARDON, M. S.; FOO, M. D.; SHEPHERD, D., and WIKLUND, J. Exploring the heart: entrepreneurial emotion is a hot topic. **Entrep. Theory Pract.** 36, 1–10, 2012.
- CARPENTER, E. **Prioritization Matrix Is Made Easier with a Template**. 2010.
- CASSON, M., Entrepreneurial Networks in International Business. **Business and Economic History**, v. 26, n. 2 p. 811-823, 1997.
- CAULLEY, L.; HUNINK, M. G.; RANDOLPH, G. W.; SHIN, J. J. Evidence-Based Medicine in Otolaryngology, Part XI: Modeling and Analysis to Support Decisions. **Otolaryngology–Head and Neck Surgery**, v. 164, n. 3, p. 462-472, 2021.
- CHAGANTI, Radha. Management in women-owned enterprises. **Journal of small business management**, v. 24, n. 4, p. 18-29, 1986.
- CHEN, H. M.; TSAI, F. S.; LING, H. C. Business area changes and entrepreneurial persistence in ecology- and food-related industries: knowledge heterogeneity and emotion perspectives. *Sustainability* 10:10, 2018.
- COGET, J.-F., HAAG, C; GIBSON, D. E. Anger and fear in decision making: the case of film directors on set. **European Management Journal**, v. 29, n. 6, p. 476-490, 2011.
- CRESWELL, J. W. **Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches** (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage, 2014.
- CROPANZANO, R.; WEISS, H. M.; HALE, JEFF, M. S.; REB, J. The structure of affect: Reconsidering the relationship between negative and positive affectivity. **Journal of management**, v. 29, n. 6, p. 831-857, 2003.

CROSON, R.; GNEEZY, U. Gender differences in preferences. **Journal of Economic literature**, v. 47, n. 2, p. 448-74, 2009.

CULKIN, N.; SMITH, D. An emotional business: A guide to understanding the motivations of small business decision takers. *Qualitative Market Research - An International Journal*, v. 3, n. 3, p. 145-157, 2000.

CUNHA, M. P. Entrepreneurship as decision making: rational, intuitive and improvisational approaches. **Journal of Enterprising Culture**, v. 15, n. 1, p. 1-20, 2007.

CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J., Defining Entrepreneurship. **Journal of small business management**, v. 29, n. 1, p. 45-61, 1991.

CURSEU, P. L.; VERMEULEN, P. A.; BAKKER, R. M. The psychology of entrepreneurial strategic decisions. **Entrepreneurial strategic decision-making: A cognitive perspective**, p. 41-67, 2008.

DA SILVA MOTA, J. Utilização do google forms na pesquisa acadêmica. **Humanidades & Inovação**, v. 6, n. 12, p. 371-373, 2019.

DAMASIO, A. R.; **Descartes' error**: emotion, reason, and the human. New York: Penguin Books, 1994.

_____; GRABOWSKI, T. J.; BECHARA, A.; DAMASIO, H.; PONTO, L. L.; PARVIZI, J.; HICHTWA, R. D. Subcortical and cortical brain activity during the feeling of self-generated emotions. **Nature neuroscience**, v. 3, n. 10, p. 1049-1056, 2000.

_____; **Looking for Spinoza: Joy, sorrow, and the feeling brain**. Houghton Mifflin Harcourt, 2003.

_____; **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. Editora Companhia das Letras, 2012.

_____; **The feeling of what happens: Body and emotion in the making of consciousness**. Houghton Mifflin Harcourt, 1999.

DE ACEDO LIZÁRRAGA, M. L. Sanz; DE ACEDO BAQUEDANO, M. T. Sanz; CARDELLE-ELAWAR, M. Factors that affect decision making: gender and age differences. **International Journal of psychology and psychological therapy**, v. 7, n. 3, p. 381-391, 2007.

DE CASTELLA, K.; BYRNE, D.; COVINGTON, M. Unmotivated or motivated to fail? A cross-cultural study of achievement motivation, fear of failure, and student disengagement. **Journal of educational psychology**, v. 105, n. 3, p. 861, 2013.

DE KORT, M. J.; VERMEULEN, P. A. Entrepreneurial decision-makers and the use of biases and heuristics. Vermeulen, Patrick. AM and Curseu, PL (Ed.), *Entrepreneurial Strategic Decision-Making A Cognitive Perspective*, Edward Elgar Publishing Limited, p. 123-134, 2010.

DEAN JR, J. W.; SHARFMAN, M. P. Does decision process matter? A study of strategic decision-making effectiveness. **Academy of management journal**, v. 39, n. 2, p. 368-392, 1996.

DELA COLETA, J. A. A técnica dos incidentes críticos: aplicações e resultados. **Arquivos Brasileiros de Psicologia Aplicada**, v. 26, n. 2, p. 35-58, 1974.

_____; DELA COLETA, M. F.. Felicidade, bem-estar subjetivo e comportamento acadêmico de estudantes universitários. **Psicologia em estudo**, v. 11, p. 533-539, 2006.

DENZIN N. K.; LINCOLN, Y.S. Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research. In **Handbook of qualitative research** (5 ed.). London: Sage, 2018.

_____; LINCOLN, Y. S. **Handbook of Qualitative Research**. Thousand Oaks: Sage, 2011.

DEW, N.; GRICHNIK, D.; MAYER-HAUG, K.; READ, S.; BRINCKMANN, J. Situated entrepreneurial cognition. **International Journal of Management Reviews**, v. 17, n. 2, p. 143-164, 2015.

_____; READ, S.; SARASVATHY, S. D.; WILTBANK, R. Effectual versus predictive logics in entrepreneurial decision-making: Differences between experts and novices. **Journal of business venturing**, v. 24, n. 4, p. 287-309, 2009.

_____; READ, S.; SARASVATHY, S. D.; WILTBANK, R. On the entrepreneurial genesis of new markets: effectual transformations versus causal search and selection. **Journal of Evolutionary Economics**, v.21, n. 2, p. 231-253, 2010.

DIAS, G. N.; VOGADO, G. E. R.; BARRETO, W. D. L.; DA SILVA JUNIOR; W. L., BARBOSA, E. S., RODRIGUES, A. E., SILVA JUNIOR, A. F.; COSTA, C. A. C. Retorno às aulas presenciais no sistema educacional do estado do Pará-Brasil: Obstáculos e desafios durante a epidemia de Covid-19 (Sars-Cov-2). **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 6, p. 37906-37924, 2020.

DIBB, S.; MERENDINO, A.; ASLAM, H.; APPELYARD, L.; BRAMBLEY, W. Whose rationality? Muddling through the messy emotional reality of financial decision-making. **Journal of Business Research**, v. 131, p. 826-838, 2021.

DODGE, Y. **The Oxford Dictionary of Statistical Terms**. Oxford. Ed The Oxford University Press, 2003.

DOERN, R.; GOSS, D. From barriers to barring: why emotion matters for entrepreneurial development. *Int. Small Bus. J. Res. Entrep.* 31, 496–519, 2013.

ECKEL, C. C.; GROSSMAN, P. J. Men, women and risk aversion: Experimental evidence. **Handbook of experimental economics results**, v. 1, p. 1061-1073, 2008.

