

# *O empreendedorismo no contexto da Teoria Cognitiva de Beck*

*Adilson Cunha Costa*

---

**RESUMO:** O estudo sobre o tema empreendedorismo, por se tratar de um assunto que vem estimulando o interesse de muitos pesquisadores, tem se tornado recorrente na literatura. E entre as suas várias perspectivas encontra-se aquela que procura abordá-lo a partir de alguns aspectos pessoais internos da conduta dos indivíduos empreendedores. Nesse sentido, este artigo tem como objetivo compreender o empreendedorismo no âmbito da Teoria Cognitiva de Beck – TCB. Essa pesquisa tem caráter exploratório, de enfoque qualitativo e descritivo de levantamento teórico, a partir de uma revisão bibliográfica. Para tanto, na verificação e junção dos fenômenos qualificados como empreendedorismo e TCB, pretendeu-se evidenciar e entender as suas premissas, significados e de que maneira podiam ser examinados, discutidos e expostos articulados. Os achados do estudo apontam para uma possibilidade de se estender à literatura sobre o tema do empreendedorismo a reflexão do papel importante das estruturas cognitivas na formação do comportamento empreendedor, propiciando dessa forma apresentá-lo num enfoque diferente, particularmente através do exame das crenças da pessoa empreendedora, que têm suas raízes em estruturas mais profundas.

---

**Palavras-chave:** Cognição. Personalidade. Empreendedorismo. Empreendedor.

---

**ABSTRACT:** The study on the subject of entrepreneurship, because it is a subject that has been stimulating the interest of many researchers, has become recurrent in the literature. Besides, among its various perspectives is the one that seeks to approach it from some personal internal aspects of the entrepreneurial individuals conduct. In this sense, this article aims to understand the entrepreneurship within the framework of Beck-TCB Cognitive Theory. This research is exploratory, with a qualitative and descriptive approach, based on a bibliographical review. For this, in the verification and junction of the phenomena qualified as entrepreneurship and TCB, it was tried to evidence and to understand its premises, meanings and in what way they could be examined, discussed and exposed articulated. The findings of the study point to the possibility of extending to the literature on the subject of entrepreneurship the reflection of the important role of cognitive structures in the formation of entrepreneurial behavior, thus offering a different approach, particularly through the examination of the person's beliefs entrepreneurship, which have their roots in deeper foundations.

---

**Keywords:** Cognition. Personality. Entrepreneurship. Entrepreneur.

Recebido em: 05/03/2018

Aprovado em: 25/06/2018

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

Editores Científicos: Maria Aparecida de Souza Melo e Simone Pereira Silva Bastos

## 1 INTRODUÇÃO

O ser humano não nasce pronto, precisa evoluir, desenvolver-se, e através desse processo que dura toda a vida, vai criando sua história e experiências próprias e únicas, que de uma forma ou outra, boas ou ruins, ficam registradas no nível de consciência ou inconsciência; e que ao serem incorporadas em comportamentos, atitudes, decisões etc., vão definindo a sua personalidade. Esta que se forma a partir das disposições do caráter meio às suas crenças e valores, temperamentos e características emocionais do indivíduo (MEIRELES; SANCHES, 2009).

Paradoxalmente a esse processo de crescimento de todo indivíduo, o desejo de mudar, de arriscar-se, muitas vezes, não parece tão fácil assim e pode ser difícil, doloroso e conflitivo (HOFMANN, 2014). Por trás, por exemplo, da resistência de alterar de vida, de emprego, de cidade, pode estar um conjunto de crenças, valores, pensamentos automáticos, emoções e sentimentos de fracassos e sucessos do passado, apreendido principalmente nos primeiros anos de vida. Dentro dessa realidade, mudar ideias ou estruturas cognitivas para incluir um novo conhecimento ou um comportamento mais positivo também não é fácil, mas é preciso (KRUGER, 2015).

No campo do empreendedorismo e do empreendedor, frequentemente, questiona-se porque determinados indivíduos conseguem transpassar a barreira da mesmice e alcançar o patamar da superação, e outros não. Ou seja, porque “empreendedores de sucesso têm mais iniciativa e facilidade para buscar oportunidades, são mais persistentes e resistentes diante de situações de frustração” (BRZOWSKI; SANCHES, 2012, p.3).

Uma parte da resposta para tal indagação pode estar num conjunto de características pessoais positivas presentes na personalidade desses empreendedores (MILLER, 2015), como maior tolerância para lidar com o fracasso, assumir os riscos medidos, persistência, autoconfiança, entre outros (DORNELAS, 2016; MILLER, 2015). De outro modo, é notório que os bons empreendedores têm uma capacidade diferenciadora para decodificar o mundo e enxergar de fato o que está acontecendo, explicado, em maior ou menor grau, com base em suas histórias de vida (GARCIA; OSÓRIO, 2013). Nas palavras de Nassif *et al.* (2010, p. 12), “só é possível ser empreendedor se características pessoais forem capazes de sustentar a ação empreendedora”. Portanto, os atributos pessoais do indivíduo empreendedor, de certa forma, têm relação com as práticas empreendedoras (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014; McCLELLAND, 1987).

A partir disso, torna-se importante hoje o auxílio das ciências psicológicas e de suas principais correntes, como uma forma de entender o fenômeno do empreendedorismo (FRESE; GIELNIK, 2010). Entre elas, a novidade desse estudo, encontra-se a Teoria Cognitiva de Beck (TCB), que tem como objetivo compreender de que forma o sujeito constrói alguns de seus aspectos cognitivos como os esquemas interpretativos que vão orientando suas ações (MORENO; CARVALHO, 2014).

A TCB parte da premissa de que o indivíduo cria seus referenciais a começar das interpretações e das atribuições de significados que dá ao que acontece no meio em que vive, formando dessa forma seus esquemas mentais e padrões comportamentais, determinantes nas decisões tomadas durante a sua trajetória de vida (WILSON; BRANCH, 2011). Além disso, ela é um instrumento, no ramo da

Psicologia, com a missão de ajudar o ser humano a dar ressignificação a muitos dos seus conceitos, atitudes, valores, pré-conceitos e comportamentos repetitivos, principalmente aqueles que impedem o crescimento emocional e racional, com vistas a uma melhor interação na sua vida pessoal ou profissional (BECK, 2013).

Nesse contexto, justifica-se incorporar a esse estudo alguns conceitos da TCB, principalmente sobre suas bases cognitivas, em razão de que quando um empreendedor toma uma decisão o “seu aspecto cognitivo se sobressai como um dos fatores que exercem influência no seu processo decisório” (MACEDO; MITIDIARI, 2009, p. 2). De outra forma, torna-se relevante dentro do tema do empreendedorismo levar em consideração o aspecto de como os indivíduos estabelecem os seus alicerces cognitivos para identificar ocasiões de negócio e se arriscar neles (BRESSAN; TOLEDO, 2013; GARCIA; OSÓRIO; 2013; NASSIF *et al.*, 2010).

Assim, dentro dessa perspectiva, é que surgiu a seguinte questão de pesquisa: De que forma pode-se abordar o empreendedorismo e o empreendedor dentro da Teoria Cognitiva de Beck (TCB)? Para responder a esse questionamento, esse estudo, de forma geral, tem como objetivo entender o empreendedorismo dentro do âmbito de alguns conceitos da TCB; e especificamente busca alcançar os seguintes objetivos: 1) Apresentar os principais entendimentos sobre a Teoria Cognitiva de Beck e suas bases cognitivas; e 2) Contextualizar o empreendedorismo e o empreendedor no âmbito das estruturas cognitivas da Teoria Cognitiva de Beck.

## 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em termos metodológicos, esse estudo foi exploratório com uma abordagem

qualitativa. Exploratório porque se procurou, de uma forma teórica e reflexiva, aprofundar os principais conhecimentos sobre o assunto, com o objetivo de uma maior familiaridade com a sua temática, desenvolvendo, esclarecendo ou aprofundando seus conceitos e ideias. Esse tipo de pesquisa visa oportunizar mais proximidade com o tema investigado, com o fim de deixá-lo mais evidente (GIL, 2010; RICHARDSON, 2014; VERGARA, 2014).

