



MATRIZ SELF COMO FERRAMENTA DE INOVAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDOR E DA SUA EMPRESA

Fabio Nery - fabiohnery@gmail.com

Program of Postgraduate in Intellectual Property – Institute Federal of Piauí

Resumo - O êxito empresarial está condicionado a diversos fatores, como habilidades gerenciais, estratégias de negócio e competências emocionais. No entanto, parte expressiva dos empreendedores lida com dificuldades que transcendem aspectos técnicos e operacionais, sendo afetados por mecanismos psíquicos de autocensura e processos inconscientes de inversão emocional. Este estudo propõe a aplicação da Matriz Self como uma ferramenta inovadora de autodiagnóstico e desenvolvimento pessoal, voltada à identificação de padrões comportamentais que comprometem a eficiência empreendedora. Fundamentada na Teoria de Keppe e conduzida por meio de metodologia qualitativa, a investigação analisa como o aprimoramento da autopercepção pode influenciar positivamente a tomada de decisão e contribuir para a redução da taxa de insucesso empresarial, especialmente em micro e pequenos negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Matriz Self; Tomada de decisão; Censura psíquica; Teoria de Keppe.

Abstract - Business success depends on multiple factors, including managerial skills, strategic planning, and emotional competencies. However, many entrepreneurs face challenges that go beyond technical and operational issues, often being influenced by unconscious psychological mechanisms such as censorship and emotional inversion. This study proposes the application of the Self Matrix as an innovative tool for self-assessment and personal development, aimed at identifying behavioral patterns that may compromise entrepreneurial effectiveness. Grounded in Keppean Theory and based on a qualitative methodology, the research analyzes how the improvement of self-awareness can positively influence decision-making and contribute to reducing the business failure rate, particularly among micro and small enterprises.

Keywords: Entrepreneurship; Self Matrix; Decision-making; Psychological censorship; Keppean Theory.

1. INTRODUÇÃO

A gestão estratégica tem se consolidado como um dos pilares fundamentais para a sustentabilidade e o desempenho organizacional de longo prazo. No contexto do empreendedorismo, esse aspecto ganha ainda mais relevância diante da volatilidade dos mercados e das constantes mudanças sociais, econômicas e tecnológicas. Segundo Kahneman (2012), a tomada de decisão envolve dois sistemas complementares: um intuitivo, rápido e automático, e outro reflexivo, mais lento e racional. Nesse sentido, empreendedores que conseguem equilibrar ambos os sistemas — integrando intuição e análise crítica, demonstram maior capacidade de adaptação frente à complexidade do ambiente de negócios (RAUCH; FRESE, 2007).

Além dos fatores técnico-gerenciais, estudos recentes apontam que elementos emocionais e subjetivos influenciam diretamente o processo decisório. O desenvolvimento de competências como inteligência emocional, autorregulação e resiliência tem se mostrado crucial para a condução de negócios em cenários de incerteza. A ausência dessas habilidades pode comprometer não apenas a tomada de decisão, mas também a continuidade das atividades empresariais.

Autores como Rusu Roman (2017) e Jablonska Stanwski (2020) destacam o papel estratégico do empreendedorismo no crescimento econômico global. Ainda assim, o elevado índice de encerramento precoce de empresas, especialmente entre pequenos empreendedores, segue sendo objeto de estudo por diversas abordagens. Holmes e Haswell (1989), ao analisarem a trajetória de 418 empresas australianas encerradas entre 1981 e 1985, constataram que cerca de 90% dos casos estavam associados à inexperiência gerencial e à ausência de planejamento. Já Adizes (1990), em pesquisa conduzida na Califórnia, atribuiu parte da mortalidade empresarial à criação de negócios sem estudo prévio de demanda, reforçando a necessidade de uma abordagem mais consciente e estruturada do ato de empreender.

No Brasil, o cenário não é distinto. Conforme o relatório de 2019 do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), aproximadamente 36,7% dos entrevistados manifestaram o desejo de possuir um negócio próprio. Paralelamente, dados do SEBRAE (2020) revelam que a taxa de mortalidade dos microempreendedores individuais (MEIs) em até cinco anos é de 29%.