EDVARDSSON, B. O.; ROSS, I. Critical Incident Techniques: Towards a Framework for Analyzing the Criticality of Critical Incidents. **International Journal of Service Industry Management**, p. 251 – 268, 2001.

EDVARDSSON, B.; ROOS, I. Critical incident techniques. **International Journal of Service Industry Management**, 2001.

EKMAN P. **Emotions Revealed: Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life**. New York: Holt, 2007.

_____; DAVIDSON, R. J.; RICARD, M.; ALAN WALLACE, B. Buddhist and psychological perspectives on emotions and well-being. **Current Directions in Psychological Science**, v. 14, n. 2, p. 59-63, 2005.

ELSTER, J. **Reason and Rationality**. New Jersey: Princeton University Press, 2009.

EMPLASA. Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano. **Aglomeração Urbana de Jundiaí (SP)**, 2011. Disponível em: <https://fnemrasil.org/aglomeracao-urbana-de-jundiai-sp/>. Acesso em 15 de abril de 2021.

FILION, L. J. Vision and relations: elements for an entrepreneurial metamodel. In: ANNUAL BABSON ENTREPRENEURSHIP RESEARCH CONFERENCE, 10, Apr. 1990, **Babson College**, MA. In: CHURCHILL, N. C. *et al.* (Eds.). *Frontiers of entrepreneurship research*.

Proceedings of the Tenth Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference. Babson, p. 57-71, 1990.

FISHER, C. D. Happiness at work. **International Journal of Management Reviews**, v. 12 n. 4, p. 384-412, 2010.

FITNESS, J. Anger in the workplace: an emotion script approach to anger episodes between workers and their superiors, co-workers and subordinates. **Journal of Organizational Behavior**, v. 21 n. 2, p. 147-162, 2000.

FLAM, H. Fear, loyalty and greedy organizations. **Emotion in organizations**, v. 58, p. 75, 1993.

_____. Fear, loyalty and greedy organizations., in Fineman, S. (Ed.), **Emotion in Organizations**, Sage, London, p. 58-75, 1993.

FLICK, U. **An introduction to qualitative research**. 4. ed. Thousand Oaks: Sage, 2009.

FORBES, D. P., Cognitive approaches to new venture creation. **International Journal of Management Reviews**, v. 1, n.4, p. 415, 1999.

FORGAS, J. P., GEORGE, J. M. Affective influences on judgments and behavior in organizations: an information processing perspective. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 86, n. 1, p. 3-34, 2001.

FORMAINI, R. L., The engine of capitalist process – Entrepreneurs in economic theory. **Economic, Financial Review Fourth Quarter**, p. 2-11, Dallas, 2001.

FRANCIS, B.; HASAN, I., PARK, J. C.; WU, Q. Gender differences in financial reporting decision making: Evidence from accounting conservatism. **Contemporary Accounting Research**, v. 32, n. 3, p. 1285-1318, 2015.

FRANCO, M. M. S.; **Influência das Emoções, Sentimentos e Gênero na Tomada De Decisão de Empreendedores**. Dissertação de Mestrado do curso de Administração das Micro e Pequenas Empresas da Faculdade Campo Limpo Paulista. FACCAMP. Campo Limpo Paulista. SP, 2014.

_____; SANCHES, C., **Influence of Emotions on Decision-Making**. **International Journal of Business and Social Research**, v. 6, n. 1, p. 40-62, 2016.

FREITAS, H.; BECKER, J. L.; KLADIS, C. M.; HOPPEN, N. **Informação e decisão: sistema de apoio e seu impacto**. Porto Alegre. Ortiz, 1997.

FRIJDA, N. H. The laws of emotion. **American psychologist**, v. 43, n. 5, p. 349, 1988.

FROEMMING, G. R.; OHLENDIECK, K. The role of ion-regulatory membrane proteins of excitation-contraction coupling and relaxation in inherited muscle diseases. **Front Biosci**, v. 6, p. D65-D74, 2001.

GATEWOOD, E. J., SHAVER, K. G., GARTNER, W. B., A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. **Journal of Business Venturing**, n. 10, p. 371–91, 1995.

_____; CARTER, N. M.; BRUSH, C. G.; GREENE, P. G.; HART, M. M. **Women entrepreneurs, their ventures, and the venture capital industry: An annotated bibliography**. Entrepreneurship and Small Business Research Institute (ESBRI), 2003.

GIBSON, D.E.; CALLISTER, R.R. Anger in organizations: review and integration. **Journal of Management**, v. 36 n. 1, p. 66-93, 2010.

- GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. Editora Atlas, 2010.
- GILL, S.; STOCKARD, J.; JOHNSON, M.; WILLIAMS, S. Measuring gender differences: The expressive dimension and critique of androgyny scales. **Sex roles**, v. 17, n. 7, p. 375-400, 1987.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Empreendedorismo no Brasil: 2019. Relatório Executivo. Curitiba: **Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade [IBQP]**. Disponível em: <http://www.ibqp.org.br/gem/download/>. Acesso em 15 de abril 2021.
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- GOLEMAN, D. **Inteligência emocional**: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente. Edição revista Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- GOOGLE. **Como utilizar o Google Forms**, 2021. Disponível em: <<https://support.google.com/docs/answer/6281888?hl=pt>>. Acesso em 30 de abril de 2021.
- GREENE J.; HAIDT J. How (and where) does moral judgment work? **Trends in cognitive sciences**, v. 6n. 12, p.517-523, 2002.
- GREMLER, D. D. The Critical Incident Technique in Service Research. **Journal of Service Research**, vol. 7, n. 1, p. 65 – 89, 2004.
- GRICHNIK, D.; SMEJA, A.; WELPE, I. The importance of being emotional: How do emotions affect entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation? **Journal of Economic Behavior & Organization**, v. 76, n. 1, p. 15-29, 2010.
- GROVE, S. J.; FISK. R. P. The Impact of Other Customers on Service Experiences: A Critical Incident Examination of Getting Along. **Journal of Retailing**, 73(1), 63-85, 1997.
- HAIDT, J.; The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. **Psychological Review**, v. 108, n. 4, p. 814, 2001.
- _____; The moral emotions. In R. J. Davidson, K. R. Scherer; H. H. Goldsmith (Eds.), **Handbook of affective sciences**. Oxford: Oxford University Press (p. 852-870), 2003.
- HANOCH, Y. Neither an angel nor an ant. Emotion as an antidote to bounded rationality. **Journal of economic psychology**, v. 23, p. 1-25, 2002.
- HARRIES, T.; MCEWEN, L.; WRAGG, A. Why it takes an ‘ontological shock’ to prompt increases in small firm resilience: Sensemaking, emotions and flood risk. **International Small Business Journal**, v. 36, n. 6, p. 712–733, 2018.
- HÄRTEL, C. E. H.; PAGE, K. M. Discrete emotional crossover in the workplace: the role of affect intensity. **Journal of Managerial Psychology**, v. 24, n. 3, p. 237-253, 2009.
- HARVEY, P.; VICTORAVICH, L. M. The influence of forward-looking antecedents, uncertainty, and anticipatory emotions on project escalation. **Decision Sciences**, v. 40 n. 4, p. 759-782, 2009.
- HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.
- HAYATI, D; KARAMI, E.; SLEE, B. Combining qualitative and quantitative methods in the measurement of rural poverty. **Social Indicators Research**, v.75, p.361-394, Springer, 2006.
- HAYES, J.; ALLINSON, C. W. Cognitive style and the theory and practice of individual and collective learning in organizations. **Human Relations**. New York: Jul. v. 51, n. 7; p. 847, 1998.