Além disso, foi qualitativo em razão de que, na averiguação e articulação dos fenômenos nominados empreendedorismo e TCB, procurou-se identificar e compreender os seus significados e de que forma podiam ser interpretados conjuntamente. Em outras palavras, as informações fornecidas pela literatura especializada sobre a situação investigada foram analisadas, interpretadas e apresentados os seus conceitos, opiniões e convicções (RICHARDSON, 2014).

Essa pesquisa também foi de caráter descritivo-interpretativo, em virtude de que buscou descrever as possíveis contribuições da TCB para a compreensão de certas características psicológicas próprias do indivíduo empreendedor. Além do mais, foi bibliográfica pelo motivo de que, para a construção do referencial teórico do assunto, foram utilizadas publicações científicas de artigos de periódicos, artigos em anais e livros de autores sobre o tema proposto. Nesse caso, os instrumentos de pesquisa empregados passaram por um processo de avaliação e já foram publicados (VERGARA, 2014; GIL, 2010).

Enfim, o percurso percorrido nessa pesquisa ocorreu a partir de dois pontos: primeiro sobre a discussão dos principais conceitos da TCB e suas bases cognitivas e em seguida da importância desses conhecimentos no desenvolvimento das características do indivíduo empreendedor.

### 3 EMPREENDEDORISMO: ENQUADRAMENTO CONCEITUAL

#### 3.1 O empreendedorismo e o empreendedor

Há divergências quanto à origem do termo empreendedor (FELIPE; SANTOS, 2017; GIRIUNIENE; GIRIUNAS; CERNIUS, 2016; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010). Alguns autores afirmam que emana de *entrepreneur*, no inglês, cujo significado exato é ‘entre’ e possui interpretações como alguém que assume riscos ou se responsabiliza por algo (BAGGIO; BAGGIO, 2014; OLIVEIRA, 2012; NASCIMENTO *et al.*, 2011). A expressão em francês *entrepreneur*, no século XII designava o sujeito que estimulava brigas ou rivalidades (VERGA; SILVA, 2014; TREVISAN; AMORIM; MORGADO, 2011).

Outra vertente defende que o conceito seria formado a partir do verbo francês *entreprendre*, que teria sido constituído no período da Idade Média, na conjuntura de um desenvolvimento normal do idioma francês, aludindo ao conceito de se fazer alguma coisa (VALE, 2014). Outros referem-se à formação do termo em latim a partir da conexão entre *inter* e *preneur*, que denota “intermediário” (KILIMNIK; OLIVEIRA; SANTOS NETO, 2016; FERREIRA, 2015; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014; ANDRÉ NETO *et al.*, 2013; GOMES; LIMA; CAPPELLE, 2013; GOMES, 2011).

Já a palavra empreendedorismo deriva da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa que, por seu turno, é a junção da expressão francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*. O sufixo *ship* assinala posição, grau, relação, estado ou qualidade

(BAGGIO; BAGGIO, 2014). Nesta acepção, significa a atividade dos homens/mulheres de negócios para organizar, controlar e de supor risco de suas organizações (COAN, 2013; BOAVA; MACEDO, 2006).

Em relação aos vários estudos sobre o assunto empreendedorismo, foi alvo das mais variadas abordagens, principalmente da economia, administração, sociologia e psicologia (BORGES; LIMA; BRITO, 2017; SOUZA *et al.*, 2017; OLIVEIRA *et al.*, 2016; ROCHA *et al.*, 2016; BITTAR; BASTOS; MOREIRA, 2014; GOUVEIA; MILFONT; GUERRA, 2014; ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014; FEUERSCHUTTE; ALPERSTEDT; GODOI, 2008; GOMES; LIMA; CAPPELLE, 2013; MATHIEU; ST-JEAN, 2013; SILVA; SANCHES, 2013; FRANCO; GOUVEA, 2016; ALVES; BORNIA, 2011; FRESE, 2010; MARTES, 2010; SANTIAGO, 2009).

Na perspectiva econômica o empreendedorismo é ligado à busca de novas ocasiões lucrativas de negócios no mercado, ajudando a ampliar os limiares das expectativas de produção de um determinado sistema econômico (BITTAR; BASTOS; MOREIRA, 2014; VALE, 2014; SANTIAGO, 2009). Richard Cantillon (1755) foi um dos pioneiros a relacionar o empreendedorismo ao aspecto econômico, apresentando o indivíduo empreendedor como uma pessoa que paga um preço correto por uma mercadoria ou produto para vender a um preço desconhecido. Nesse aspecto, o empreendedor é um indivíduo que não tem medo de correr riscos quando investe em negócios incertos (SOUZA *et al.*, 2017; BITTAR; BASTOS; MOREIRA, 2014).

Ainda nessa vertente, o empreendedor é um impulsionador da inovação e conseqüentemente das ações norteadoras do crescimento econômico (COSTA, 2015; GOMES; LIMA; CAPPELLE, 2013; FRANCO; GOUVEA,

2016). Dentro dessa visão, é através dos indivíduos empreendedores que se movimentam o setor econômico (SCHUMPETER, 2008) e a ação do empreendedor é relevante para o crescimento econômico (GOMES; LIMA; CAPPELLE, 2013; MARTES, 2010).

Na postura sociológica o empreendedorismo é visto com fundamento no exame das circunstâncias do meio social em que os indivíduos estão inseridos, ou seja, através dos incentivos das estruturas sociais e nas dificuldades que a sociedade impõe sobre o desenvolvimento do empreendedor. Para essa corrente, as instituições sociais apresentam grande interferência sobre o empreendedor (BARON; SHANE, 2015; FRANCO; GOUVEA, 2016).

A linha psicológica trata do empreendedorismo a partir da feição do empreendedor sob o aspecto do indivíduo, ou melhor, de um conjunto de atributos comportamentais inerentes ao sujeito que o faz empreendedor. Nela, busca-se entender as razões do por quê algumas pessoas têm disposição para começar um negócio próprio enquanto outras não. Para isso, esse enfoque parte de várias descrições peculiares da formação da personalidade desse tipo de pessoa (FRANCO; GOUVEA, 2016; GOUVEIA; MILFONT; GUERRA, 2014; LIMA *et al.*, 2014; FEUERSCHUTTE; ALPERSTEDT; GODOI, 2012; GOMES; LIMA; CAPPELLE, 2013; RIZZATO; MORAN, 2013; FRESE, 2010), que a distingue, destacando diferentes tipos de características pessoais como motivação, disposição de assumir riscos, capacidade de inovar etc. (VALE, 2014). Assim, dentro dessa visão, há relação entre os traços individuais da personalidade do indivíduo empreendedor e o êxito naquilo que foi empreendido (FEUERSCHUTTE; GODOI, 2008).

O âmbito psicológico no indivíduo como uma forma de análise do empreendedorismo e do empreendedor, tem ido além da identificação das características de personalidade particulares identificadoras dos motivos que levam algumas pessoas a se tornarem empreendedores e outras não. E tem procurado explicações na literatura, recorrendo também à perspectiva cognitiva, especialmente através dos estudos sobre as estruturas cognitivas (SCHAEFER; MINELLO, 2017; BARON; SHANE, 2015; FRESE; GIELNIK, 2014; MEYER *et al.*, 2014; URBAN, 2012; GRÉGOIRE; CORBETT; McMULLEN, 2011; SÁNCHEZ; CARBALLO; GUTIÉRREZ, 2011; RAUCH; FRESE, 2007; BARON, 2004).

Nessa concepção, os alicerces cognitivos são instrumentos para a atuação empreendedora e são desenvolvidos pelo indivíduo através de suas experiências de vida única desde a sua concepção (GIELNIK *et al.*, 2012; FREZZA; MARQUES, 2009). O sujeito, através dessas ferramentas cognitivas, atribui sentidos e interpretações para essas experiências, produzindo vários quadros possíveis alusivos à sua realidade e identidade. Dessa forma, ele responde aos acontecimentos com determinados comportamentos influenciado por esses alicerces cognitivos (WILSON; BRANCH, 2011). A partir disso, os estudos baseados nas estruturas cognitivas, no âmbito do empreendedorismo, têm buscado também responder alguns questionamentos como: Por que algumas pessoas são empreendedoras e outras não? Como os empreendedores identificam oportunidades de negócios?

