

O empreendedor de artes marciais: entre a *effectuation* e o medo, a luta para empreender*

Martial arts entrepreneur: between effectuation and fear, the struggle to undertake

Leonardo de Sales Dias

Universidade Nove de Julho

leosalesdias@hotmail.com

Vânia Maria Jorge Nassif

Universidade Nove de Julho

vania.nassif@gmail.com

Resumo: O empreendedorismo informal tem impacto social e econômico, podendo abranger cerca de 17% do Produto Interno Bruto brasileiro, envolvendo diversos ramos de atividades, incluindo o ensino de artes marciais. A informalidade pode decorrer da necessidade ou ser uma estratégia de atuação. O presente estudo tem como objetivo analisar como os empreendedores de artes marciais reagem na passagem do empreendedorismo informal à formalidade, com base na teoria *effectuation*. Além disso, identifica os fatores que ensejam o sentimento de medo e suas reações frente a este processo. Trata-se de um estudo qualitativo, de natureza exploratória e descritiva. A coleta de dados se deu por meio de entrevistas semiestruturadas com oito empreendedores do ramo de artes marciais. Os principais resultados evidenciaram que os empreendedores informais foram motivados pelo aproveitamento de uma oportunidade; que os medos vivenciados pela maioria mantêm relação com a gestão do negócio e foi possível identificar que as ações dos empreendedores convergem com a teoria *effectuation*. Os resultados do presente estudo apresentam relevância acadêmica, pois abordam construtos que carecem de maiores estudos empíricos e práticos e por analisar ações e experiências dos empreendedores.

Palavras-chave: empreendedorismo; arte marcial; informalidade; medo; *effectuation*.

Abstract: Informal entrepreneurship has a social and economic impact and can cover about 17% of the Brazilian Gross Domestic Product and involve several branches of activities, including martial arts teaching. The informal entrepreneurship can be a result of a personal necessity or used as strategy. The present study aims to analyze how martial arts entrepreneurs react during the transition from informal entrepreneurship to formality, based on the effectuation theory. In addition, it identifies the factors that rise up the fear and their reactions to this process. This is a qualitative, exploratory and descriptive study. Data collection took place through semi-structured interviews with eight entrepreneurs in the martial arts field. The main results shows that informal entrepreneurs were motivated by taking advantage of an opportunity; that the fears experienced by the majority are related to the business management and was identified that the entrepreneur's actions converge with the effectuation theory. The results of the present study are academically relevant, as they address constructs that need

* Recebido em 04 de março de 2021, aprovado em 07 de janeiro de 2022, publicado em 30 de novembro de 2022.

further empirical and practical studies and because they analyze the actions and experiences of entrepreneurs.

Keywords: entrepreneurship; martial arts; informality; fear; effectuation.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema muito importante para diversos ramos do conhecimento e por isso aborda tanto os aspectos relacionados aos empreendimentos, bem como os aspectos e as características do próprio empreendedor, de forma que vários tópicos são passíveis de observações e estudos.

Um estudo conduzido por Bohnenberger & Schimidt (2009) indica que o propulsor para a criação de um empreendimento é a autorrealização do empreendedor, contudo, não obstante tal impulso, o mero desejo de autorrealização não expressa, por si só, o engajamento no desenvolvimento de um empreendimento. Isso porque estudos indicam que outras características e influências são capazes de compor ou delinear o perfil de um empreendedor, de forma que o ato e a forma de empreender podem sofrer diversas influências, tais como de experiências pessoais e do ambiente (Carsrud, Kickul, & Griffiths, 2009). Mas o que caracterizaria um empreendedor?

No entender de Sarasvathy (2004), o empreendedor pode ser considerado aquele que faz algo novo; que faz algo acontecer, ou seja, quem se revela como sujeito de uma criação e por isso merece destaque, inclusive, em relação ao empreendimento por ele criado. O empreendedor apresenta, portanto, a reunião de uma série de características necessárias para agir em favor da constituição de sua ideia, tais como conhecimento, habilidade e atitude (Colossi, 2013).

Esses empreendedores, segundo Zahra et al. (2005), possuem uma maior propensão a aceitação do risco ou observam os riscos relacionados a um novo empreendimento com um menor intensão quando comparados com as pessoas que não possuem uma natureza empreendedora. Tal comportamento é influenciado por diversos fatores, sejam individuais, tais como a autoconfiança e as experiências prévias, ou relacionados ao ambiente, como a condição social, o acesso ao capital e rede relacionamento (Butt, Jamil, & Nawaz, 2015).

Porém, não obstante as características acima citadas, as quais estabelecem uma condição pessoal do empreendedor como um sujeito forte, comprometido e resiliente, ou seja, uma pessoa quase infalível e capaz de enfrentar os desafios de se aventurar em busca de sua satisfação pessoal, outro aspecto, geralmente considerado por seu lado negativo, é pouco explorado pelos estudiosos, o medo do empreendedor (Cacciotti & Hayton, 2015).

O medo é um sentimento natural e conhecido por todos, porém, por ser envolvido por crenças e questões culturais, a sua percepção pode variar de acordo com as concepções e cultura de cada sujeito. Em linhas gerais, o sentimento de medo, além de desencadear reações fisiológicas, pode ensejar uma reação de fuga, de retratação, de negação, de precaução e de inibição (Santos, 2003).