HAYNIE, J. M.; SHEPHERD, D. A.; MCMULLEN, J. S. An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions. **Journal of Management Studies**, n.46, p. 337–61, 2009.

HEATH, C.; TVERSKY, A. Preference and belief: Ambiguity and competence in choice under uncertainty. **Journal of risk and uncertainty**, v. 4, n. 1, p. 5-28, 1991.

HERNANDEZ, J. G. V.; ORTEGA R. P. Racionalidade limitada na tomada de decisões. **Revisão de pesquisa MOJ**, v.2, n.1, p.1-8, 2019

HISRICH, R.; LANGAN-FOX, J.; GRANT, S. Entrepreneurship research and practice: a call to action for psychology. **American Psychologist**, n. 62, p. 575–89, 2007.

HU, R.; MAO, Y.; YE, Y. H. Learning from entrepreneurial failure: emotions, cognitions, and actions. *Int. Entrep. Manag. J.* 13, 85–988, 2017.

HUANG, T. Y. **Intuição e emoção: examinando duas abordagens não racionais na tomada de decisão complexa**. Tese de Doutorado. City University London, 2012.

_____; 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.

HUDGENS, G. A.; FATKIN, L. T. Sex differences in risk taking: Repeated sessions on a computer-simulated task. **The Journal of Psychology**, v. 119, n. 3, p. 197-206, 1985.

IZARD, C. E. **Human emotion**. New York: Plenum, 1997

JACKMAN, J. M.; STROBER, M.H. Fear of feedback. **Harvard Business Review**, v. 81 n. 4, p. 101-106, 2003.

JEONG, S. H.; HARRISON, D. A. Glass breaking, strategy making, and value creating: Meta-analytic outcomes of women as CEOs and TMT members. **Academy of Management Journal**, v. 60, n. 4, p. 1219-1252, 2017.

JOHNSON, E. J.; TVERSKY, A. Affect, generalization, and the perception of risk. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 45, n. 1, p. 20-31, 1983.

JOHNSON, J. E; POWELL, P. L. Decision making, risk and gender: Are managers different? **British journal of management**, v. 5, n. 2, p. 123-138, 1994.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. Tradução de Maria Freire Ferreira Salvador. São Paulo: Saraiva, 2010.

KAHNEMAN, D. A perspective on Judgment and Choice: Mapping Bounded Rationality. **American Psychologist**, v. 58, n. 9, p. 697-720, 2003.

_____; Experienced Utility and Objective Happiness. In: Kahneman, D. e Tversky, A. (ed). *Choices, Values and Frames*, **Cambridge University Press**, 2000.

_____; Maps of Bounded Rationality. *The American Economic Review*, v. 93, n. 5, p. 1449-1475, 2003. KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. **Econometrica**, v. 47, n. 2, p. 263-292, 1979.

_____; A perspective on judgment and choice: mapping bounded rationality. **American psychologist**, v. 58, n. 9, p. 697, 2003.

_____; FREDERICK, S. Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment. *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment*, v. 49, p. 81, 2002.

_____; LOVALLO, D.; SIBONY, O.; TORRANCE, A.; VON HIPPEL, C. A structured approach to strategic decisions. **MIT Sloan Management Review**, 2019.

_____; Maps of bounded rationality: A perspective on intuitive judgment and choice. **Nobel prize lecture**, v. 8, p. 351-401, 2002.

_____; Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics. **American economic review**, v. 93, n. 5, p. 1449-1475, 2003.

_____.; Prospect theory: An analysis of decisions under risk. **Econometrica**, v. 47, p. 278, 1979.

_____; RIEPE, M.W. Aspects of Investor Psychology. *Journal of Portfolio Management*, v.24 n.4 p. 52-65, summer 2000.

_____; ROSENFELD, A. M.; GANDHI, L.; BLASER, T. Inconsistent decision making is a huge hidden cost for many companies. Here's how to overcome what we call. **Harvard Business Review**, v. 94, n. 10, p. 38-46, 2016.

_____; TVERSKY, A. Choices, Values, and Frames. In: Kahneman, D., Tversky, A (eds) *Choices, Values, and Frames*. **Cambridge University Press, Cambridge**, p. 1-16, 2000.

_____; TVERSKY, A. Choices, values, and frames. In: **Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I**. 2013. p. 269-278.

_____; TVERSKY, A. HNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. **Prospect theory: An analysis of decision under risk**. In: *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I*. 2013. p. 99-127.

_____; TVERSKY, A. **On the interpretation of intuitive probability**: A reply to Jonathan Cohen. 1979.

_____; TVERSKY, A. **On the reality of cognitive illusions**. 1996.

_____; TVERSKY, A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. **Econometrica**, v. 47, n. 2, p. 263-292, 1979.

_____; TVERSKY, A. Subjective probability: A judgment of representativeness. **Cognitive psychology**, v. 3, n. 3, p. 430-454, 1972.

KANZE, D.; HUANG, L.; CONLEY, M. A.; HIGGINS, E. T. Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? **Academy of Management Annals**, v. 7, n. 1, p. 663-715, 2013.

_____; HUANG, L.; CONLEY, M. A.; HIGGINS, E. T. We ask men to win and women not to lose: Closing the gender gap in startup funding. **Academy of Management Journal**, v. 61, n. 2, p. 586-614, 2018.

KATZ, J. A.; SHEPHERD, D. A., Cognitive approaches to entrepreneurship research". In Katz, J., Shepherd, A. and Shepherd, D. A. (Eds), **Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth** – Volume 6: Cognitive Approaches to Entrepreneurship Research, Oxford, Elsevier, jan., 1–10, 2003.

KELTNER D. T.; LERNER J. S. Emotion. In **The Handbook of Social Psychology**, v. 1, ed. DT Gilbert, ST Fiske, G Lindzey, p. 317–52. New York: Wiley, 2010.

KIM, D. J.; FERRIN, D. L.; RAO, H. R.; A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents, **Decision Support Systems**, v. 44, p,544-564, 2008.