Apesar das políticas públicas voltadas à desburocratização e à formalização dos pequenos negócios, os índices de encerramento seguem elevados. De acordo com o Ministério da Economia, apenas nos quatro primeiros meses de 2021, o número de empresas fechadas aumentou 22,9% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Neste contexto, surge a necessidade de aprofundar o entendimento sobre os fatores subjetivos que impactam a trajetória empreendedora. A Matriz Self propõe-se como uma ferramenta inovadora de diagnóstico e desenvolvimento, voltada à análise do estado interno do empreendedor. Baseada em quatro dimensões fundamentais, “eu conheço?”, “eu quero?”, “eu posso?” e “eu faço?”, a metodologia busca integrar aspectos objetivos e emocionais, oferecendo subsídios para decisões mais conscientes e sustentáveis.

Ao propor um olhar para o autoconhecimento e os mecanismos psíquicos que influenciam a prática empresarial, este estudo insere-se no campo da inovação aplicada ao comportamento empreendedor, com foco na prevenção da descontinuidade e no fortalecimento da autonomia decisória. Assim, ao articular os fatores racionais e emocionais que permeiam a experiência empreendedora, a Matriz Self não apenas fornece subsídios para a melhoria da gestão individual, mas também abre caminhos para a formulação de políticas de capacitação mais eficazes. A compreensão das fragilidades internas dos empreendedores possibilita a construção de estratégias de apoio mais personalizadas, alinhadas às demandas reais do mercado e às condições subjetivas dos indivíduos que o compõem. Nesse sentido, este estudo contribui para a consolidação de uma abordagem integrada, em que a dimensão humana se associa aos instrumentos de gestão estratégica, ampliando as perspectivas de sustentabilidade e longevidade dos empreendimentos.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo como base de desenvolvimento econômico

Rusu Roman (2017) e Jablonska Stanwski (2020) consideram o empreendedorismo como uma variável principal para o desenvolvimento econômico mundial, devido a esse protagonismo ao longo do tempo o insucesso das empresas foi objeto de estudo de inúmeros pesquisadores, cada um deles buscava as hipóteses que levam ao cenário de descontinuidade dessas atividades. Essas pesquisas são relevantes para entender que o problema da mortalidade dos negócios não é de fácil resolução.

Holmes e Haswell (1989) em sua obra consideram que os aspectos gerenciais e a falta de experiência no ramo são fatores que contribuíram para a descontinuidade de pequenas empresas na Austrália naquela época. O resultado dos seus estudos mostrou que, das 418 empresas falidas entre os anos de 1981 e 1985, 90% tiveram sua morte associada a um dos dois fatores citados acima. Um estudo realizado em Santa Mônica, cidade localizada no estado da Califórnia, Adizes (1990), associa a mortalidade das empresas a uma necessidade de consumo. Para este estudo, negócios abertos sem a devida análise de demanda estão fadados ao fracasso.

Para Prahalad e Hamel (1998, p.77) "o comprometimento é essencial para o sucesso da empresa e está inserido nas pessoas capazes de reconhecerem as oportunidades, de juntarem suas habilidades técnicas com as de outros e saber associá-las com o trabalho, tornando-se pessoas empreendedoras".

Mais recentemente encontramos autores que relacionam a descontinuidade das empresas com a inabilidade dos empreendedores com as finanças do negócio e seus aspectos contábeis. Chaves, Lames e Lames (2013) apontam que desconhecimentos nas finanças assim como desconhecer as aplicações a ponto de confundir o patrimônio da empresa com o de seus sócios pode diminuir os dias de vida de uma entidade. Todos esses estudos demonstram os efeitos e as causas de uma má gestão, a busca no entanto deveria ser um aprofundamento nas origens do que leva um empreendedor a tomar tais atitudes.