Portanto, identificar e reconhecer as chances para se tornar um empreendedor de sucesso, nessa acepção, tem respaldo da literatura, com fundamento na capacidade cognitiva individual. E, por isso, chamando a atenção para os fundamentos cognitivos no

entendimento do indivíduo empreendedor, incorporou-se como uma alternativa nova para a análise e discussão pela literatura sobre o empreendedorismo as bases cognitivas apresentadas pela Teoria Cognitiva de Beck.

### 3.2 A Teoria Cognitiva de Beck e suas bases cognitivas

O precursor da TCB foi Aaron T. Bech, professor emérito da Escola de medicina da Pensilvânia, na área de Psiquiatria (BECK; DAVIS; FREEMAN, 2017; PEREIRA, 2016; CLARK; BECK; 2012). Trata-se de uma das formas terapêuticas dentro da psicologia comportamental cujo objetivo é entender o indivíduo a partir de seus esquemas mentais, crenças e pensamentos automáticos e como esses mecanismos acabam influenciando na maneira como ele interpreta a realidade que o cerca (BECK, 2013). A sua base está na interpretação que o sujeito faz de sua realidade, que nessa temática se organiza de maneira gradativa (PEREIRA; PENIDO, 2010), ou seja, a TCB parte da premissa de que a realidade se constrói, uma vez que o indivíduo processa os acontecimentos, as outras pessoas e a si próprio (SERRA, 2013).

Desse modo, para a TCB, as respostas emocionais, as condutas apropriadas e atípicas e as motivações do sujeito não são influenciadas, unicamente, de modo direto, pelas situações vivenciadas, mas sim pela forma como essas informações são processadas e conceitualizadas, através das interpretações ou sentidos construídos. Em outras palavras, o indivíduo não apreende suas experiências passadas como elas são, mas da maneira como as internaliza.

Nessa abordagem, o sujeito durante sua vida vai criando dentro de sua estrutura

cognitiva certos conceitos ou ideias gerais, globais rígidas e duradouras, chamadas crenças centrais ou intermediárias, que acabam se tornando regras, atitudes e suposições condutoras do seu comportamento (SILVA, 2014). Essas crenças são constituídas com base na ligação estabelecida entre o indivíduo e o mundo que o cerca (PIRES, 2013), principalmente nos relacionamentos com pessoas expressivas durante a infância (OLIVEIRA; PIRES; VIEIRA, 2009). Além disso, elas acabam traduzindo-se pela interpretação do próprio sujeito em pensamentos automáticos que são padrões de condutas e hábitos que influenciam na sua reação frente a uma determinada situação (BECK, 2013).

A TCB tem como finalidade auxiliar o indivíduo compreender os pensamentos que são decisivos em suas tomadas de decisões e que tem ingerência em suas emoções (BECK, 2013). Ela procura interferir especialmente sobre as visões negativas que o sujeito tem de si e do mundo que o cerca, com o objetivo de modificar suas emoções e comportamentos desencadeados a partir das interpretações que faz, com base nesses conceitos pouco construtivos (CARBONARA; MAHL, 2014). Do mesmo modo, ela procura contribuir para que o indivíduo desenvolva pensamentos, conceitos, ideias diferentes mais adequadas à realidade (FREITAS *et al.*, 2014).

Beck, ao investigar as causas da depressão nas pessoas, constatou que sujeitos deprimidos desenvolviam pensamentos negativos de si, do mundo e de seu futuro, com base em suas experiências passadas, que vinham à tona e interferiam na forma como interpretavam os fatos do seu dia a dia (BECK, 2013). Por isso, ele, a partir do aprofundamento sobre a raiz desses pensamentos problemáticos, procurou identificar quais as crenças e atitudes fixadas

no indivíduo, fruto das experiências passadas vividas desde a infância, justificavam determinadas interpretações errôneas da realidade, que acarretavam ao indivíduo emoções e sentimentos negativos que lhe causavam maior ansiedade (BECK; DOZOIS, 2011).

De acordo com a TCB, o tipo de reação das pessoas a determinadas situações e informações é influenciado pela percepção e interpretação dadas a elas, por meio de seus esquemas cognitivos (SILVA, 2014; BEZ, 2013). Para ilustrar, suponha-se que o indivíduo tenha que realizar um teste para uma vaga de emprego e ao se aproximar o momento de sua realização ele comece a ter os seguintes pensamentos: ‘acho que não vou conseguir fazer essa prova, é muito difícil, a vaga não é para mim’. Tomado por essas ideias negativas, o sujeito desista do exame. A partir dessa decisão de não realizar a prova, influenciado pelo conjunto desses conceitos, o resultado para ele, em nível psicológico, de acordo com a TCB, pode ser traduzido num sentimento ou emoção de tristeza e frustração. Assim, conforme a TCB, reforça-se a tese inicial do indivíduo de que não era capaz de ser aprovado e conseguir a referida vaga.

Com base ainda nesse contexto, pode-se questionar: o que levou esse indivíduo a pensar dessa forma diante desse fato? Por que ele fez tais interpretações da situação em questão? Havia realmente um justo motivo ou alguma dissonância no modo como ele compreendeu seus pensamentos, sentimentos e a própria realidade? De acordo com a TCB, a resposta estaria nos processos cognitivos habituais, prejudiciais ou distorcidos que levam esse indivíduo a ter determinadas visões danosas sobre a realidade e de si mesmo (CLARK; BECK, 2012).

Nessa acepção, a TCB busca auxiliar no entendimento de algumas bases

cognitivas como esquema mental, crenças (básicas e intermediárias) e pensamentos automáticos, que são importantes para o entendimento do comportamento das pessoas. Os esquemas mentais são formas duradouras e profundas de pensamentos formados a partir de estímulos, juízos ou experiências do sujeito, desde a sua infância, que interferem na sua maneira de pensar e agir (BECK; DAVIS; FREEMAN, 2017). São alicerces cognitivos internos com conteúdo (crenças centrais e intermediárias) que contêm registradas as representações de acepções apreendidas (BACELAR; TEIXEIRA, 2016). A função dos esquemas é processar ocorrências de estímulo do dia a dia, com a finalidade de dar um significado positivo ou negativo às experiências vivenciadas pelo indivíduo através de sua percepção. Compõem-se de crenças centrais, crenças intermediárias e pensamentos automáticos (BECK; DAVIS; FREEMAN, 2017).

As crenças centrais (nível mais profundo) geralmente são desconhecidas e penetram o inconsciente do sujeito de certa maneira, em razão de determinadas circunstâncias, que intervêm na percepção do mesmo sobre as coisas (BECK, 2013). São os entendimentos sobre si, os outros e o mundo. Essas verdades absolutas, consideradas pelo indivíduo, são conceitos não refletidos e pouco articulados, ideias ou conceitos mais profundos, rígidos e globais sobre si e do mundo que o cerca, e que muitas vezes causam sofrimentos e interpretações distorcidas dessa realidade (BECK; DAVIS; FREEMAN, 2017). Por exemplo: “Eu sou incompetente” (BECK, 2013, p.232).

As crenças intermediárias (segundo nível da estrutura cognitiva) são regras, atitudes e suposições, criadas pelo indivíduo, a partir das crenças centrais. Embora não sejam tão facilmente modificáveis quanto os

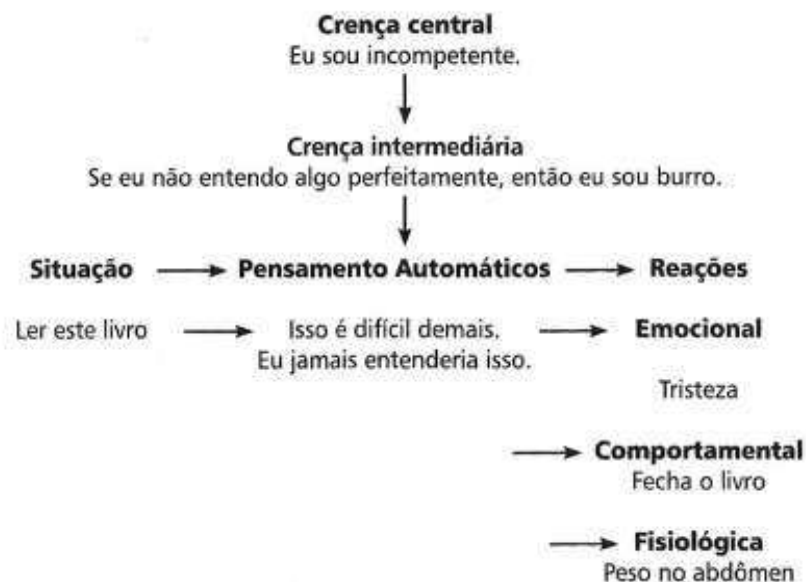
pensamentos automáticos, são ainda mais maleáveis do que as crenças centrais (BECK; DAVIS; FREEMAN, 2017). Essas crenças quando acionadas suscitam pensamentos automáticos positivos ou negativos, que afinal intervêm no comportamento do indivíduo. Por exemplo: “Por não entender esse livro, então sou burro” (BECK, 2013).