- KIM, K. H. Emotion and strategic decision-making behavior: developing a theoretical model. **International Journal of Business and Social Science**, v. 3, n. 1, p. 105-113, 2012.
- KIRTON, M. J. **Adaptors and innovators: Styles of creativity and problem solving**. Ed. Routledge, 1989.
- KRUEGER JR, N. F.; DAY, M. Looking forward, looking backward: From entrepreneurial cognition to neuroentrepreneurship. In: **Handbook of entrepreneurship research**. Springer, New York, NY, p. 321-357, 2010.
- KRUEGER, N. F. J., The cognitive psychology of entrepreneurship. In Acs, Z. J. and Audretsch, D. B. **Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction**. Eds Springer, 105–40, 2003.
- KUSTUBAYEVA, A.; MATTHEWS, G.; PANGANIBAN, A. R. Emotion and information search in tactical decision-making: moderator effects of feedback. **Motivation and Emotion**, v. 36, n. 4, p. 529-543, 2012.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico: projetos de pesquisa, pesquisa bibliográfica, teses de doutorado, dissertações de mestrado, trabalhos de conclusão de curso**. 8. ed. – São Paulo: Atlas, 2017.
- LANDSTROM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing. p. 15-45, 2010.
- LANDSTROM, H.; HARIRCHI, G.; ASTROM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. **Research Policy**. v. 41. p. 1154-1181, 2012.
- LANG, P. J. The emotion probe: **Studies of motivation and attention**. American Psychologist, 1995.
- LANGOWITZ, N.; MINNITI, M. The entrepreneurial propensity of women. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 31, n. 3, p. 341-364, 2007.
- LAROCHE, H. From decision to action in organizations: decision-making as a social representation. In: **Organization Science**, v. 6, n. 1, p. 62-75, 1995.
- LAZARUS, R. S. **Emotion & Adaptation**. Oxford University Press. New York, NY, 1991.
- _____; COHEN-CHARASH, Y. Discrete emotions in organizational life. in Payne, R. and Cooper, C. (Eds), **Emotions at Work, John Wiley & Sons, Chichester**, p. 45-81, 2001.
- LEHRER, J. **How we decide**. New York: HMH, 2009.
- LENCH, H.C.; FLORES, S. A.; BENCH, S. W. Discrete emotions predict changes in cognition, judgment, experience, behavior, and physiology: a meta-analysis of experimental emotion elicitations. **Psychological Bulletin**, v. 137 n. 5, p. 834-855, 2011.
- LERNER, J. S.; KELTNER, D. Fear, anger, and risk. **Journal of personality and social psychology**, v. 81, n. 1, p. 146, 2001.
- LERNER, J. S.; TIEDENS, L. Z. Portrait of the angry decision maker: how appraisal tendencies shape anger's influence on cognition. **Journal of Behavioral Decision Making**, v. 19, n. 2, p. 115-137, 2006.
- _____; TIEDENS, L.Z Portrait of the angry decision maker: How appraisal tendencies shape anger's influence on cognition. **Journal of behavioral decision making**, v. 19, n. 2, p. 115-137, 2006.

LEVY, K. N.; SCALA, J. W. Psychotherapy integration for personality disorders. **Journal of Psychotherapy Integration**, v. 25, p. 49-57, 2015.

LEZAK, M. D.; HOWIESON, D. B.; LORING, D. W. Neuropsychological assessment. **Oxford University Press**, 4 ed, New York, 2004.

LIMA, L. G.; NASSIF, V. M. J.; GARCON, M. M. O poder do capital psicológico: a força das crenças no comportamento empreendedor. **RAC. Revista de Administração Contemporânea (online)**, v. 24, p. 317-334, 2020.

LOEWENSTEIN G.; LERNER J. S. **The role of affect in decision making**. See Davidson *et al.* 2003, p. 619–42, 2003.

_____; JOHN, L.; VOLPP, K. G. Using decision errors to help people help themselves. In: **The behavioral foundations of public policy**. Princeton University Press, 2013. p. 361-379.

MACH, E. **Knowledge and Error**: sketches on the psychology of enquiry. D. Reidel: Boston, 1976.

MACHADO, H. P. V.; NASSIF, V. M. J. Réplica-Empreendedores: reflexões sobre concepções históricas e contemporâneas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 892-899, 2014.

MARTÍNEZ-ROMERO, M. J.; MARTÍNEZ-ALONSO, R.; CASADO-BELMONTE, M. P. The influence of socio-emotional wealth on firm financial performance: evidence from small and medium privately held family businesses. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 40, n. 1, p. 7-31, 2020.

MARTINS, G. A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. Editora Atlas SA, 2000.

MATLIN, M. W. **Psicologia Cognitiva**, quinta edição, ed:LTC, 2004, Rio de Janeiro.

MAXWELL, J. A. Designing a Qualitative Study. In: BICKMAN, L.; ROG, D.L. (org). **The Sage Handbook of Applied Social Research Methods**. 2. ed. London: Sage Publication, p. 214-253, 2009.

MEIRELES, M.; SANCHES C. ST-ODA: **Strategic Trade-Off Decision Analysis** – Processo de Tomada de Decisões Gerenciais multicritério subordinadas à vantagem competitiva. São Paulo: Faccamp, 2009.

MELLERS, B. A.; SCHWARTZ, A.; COOKE, A. D. J. Judgment and decision making. **Annual Review of Psychology**, v. 49, n. 1, p. 447–77, 1998.

MINAYO, M. C. de S. Estrutura e sujeito, determinismo e protagonismo histórico: uma reflexão sobre a práxis da saúde coletiva. **Ciência e Saúde Coletiva**, v. 6, p. 07-19, 2001.

MINTZBERG, H., RAISINGHANI, D., THEORET, A. The structure of" unstructured" decision processes. **Administrative science quarterly**, p. 246-275, 1976.

MIROWSKI, P. Economics, Bounded Rationality and the Cognitive Revolution. **Southern Economic Journal**, v. 60, n. 3, p. 786-788, 1994.

MITCHELL, J. R.; SHEPHERD, D. A. Afraid of opportunity: The effects of fear of failure on entrepreneurial action. **Frontiers of Entrepreneurship Research**, v. 31, n. 6, p. 1, 2011.

MITCHELL, M. L.; STAFFORD, E. Managerial decisions and long-term stock price performance. **The Journal of Business**, v. 73, n. 3, p. 287-329, 2000.

- MITCHELL, R. K.; BUSENITZ, L. W.; BIRD, B.; MARIE GAGLIO, C.; MCMULLEN, J. S.; MORSE, E. A.; SMITH, J. B. The central question in entrepreneurial cognition research 2007. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n. 1, p. 1-27, 2007.
- _____; BUSENITZ, L.; LANT, T.; MCDOUGALL, P. P.; MORSE, E. A.; SMITH, J. B. Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 27, n. 2, p. 93-104, 2002.
- _____; MITCHELL, B. T.; MITCHELL, J. R. Entrepreneurial scripts and entrepreneurial expertise: The information processing perspective. In: **Revisiting the Entrepreneurial Mind**. Springer, Cham, p. 131-173 2017.
- MOREIRA, M. A.; ALVES, N. J. F.; ANDREASSI, T.; BRAGA, J. G.R. Educação Empreendedora em Contabilidade: da Teoria à Aprendizagem Experiencial. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 19, p. 2896-18, 2020.
- MURPHY, P.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought. **Journal of Management History**. v. 12. p.12-35, 2006.
- MURTHY, V.; PAUL, B. Emotional embeddedness: a process of becoming a small business owner. **International Journal of Management Concepts and Philosophy**, v. 9, n. 2, p. 120-143, 2016.
- NEISSER, U. **Cognitive psychology**. New York: Appleton-Century-Crafts, 1967.
- NUSSBAUM, M. C. **Hiding from Humanity: Disgust, Shame and the Law**. Princeton: Princeton University Press, 2004.
- OATLEY, K.; Jenkins, J. M. Art as Expression of Emotion Explored in Anna Karenina. **Interdisciplinary Literary Studies**, vol. 23 no. 2, p. 190-203, 2021.
- _____; PARROTT, W. G.; SMITH, C.; WATTS, F. Cognition and emotion over twenty-five years. **Cognition & emotion**, v. 25, n. 8, p. 1341-1348, 2011.
- OLSEN, J.; KASPER, M.; ENACHESCU, J.; BENK, S.; BUDAK, T.; KIRCHLER, E. Emotions and tax compliance among small business owners: An experimental survey. **International Review of Law and Economics**, v. 56, p. 42-52, 2018.
- OVER, D. Rationality and the normative/descriptive distinction. **Blackwell handbook of judgment and decision making**, p. 3-18, 2004.
- PAYNE, J. W. Contingent decision behavior. *Psychological bulletin*, v. 92, n. 2, p. 382, 1982.
- PEREIRA, J. C. R. **Análise de Dados qs: Estratégias Metodológicas Para as Ciências da Saúde, Humanas e Sociais**. São Paulo: Edusp, 1999.
- PEREIRA, L.; COSTA, R; SANTOS, J.; DIAS, A. **Bounded Rationality In Decision Making: an Analysis of The Decision-Making Biases**. Verslas teorija ir Praktika. Business: Theory and Practice, 2020.
- PLUTCHIK, R. *Emotions and Life: Perspective from Psychology, Biology and Evolution*. Washington, DC: **American Psychological Association**, 2003.
- POWELL, M.; ANSIC, D. Gender differences in risk behaviour in financial decision-making: An experimental analysis. **Journal of economic psychology**, v. 18, n. 6, p. 605-628, 1997.
- PRIMEAUX, W.; BOMBALI, M. R.; SMITH, M. C. SIMON, H A. Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science. **American Economic Review**, v. 46, p. 253-83, 1959.