Hayton & Cacciotti (2018) publicaram uma matéria revista eletrônica Harvard Business Review indicando que o medo do empreendedor não é uma característica pessoal, mas sim um estado psíquico que pode causar aspectos inibitórios ou, ainda, atuar como um fator motivador ao empreendedor. Nessa condição e considerando as dificuldades encontradas pelo

empreendedor brasileiro, o medo parece ser plenamente justificável, uma vez que o Brasil ocupa a 124ª posição, entre 190 países, no ranking que analisa a regulamentação do ramo de negócios, denominado *Doing Business 2020*, organizado pelo Banco Mundial.

Outro dado que reforça a ideia de que o ambiente de negócios no Brasil é dificultoso é o volume de recursos que envolve a atuação do mercado informal. Estima-se que, somente no ano de 2019, a economia informal tenha movimentado aproximadamente R\$ 1,2 trilhão, o que representaria cerca de 17% do Produto Interno Bruto do país, conforme apontam os estudos realizados pela Fundação Getúlio Vargas, em parceria com o Instituto Ético (Augusto, 2019).

Assim, apesar da obrigação legal de registro do empreendimento, conforme prescreve o art. 967 do Código Civil e as disposições da Lei Federal nº 8.934/94, existem aqueles empreendedores que optam pela atuação de forma informal, mesmo sob o risco de serem identificados e penalizados pelas autoridades (Williams & Nadin, 2012a). Verifica-se, assim, que o exercício da atividade informal conduz a seguinte receita: uma atividade que em si é legal, porém, é exercida de forma à margem da legislação (Nogueira & Zucoloto, 2019).

Os números pertinentes à informalidade, citados acima, podem apresentar aspectos positivos da atuação informal, a qual, além de sua importância em termos econômicos, pode servir para fomentar o processo de aprendizagem empreendedora, consignando, dentre outras características, como meio de aprendizado através do próprio ato de empreender. Ou seja, aprender pela prática, pela experiência e por meio das relações comerciais (Vogt & Bulgacov, 2018).

E é nesse contexto conturbado que tentam emergir as academias de ensino de artes marciais, as quais mesclam a sua missão pedagógica de formação do ser humano e o empreendedorismo. A prática de artes marciais é milenar e tem sua origem fundada nos conflitos entre tribos, período em que os guerreiros perceberam a necessidade de treinar o físico, a mente e suas técnicas de combate corpo a corpo, visando a promoção da autodefesa (Fett & Fett, 2009).

Com o desenvolvimento das sociedades, as artes marciais foram evoluindo e suas técnicas foram moldadas aos novos valores sociais. Esse modelo de arte marcial não direcionada ao contexto de guerra possibilitou a sua incorporação às culturas, convertendo-se em modalidades esportivas, mantidos os aspectos culturais basilares, tais como hierarquia e normas de comportamento (Alexandre Janota Drigo & Junior, 2001). Além disso, as artes marciais podem exercer uma função social, uma vez que tais práticas afetam o autocontrole de uma pessoa, o que abrange a consciência e a empatia, e podem também influenciar positivamente na facilidade de socialização do indivíduo (Lakes & Hoyt, 2004).

A criação e o desenvolvimento de um empreendimento, inclusive no ramo das artes marciais, podem ser realizados por meio de um processo comportamental que dê ênfase aos recursos existentes e disponíveis ao empreendedor. Nesse processo pode haver uma seleção de alternativas possíveis de serem realizadas com os recursos disponíveis, a consideração de uma perda em volume aceitável, o enaltecimento da flexibilidade e também a prevalência à experimentação, ou seja, características essas relacionadas à teoria da *effectuation* (Sarasvathy, 2001; Chandler et al., 2011).

Segundo Sarasvathy (2008, p. 30), a *effectuation* dá ênfase na venda ou na implementação de estratégias mesmo antes de realização de uma pesquisa de mercado, dá prevalência à estratégia de “fazer acontecer” e, ainda, estabelece a estratégia de primeiramente

conquistar os clientes, colocando, assim, método tradicional de planejamento do negócio em segundo plano.

Diante dessas condições, este artigo se apoia na teoria *effectuation*, cujos dados contribuem para ampliar estudos do empreendedorismo no ramo de artes marciais, visto que o estudo do empreendedorismo no esporte ainda é incipiente e carente de debate acadêmico (Pellegrini et al., 2020; Porter & Vamplew, 2018). Tem ainda o propósito de demonstrar o processo de aprendizagem do empreendedor, desde o período da informalidade até a formalidade, analisando aspectos da prática desses atores, inclusive com a identificação de sentimentos que podem emergir durante o processo de empreender, tal como o medo, que é analisado neste estudo.

Assim, o presente estudo tem como objetivo analisar como os empreendedores de artes marciais reagem na passagem do empreendedorismo informal à formalidade, com base na teoria *effectuation*. Para tanto, os objetivos específicos visaram: a) entender o fator motivador para o início do empreendedorismo informal, se por necessidade ou por oportunidade; b) identificar as características da teoria da *effectuation* nos empreendedores do ramo das artes marciais, quando realizada a transição da informalidade para a formalidade; c) levantar os sentimentos, especialmente, o medo e se este se fez presente e, d) conhecer as ações e reações frente aos medos do grupo pesquisado.