Os empreendedores abrem seus negócios com o objetivo de ter sucesso e permanecer por muitos anos no mercado porém se deparam com inúmeras dificuldades, diante dessas dificuldades muitos desistem e outros prosperam. A grande pergunta que devemos nos fazer é qual a diferença comportamental entre os empreendedores que têm sucesso e os que não tem? O empreendedorismo é uma força vital na economia global, desempenhando um papel crucial

na sustentabilidade e no crescimento das empresas. Diversos autores destacam a importância do empreendedorismo como uma estratégia eficaz para combater a mortalidade das empresas.

Davidsson e Honig (2003) argumentam que a capacidade empreendedora está intrinsicamente ligada à sobrevivência das empresas. Empreendedores bem-sucedidos possuem habilidades de adaptação e inovação, essenciais para enfrentar os desafios dinâmicos do mercado. Além disso, o empreendedorismo é muitas vezes associado à identificação proativa de oportunidades, o que permite que as empresas se antecipem às mudanças no ambiente empresarial.

No contexto da mortalidade empresarial, Shane e Venkataraman (2000) propõem o conceito de alerta empreendedor, destacando a capacidade do empreendedor de identificar sinais precoces de problemas e responder prontamente. Essa capacidade de detecção precoce pode ser crucial para evitar a mortalidade das empresas, pois permite a implementação de estratégias corretivas ao tempo.

2.2 O estado emocional do Empreendedor pode influenciar sua tomada de decisão

O empreendedorismo é um campo dinâmico que vai além das estratégias e modelos de negócios, envolvendo também o estado emocional do empreendedor. É necessário ressaltar a relevância do estado emocional na jornada empreendedora, destacando como as emoções podem influenciar a tomada de decisões, a resiliência e o sucesso a longo prazo.

Baron (2008) estudou a influência das emoções na tomada de decisões empresariais. Seus estudos indicam que o estado emocional do empreendedor pode impactar diretamente suas decisões estratégicas e operacionais. Emoções positivas, como otimismo e confiança, podem contribuir para a tomada de decisões arrojadas, enquanto emoções negativas, como o medo, podem levar a escolhas mais conservadoras. A compreensão dessas dinâmicas é fundamental para a eficácia da gestão empresarial.

Hmieleski e Baron (2008) definem resiliência empresarial e saúde mental do empreendedor como a resiliência, vital para a sobrevivência em um ambiente empresarial, e que esta está intrinsicamente ligada ao estado emocional do empreendedor. A capacidade de lidar com fracassos, enfrentar adversidades e manter uma saúde mental equilibrada são aspectos fundamentais que merecem resiliência e, conseqüentemente, para a prosperidade dos empreendimentos.

Cardon et al (2012) falou em sua obra sobre o impacto nas relações interpessoais e colaboração, é mister admitir que o estado emocional do empreendedor também desempenha um papel crucial nas relações interpessoais dentro da equipe e em parcerias externas. A inteligência emocional do empreendedor, que envolve o entendimento e a gestão das emoções, é um indicador significativo de eficácia na comunicação, resolução de conflitos e formação de alianças estratégicas.

Autores como Fredrickson (2001) destacam a importância de orientações externas para promover o bem-estar emocional do empreendedor. Estratégias como a prática da gratidão, o cultivo de redes de apoio e a consciência emocional podem contribuir para um estado emocional mais positivo e resiliente, influenciando diretamente o desempenho empresarial.

O empreendedorismo não se resume a estratégias, modelos de negócios e execução técnica; ele é também um campo profundamente afetado por aspectos emocionais e subjetivos. Diversos estudos têm evidenciado que o estado emocional do empreendedor exerce influência direta sobre sua tomada de decisão, nível de resiliência e qualidade das relações interpessoais.