- RAMESH, A.; SARASVATHY, S.; READ, S. Cognitive and social approaches to perspective taking: an experimental investigation of co-founder equity split decisions (Interactive paper). **Frontiers of Entrepreneurship Research**, v. 36, n. 5, p. 12, 2016.
- RAZAVI, P.; SHABAN-AZAD, H.; SRIVASTAVA, S. **Gheirat as a Complex Emotional Reaction to Relational Boundary Violations**. 2020.
- READ, D. Choices, values and frames, Daniel Kahneman and Amos Tversky (Eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 840 p., ISBN 0521627494 (pb), 0521621720 (hc). **Journal of Behavioral Decision Making**, v. 15, n. 5, p. 467, 2002.
- RENSHON, J.; KAHNEMAN, D. Hawkish biases and the interdisciplinary study of conflict decision-making. In: Advancing Interdisciplinary **Approaches to International Relations**. Palgrave Macmillan, Cham, p. 51-81, 2017.
- RUSSELL, J. A. Core affect and the psychological construction of emotion. **Psychological review**, v. 110, n. 1, p. 145, 2003.
- SAATY, T. L. Neurons the decision makers, Part I: The firing function of a single neuron. **Neural Networks**, v. 86, p. 102-114, 2017.
- SADLER-SMITH, E. The role of intuition in entrepreneurship and business venturing decisions. *Eur. J. Work Organ.* **Psychol.** 25, 212–225, 2016.
- _____; SHEFY, E. The intuitive executive: Understanding and applying ‘gut feel’ in decision-making. **Academy of Management Perspectives**, v. 18, n. 4, p. 76-91, 2004.
- SANCHES, C.; DE SORDI, J. O.; FERREIRA JUNIOR, S.; MEIRELES, M.; DA SILVA, O. R. Comparative study of the causal matrix and causal determinant. **Total Quality Management & Business Excellence**, v. 26, n. 9-10, p. 1095-1112, 2015.
- _____; MEIRELES, M.; DA SILVA, O. R. Framework for the generic process of diagnosis in quality problem solving. **Total Quality Management & Business Excellence**, v. 26, n. 11-12, p. 1173-1187, 2015.
- SARASVATHY, S. Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of management Review**, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001.
- _____. Effectual reasoning in entrepreneurial decision making: existence and bounds. In *Academy of management proceedings*. Briarcliff Manor, NY 10510: **Academy of Management**, v. 2001, n. 1, p. D1-D6, 2001.
- _____. **Effectuation: elements of entrepreneurial expertise**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2008.
- _____. The questions we ask and the questions we care about: reformulating some problems in entrepreneurship research. **Journal of Business Venturing**, v. 19, n. 5, p. 707-717, 2004.
- _____; BERGLUND, H. On the relevance of decision-making in entrepreneurial decision-making. **Historical foundations of entrepreneurial research**, p. 163-184, 2010.
- _____; DEW, N.; VELAMURI, S. R.; VENKATARAMAN, S. Three views of entrepreneurial opportunity. In: **Handbook of entrepreneurship research**. Springer, Boston, MA, p. 141-160, 2003.
- _____; MENON, A. R.; KUECHLE, G., Failing firms and successful entrepreneurs: serial entrepreneurship as a temporal portfolio. **Small Business Economics**, 1–16, 2011.

SBIE – Sociedade Brasileira de Inteligência Emocional. **Qual a diferença entre emoção e sentimento na psicologia?** 2017. Disponível em: <http://www.sbie.com.br/blog/qual-diferenca-entre-emocao-e-sentimento-na-psicologia-2/> Acesso em 05 de julho de 2019.

SCARPI, M. J. Administração em Saúde. São Paulo: **DOC**, 2010.

SCHUMPETER, J. A. The creative response in economic history. **Journal of Economic History**, 149-159, 1947.

SCHWARZ, N. Emotion, cognition, and decision making. **Cognition & Emotion**, v. 14, n. 4, p. 433-440, 2000.

_____; JALBERT, M.; NOAH, T.; ZHANG, L. Metacognitive experiences as information: Processing fluency in consumer judgment and decision making. **Consumer Psychology Review**, v. 4, n. 1, p. 4-25, 2021.

SHANE, S. Reflections on the 2010 AMR decade Award: Delivering on the Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. **Academy of Management Review**. v. 37. n. 1. pp. 10-20, 2012.

_____. **A General Theory of Entrepreneurship: The Individual–Opportunity Nexus**. Elgar, Cheltenham, UK and Northampton, MA, 2003.

_____. A Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. **Organization science**, v. 11, n. 4, p. 448-469, 2000.

_____. A Reflections on the 2010 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 1, p. 10-20, 2012.

_____. A Technological opportunities and new firm creation. **Management science**, v. 47, n. 2, p. 205-220, 2001.

_____. Encouraging university entrepreneurship? The effect of the Bayh-Dole Act on university patenting in the United States. **Journal of business venturing**, v. 19, n. 1, p. 127-151, 2004.

_____; VENKATARAMAN, S., The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SHAPIRO, S.; SPENCE, M. T. Managerial intuition: A conceptual and operational framework. **Business horizons**, v. 40, n. 1, p. 63-69, 1997.

SHAVER, P.; SCHWARTZ, J.; KIRSON, D.; O'CONNOR, C. Emotion knowledge: further exploration of a prototype approach. **Journal of personality and social psychology**, v. 52, n. 6, p. 1061, 1987.

SHEPHERD, D. A.; JOHANSSON, J.; MALMSTRÖM, M.; WINCENT, J. Rallying the Troops and Defending against Sanctions: A Government Body Breaking Decision-Making Rules to Fund Entrepreneurial Ventures. **Journal of Management Studies**, v. 58, n. 2, p. 321-358, 2021.