Tais informações são úteis para melhor entender o empreendedorismo informal e o comportamento do empreendedor no ramo das artes marciais e podem fundamentar, eventualmente, políticas públicas relacionadas a esse ramo do empreendedorismo, inclusive visando a regularização de seu empreendimento junto às autoridades, nos termos exigidos pelo art. 967 do Código Civil Brasileiro.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Empreendimento informal: a informalidade sob a ótica legal

A condição de empreendimento informal circunda vários ramos do conhecimento, tais como do direito, da administração e da sociologia, dentre outros. Cada área do conhecimento detém aspectos de análise que, eventualmente, podem se contrapor aos aspectos teóricos predominantes nas outras áreas e, diante dessa condição, buscamos abordar, mesmo que de maneira breve, os entendimentos expressos em cada uma das áreas acima citadas, visando trazer uma visão global sobre o empreendedorismo informal.

Como empreendimento informal, iremos considerar o aspecto legal, ou seja, a atividade econômica exercida por pessoa física, de forma organizada, para a produção ou circulação de bens ou de serviços, contudo, sem a devida formalização de seu empreendimento junto ao Registro Público de Empresas Mercantis.

A Constituição Federal (1988), em art. 1º, IV e art. 170, assegurou que a livre iniciativa é um dos pilares de nossa sociedade e expressou, ainda, por meio de seu art. 5º, II, que “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei”. O citado artigo 5º, II, apesar de atuar como uma garantia aos direitos individuais do cidadão, deixou evidente também a possibilidade de haver normas legais que limitem a atuação dos particulares.

Exemplificando a aplicação em conjunto dos artigos constitucionais aqui citados, é importante apresentar um extrato da manifestação do Supremo Tribunal Federal que, ao tratar sobre a livre iniciativa, expôs que:

[...] o princípio da livre iniciativa, inserido no *caput* do art. 170 da Constituição nada mais é do que uma cláusula geral cujo conteúdo é preenchido pelos incisos do mesmo artigo. Esses princípios claramente definem a liberdade de iniciativa não como uma liberdade anárquica, mas social, e que pode, consequentemente, ser limitada. (ARE 1.104.226 AgR, rel. min. Roberto Barroso, j. 27-4-2018, 1ª T, DJE de 25-5-2018).

Assim, com o intuito de regulamentar aspectos relacionados a atividade econômica, o legislador previu no art. 967 do Código Civil (2002) a necessidade de registro do comércio junto ao órgão de Registro Público de Empresas Mercantis, exercendo assim, o poder de limitação previsto na Constituição. Tal exigência tem como suporte os princípios legais da supremacia do interesse público sobre o interesse privado e do poder de polícia da Administração Pública.

O poder de polícia da Administração Pública pode ser definido como a faculdade que dispõe a Administração Pública, para condicionar ou restringir o uso ou gozo de bens, atividades e direitos individuais, em razão de benefício da própria coletividade ou do próprio Estado, em nome do bem estar social, do desenvolvimento ou da segurança nacional (Moura, 2019).

Diante dessa condição, cabe ao empreendedor, antes do início de suas atividades, realizar o registro de seu empreendimento junto ao Registro Público de Empresas Mercantis, nos termos do art. 967, do Código Civil (2002) e nos termos da Lei Federal nº 8.934 (1994), condição que fornece ao empreendimento uma personalidade jurídica própria e distinta à personalidade de seu instituidor.

Esclarece-se que no Brasil a condição de empresário é basicamente um conceito fundado na legislação, conforme apregoa o art. 966, do Código Civil (2002). Assim, denomina-se empresário todo aquele que “exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços”. Dessa forma, não obstante a não inscrição do empreendimento junto às autoridades, conforme prescrito no art. 986 do Código Civil, serão aplicadas a tais empreendimentos, no que couber, as regras da sociedade simples, o que influi em uma responsabilidade solidária e ilimitada dos sócios perante terceiros, nos termos art. 990 do citado diploma legal.

2.2 Informalidade e a formalidade sob a ótica da administração

Diante da determinação legal que obriga a formalização dos empreendimentos comerciais perante os órgãos competentes e uma vez verificada a amplitude econômica do mercado informal, estudos relacionados à administração apontam que o empreendedorismo informal pode atender a dicotomia entre o empreendedorismo informal por necessidade ou por oportunidade (Williams, 2007; Williams et al., 2012; Gerxhani, 2004; Williams, 2020)

O empreendedor informal por necessidade é guiado pela necessidade de sobrevivência e operada por quem está à margem do mercado formal de trabalho (Gerxhani, 2004; Roldão, Monte-mor, & Tardin, 2018), ou seja, ele atua nessa condição por falta de oportunidades no

mercado formal. Já empreendedor informal designado pela oportunidade é guiado pela possibilidade de explorar uma oportunidade de negócio e opta por atuar nessa condição (Williams, 2007; Williams & Nadin, 2012c)

Não obstante a atuação no âmbito do empreendedorismo informal, observadas certas condições, como o ambiente social e econômico em que está inserido, o empreendedor informal possui a oportunidade de crescimento e acumulação de recursos (Gerxhani, 2004), de forma que esse empreendedor pode, em algum momento de sua atividade, optar pela formalização. Sutter et al. (2017) expressam que o processo de formalização de um empreendimento é influenciado pelos contextos institucionais, tais como o ambiente regulatório e mercadológico e indica uma série de medidas preparatórias que serviriam como pilar para esse processo.