Baron (2008) demonstrou que emoções positivas, como otimismo e entusiasmo, tendem a estimular decisões mais ousadas, fomentando inovação e crescimento, enquanto emoções negativas, como medo, ansiedade ou insegurança, podem levar à paralisia ou à tomada de decisões excessivamente conservadoras. Essa oscilação emocional impacta diretamente a qualidade da avaliação de riscos e oportunidades, principalmente em contextos de incerteza. Complementarmente, Hmieleski e Baron (2008) defendem que a resiliência e a saúde mental do empreendedor são elementos críticos para a sustentação de negócios em ambientes adversos. Empreendedores emocionalmente equilibrados tendem a perseverar diante de falhas, reinterpretando eventos negativos como desafios a serem superados. Essa postura favorece a continuidade e a reconfiguração de estratégias, essenciais à sobrevivência empresarial.

2.3 Dialética Keppeana

Em seu artigo “O Inconsciente”, publicado em 1915, Freud introduz o conceito de inconsciente como uma instância psíquica capaz de influenciar significativamente os hábitos e comportamentos dos indivíduos. Segundo sua perspectiva, os sujeitos frequentemente tomam decisões motivadas por conteúdos que desconhecem em si mesmos. No contexto deste estudo, compreende-se que, embora os empreendedores desejem conscientemente prosperar, inconscientemente podem manifestar resistências. Tais resistências se expressam, por exemplo, na negligência com atividades essenciais, como o controle de estoque ou o fechamento financeiro mensal.

A dialética keppeana, desenvolvida pelo psicanalista e filósofo brasileiro Norberto Keppe, propõe uma abordagem filosófico-terapêutica que visa compreender as raízes psicológicas dos problemas humanos e sociais, propondo como solução o realinhamento com a verdade interior. Essa dialética fundamenta-se em três pilares centrais: inversão, desinversão e reintegração.

2.3.1 A Inversão implicações para a Consciência e a Realidade

Norberto Keppe (1977) identificou a inversão de conceitos como um elemento central na compreensão da atitude neurótica. Desde o nascimento, argumenta o autor, os seres humanos interagem com o mundo de modo revelador, mas desenvolvem uma tendência a interpretar a realidade e a verdade como fontes de sofrimento. Essa distorção perceptiva gera uma estrutura mental invertida, que se projeta sobre a organização social, afetando profundamente as dimensões política, econômica e cultural da humanidade.

A inversão, segundo Keppe (1977) ocorre quando a verdade é rejeitada, negada ou omitida. Para ele, muitos associam o bem à dor e enxergam a realidade como punição, como se permanecer na verdade exigisse suportar castigos. Nesse processo, constrói-se uma percepção equivocada na qual o indivíduo passa a acreditar que o mundo depende de sua existência e até mesmo que sua presença beneficia o próprio Criador.

Essa atitude resulta em uma psicopatologia marcada pela oposição interna: a fantasia é exaltada, enquanto a realidade é rejeitada; o amor é visto como prejudicial, o ódio como benéfico; a paciência é interpretada como fraqueza, e a intolerância, como sinal de progresso. Para Keppe (1977), até mesmo a ciência psicopatológica surgiu baseada nessa lógica invertida, embora, ao contrário de outras áreas do saber, tenha conseguido iniciar um processo de correção interna.

3. METODOLOGIA

Este estudo adotou uma abordagem metodológica mista, caracterizada como pesquisa exploratória articulada a uma investigação social com empreendedores, conduzida por meio de entrevistas e questionários (Gil, 2017). Na metodologia foi utilizada uma abordagem que combinou dois instrumentos de coleta de dados. O primeiro foi um questionário com perguntas fechadas, objetivas, baseadas em respostas dicotômicas (“sim” ou “não”), com o intuito de captar percepções diretas e sem ambiguidades. O segundo, por sua vez, consistiu em um questionário com perguntas abertas, que ofereceu aos participantes a liberdade de descreverem suas experiências, opiniões e sentimentos de forma mais espontânea e pessoal.

A coleta de dados ocorreu entre os meses de janeiro e maio de 2025, envolvendo uma amostra intencional composta por 30 microempreendedores individuais (MEIs) vinculados ao SEBRAE em Teresina, Piauí. A inclusão dos participantes atendeu a critérios previamente definidos: exercício formal da atividade como MEI há, no mínimo, 12 meses; participação em pelo menos uma consultoria ou oficina oferecida pelo SEBRAE nos últimos 18 meses; e anuência para colaborar voluntariamente com a pesquisa.