_____; WILLIAMS, T. A.; PATZELT, H. Thinking about entrepreneurial decision making review and research agenda. **Journal of management**, v. 41, n. 1, p. 11-46, 2015.

SHINNAR, R. S.; GIACOMIN, O.; JANSSEN, F. Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. **Entrepreneurship Theory and practice**, v. 36, n. 3, p. 465-493, 2012.

- SIMON, H. A. A behavioral model of rational choice. **The quarterly journal of economics**, v. 69, n. 1, p. 99-118, 1955.
- _____. **Administrative behavior**. Simon and Schuster, 2013.
- _____. **Administrative behavior**; a study of decision-making processes in administrative organization-3. 1976.
- _____. From substantive to procedural rationality. In: **25 years of economic theory**. Springer, Boston, MA, p. 65-86, 1976.
- _____. Human nature in politics: The dialogue of psychology with political science. **American political science review**, v. 79, n. 2, p. 293-304, 1985.
- _____. A. Invariants of human behavior. **Annual review of psychology**, v. 41, n. 1, p. 1-20, 1990.
- _____. Making management decisions: the role of intuition and emotion. **Academy of Management Executive**, v. 1 n. 1, p. 57-64, 1987.
- _____. Rationality in psychology and economics. **Journal of Business**, p. S209-S224, 1986.
- _____. The logic of heuristic decision making. In: **Models of discovery**. Springer, Dordrecht, p. 154-175, 1977.
- _____. The logic of rational decision. **The British Journal for the Philosophy of Science**, v. 16, n. 63, p. 169-186, 1965.
- _____. **The new science of management decision**. New Jersey: Prentice-Hall, 1977.
- _____. The role of expectations in an adaptive or behavioristic model. **Expectations, uncertainty and business behavior**, p. 49-58, 1958.
- _____. Theories of bounded rationality. **Decision and organization**, v. 1, n. 1, p. 161-176, 1972.
- _____. Theories of decision making in economics and behavioral science. **American Economic Review**, v. 49, p. 253-283, 1959.
- _____. Theories of decision-making in economics and behavioural science. In: **Surveys of economic theory**. Palgrave Macmillan, London, p. 1-28, 1966.
- _____.; EGIDI, M.; VIALE, R.; MARRIS R. **Economics, Bounded Rationality and the Cognitive Revolution**. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited, 2008.
- SIMON, M.; HOUGHTON, S. M.; AQUINO, K., Cognitive biases, risk perception, and venture formation. **Journal of Business Venturing**, vol. 2, n.15, pp. 113–134, 2000.
- SINGH, J. J.; GARG, N.; GOVIND, R.; VITELL, S. J. Anger strays, fear refrains: The differential effect of negative emotions on consumers' ethical judgments. **Journal of Business Ethics**, v. 151, n. 1, p. 235-248, 2018.
- SKINNER, J. Temporal strategies and fear in the workplace. **Journal of Sociology**, v. 40, n. 4, p. 417-431, 2004.
- SLOAN, M. M. The effects of occupational characteristics on the experience and expression of anger in the workplace. **Work and Occupations**, v. 31, n. 1, p. 38-72, 2004.
- SMITH, C. A.; ELLSWORTH, P. C. Patterns of cognitive appraisal in emotion. **Journal of personality and social psychology**, v. 48, n. 4, p. 813, 1985.

SNAPE, D.; SPENCER, L. The Foundation of Qualitative Research. In J. Ritchie and J. Lewis. (Eds.). **Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers**. London: SAGE Publications. P.1-23, 2003.

SOLL, J. B.; MILKMAN, K. L.; PAYNE, J. W.: A user's guide to debiasing, in: Wiley **Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making**, 10 Edition 2, edited by: KEREN, G.; WU, G., Blackwell Publishing Ltd, Hoboken, NJ, 506-951, 2016.

STAKE, R. E. **Pesquisa qualitativa: estudando como as coisas funcionam**. Porto Alegre: Penso, 2011.

STAW, B. M.; BARSADE, S. G. Affect and managerial performance: A test of the sadder-but-wiser vs. happier-and-smarter hypotheses. **Administrative science quarterly**, p. 304-331, 1993.

SYMON, G.; CASSELL, C. **Qualitative Organizational Research: Core Methods and Current Challenges**. London: Sage Publications, 2012.

TORGERSON, D. J.; MILES, J. N Simple sample size calculation. **Journal of Evaluation in Clinical Practice**, v. 13, n. 6, 2007.

_____; MILES, J. N. V. Simple sample size calculation. **Journal of Evaluation in Clinical Practice**, 13(6), 952–953, 2007.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2006.

TSAI, M. H.; YOUNG, M. J. Anger, fear, and escalation of commitment. **Cognition and Emotion**, v. 24, n. 6, p. 962-973, 2010.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Extensional versus intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment. **Psychological review**, v. 90, n. 4, p. 293, 1983.

_____; KAHNEMAN, D. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. **Science**, v. 185, n. 4157, p. 1124-1131, 1974.

_____; KAHNEMAN, D. Rational choice and the Framing of Decisions. **Journal of Business**, v. 59, n. 4, p. S251-S278, 1986.

VAN DEN BROECK, H.; VANDERHEYDEN, K.; COOLS, E. Individual differences in cognitive styles: Development, validation and cross-validation of the cognitive style inventory. Working paper Vlerick Leuven Gent **Management School**, 2003.

VAN KLEEF, G. A.; DE DREU, C. K.W.; MANSTEAD, A. S. The interpersonal effects of anger and happiness in negotiations. **Journal of personality and social psychology**, v. 86, n. 1, p. 57, 2004.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2014.

VERMEULEN, P. A. M.; CURSEU, P. L. Entrepreneurs and strategic decisions. In: **Entrepreneurial strategic decision-making: A cognitive approach**. Edward Elgar, p. 1-8, 2008.

_____; CURSEU, P. L. Entrepreneurs and strategic decisions. **Entrepreneurial decision making & the use of bias & heuristics**. Edward Elgar publishing limited, p. 1-8, 2010.

VICKERS, M. H. The shifting sands of “acceptable” violence. **Administrative Theory & Praxis**, v. 32, n. 1, p. 7-24, 2010.