O referido processo de formalização inclui a necessidade de mudanças individuais do empreendedor, pertinentes ao reconhecimento de novos valores que são condicionados pelo mercado formal, tal como os relacionados à qualidade e eficiência, bem como aqueles estabelecidos pelos instrumentos de regulação. Em âmbito operacional, o processo inclui a solução de problemas econômicos, advindos da baixa performance operacional inerente ao mercado informal e a incorporação de novas práticas visando a abertura de boas e novas possibilidades, o que pode ser feito por meio de treinamento (Sutter et al., 2017).

Abrange, ainda, alterações no nível e na forma de relacionamento com terceiros, sejam parceiros ou consumidores, o que, por fim, podem levá-los a obtenção de benefícios vinculados à economia formal, como acesso mais facilitado ao crédito (Vasconcelos, 2004). Sutter et al. (2017) por meio da Figura 1, descreve as influências e as ações pertinentes ao processo de formalização de um empreendimento.

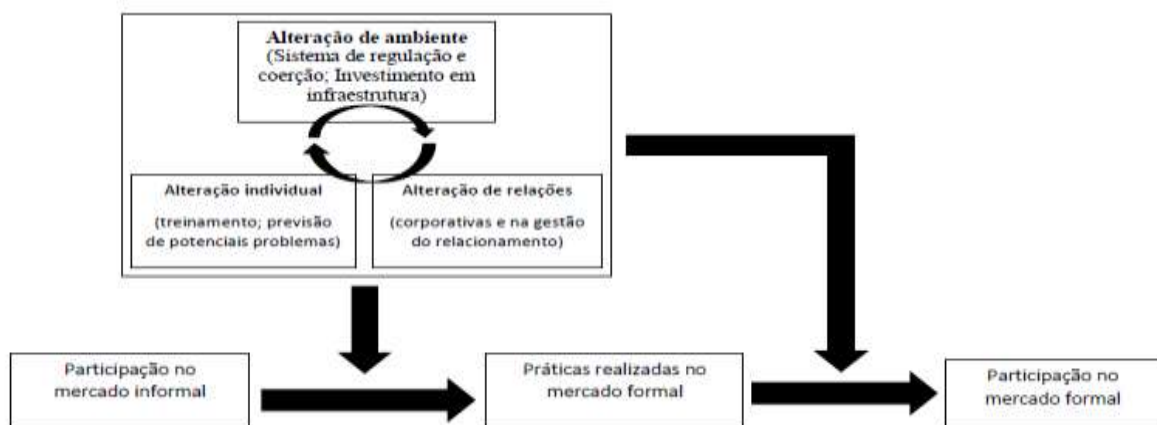


Figura 1 – Pilares institucionais para a formalização

Fonte: Adaptado de Sutter et al. (2017)

Sutter et al. (2017) defendem, por fim, que alterações nos fatores ambientais, como por exemplo, o aumento na fiscalização por partes das autoridades, a alteração do próprio indivíduo empreendedor, como o receio de fiscalização, a alteração no ciclo de relações, como o potencial incremento na clientela, podem influenciar a tomada de decisão do empreendedor em favor da formalização de seu empreendimento.

Acrescenta-se que, no cenário nacional, uma alteração que facilitou a formalização e a criação de empreendimento foi o tratamento favorecido dispensado às micro e pequenas empresas estabelecido pela Lei Complementar nº 123/2006, que criou, dentre outras categorias,

a figura do microempreendedor individual. Ressalta-se que, no ramo do empreendedorismo esportivo, é comum haver um fomento por parte dos governos, isso porque esse é capaz de proporcionar o desenvolvimento da cultura e da cidadania, por meio do esporte (Pellegrini et al., 2020).

2.3 O empreendedor informal sob a ótica da sociologia

Parte da literatura aponta a necessária diferenciação entre empreendedorismo por oportunidade e o empreendedorismo por necessidade, esse último geralmente intuitivamente relacionada a empreendedores com baixas competências e com maior propensão ao fracasso de seu empreendimento (Mota, Sobreira, Vale, & Nogueira, 2017). Porém, há uma corrente de estudos que defende que tal diferenciação não deve ser considerada, pois entendem que a motivação para empreender vai além da necessidade econômica, devendo ser observado o paradigma de que atividade empreendedora decorre de fatores econômicos, sociais e pessoais, havendo, assim, uma responsabilidade compartilhada no que se refere a motivação para empreender (Almeida, Santos & Albuquerque, 2013).

Abromavay (2003) acrescenta, ainda, que os ambientes sociais marcados pela pobreza e por mercados pouco desenvolvidos não são ambientes propícios para o desenvolvimento do empreendedorismo. Tal crítica, segundo o citado autor, se embasa fundamentalmente na mudança do mercado de trabalho, em especial no que se refere a retração do nível de emprego. Nesta perspectiva, o empreendedorismo serviria como um meio de inserção no mercado de trabalho e não como um meio de exploração de um empreendimento.

Nesse mesmo sentido segue o posicionamento de Rosenfield e Almeida (2014) que, ao analisarem o contexto nacional nos períodos de 1980 e 1990, informaram dois fenômenos que levaram a expansão das políticas públicas de fomento ao empreendedorismo, a saber: o aumento de produção e o seu descompasso com o aumento do nível de emprego; o aumento do número de profissionais que passaram a atuar por conta própria.