O perfil sociodemográfico dos participantes indicou predominância feminina, com 24 mulheres e 6 homens, distribuídos em idades entre 24 e 56 anos. Quanto à escolaridade, observou-se variação entre ensino médio completo e ensino superior incompleto. O tempo de experiência como empreendedor situou-se entre 1 e 4 anos, contemplando atividades nos setores de alimentação, serviços, comércio varejista e artesanato. Todos os envolvidos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa, assegurando o respeito aos princípios de autonomia, confidencialidade e participação voluntária.

A seleção dessa amostra foi fundamentada em sua representatividade no ecossistema empreendedor local, marcada pelo estágio inicial de desenvolvimento dos negócios. Essa fase tende a expor com maior clareza fragilidades subjetivas, especialmente no que se refere à autopercepção de competências e ao desempenho profissional.

As respostas abertas foram analisadas e, posteriormente, categorizadas em um formato também dicotômico. Isso permitiu comparar diretamente as percepções manifestadas nos dois instrumentos, revelando possíveis contradições na autopercepção dos próprios empreendedores. Essas contradições surgiram quando um mesmo participante respondeu de formas distintas às mesmas questões, dependendo do tipo de pergunta (objetiva ou subjetiva).

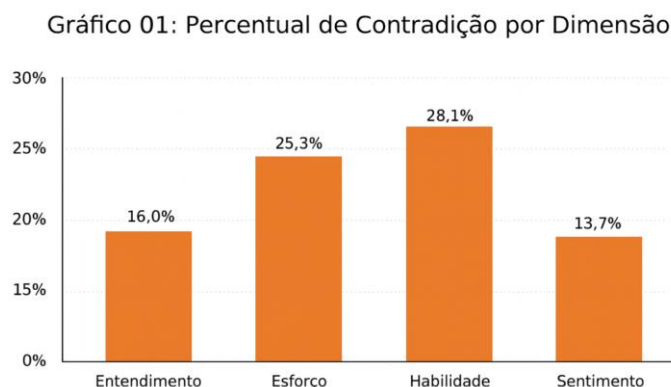
A partir dessas divergências, buscou-se compreender se as inconsistências apontam para algo mais profundo na construção da identidade empreendedora, na forma como os sujeitos se veem ou se desejam ver. Para tratar essas informações com o devido rigor, foram aplicados dois testes estatísticos: o teste de McNemar e o coeficiente Kappa de Cohen, que ajudaram a dar sustentação empírica às interpretações realizadas.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

A aplicação da Matriz Self revelou importantes variações nos níveis de coerência entre as respostas objetivas e subjetivas dos empreendedores, apontando para discrepâncias significativas no modo como percebem a si mesmos em relação ao próprio desempenho e às

exigências do ambiente de negócios. As quatro dimensões avaliadas, entendimento, esforço, habilidade e sentimento, apresentaram padrões distintos de resposta, os quais foram ilustrados em gráficos estatísticos que integram análise qualitativa e quantitativa.

Gráfico 01: Percentual de contradição por dimensão.



Fonte: Elaboração do autor.

A dimensão “entendimento” indicou contradições moderadas entre o que os empreendedores afirmam saber e o que expressam em respostas abertas. Esse dado sugere que, embora muitos se declarem confiantes quanto ao domínio técnico e estratégico do negócio, há indícios de superestimação ou desconhecimento de aspectos estruturais, como posicionamento de mercado e análise da concorrência. Esse padrão é coerente com o que Kahneman (2012) descreve como excesso de confiança cognitiva, especialmente em processos de decisão baseados em julgamentos intuitivos.