Os pensamentos automáticos (nível mais superficial e acessível) são decorrentes das crenças centrais mais as crenças intermediárias e são cognições que aparecem rapidamente em uma determinada situação como uma interpretação imediata dela (BECK; KNAPP, 2008; BEZ, 2013). É um conjugado de preceitos, condutas e pressuposições sobre determinada situação. Eles podem ser palavras, imagens ou recordações e nascem na mente humana a todo o momento e podem modificar o ânimo,

as condutas e decisões tomadas pelo indivíduo. Por exemplo: “Eu nunca entenderei esse conteúdo” (BECK, 2013).

Dentro da formação das estruturas cognitivas de Beck (figura 1), a avaliação que o indivíduo faz hoje sobre os seus atos e o julgamento auferido sobre as consequências das suas atitudes e decisões que toma baseiam-se nos esquemas cognitivos formados, especialmente, durante a infância, através de crenças encorajadas pelos seus pais ou pessoas mais próximas, que “posteriormente provarão ser mal - adaptadas” (BECK; DAVIS; FREEMAN, 2017, p.85). Ou seja, as decisões e ações hoje do indivíduo são influenciados por crenças, valores e pensamentos automáticos, distorcidos, que impedem o seu crescimento e maturidade emocional e racional.

Figura 1 – Resumo da formação das estruturas cognitivas de Beck.



Fonte: Beck (2013, p. 33).



No contexto do parágrafo anterior, em nível de ilustração, tome-se o exemplo de uma criança que há pouco tempo aprendeu a andar e queira descer sozinha uma escada. Nesse caso, se seus pais forem superprotetores, talvez, não deixem ela enfrentar esse desafio ou outros necessários para o seu indispensável crescimento emocional, por medo de sua queda. Porém, cada vez que essa criança tentar fazer algo, até certo ponto perigoso, e seus pais estiverem sempre por perto para impedir, ela poderá crescer sem aprender a enfrentar as dificuldades ou desafios que venham pela frente, deixando de tomar decisões corajosas e arriscadas. Como resultado, pode-se criar nessa criança um tipo de crença inconsciente de que será incapaz de superar isso ou aquilo na sua vida. Ao contrário, segundo a TCB, se essa criança fosse encorajada, desde cedo, a enfrentar seus desafios, teria o seu subconsciente fortalecido para enfrentar riscos e desafios futuramente como adultos.

Assim, a TCB serve de instrumento para compreender a importância da formação das bases cognitivas, principalmente a partir das distorções que vão sendo formadas no inconsciente do indivíduo e como elas vão interferindo negativamente no presente ou futuro processo de tomada de decisão, por exemplo, de um pai, mãe, gestor e, no caso específico desse estudo, de um empreendedor.

## **4 ANÁLISE TEÓRICA, DISCUSSÃO E RESULTADOS**

### **4.1 O empreendedorismo no contexto da Teoria Cognitiva de Beck**

Como foi visto anteriormente, a TCB busca explicar as pessoas pela compreensão de seus esquemas mentais, pensamentos automáticos, suas crenças, valores, interpretações do seu dia a dia. Nessa

concepção, a maneira como o indivíduo fala, se comporta e reage sofre influência dessas estruturas cognitivas, que são os meios pelos quais a pessoa adquire, guarda, modifica e emprega as informações auferidas para efetivar uma ampla diversidade de afazeres (BARON; SHANE, 2015). Esse enfoque resulta das disposições e interpretações psicológicas oriundas das crenças, do pensamento, da percepção e da interpretação dada pelo indivíduo.

Por isso, no contexto da TCB, esquemas mentais, valores, crenças e pensamentos automáticos têm relação direta com a forma como a realidade é percebida. De outra maneira, refere-se ao modo como o sujeito compreende os eventos positivos e negativos nos diferentes âmbitos de sua vida e, acima de tudo, como ele lida com as decepções que interferem num comportamento proativo ou não (SANTOS, 2004). No dizer de Franco e Sanches (2016, p. 42), “as ações dos empreendedores são influenciadas por suas características psicológicas pessoais com raízes individuais profundas”.

A partir disso, ao definir o empreendedor, não se pode deixá-lo de fazer dentro das estruturas cognitivas que o cerca e das qualidades que se atribui a ele, formadas a partir de suas percepções, valores, crenças, circunstâncias, experiências e de sua personalidade (MINELLO; SCHERER, 2012; LIMA; FREITAS, 2010; MACEDO; MITIDIERI, 2009). Em outras palavras, esses instrumentos cognitivos, que fazem parte da personalidade do sujeito empreendedor, servem de pilar para a sua atuação empreendedora (VIDIGAL; NASSIF, 2013; LEITE FILHO; LIMA, 2008).

Levando em consideração essas estruturas cognitivas, quando se tenta definir empreendedor, alguns autores nomeiam algumas características intrínsecas

qualitativamente a esse tipo de indivíduo como mais otimismo, resiliência, ousadia, coragem, sempre inconformado com sua realidade, dotado de energia, disposto a aceitar desafios e correr riscos calculados, autoconfiança, criatividade, enxergar potencialidades, forte intuição, inovador, comprometimento contínuo com condutas proativas para atingir resultados eminentemente expressivos, aproveitamento de atividades ao máximo, capacidade de prosperar em tempos turbulentos. (CORTEZ; ARAÚJO; PEREIRA, 2017; LIMA; NASSIF, 2017; DORNELAS, 2016; MILLER, 2015; LIMA *et al.*, 2014; ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014; AZEVEDO, 2013; NASCIMENTO *et al.*, 2011).

Desse modo, esses predicados e outros, a partir de um nível de intensidade alto, presentes no empreendedor, o motiva e o leva ao sucesso em seus empreendimentos, bem como em qualquer evento que almeje (NASCIMENTO *et al.*, 2011). Entretanto, observa-se que nenhuma pessoa já nasce empreendedor, mas é desenvolvendo e pondo em prática algumas dessas capacidades e qualidades da personalidade, é que o indivíduo demonstra ser um empreendedor (REIS; ARMOND, 2012). Então, alguns desses aspectos vão se alterando, sendo aprimorados ou não, quando do convívio com o ambiente doméstico, escolar ou do trabalho (NASCIMENTO *et al.*, 2011).

Contextualizando o empreendedorismo dentro da TCB e suas bases cognitivas, a forma como o empreendedor aprendeu a lidar e dar significados a seus êxitos e fracassos, em sua trajetória de vida, determinará e intervirá na percepção que ele terá sobre suas aptidões e que, por consequência, irá refletir diretamente na excelência das atitudes de ser um empreendedor (SANTOS, 2004). Além

disso, o indivíduo empreendedor mostra-se como alguém que interpreta e influencia o mundo que o cerca, “a partir de suas crenças, que geram escolhas de valores por meio de prioridades a serem escolhidas e ranqueadas, para motivar as ações pessoais” (CALVOSA, 2010, p.12).

Nesse aspecto, o empreendedor não se limita às suas crenças limitadoras, ou seja, naqueles conceitos, ideias e valores, que inconscientemente atribui-se como justificativa para não agir, mas ficar na mesma posição, sem tomar uma decisão que o leve adiante em alguma empreitada. Mas, pelo contrário, para se ter disposição de se recuperar frente às adversidades, carências e alterações positivas, as crenças que fortalecem a feição do sujeito empreendedor são aquelas que manifestam internamente alto grau de expectativas, de realização e de sucesso (RIZZATO; MORAN, 2013). Eles que experimentam circunstâncias de obstáculos nos negócios conseguem destacar-se diante das dificuldades, demonstrando características de superação e nunca oscilaram sobre o triunfo do seu empreendimento e, por isso, entregam-se inteiramente para o seu êxito (CRUZ; MORAES, 2013).