Para Rosenfield (2015), o fomento ao empreendedorismo no Brasil teria sido materializado, especialmente, por meio das regras expressas na Lei Complementar nº 123/2006, que instituiu programas de redução da carga tributária, de simplificação de regras contábeis. Mas, no seu entender, a norma legal não teria como objetivo principal o fomento aos novos empreendimentos, mas sim a formalização dos empreendimentos informais já existentes e da ocupação de trabalhadores informais.

Porém, a condição de empreendedorismo informal por necessidade não pode ser generalizada. Williams et al. (2012), por exemplo, realizaram uma pesquisa com empreendedores informais brasileiros que revela que 45,5% desses eram informais por opção. Uma outra pesquisa realizada, na Inglaterra, apontou que 4% dos empreendedores informais pesquisados eram desempregados ou economicamente inativos, 70% eram empregados formais e 16% eram registrados como empreendedores autônomos; o que representa que a informalidade pode ser uma medida para a “redução de risco estratégico” (Williams & Nadin, 2012b).

Em decorrência da informalidade, a pressão pelos aspectos legais e sociais, alguns sentimentos adversos podem surgir e influenciar o comportamento do empreendedor, como por exemplo o medo na formação e na condução do empreendimento.

2.4. Medo como fator inibidor ou de engajamento: o empreendedor sob o risco e a incerteza

Verifica-se que na atividade empreendedora a tomada de decisão é complexa e interfere no comportamento do empreendedor, seja para o início do empreendimento, sua manutenção ou, ainda, para o seu desenvolvimento (Lombardi & Brito, 2010). Essa incerteza vivida pelos empreendedores pode gerar sentimentos diversos, dentre eles o sentimento de medo (Rosa, Martinez, & Balassiano, 2015).

O sentimento de medo é uma reação emocional biológica e pode ser decorrente de estímulos internos e externos. Porém, cada pessoa observa os estímulos de forma diferente e, portanto, cada sujeito terá um comportamento reativo diferente (Grey, 1987). As reações ao medo podem, inclusive, provocar reações alternadas em uma mesma pessoa, de forma que o mesmo estímulo pode, em um momento, desencadear um comportamento de paralização e, em outro momento, pode impulsionar uma reação brusca e violenta (Santos, 2003).

Entende-se que o significado do termo medo é construído historicamente e pode ser aprendido e ensinado de várias formas. Sua caracterização pode variar conforme a cultura e a época de análise, não possuindo, assim, uma natureza única e imutável (Santos, 2003; Cacciotti & Hayton, 2015). Para alguns os termos medo e ansiedade são na verdade rótulos verbais para descreverem um estado emocional desagradável de apreensão e fazem parte do mesmo fenômeno emocional, capaz de desencadear consequências fisiológicas e comportamentais (Santos, 2003; Cacciotti & Hayton, 2015).

Porém, divergindo dessa opinião de unicidade de fenômeno emocional, outros especialistas da área da psicologia indicam que o medo e a ansiedade divergem entre si, inclusive porque se relacionam a sistemas anatômicos neurológicos diferentes. Para esses, o medo é desencadeado por um fator de estímulo externo, que causa um estado de fuga ou evitação, já a ansiedade não teria instrumentos de estímulos claros e, portanto, não poderia ser evitado (Baptista, Carvalho & Lory, 2005).

Considerando que a atividade empreendedora infere a assunção de riscos e incertezas, temos que a propensão ao risco do empreendedor, expressa pela literatura e consubstanciada na coragem de empreender, não implica necessariamente na ausência da sensação de medo. Trata-se, assim, de uma habilidade de buscar um objetivo pretendido, superando, inclusive, o sentimento de medo (Kilmann, Hara, Strauss, & Strauss, 2010).

O medo de falhar em seu empreendimento é geralmente comum ao empreendedor e pode tanto se tornar um impeditivo para o início de um empreendimento (Camargo, Lourenço, & Ferreira, 2018) ou, ainda, pode ser utilizado como um fator motivador para ações de engajamento. Nesse sentido, uma pesquisa conduzida por Mota et al. (2017) indica que o medo de falhar é mais observado em países desenvolvidos uma vez que o ambiente e o sistema regulatório lhes proporcionam uma maior capacidade de prever as possibilidades do que pode impactar negativamente em seu investimento. Já nos países menos desenvolvidos, onde o empreendedorismo por necessidade é mais presente (Rocha, Mariano & Pelogio, 2016; Gerxhani, 2004), os empreendedores tenderiam a iniciar seus empreendimentos sem observar de forma adequada os aspectos que podem influenciar no insucesso de seu negócio, podendo atuar, inclusive, de forma informal.

Ocorre que a literatura no campo do empreendedorismo tende a concentrar seus estudos relacionados ao medo, ao medo do fracasso e seu impacto na decisão de iniciar um

empreendimento (Cacciotti & Hayton, 2015), desconsiderando outros pontos de intersecção entre o medo e empreendedorismo.