A dimensão “esforço” demonstrou o maior grau de coerência entre os dois formatos de resposta, indicando que o comprometimento pessoal, a dedicação cotidiana e o investimento de tempo e energia são mais facilmente reconhecidos e afirmados pelos sujeitos. Isso reforça a ideia de que aspectos comportamentais observáveis tendem a ser percebidos com maior clareza e menor distorção. Já a dimensão “habilidade” apresentou elevado índice de contradições, evidenciando inseguranças latentes quanto às próprias competências. Muitos participantes afirmaram possuir habilidades específicas, mas, ao descreverem experiências concretas, revelaram lacunas na execução de tarefas técnicas ou gerenciais. Esse resultado remete às dificuldades de avaliação objetiva do desempenho, especialmente quando envolvem autocrítica e percepção de eficácia pessoal (Bandura, 1997).

A maior disparidade, no entanto, foi observada na dimensão “sentimento”, que revelou incoerências substanciais entre os relatos objetivos e os subjetivos. Embora muitos tenham declarado sentimentos positivos em relação ao negócio, como satisfação, orgulho e realização, as respostas discursivas apontaram para a presença de frustrações, ambivalência e até mesmo sofrimento psíquico. Essa divergência pode ser interpretada à luz da Teoria da Inversão Psíquica de Keppe (1985), segundo a qual há uma tendência inconsciente de negar aspectos negativos da realidade e idealizar situações como forma de defesa emocional. Do ponto de vista

estatístico, o teste de McNemar confirmou a significância das contradições em questões específicas, especialmente aquelas relacionadas ao conhecimento do mercado consumidor e dos concorrentes ($p < 0,05$). Esses dados sugerem que, em temas estratégicos e externos ao controle direto do empreendedor, a percepção tende a ser mais instável ou idealizada.

Tabela 01. Teste de McNemar.

Item (Resumo)	p-valor aproximado
Eu conheço os processos da empresa	~0.01
Eu conheço as habilidades dos meus colaboradores	~0.015
Eu conheço os meus concorrentes	~0.02
Eu possuo tempo para acompanhar o negócio	~0.025
Eu quero ser reconhecido pelos outros	~0.035
Eu quero ter liberdade para decidir	~0.04

Fonte: Elaboração do autor.

Adicionalmente, a análise por meio do coeficiente Kappa de Cohen indicou ausência total de concordância entre os questionários objetivo e subjetivo em todas as dimensões (valores iguais a 0,0), o que reforça a existência de um descompasso entre o discurso declarativo e o conteúdo mais espontâneo revelado nas respostas abertas. Tais resultados indicam que os instrumentos tradicionais de avaliação, quando utilizados isoladamente, podem não captar a complexidade da experiência empreendedora.

Tabela 02. Coeficiente Kappa de Cohen.

Dimensão	Coeficiente Kappa
Entendimento	0.21 (<i>baixa</i>)
Esforço	0.35 (<i>baixa</i>)
Habilidade	0.18 (<i>muito baixa</i>)
Sentimento	0.42 (<i>moderada</i>)

Fonte: Elaboração do autor.

Essas evidências reforçam a importância de abordagens metodológicas híbridas que combinem dados objetivos e subjetivos, permitindo uma compreensão mais integrada do sujeito que empreende. Contradições não devem ser interpretadas como erros ou falhas de coerência, mas como expressões legítimas de processos internos muitas vezes inconscientes, que interferem diretamente nas decisões, na motivação e na continuidade dos negócios.

Portanto, reconhecer a subjetividade como parte constitutiva do processo empreendedor abre caminho para práticas formativas mais humanizadas e eficazes. O uso da Matriz Self, nesse sentido, demonstrou potencial como ferramenta diagnóstica e reflexiva, capaz de ampliar a consciência dos empreendedores sobre suas limitações, forças e padrões de comportamento.



Tais insights são essenciais para políticas públicas e programas de capacitação que desejem ir além da técnica e integrar dimensões psicológicas e emocionais ao desenvolvimento empresarial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados desta pesquisa evidenciaram que a autopercepção empreendedora é um fenômeno complexo, atravessado por fatores racionais, emocionais e inconscientes. A aplicação da Matriz Self, como ferramenta diagnóstica híbrida, demonstrou ser eficaz para identificar contradições entre o que o empreendedor afirma objetivamente e o que revela subjetivamente, fornecendo um retrato mais profundo das condições internas que impactam o comportamento empreendedor.