Ainda nesse âmbito, os empreendedores são pessoas que interpretam e identificam as circunstâncias mais na ótica de forças do que de fraquezas, mais oportunidades que ameaças e mais oportunidades de ganho do que de perda (GARCIA; OSÓRIO, 2013) e possuem uma base cognitiva composta por crenças e pensamentos reforçados mais pela positividade do que pela negatividade. Além do mais, o seu esquema mental foi formado, a partir da visão de sua realidade desde a infância, por atributos que lhe permitem buscar o sucesso mesmo que para isso tenha que encarar alguns fracassos pelo caminho. Em outras palavras, a personalidade do

sujeito empreendedor pode ajudar na apreensão de possibilidades para empreender (PEREIRA; FABRÍCIO, 2016). Nesse sentido, pessoas empreendedoras são aquelas que são capazes de enxergar as oportunidades que outros não conseguem, podem assumir riscos e aproveitar oportunidades, criar inovação e ousar implemento (DEVELI; SAHIN; SEVIMLI, 2011).

Do mesmo modo, o empreendedor, devido às suas particularidades e habilidades pessoais e de como ele age no ambiente, resolve aproveitar-se de uma chance e, neste sentido, vai à procura dos recursos necessários, após o qual estabelece a sua estratégia empreendedora. Ademais, quando um empreendedor busca uma atividade que pode ser deixada de lado ou desprezada por um não empreendedor, ele a realizará porque a sua compreensão dos resultados positivos é maior do que a propensão dos riscos que terá de assumir (MACHADO *et al.*, 2015).

Destarte no contexto da TCB, o empreendedor é aquele que acredita na própria capacidade de mobilizar recursos cognitivos para alcançar soluções específicas, atribuindo eventos positivos a causas internas, permanentes e estáveis (LIMA; NASSIF, 2017). Nas palavras de Macedo e Mitidieri (2009, p. 25), “muitos empreendedores desencadeiam suas ações influenciados por suas características psicológicas e os resultados organizacionais alcançados são vistos como reflexo de suas bases cognitivas”. Nessa perspectiva, as percepções de possibilidades e disposição constatados nos indivíduos empreendedores sofrem influências de suas experiências e de suas características pessoais que formam seu alicerce cognitivo (MINELLO; SCHERER, 2012).

Decorrente disso, à luz da TCB, na estrutura cognitiva do empreendedor, a confiança e a perseverança o conduz a

muitas descobertas em que as suas experiências, desacertos e acertos colaboram muito mais para que ele alcance uma condição de maturação elevada. Desse modo, o indivíduo empreendedor não aceita o fracasso e não se resigna com o insucesso, servindo somente como incentivos para prosseguir sempre se arriscando. De tal modo, a disposição psicológica positiva dos sujeitos empreendedores os conduz a acreditar que têm alicerces cognitivos diferenciados que possibilitam afetar as suas assimilações dos riscos e oportunidades e as novas decisões de avaliação das chances de risco (GRÉGOIRE; CORBETT; McMULLEN, 2011).

Além disso, a possibilidade da utilização da TCB no auxílio do entendimento do empreendedorismo, levando em consideração o contexto da reflexão de Przepiorka (2017), torna-se importante porque o aspecto da busca da força de vontade do indivíduo empreendedor, que diminuindo pensamentos negativos e retardadores demais de sua decisão de se arriscar, pode propiciar o início de um empreendimento e torná-lo um sucesso. Nesse caso, os empreendedores são indivíduos que aprendem a reagir em casos de adversidade e fracasso, bem como influenciam o meio ambiente e encontram uma alternativa para não esperar passivamente pelo que pode acontecer.

Agregando no âmbito da TCB, as reflexões de Krueger (2007) e Santos, Currel e Caetano (2010), depreende-se que o exame das bases cognitivas da Teoria de Beck nos propicia a ocasião de buscar entender melhor o empreendedorismo em razão de que o reconhecimento de oportunidades é uma etapa fundamental que ocorre a partir de um processo cognitivo, referenciado inicialmente a partir da formação dos alicerces cognitivos de quem se torna empreendedor. E por quê? É que por trás de

uma ação empreendedora encontram-se as intenções empreendedoras; por trás destas, as atitudes empreendedoras. E por trás desta estão as estruturas cognitivas profundas, firmadas pelas crenças que o indivíduo vai incorporando durante o seu processo de formação. Entre essas crenças, é possível identificar no comportamento do indivíduo empreendedor aquelas que propiciam a ele identificar uma oportunidade para empreender e a determinação para sua realização.

Nesse sentido, por trás dessa determinação, encontra-se uma crença de que uma ideia representa uma oportunidade e que vale a pena insistir nessa oportunidade apesar de todos os riscos do fracasso. Em virtude disso, as bases cognitivas de Beck, principalmente por meio dos estudos das crenças profundas e intermediárias, reforçam a visão de que os indivíduos procuram o empreendedorismo com base em uma estrutura de crença particular que internamente impulsiona-os a se comportar de forma empreendedora (KIRKLEY, 2016).

Por outro lado, apesar de se ter tornado um campo importante de pesquisa, o estudo sobre a influência dos alicerces cognitivos sobre a capacidade de empreender segue tendo significativos desafios conceituais. Um deles, é que ainda não está totalmente consolidado se as distinções cognitivas entre os sujeitos empreendedores e não empreendedores surgem de situações e acontecimentos próprios que antecedem os esforços e condutas dos empreendedores ou da experiência alcançada por esses indivíduos na prática do empreendedorismo (GRÉGOIRE; CORBETT; McMULLEN, 2011). Outros críticos até chegam a interrogar até que ponto os alicerces cognitivos proporcionam algo verdadeiramente único e proeminente para os estudos sobre o empreendedorismo, além daquilo que é apresentado por outros pontos

de vista (BRESLIN, 2008; GARTNER, 2007).

Mesmo diante desses contrapontos, outros estudiosos, ainda assim, na busca da articulação entre a ciência cognitiva e a prática empreendedora, encorajam a distinguir mais claramente os fatores cognitivos e os fenômenos que antecedem a ação empreendedora (GRÉGOIRE; CORBETT; McMULLEN, 2011). Para eles, entender as origens das estruturas cognitivas no contexto empresarial é da maior importância para ampliar mais o campo de pesquisa sobre o empreendedorismo (GRÉGOIRE; BARR; SHEPHERB, 2010). Nesse aspecto, por exemplo, embora as crenças de oportunidade estejam se tornando cada vez mais reconhecidas como fundamentais para a compreensão da cognição empreendedora, pouco se entende sobre os mecanismos que são responsáveis pela formação e evolução dessas crenças (GRÉGOIRE; BARR; SHEPHERB, 2010).

Nesse sentido, os resultados do estudo sobre as bases cognitivas do empreendedor, dentro da conjuntura da TCB são positivos porque servem de delineamento teórico, por exemplo, para o aprofundamento sobre as atitudes e crenças do indivíduo empreendedor, que têm suas origens em estruturas mais profundas (alicerces cognitivos). Ou seja, os sujeitos buscam o empreendedorismo apoiados em uma estrutura de crença específica que intrinsecamente os motivam a comportar-se de maneira empreendedora e os direcionam para a aquisição dos conhecimentos, habilidades e experiências necessárias para envolver-se ativamente no processo do empreendedorismo (KIRKLEY, 2016).

Enfim, no contexto do empreendedorismo, do empreendedor e da TCB, o estímulo para se comportar de forma empreendedora é baseado em alicerces cognitivos, principalmente formadoras de

crenças pessoais. E nesse aspecto ser empreendedor significa que o indivíduo tem um conjunto internalizado de valores e crenças que lhe permite agir de uma forma única.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisas sobre o empreendedorismo têm procurado explicar o porquê de alguns indivíduos se tornam empreendedores e outros não. E esse tema é discutido desde a ótica econômica, social, psicológica e, também, nos últimos tempos, dentro do contexto da teoria cognitiva. Nessa última linha de investigação, como novidade, esse estudo apresentou as discussões a respeito do empreendedorismo como um campo de pesquisa alicerçado na psicologia, especificamente no contexto da TCB a partir de seus alicerces cognitivos que são formados por esquemas mentais, crenças centrais, crenças intermediárias e pensamentos automáticos.