Como exemplo de intersecção mais abrangente, temos a pesquisa realizada pela Universidade de Harvard, com 65 empreendedores do Reino Unido e Canadá, que identificou sete estímulos ao medo de um empreendedor, sendo estes: o custo de oportunidade, a segurança financeira, a capacidade financeira do empreendimento, a capacidade pessoal, esta diretamente relacionada a autoestima, o potencial de ideias, as ameaças à estima social e a capacidade de executar o empreendimento (Hayton & Cacciotti, 2018).

Esta pesquisa indicou ainda que as reações aos medos relacionados pelo custo de oportunidade, segurança financeira e pela capacidade financeira do empreendimento foram positivas, pois se tornaram fontes de estímulo e de persistência, influenciando na melhora da proatividade do empreendedor. Em contraste, os medos relacionados ao potencial de ideias e à capacidade de executar o empreendimento, proporcionaram uma reação negativa ao empreendedor, no sentido de torná-los menos proativos. Verifica-se, assim, que o campo de estudo que relaciona medo e empreendedorismo vai além do medo do fracasso e da tomada de decisão de empreender, possuindo potencial para crescimento (Cacciotti & Hayton, 2015).

Considerando o potencial do estudo do medo e empreendedorismo, Deniz et al. (2011) realizaram um trabalho a fim de correlacionar o desempenho de empresas e o sentimento de medo. Para realizar tal estudo os autores dividiram o sentimento de medo em cinco fatores: a) stress social e no trabalho, que traz a relação entre sentimento de medo e o desapontamento ou dificuldades no relacionamento com empregados, clientes, fornecedores amigos, parentes e outros; b) medo do desconhecido; c) medo de não possuir os recursos ou as habilidades necessárias, tais como tempo, competências individuais, cometimento de erros de decisão e planejamento, dentre outros; d) medo da incerteza, incluindo a segurança financeira pessoal, fracasso no empreendimento, incerteza no ambiente econômico; e) medo de questões legais e burocráticas, como fiscalização das autoridades e a possibilidade de ser ver envolvido em processos judiciais. Por fim, chegaram à conclusão de que há correlação entre o sentimento de medo e o desempenho de um empreendimento.

Considerando as disposições acima, temos que o sentimento de medo pode acompanhar o empreendedor, não somente na fase inicial do processo empreendedor, seja esse formal ou informal, mas pode acompanhar o empreendedor também nas fases de formalização e de condução do negócio, ou seja, o sentimento de medo pode fazer parte de toda a jornada empreendedora (Cacciotti & Hayton, 2015). Estudos indicam que o praticante de esportes, em consequência de seu treinamento, pode aprimorar características como a resiliência, autoconfiança e a resistência ao stress (Pellegrini et al., 2020), condições que podem auxiliar na superação do medo.

2.5. Efeetuação: utilização dos recursos disponíveis?

As teorias *causation* e *effectuation*, consolidadas por Sarasvathy (2001), foram desenvolvidas com base em teorias de economia e de gestão estratégica, sendo que a primeira é relacionada a aspectos da lógica racional, cuja ênfase está no objeto desejado e no processo de seleção dos melhores recursos a fim de atingir tal objetivo, enquanto a segunda apresenta uma relação mais próxima à intuição, em que o sujeito deve selecionar entre os recursos a ele disponíveis, a fim de tomar a decisão do que pode ser criado com esses recursos (Sarasvathy, 2001).

Da análise dessas teorias verifica-se uma dicotomia entre previsão do que se pretende realizar e o controle no processo de execução, expressa pela teoria *causation*, e a imprevisibilidade e o imprevisto, suportados pela *effectuation* (Queiroz & Tales, 2015; Burmeister-lamp et al., 2016). Os processos referentes às teorias *causation* e *effectuation* não afastam um do outro e tampouco há entre eles uma prevalência de importância ou eficácia. Cada um desses processos pode apresentar vantagens e desvantagens perante o outro, de acordo com as circunstâncias do caso concreto. Podem, ainda, ser aplicados, de forma subsequente, um ao outro ou até mesmo de serem utilizados de forma concomitante (Sarasvathy, 2001; Fisher, 2012; Burmeister-lamp et al., 2016)

No processo de ação relacionado à *causation* existe uma relação de causa e efeito, o que mantém sua prevalência para os cenários estáveis, onde o sujeito realiza suas escolhas de forma racional, considerando todas as informações disponíveis, após a análise das possíveis alternativas, além daquela cujo maior retorno esperado é implementada (Chandler et al., 2011; Villani et al., 2018; Burmeister-lamp et al., 2016). Já no processo relacionado à *effectuation*, o empreendedor se adequa aos cenários de imprevisão sobre o futuro e de contingência.

Na *effectuation* os recursos são disponibilizados e o tomador de decisão não dispõe de condições para alterá-los; os efeitos e as possibilidades não são bem definidos e, geralmente, são gerados por meio do processo de tomada decisão. As restrições são causadas geralmente pela falta de recursos ou pelo ambiente, o que pode gerar as oportunidades, além de haver uma seleção de possíveis efeitos possibilitando que a decisão pode ser tomada considerando o risco ou a perda aceitável (Sarasvathy, 2001).

Em síntese, o processo da *effectuation* concentra-se na seleção entre os possíveis efeitos que podem ser criados com os meios disponíveis ao empreendedor, considerando ainda um cenário de incertezas e dinâmico. Nesse caso, o empreendedor atua na tentativa de aportar meios de controle de um futuro incerto ao invés de tentar prevê-lo (Fisher, 2012; Venkataraman & Sarasvathy, 2008).