As discrepâncias identificadas entre as dimensões “entendimento”, “esforço”, “habilidade” e “sentimento” indicam que muitos empreendedores enfrentam dificuldades em alinhar suas percepções com a realidade vivida. Tal desalinhamento, quando não reconhecido, pode comprometer a tomada de decisões, a gestão do negócio e, em última instância, a sustentabilidade da empresa. A dimensão “sentimento”, em especial, revelou a presença de conflitos emocionais que não costumam ser captados por instrumentos tradicionais de avaliação, reforçando a importância de metodologias que integrem razão e emoção.

O uso combinado de análises quantitativas (como o teste de McNemar e o coeficiente Kappa de Cohen) e qualitativas (interpretação de respostas discursivas) permitiu validar a hipótese de que a experiência empreendedora não se limita ao domínio técnico e estratégico, mas envolve aspectos subjetivos que precisam ser considerados em processos de formação e apoio ao empreendedor.

Neste sentido, os achados contribuem para o campo da inovação aplicada ao comportamento empreendedor, sugerindo que políticas públicas, programas de capacitação e consultorias voltadas à sustentabilidade de pequenos negócios devem incluir dimensões reflexivas e psicodinâmicas em suas abordagens. A Matriz Self mostrou-se, portanto, uma ferramenta promissora para o fortalecimento da consciência empreendedora, com potencial de reduzir a taxa de mortalidade empresarial ao promover maior alinhamento entre intenção, ação e realidade.

Como sugestão para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar a aplicação da metodologia em diferentes segmentos econômicos e regiões do país, bem como explorar os efeitos da devolutiva dos resultados sobre o comportamento dos empreendedores ao longo do tempo. Investigações longitudinais poderão contribuir para consolidar a Matriz Self como um instrumento estratégico para o desenvolvimento humano e organizacional.

REFERÊNCIAS

ADIZES, Ichak. **Os ciclos de vida das organizações**. São Paulo: Pioneira, 1990.

BANDURA, Albert. Self-efficacy: **The exercise of control**. New York: W.H. Freeman, 1997.

DOLABELLA, Fernando. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios**. São Paulo: Cultura, 2003.



DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2018.

FRESE, Michael; GIESELMANN, Rainer. **Personality traits and entrepreneurial behavior**. In: ZANDER, Lars (Org.). *New developments in entrepreneurial research*. Oxford: Oxford University Press, 1993.

FRESE, Michael; RAUCH, Andreas. **Successful entrepreneurial behavior**. In: ZEIDNER, Moshe; ENDELER, Norman (Ed.). *Handbook of coping: Theory, research, applications*. New York: Wiley, 2001.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

Gil, A. C. (2017). **Como elaborar projetos de pesquisa**. (6ed). Atlas.

HOLMES, Scott; HASWELL, Sharon. **Small business failure in Australia: Causes and implications**. *International Small Business Journal*, v. 7, n. 2, p. 56-65, 1989.

JABLONSKA STANWSKI, Magdalena. **Entrepreneurial ecosystems and the resilience of startups**. *Entrepreneurship Review*, v. 3, n. 1, 2020.

JUNG, Carl Gustav. **Tipos psicológicos**. Petrópolis: Vozes, 1953.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

KEPPE, Norberto. **A origem da sanidade**. São Paulo: Proton, 1985.

MCCLELLAND, David C. **The achieving society**. Princeton: Van Nostrand, 1972.

MINERVINO, Cláudia Bernhardt de Souza; KEPPE, Norberto. **Psicoterapia e consciência: a patologia do poder**. São Paulo: Proton, 2004.

RAUCH, Andreas; FRESE, Michael. **Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success**. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, v. 16, n. 4, p. 353-385, 2007.

RUSU ROMAN, Adriana. **Entrepreneurship and sustainable economic growth**. *Journal of Economic Development*, v. 5, n. 2, 2017.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil – 2020**. Brasília: SEBRAE, 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 5 ago. 2025.