As reflexões conceituais expostas reforçam o sentimento de que os indivíduos empreendedores possuem certas características que os diferenciam dos demais, porque trazem internamente um conjunto de predicados e crenças que interferem na disposição de identificarem e se aproveitarem de novas oportunidades. E essas pessoas buscam empreender apoiadas principalmente por uma estrutura de crença.

Os resultados apontam também que é possível estender à literatura sobre o tema abordado o debate sobre o papel importante das estruturas cognitivas formadoras do comportamento empreendedor, propiciando dessa forma a oportunidade para novos estudos sobre o assunto, levando em conta os componentes cognitivos na formação do sujeito empreendedor.

Por outro lado, reconhece-se como uma das limitações dessa pesquisa que a

investigação sobre o indivíduo empreendedor e do empreendedorismo é complexa para ser avaliada somente por uma ótica. Ou seja, a deliberação de uma pessoa vir a ser um empreendedor ocorre também por meio de outros contextos, devendo-se também se considerar outras variáveis externas ao sujeito empreendedor.

Contudo, dada à escassez de pesquisas sobre a raiz e implicações das estruturas cognitivas no ambiente do empreendedorismo, esforçou-se explicitamente para representar uma visão diferente. E o entendimento sobre o empreendedorismo no contexto da TCB mostra-se como uma opção teórica para o exame das crenças da pessoa empreendedora que têm suas raízes em alicerces mais profundos.

Em relação à sugestão de novos estudos, é importante também levar em consideração a ligação de outras características que podem interferir nas estruturas cognitivas explanadas, e conseqüentemente no modo de agir dos empreendedores. Por isso, fazem-se indispensáveis pesquisas empíricas, especialmente para entender o alcance dessas bases cognitivas na capacidade do empreendedor de reconhecer novas oportunidades, a partir das influências das crenças desses indivíduos nessas novas oportunidades de empreender. Já que as crenças se revelam importantes e reconhecidas como fundamentais para a compreensão da teoria cognitiva sobre o empreendedorismo.

## REFERÊNCIAS

ANDRÉ NETO, A.; ALMEIDA, A.; SOUZA, C. P.; ANDREASSI, T. *Empreendedorismo e desenvolvimento de novos negócios*. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

- ALVES, L. R. R.; BORNIA, A. C. Desenvolvimento de uma escala para medir o potencial empreendedor utilizando a Teoria da Resposta ao Item (TRI). *Gest. Prod.*, vol.18, nº.4, São Carlos, 2011.
- AZEVEDO, E. F. Empreendedorismo: um estudo de caso sobre o perfil empreendedor no setor couro calçadista em Campina Grande – PB. *CGE*, vol.1, n° 1, p. 96-105, 2013.
- BACELAR, S. D; TEIXEIRA, R. M. Produção científica sobre empreendedorismo no Brasil: estudo bibliométrico das publicações em periódicos e eventos entre 2008 e 2014. In: *IX Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE*. Anais. Passo Fundo, 2016.
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. *Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*. Passo Fundo-RS, vol. 1, nº 1, p. 25-38, 2014.
- BARON, R. A.; SHANE. S. A. *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo: Thompson Learning, 2015.
- BARON, R. A. The Cognitive Perspective: A Valuable Tool for Answering Entrepreneurship's Basis "Why" Question. *Journal of Business Venturing*, vol. 19, nº 2, p. 221-239, 2004.
- BECK, A. T.; DAVIS, D. D.; FREEMAN, A. *Terapia Cognitiva dos transtornos da personalidade*. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2017.
- BECK, J. S. *Terapia Cognitiva-Comportamental: teoria e prática*. 2ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2013, 413 p.
- BECK, A. T.; KNAPP, P. Fundamentos, modelos conceituais, aplicações e pesquisa da terapia cognitiva. *Rev Bras. Psiquiatria*, vol. 30, n. ° 2, p. 54-64, 2008.
- BECK, A. T.; DOZOIS, D. J. A. Cognitive therapy: current status and future directions. *Annual Review of Medicine*, nº 62, p. 397-409, 2011.
- BEZ, A. S. Modificação de crenças e modelação proativa de metas: perspectivas de interface. *Revista Signo*, Santa Cruz do Sul, vol. 38, nº. 65, p. 218-232, jul. dez. 2013.
- BITTAR, F. S. O.; BASTOS, L. T.; MOREIRA, V. L. Reflexões sobre o empreendedorismo: uma análise crítica na perspectiva da economia das organizações. *Rev. Adm. UFSM*, Santa Maria, vol. 7, nº 1, p. 65-80, 2014.
- BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. In: *Encontro da associação nacional dos programas de pós-graduação em administração*, Salvador- BA, nº 30, 2006. Anais. Rio de Janeiro: Anpad, 2006.
- BORGES, A.; LIMA, J.; BRITO, M. Fundamentos da Pesquisa em Empreendedorismo: aspectos conceituais, teóricos, ontológicos e epistemológicos. In: *XLI Encontro da ANPAD- EnANPAD*, 2017. São Paulo - SP. Anais. São Paulo-SP: Anpad, 2017.
- BRESLIN, D. A Review of the Evolutionary Approach to the Study of Entrepreneurship. *Journal of Management Reviews*, vol. 10, p. 399-423, 2008.
- BRESSAN, F.; TOLEDO, G. L. A influência das características pessoais do empreendedor nas escolhas estratégicas e no processo de tomada de decisão. *Revista de Psicologia Organizacional*, Florianópolis, vol.13, nº 3, dez. 2013.
- BRZOWSKI, R. P.; SANCHES, C. Tipo psicológico do indivíduo empreendedor: um estudo do tipo psicológico predominante nos empreendedores, segundo o Mbti. *Revista Eletrônica de Administração (Online)*, vol. 11, nº 2, 2012.

- CALVOSA, M. Quais São os Valores dos Empreendedores de Sucesso? Um estudo meta-analítico. In: *VII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2010*, Resende. Disponível em: [http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos10/243\\_SEGET%20%20Empreendedorismo%202010.pdf](http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos10/243_SEGET%20%20Empreendedorismo%202010.pdf). Acesso em: 07 de janeiro de 2017.
- CARBONARA, K.; MAHL, A. C. A importância do foco na terapia cognitivo-comportamental. *Unoesc & Ciência - ACBS - Edição Especial*, p. 7-14, 2014.
- CLARK, D. A.; BECK, A. T. *Terapia cognitiva para os transtornos de ansiedade: ciência e prática*. Porto Alegre: Artmed, 2012, 640 p.
- COAN, M. Educação para o empreendedorismo como estratégia para formar um trabalhador de novo tipo. *Revista Labor*, vol.1, nº 9, 2013.
- CORTEZ, A. E. G.; ARAÚJO, A. G.; PEREIRA, F. A. M. A influência dos aspectos cognitivos e afetivos de mulheres empreendedoras nas diferentes fases de desenvolvimento de um negócio. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol. 6, nº 2, p. 234-262, Mai/Ago. 2017.
- COSTA, R. A. T. A importância do treinamento empresarial para a formação de empreendedores: um estudo com base no EMPRETEC-AMAPÁ. *UNIFAP*, vol. 5, nº 1, p. 69-83, 2015.
- CRUZ, M. T. S.; MORAES, I. M. M. Empreendedorismo e resiliência: mapeamento das competências técnicas e comportamentais exigidas na atualidade. *Revista Pensamento & Realidade*, vol. 28, nº 2, 2013.
- DEVELI, E. E.; SAHIN, B; E.; SEVIMLI, Y. Entrepreneurship and importance of personality on entrepreneurship: a research on trainees of entrepreneurship education program international. *Journal of business and management studies*, vol. 3, nº 1, p.115-224, 2011.
- DORNELAS, J. *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. 6ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.
- FELIPE, E. S.; SANTOS, A. S. Empreendedorismo: discussão conceitual, definições e um panorama do caso brasileiro. *Desafio Online*, Campo Grande, vol.5, nº. 1, jan./abr., 2017.
- FERREIRA, P. J. S. Empreendedorismo: uma abordagem sintética. *Silabas & desafios – unipessoal LDA*, 2015. Disponível em: [http://www.silabas-e-desafios.pt/EMPR\\_excerto.pdf](http://www.silabas-e-desafios.pt/EMPR_excerto.pdf). Acesso em: 07/02/2017.
- FEUERSCHUTTE, S. G.; ALPERSTEDT, G. D.; GODOI, C. K. Empreendedorismo e competência: um ensaio sobre complementaridade e convergência dos construtos. *Gestão Org – Recife/PE*, vol. 10, nº. 3, p. 509-538, 2012.
- FEUERSCHUTTE, S. G.; GODOI, C. K. Competências de Empreendedores Hoteleiros: um estudo a partir da metodologia da história oral. *Turismo: Visão e Ação*, vol. 10, nº. 1, p. 39-55, 2008.
- FRANCO, O. B.; GOUVEA, J. A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo. *REGPEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol.5, nº 3, 2016.
- FRANCO, M.; SANCHES, C. Influence of Emotions on Decision-Making. *International Journal of Business and Social Research*, vol. 06, nº 01, p. 40-62, 2016.
- FREITAS, S. B. de; HABIB, L. R.; SARDINHA, A.; KING, A. L. S.; BARBOSA, G.; COUTINHO, F. Cognitive-behavioural therapy and cognitive-behavioural coaching: differences and similarities between the two approaches. *Revista Brasileira de Terapias Cognitivas*, vol.10, 2014.