A lógica da teoria *effectuation* destaca que o empreendedor detém certos recursos, sobre os quais ele detém o controle e atua a fim de utilizá-los na busca de uma oportunidade econômica. Contudo, o foco não é a realização de um objeto específico, mas sim o processo de descoberta do que pode ser feito com os recursos disponíveis.

Nesse processo de descoberta são indicados três meios de recursos a serem utilizados pelo empreendedor: o primeiro relacionado ao conhecimento de si, suas características, conhecimentos e suas habilidades; o segundo relacionado ao que os empreendedores sabem, que pode ser delineado por meio de suas informações, conhecimentos e experiências prévias; e o terceiro relacionado a quem eles conhecem, ou seja, suas relações e contatos. O empreendedor utiliza, inclusive, os processos de alianças e compromissos, ao invés da competição, a fim de reduzir ou eliminar incertezas e barreiras (Sarasvathy, 2004).

Assim, o processo de efetuação estabelece que os meios, a identidade, o conhecimento e a sua rede de relacionamento, ajudam a definir os objetivos iniciais do empreendimento, os quais, durante o seu desenvolvimento são readequados mediante a incorporação de novos meios e com o aumento da rede de relacionamento (Brito & Vieira, 2014).

A efetuação indica que, mesmo com a limitação de recursos, os gerentes e os profissionais podem implementar novos e efetivos processos causais a fim de atender as demandas de seus clientes, sendo um modelo chave para as pequenas empresas (Matalamäki, 2017). A Figura 2 representa a dinâmica do processo da efetuação.

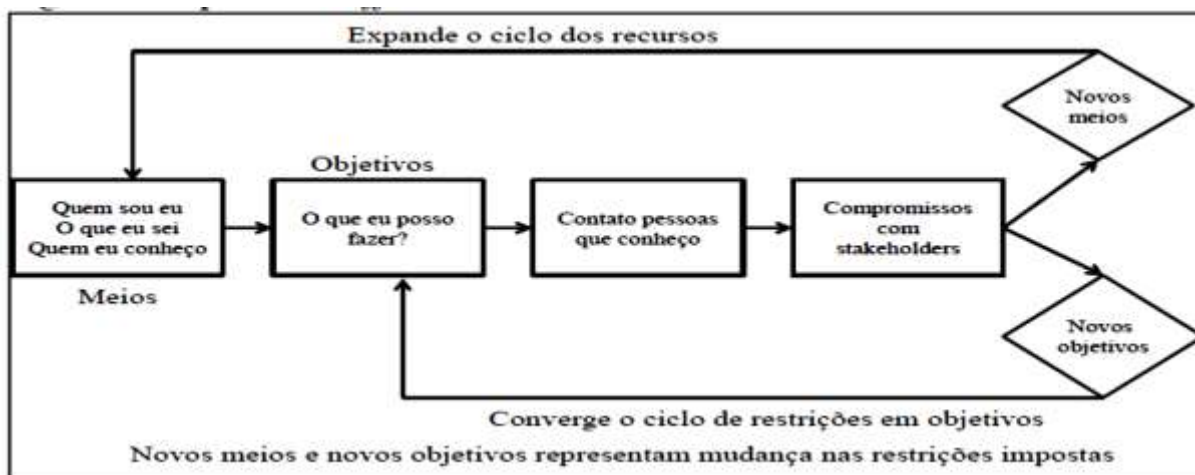


Figura 2: Processo dinâmico da Efeção

Fonte: Brito & Vieira (2014)

Por fim, verifica-se que a efetuação traz um cenário mais interativo e dinâmico, onde os elementos incerteza e instabilidade, possibilita velocidade maior de adaptação às mudanças, apresentando, assim, uma condição diferenciada na estratégia até então praticada (Brito & Vieira, 2014).

3. MÉTODO E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

Esta pesquisa, de abordagem qualitativa, tem o intuito de conhecer e estudar empreendedores informais que formalizaram seus empreendimentos, atuantes no ramo de artes marciais e localizados na grande São Paulo. (Godoy, 1995).

A pesquisa adota um caráter exploratório, considerando que há pouco estudo que relacione os construtos de empreendedorismo informal, medo e *effectuation*, em especial no ramo das artes marciais. Trata-se ainda de um estudo descritivo, pois pretende fazer uma análise dos fatos narrados pelos entrevistados, no que tange a formação de seu empreendimento informal no ramo das artes marciais, bem como no processo de formalização (Piovesan & Temporini, 1995; Sousa da Silva & de Souza Coelho, 2007). Assim sendo, a metodologia baseia-se na perspectiva interpretativa-construtivista.

Para o desenvolvimento do presente estudo foram realizadas entrevistas semiestruturadas com oito empreendedores formais atuantes no ramo de artes marciais da Grande São Paulo que passaram pela experiência da informalidade. Esclarece-se que o número de entrevistas foram suspensas pela saturação teórica, ou seja, quando verificada a redundância ou repetição de resultados (Silva & Russo, 2019).