- VIDIGAL, P. R.; WALCHER, A. M. M.; POZO, H.; NASSIF, V. M. J. Um estudo sobre a relevância dos aspectos cognitivos nas tomadas de decisões dos micro e pequenos empreendedores para planejamento e execução de estratégias. **IX Ciclo de Debates em Economia Industrial, Trabalho e Tecnologia, São Paulo-SP**, 2011.
- VLEK, C.; STALLEN, Pieter-Jan. Judging risks and benefits in the small and in the large. **Organizational Behavior and Human Performance**, v. 28, n. 2, p. 235-271, 1981.
- VOLZ, K. G.; HERTWIG, R. Emotions and decisions: Beyond conceptual vagueness and the rationality muddle. **Perspectives on Psychological Science**, 11(1), 101–116, 2016.
- VON WINTERFELDT, D.; EDWARDS, W. Defining a decision analytic structure. na, 2007.
- WEINSTEIN, N. D. Why it won't happen to me: perceptions of risk factors and susceptibility. **Health psychology**, v. 3, n. 5, p. 431, 1984.
- WEISS, H. M.; BEAL, D. J. Reflections on affective events theory. In: **The effect of affect in organizational settings**. Emerald Group Publishing Limited, 2005.
- _____; CROPANZANO, R. An affective events approach to job satisfaction. In STAW, B. M.; CUMMINGS, L. L. (Eds.), **Research in organizational behavior**: Greenwich, CT: JAI Pres, v. 18, p. 1–74, 1996.
- WELPE, I. M.; SPÖRRLE, M.; GRICHNIK, D., MICHL, T.; AUDRETSCH, D. B. Emotions and opportunities: The interplay of opportunity evaluation, fear, joy, and anger as antecedent of entrepreneurial exploitation. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 36, n. 1, p. 69-96, 2012.
- WELTER, C.; KIM, S. Effectuation under risk and uncertainty: A simulation model. **Journal of Business Venturing**, v. 33, n. 1, p. 100-116, 2018.
- WEST, D. C.; ACAR, O. A.; CARUANA, A. Choosing among alternative new product development projects: The role of heuristics. **Psychology & Marketing**, v. 37, n. 11, p. 1511-1524, 2020.
- WILLIAMS, T.; SAMSET, K. Issues in front-end decision making on projects. **Project Management Journal**, v. 41, n. 2, p. 38-49, 2010.
- WILSON, C. G.; BOND, C. E.; SHIPLEY, T. F. How can geologic decision-making under uncertainty be improved? **Solid earth**, v. 10, n. 5, p. 1469-1488, 2019.
- WOLFE, M. T.; SHEPHERD, D. A. Bouncing back from a loss: entrepreneurial orientation, emotions, and failure narratives. **Entrep. Theory Pract.** 39, 675–700; 2015.
- ZALESKIEWICZ, T; TRACZYK, J. Emotions and financial decision making. In: **Psychological perspectives on financial decision making**. Springer, Cham, p. 107-133, 2020.
- ZHANG, Y.; CUI, L.; ZHANG, G.; SARASVATHY, S.; ANUSHA, R. An exploratory study of antecedents of entrepreneurial decision-making logics: The role of self-efficacy, optimism, and perspective taking. **Emerging Markets Finance and Trade**, v. 55, n. 4, p. 781-794, 2019.
- ZHAO, Y.; XIE, B. Cognitive Bias, Entrepreneurial Emotion, and Entrepreneurship Intention. **Frontiers in Psychology**, v. 11, 2020.
- ZOLLO, F.; BESSI, A.; DEL VICARIO, M.; SCALA, A.; CALDARELLI, G.; SHEKHTMAN, L.; QUATTROCIOCCI, W. Debunking in a world of tribes. **PloS one**, v. 12, n. 7, p. e0181821, 2017.

APÊNDICE

Apêndice A: Termo de esclarecimento e consentimento do formulário de pesquisa

Apêndice B: Roteiro de entrevista

Apêndice C: Questionário

Apêndice D: Dados Sociodemográficos

APÊNDICE A: TERMO DE ESCLARECIMENTO E CONSENTIMENTO DO FORMULÁRIO DE PESQUISA

UNIFACCAMP CENTRO UNIVERSITÁRIO CAMPO LIMPO PAULISTA

DOCTORADO EM ADMINISTRAÇÃO

Avaliação das emoções na tomada de decisão

Termo de esclarecimento e consentimento do formulário de pesquisa

Prezado (a),

Peço sua colaboração no preenchimento desse questionário. Esta pesquisa, de cunho acadêmico, é parte integrante do Programa de Doutorado em Administração do Centro Universitário Campo Limpo Paulista (UNIFACCAMP) e tem por objetivo principal o estudo da influência das emoções na tomada de decisão profissional, para isso utiliza-se de entrevista e questionário.

Suas respostas serão de grande valia no estudo. Todas as informações e dados pessoais são para uso único e exclusivo da pesquisadora e sua orientadora. Os dados serão tratados confidencialmente e sua divulgação no trabalho de tese não fará citação do seu nome ou qualquer outro tipo de comentário que possa prejudicá-lo (a), apenas informações estatísticas e conjuntas serão divulgadas como resultado desta pesquisa.

Os resultados finais desta pesquisa ficarão à sua inteira disposição, no sentido de conferir benefícios a sua atividade profissional.

Coloco-me a disposição para esclarecimento de dúvidas ou fornecer informações adicionais acerca da referida pesquisa, por meio do e-mail: michellysfranco@hotmail.com

Contando com sua importante colaboração, agradeço antecipadamente a atenção e o tempo dispensados.

Com os melhores cumprimentos,

Michele Franco

Doutoranda em Administração da UNIFACCAMP

michellysfranco@hotmail.com

Figura 21 - Imagem do Termo de esclarecimento e consentimento do formulário de pesquisa desenvolvido no *Google forms*

PESQUISA SOBRE INFLUÊNCIA DAS EMOÇÕES NA TOMADA DE DECISÃO

Termo de esclarecimento e consentimento

Prezado (a) participante,

Peço sua colaboração no preenchimento desse questionário. Esta pesquisa de cunho acadêmico, é parte integrante do Programa de Doutorado em Administração do Centro Universitário Campo Limpo Paulista (UNIFACCAMP) e tem como objetivo principal "O estudo da influência das emoções na tomada de decisão profissional", para isso utilizamos de entrevista e questionário.

Todas as informações e dados pessoais são para uso único e exclusivo da pesquisadora e seu orientador. Os dados serão tratados confidencialmente e sua divulgação no trabalho de tese não fará citação do seu nome ou qualquer outro tipo de comentário que possa prejudicá-lo (a), apenas informações estatísticas e conjuntas serão divulgadas como resultado desta pesquisa. As suas respostas serão codificadas em números e serão analisadas de forma agregada, coletiva e não personalizada.

Será solicitado que você forneça informações sobre sua atividade profissional e responda perguntas que devem refletir sua opinião. Seja o mais preciso possível. Não há respostas certas ou erradas. O preenchimento é individual e com base em sua opinião, estima-se entre 10 e 15 minutos para concluir sua participação. Suas respostas serão de grande valia para o estudo. Os resultados finais desta pesquisa ficarão à sua inteira disposição, no sentido de conferir benefícios a sua atividade profissional.

Coloco-me a disposição para esclarecimento de dúvidas ou fornecer informações adicionais acerca da referida pesquisa. Contando com sua importante colaboração, agradeço antecipadamente a atenção e o tempo dispensados.

Com os melhores cumprimentos,

Michele Franco
Doutoranda em Administração da UNIFACCAMP
michellysfranco@gmail.com
11 9 9569-1916

Você se declara informado (a) dos objetivos da pesquisa e aceita participar desta pesquisa de forma voluntária? *

- a) SIM, concordo em participar.
- b) NÃO concordo, em participar.