- FRESE, M. Rumo a uma psicologia do empreendedorismo – uma perspectiva da teoria da ação. *Revista de Psicologia*, Fortaleza, vol. 1, nº. 2, p. 40-76, 2010.
- FRESE, M.; GIELNIK, M. M. The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, vol 1, nº 1, p. 413–438, 2014.
- FREZZA, J. S.; MARQUES, T. B. I. A evolução das estruturas cognitivas e o papel do senso comum. *Revista eletrônica de psicologia e epistemologia genética*, vol. 2, nº 3, p. 278-294, 2009.
- GARCIA, L. F.; OSÓRIO, L. C. *Mente, Gestão e Resultados: Como empreender e inovar no mundo dos gestores de pessoas*. São Paulo: Editora Gente, 2013.
- GARTNER, W. B. Psychology, entrepreneurship, and the critical mess. In BAUM, J. R., FRESE, M.; BARON, R. A. *The Psychology of Entrepreneurship*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2007, p. 325–34.
- GIELNIK M. M.; FRESE M.; GRAF. J. M, KAMPSCHULTE, A. Creativity in the opportunity identification process and the moderating effect of diversity of information. *Journal. Bus. Ventur.* vol. 27, nº 5, p. 559–576, 2012.
- GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010, 184 p.
- GIRIUNIENE, G.; GIRIUNAS, L.; CERNIUS, G. Identification Research of the Concept of Entrepreneurship: The Theoretical Aspect. *International Journal of Economics and Financial*, nº 6, p. 162-167, 2016.
- GOMES, A. F. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. *REA - Revista Eletrônica de Administração*, vol. 4, nº. 2, p. 1-14, 2011.
- GOMES, A. F.; LIMA, J. B.; CAPPELLE, M. C. A. Do empreendedorismo à noção de ações empreendedoras: reflexões teóricas. *Revista Alcance - Eletrônica*, vol. 20, nº 02, p. 203-220, abr./jun. 2013.
- GOUVEIA, V. V.; MILFONT, T. L.; GUERRA, V. M. Functional theory of human values: testing its content and structure hypotheses. *Personality and Individual Differences*, vol. 60, 2014.
- GRÉGOIRE, D. A.; CORBETT, A. C.; MAcMULLEN, J. S. The Cognitive Perspective in Entrepreneurship: An Agenda for Future Research. *Journal of Management Studies*, vol. 48, nº 6, 2011.
- GRÉGOIRE, D. A.; BARR, P. S.; SHEPHERD, D. A. Cognitive processes of opportunity recognition: the role of structural alignment. *Organ. Sci.*, vol. 21, nº 2, p. 413–431, 2010.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M P.; SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo*. 9ª ed., Porto Alegre: AMGH, 2014.
- KILIMNIK, Z. M.; OLIVEIRA, L. C. V.; SANTOS NETO, S. P. Transição da docência para o empreendedorismo: motivos e dinâmicas de inserção. *ReCaPe Revista de Carreiras e Pessoas*, São Paulo, nº 1, 2016.
- KIRKLEY, W. W. Entrepreneurial behaviour: the role of values. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 22, nº 3, p. 290-328, 2016.
- HOFMANN, S. G. *Introdução à terapia cognitiva cognitivo-comportamental contemporânea*. Porto Alegre: Artmed, 2014.
- KRUEGER, N. F. What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, n. 1, p. 123-138, 2007.
- KRUGER, K. A contribuição dos valores para a terapia cognitiva. *Psicologia e Saber*



*Social*, Rio de Janeiro, vol. 4, nº. 2, p. 153-167, 2015.

LEITE FILHO, C. A. P.; LIMA, J. A. Uma Perspectiva Psicológica do Empreendedorismo. In: *V Encontro de estudos sobre o empreendedorismo e gestão de pequenas empresas (EGEPE)*. Anais. São Paulo, 2008.

LIMA, P. P.; DORION, E. C. E.; MILAN, G. S.; SEVERO, E. A.; GANZER, P. P., OLEA, P. M. Interface, empreendedorismo e resiliência: um estudo de caso ambientado na flytour viagens e turismo Ltda. *RACE - Unoesc*, vol. 13, nº. 2, p. 391-424, maio/ago., 2014.

LIMA, L. G.; NASSIF, V. M. J. Semelhanças entre Teoria Social Cognitiva, Capital Psicológico e Comportamento Empreendedor: uma reflexão teórica. *Revista Gestão & Planejamento*, vol. 18, nº 1, p. 369-385, 2017.

LIMA, R. C. R.; FREITAS, A. A. F. Personalidade empreendedora, recursos pessoais, ambiente, atividades organizacionais, gênero e desempenho financeiro de empreendedores informais. *Revista de Administração Pública*, vol. 44, nº. 2, p. 511-531, 2010.

MACEDO, M.; MITIDIERI, T. C. Aspectos psicológicos determinantes do comportamento empreendedor. *Revista Intersaberes*, Florianópolis, vol.1, nº. 2, p. 2, jul. dez, 2009.

MACHADO, C. G.; CRUZ, D. B. F.; CHINELATO, F. B.; SILVA, L. C. F. Entrepreneurship in complex scenarios: a vision of reality current and future in Brazil comparative analysis. *Revista de Administração IMED*, vol. 5, nº. 2, p. 153-165, 2015.

MARTES, A. C. B. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. *Rev. Econ. Polit.*, vol. 30, nº.2, São Paulo, 2010.

MATHIEU, C.; ST-JEAN, E. Entrepreneurial personality: the role of

narcissism. *Personality and Individual Differences*, vol. 55, nº 5, p. 527-531, 2013.

MCCLELLAND, D. C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, vol. 21, nº.3, p. 219-233, 1987.

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.

MEYER, M.; LIBAERS, D.; THIJS, B.; GRANT, K.; GLANZEL, W.; DEBACKERE, K. Origins and emergence of entrepreneurship as a research field. *Scientometrics*. Dordrecht, vol. 98, nº. 1, p. 473-485, 2014.

MILLER, D. A Downside to the Entrepreneurial Personality? *Entrepreneurship. Theory and Practice*, vol. 39, nº.1, p. 1-8, 2015.

MINELLO, I. F.; SCHERER, L. A. Mudança de comportamento de empreendedores: uma análise dos tipos de empreendedor antes, durante e depois do insucesso empresarial. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, vol. 6, nº. 4, p. 144-165, 2012.

MORENO, A. L.; CARVALHO, R. G. N. de. Terapia cognitivo-comportamental breve para sintomas de ansiedade e depressão. *Rev. Bras. Ter. Cogn.* [online], vol.10, nº. 2, p. 70-75, 2014.

NASCIMENTO, F. P. A.; LEITE, D. L. R.; ZAIDAN, Z. L. Empreendedorismo: herança genética ou meio social em que está inserido? *RESAC – Revista Sociedade, Administração e Contemporaneidade*. Serra Talhada – PE, vol. 1, p.33-39, 2011.

NASSIF, V. M. J.; AMARAL, D. J.; PINTO, C.C.; SOARES, M. T. R. C. Empreendedores são estrategistas? um estudo exploratório da ação de empreendedores no setor alimentício da cidade de São Paulo. *Revista Gestão*

*Organizacional*, vol. 3, nº. 2, p. 182-196, 2010.

OLIVEIRA, I. R.; CAMARGO, M. L.; FEIJÓ, M. R.; CAMPOS, D. C.; GOULART JÚNIOR, E. Empreendedorismo social, pós-modernidade e psicologia: compreendendo conceitos, atuações e contextos gerais. *Rev. Interinst. Psicol.*, Juiz de Fora, vol.9, nº .2, dez. 2016.

OLIVEIRA, F. M. Empreendedorismo: teoria e prática. *Revista Especialize (IPOG)*, Goiânia/GO, nº. 3, p. 1-13, 2012.

OLIVEIRA, C. I.; PIRES, A. C.; VIEIRA, T. M. A terapia cognitiva de Aaron Beck como reflexividade na alta modernidade: uma sociologia do conhecimento. *Psicologia: teoria e pesquisa*, Brasília, vol.25, nº 4, out/dez., 2009.

PAIVA JÚNIOR, F. G.; GUERRA, J. R. F. O empreendedorismo como marco solidário na esfera do desenvolvimento. *Revista Gestão e Planejamento*, Salvador, vol. 11, nº 2, p. 267-276, jul./dez. 2010.

PEREIRA, D. F. As fronteiras da depressão: Um possível diálogo entre Sigmund Freud e Aaron Beck. *Psicologia. Pt*, 2016. Disponível em: <[http://www.psicologia.pt/artigos/ver\\_artigo.php?as-fronteiras-da-depressao-um-possivel-dialogo-entre-sigmund-freud-e-aaron-beck&codigo=A0979](http://www.psicologia.pt/artigos/ver_artigo.php?as-fronteiras-da-depressao-um-possivel-dialogo-entre-sigmund-freud-e-aaron-beck&codigo=A0979)>. Acesso em: 27 nov. 2016.

PEREIRA, J. A.; FABRÍCIO, J. S. A importância da experiência e do conhecimento prévio na identificação e exploração de oportunidades no contexto do empreendedorismo por mulheres: o caso da fábrica de unhas. *RECC – Revista Eletrônica Científica do CRA-PR*, vol. 3, nº. 1, p. 26-43, 2016.

PEREIRA, F. M.; PENIDO, M. A. Aplicabilidade teórica-prática da terapia cognitivo comportamental na psicologia hospitalar. *Revista Brasileira de Terapias Cognitivas*, vol 6, nº 2, p. 190-220, 2010.

PIRES, A. C. Sistema de estruturação de crenças sociointerativo: estruturação de crenças, lógicas de interação e processos de contingenciamento. *Psicólogo inf.*, São Paulo, vol.17, nº17, 2013.

PRZEPIORKA, A. M. Psychological Determinants of Entrepreneurial Success and Life-Satisfaction. *Curr Psychol.*, vol. 36, nº 2, p 304–315, 2017.

RAUCH, A.; FRESE. M. 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*, vol. 16, p. 353–385, 2007.

REIS, E. P. dos; ARMOND, A. C. Empreendedorismo. Curitiba: *IESDE Brasil S.A*, 2012.

RICHARDSON, R. J. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 8ª ed., São Paulo: Atlas, 2014.

RIZZATO, S. C.; MORAN, M. Empreendedorismo e personalidade: o perfil em estudantes brasileiros. *Rev. Psicologia Organização do Trabalho*, Florianópolis, vol.13, nº.3, dez. 2013.

ROCHA, A. C.; MACHADO, R.; MORO, S.; ZÉLIA, H. Comportamento, atitudes e práticas empreendedoras: um resgate teórico dos pressupostos que abordam a temática. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, vol. 1, nº 1, p. 44-60, 2016.

SÁNCHEZ, J. C.; CARBALLO, T.; GUTIÉRREZ, A. The entrepreneur from a cognitive approach. *Psicothema*, vol. 23, nº. 3, p. 433-438, 2011.

SANTIAGO, E. G. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Schumpeter, weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. *Revista de Ciências Sociais*, vol. 40, nº 2, p. 87-103, 2009.

- SANTOS, S. C.; CURRAL, L.; CAETANO, A. Cognitive Maps in Early Entrepreneurship Stages: From Motivation to Implementation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, vol. 11, nº 1, p. 29-44, 2010.
- SANTOS, M. T. Método para investigação do comportamento empreendedor. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 28 de julho de 2004.
- SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Mentalidade Empreendedora: O modo de pensar do indivíduo empreendedor. *REGPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol. 6, nº. 3, p. 495-524, 2017.
- SCHUMPETER, J. A. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, vol. 3, nº 2, 2008.
- SERRA, A. M. Terapia Cognitivo Comportamental: Um novo conceito em psicoterapia breve. *Instituto de terapia cognitiva - ITC*, São Paulo: Casa do psicólogo, 2013.
- SILVA, M. A. Terapia Cognitivo-Comportamental: da teoria a prática. *PsicoUSF*, vol. 19, nº.1, Itatiba, 2014.
- SILVA, O. S.; SANCHES, C. Processo empreendedor: um estudo do grau de aderência das práticas dos recém-empreendedores ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane. *Revista de Tecnologia Aplicada (RTA)*, vol. 2, nº. 2, p. 34-57, 2013.
- SOUZA, G. H. S.; SANTOS, P. C. F.; LIMA, N. C.; CRUZ, N. J. T.; LEZANA, A. G. R.; COELHO, J. A. P. M. Escala de Potencial Empreendedor: evidências de validade fatorial confirmatória, estrutura dimensional e eficácia preditiva. *Gest. Prod.*, vol.24, nº.2. São Carlos, 2017.
- TREVISAN, W.; AMORIM, M. C. S.; MORGADO, F. Empreendedorismo: do herói Schumpeteriano ao executivo de sucesso. *Revista Pensamento e Realidade*, vol.26, nº.1, 2011.
- URBAN, B. Researching entrepreneurship from a cognitive perspective: a focus on necessity entrepreneurs in the Johannesburg area. *African Journal of Business Management*, vol. 6, nº 48, p. 11732-11742, 2012.
- VALE, G. M. V. Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração. *Rev. adm. Contemporânea*, vol.18, nº.6, Curitiba, Nov./Dec. 2014.
- VERGA, E.; SILVA, L. S. F. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, vol. 3, nº. 3, p. 3-30, 2014.
- VERGARA, S. C. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. 15ª ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- VIDIGAL, P. R.; NASSIF, V. M. J. A relevância dos aspectos cognitivos e afetivos nas ações dos empreendedores em seus empreendimentos. *Revista Alcance*, vol. 20, nº. 1, p. 38-57, 2013.
- WILSON, R.; BRANCH, R. *Terapia Cognitivo Comportamental para Leigos*. Tornando Tudo Mais Fácil. Rio de Janeiro, Alta Books, 2011, 340 p.
- ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências e aprendizagem empreendedora em MPE's educacionais. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, vol. 8, nº. 3, 2014.

## **SOBRE O AUTOR**

### **Adilson Cunha Costa**

Mestre em Administração pela Faculdade de Campo Limpo Paulista (FACCAMP). Especialista em Auditoria e Controladoria pelo Centro Universitário Campos de Andrade – PR. Bacharel em Ciências Contábeis pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Paranaguá - PR. Licenciado em Filosofia pela Universidade São Francisco – SP. Bacharel em Teologia pela Faculdade Católica de Fortaleza – CE. Endereço: Rua Doutor Danilo Gomes, nº 2560. Bairro: Boqueirão. Cidade: Curitiba - PR. CEP: 81750-070. Email: [adiljacosta@yahoo.com.br](mailto:adiljacosta@yahoo.com.br).