APÊNDICE B: ROTEIRO DE ENTREVISTA

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Os questionamentos (01 a 06) apresentados nessa entrevista, estão relacionados a tomada de decisão que perfazem o perfil profissional, os quais estão atrelados a atuação profissional de cada respondente. Dessa forma segue as seguintes questões:

- 1) Quais os principais tipos de decisões que você tem o hábito de tomar no ambiente de trabalho no dia a dia?
- 2) Qual a decisão profissional que mais se orgulha de ter tomado? Por quê?
- 3) Das emoções (alegria, medo, nojo, raiva, surpresa ou tristeza) qual você acha que estava contido nessa decisão da qual você mais se orgulha?
- 4) Qual a decisão profissional que você tomou que mais se arrependeu? Por quê?
- 5) Das emoções (alegria, medo, nojo, raiva, surpresa ou tristeza) qual você acha que estava contido nessa decisão da qual você mais se arrependeu?
- 6) Em ambos os casos, tanto na decisão da qual você se orgulha, quanto na decisão da qual se arrependeu, o que você aprendeu?

Figura 22 - Imagem do Roteiro de Entrevista do formulário de pesquisa desenvolvido no *Google forms*

Roteiro de Entrevista

Os questionamentos (01 a 06) apresentados nessa entrevista, estão relacionados a tomada de decisão que perfazem o perfil profissional, os quais estão atrelados ao mundo do trabalho de cada respondente. Dessa forma segue as seguintes questões:

01) Quais os principais tipos de decisões que você tem o hábito de tomar no ambiente de trabalho no dia a dia? *

Sua resposta

02) Qual a decisão profissional que mais se orgulha de ter tomado? Por quê? *

Sua resposta

03) Das emoções (alegria, medo, nojo, raiva, surpresa ou tristeza) qual você acha que estava contida nessa decisão da qual você mais se orgulha? *

Sua resposta

4) Qual a decisão profissional que você tomou que mais se arrependeu? Por quê? *

Sua resposta

05) Das emoções (alegria, medo, nojo, raiva, surpresa ou tristeza) qual você acha que estava contida nessa decisão da qual você mais se arrependeu? *

Sua resposta

06) Em ambos os casos, tanto na decisão da qual você se orgulha, quanto na decisão da qual se arrependeu, o que você aprendeu? *

Sua resposta

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

APÊNDICE C: QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO

Os questionamentos (01 a 15) apresentados nesse questionário, estão relacionadas as emoções (tristeza, surpresa, raiva, nojo, medo, alegria) presentes nas decisões profissionais que mais se arrependeu, solicita-se que você marque a melhor opção que se aproxime do seu entendimento. Dessa forma segue as seguintes questões:

		MUITO MENOS	MENOS	DE IGUAL FORMA	MAIS	MUITO MAIS	
P01	A TRISTEZA contribui						do que a SURPRESA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P02	A TRISTEZA contribui						do que a RAIVA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P03	A TRISTEZA contribui						do que a MEDO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P04	A TRISTEZA contribui						do que a AVERSÃO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P05	A TRISTEZA contribui						do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P06	A SURPRESA contribui						do que a RAIVA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P07	A SURPRESA contribui						do que a MEDO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P08	A SURPRESA contribui						do que a AVERSÃO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P09	A SURPRESA contribui						do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P10	O RAIVA contribui						do que a MEDO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P11	O RAIVA contribui						do que a AVERSÃO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P12	O RAIVA contribui						do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P13	A MEDO contribui						do que a AVERSÃO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P14	A MEDO contribui						do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi
P15	A AVERSÃO contribui						do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi

Figura 23 - Imagem do Questionário de pesquisa desenvolvido no *Google forms*

Questionário

Os questionamentos (01 a 15) apresentados nesse questionário, estão relacionadas as emoções (tristeza, surpresa, raiva, nojo, medo, alegria) presentes nas decisões profissionais que mais se arrependeu, solicita-se que você marque a melhor opção que se aproxime do seu entendimento. Dessa forma segue as seguintes questões:

01) A TRISTEZA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a SURPRESA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

a) muito menos

b) menos

c) de igual forma

d) mais

e) muito mais

02) A TRISTEZA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a RAIVA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

a) muito menos

b) menos

c) de igual forma

d) mais

e) muito mais

03) A TRISTEZA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a MEDO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

a) muito menos

b) menos

c) de igual forma

d) mais

e) muito mais

04) A TRISTEZA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a AVERSÃO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

05) A TRISTEZA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

06) A SURPRESA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a RAIVA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

07) A SURPRESA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a MEDO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

09) A SURPRESA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

10) O RAIVA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a MEDO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

11) O RAIVA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a AVERSÃO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

12) O RAIVA contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

13) A MEDO contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a AVERSÃO para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

14) A MEDO contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

15) A AVERSÃO contribui (muito menos; menos; de igual forma; mais; muito mais) do que a ALEGRIA para tomar a decisão profissional da qual me arrependi? *

- a) muito menos
- b) menos
- c) de igual forma
- d) mais
- e) muito mais

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

APÊNDICE D: DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Para finalizar, queremos conhecer sua realidade sociodemográfica e funcional:

DADOS PESSOAIS	
Nome Completo (opcional):	
Gênero: 1=Feminino 2=Masculino	
Faixa etária: 1=18-25 2=26-33 3=34-41 4=41-48 5=>49	
Escolaridade: 1=Ensino Fundamental 2=Ensino Médio 3= Ensino Superior 4= Pós Graduação 5=Mestrado 6=Doutorado	
Estado civil: 1=Casado(a) 2=Solteiro(a) 3=Divorciado(a)	
E-mail:	
Telefone/WhatsApp (opcional):	
DADOS DA EMPRESA	
Nome da Empresa (opcional):	
Cidade: 1= Cabreúva 2= Campo Limpo Paulista 3= Francisco Morato 4= Itupeva 5= Jarinu 6= Jundiaí 7= Louveira 8= Várzea Paulista	
Enquadramento empresa: 1=MEI (Microempreendedor individual) 2=ME – Microempresa 3=EPP (Empresa de pequeno porte)	
Setor econômico: 1=Comércio 2=Indústria 3=Serviços	
Ramo de atividade: _____	

Obs.: Deixe comentários que julgue pertinente:

Figura 24 - Imagem dos Dados sociodemográficos de pesquisa desenvolvido no *Google forms*

Dados sociodemográficos

Para finalizar, queremos conhecer um pouco da sua realidade sociodemográfica e funcional. Dessa forma segue as seguintes questões:

Nome Completo (opcional):

Sua resposta _____

Gênero: *

- a) Feminino
- b) Masculino
- c) Outro

Faixa etária: *

- a) 18-25
- b) 26-33
- c) 34-41
- d) 41-48
- e) >49

Escolaridade: *

- a) Ensino Fundamental
- b) Ensino Médio
- c) Ensino Superior
- d) Pós Graduação
- e) Mestrado
- f) Doutorado

Estado civil: *

- a) Casado (a)
- b) Solteiro (a)
- c) Divorciado(a)

E-mail: *

Sua resposta _____

Telefone/WhatsApp (opcional):

Sua resposta _____

Nome da Empresa (opcional):

Sua resposta _____

Cidade: *

- a) Cabreúva
- b) Campo Limpo Paulista
- c) Itupeva
- d) Jarinu
- e) Jundiá
- f) Louveira
- g) Várzea Paulista

Enquadramento empresa: *

- a) MEI (Microempreendedor Individual)
- b) ME (Microempresa)
- c) EPP (Empresa de Pequeno porte)

Setor econômico: *

- a) Comércio
- b) Indústria
- c) Serviços

Ramo de atividade da empresa: *

Sua resposta

Deixe algum comentário que julgue pertinente:

Sua resposta