As entrevistas ocorreram nos meses de agosto e setembro de 2020 e foram realizadas por meio da Plataforma Zoom, em decorrência do distanciamento social recomendado em face da pandemia da Covid-19, que acabou por inviabilizar a realização das entrevistas presenciais. Tal método de coleta de dados permite o acesso às informações em duas dimensões, fatos e percepções (Silva & Russo, 2019; Alves & Silva, 1992), condições importantes e necessárias para a realização da pesquisa.

Os empreendedores, participantes da pesquisa foram selecionados por conveniência, dado que esta categoria de profissionais no mercado é bastante restritiva. Trata-se de um grupo de relacionamento do pesquisador e o conjunto das informações adquiridas foi possível em decorrência da afinidade e confiança entre o pesquisador e os entrevistados, trazendo contribuições válidas para o campo pesquisado (Walsham, 2006).

Para fins de seleção dos respondentes foram observados os seguintes critérios: atuantes de forma informal por algum período; que tenham em algum momento formalizado seu empreendimento, ou seja, que o empreendimento tenha sido registrado junto ao Registro Público de Empresas Mercantis e junto ao Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ).

As perguntas do roteiro de pesquisa foram, inicialmente, baseadas na literatura levantada e estudada no âmbito da fundamentação teórica. Como se trata de uma entrevista semiestruturada, a qual pode proporcionar uma maior interação entre entrevistador e entrevistado (Silva & Russo, 2019), na medida em que os respondentes foram narrando suas experiências, outras perguntas foram agregadas, conforme o contexto, para o aprofundamento da situação, considerando a conveniência, oportunidade e a relevância para o tema estudado.

Superada a fase de entrevistas, essas foram transcritas na íntegra e as respostas foram analisadas com vista a obter a apreensão dos significados das palavras dos entrevistados. Os dados foram categorizados e analisados por meio da análise de conteúdo (Bardin, 2011), visando a articulação da pesquisa com o contexto psicossocial e cultural (Moraes, 1999). A interpretação de dados é parte essencial da pesquisa qualitativa e a análise de conteúdo se apoia na organização das categorias e na presença ou ausência de dadas características, permitindo a produção de inferências na comunicação (Caregnato & Mutti, 2006). Após o estabelecimento das categorias de respostas, essas foram analisadas à luz dos construtos da informalidade, do medo e da efetuação, para então, atender os objetivos geral e específicos da pesquisa.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Essa sessão inicia com a apresentação dos dados demográficos dos respondentes da pesquisa, e na sequência, os achados relacionados à informalidade, se por necessidade ou por oportunidade. Verifica ainda, os aspectos vinculados ao sentimento de medo, narrados pelos empreendedores, além de analisar aspectos fáticos desenvolvidos no processo empreendedor, que encontram respaldo teórico na efetuação.

4.1. Dados demográficos dos empreendedores entrevistados

Os dados demográficos dos respondentes da pesquisa, apreciando dados pessoais e do negócio, são apresentados na Figura 3.

E	Sexo	Idade	Estado civil	Formação	Arte marcial	Tempo informal	Formal desde	Sócio
E1	M	51	casado	Direito	Jiu-jitsu	20	2018	sim
E2	M	37	solteiro	Ciências sociais	Muay-thai	04	2011	não
E3	M	52	casado	Educação física	Jiu-jitsu	25	2018	não

E4	M	40	casado	Educação física	Jiu-jitsu/ Muay-thai / MMA	16	2016	não
E5	M	59	casado	Tecnólogo / formação sacerdotal	Karatê / Hapkido	04	1982	não
E6	M	38	casado	Educação Física	Jiu-jitsu	08	2016	não
E7	M	52	casado	Ensino médio	Judô / Jiu-jitsu	28	2013	sim
E8	M	36	solteiro	Ensino médio	Jiu-jitsu	10	2013	não

Figura 3 – Dados demográficos

Fonte: dados da pesquisa

Legenda: E = Entrevistado

Analisando os dados verifica-se que a modalidade de arte marcial prevalecente entre os entrevistados foi o *jiu-jitsu* e três dos entrevistados lecionam, ou já lecionaram, uma segunda modalidade de arte marcial. No que se refere ao empreendimento já formalizado, verifica-se que apenas dois dos entrevistados possuem sócios, sendo que o E1 possui um sócio que é também professor de artes marciais e o E8 possui um sócio investidor.

4.2. Informalidade por necessidade ou por oportunidade e o processo de transição

O empreendedorismo informal traz à baila questionamentos sobre o motivo que conduziu os empreendedores a adotarem esse modelo de atuação. Nesta perspectiva, verifica-se se essa modalidade de empreendedorismo ocorreu em decorrência da ausência de oportunidades, em especial no mercado formal, ou se os empreendedores, por algum motivo, optaram por explorar uma oportunidade de negócio atraídos pelo empreendedorismo por escolha própria (Williams & Nadin, 2012b; Williams, 2007; Welter & Smallbone, 2003)

Considerando tal condição, o presente estudo procurou fazer uma análise dos depoimentos dos empreendedores entrevistados, a fim de identificar em qual categoria de empreendedor informal se adequariam, se por necessidade ou por oportunidade, atraídos pelo empreendedorismo. Para fundamentar esta classificação, a Figura 4 apresenta o extrato do depoimento do empreendedor que se relaciona com o enquadramento dado.

E	Fundamentos	Necessidade / Oportunidade
E1	“Era uma atividade secundária minha, minha atividade principal era o direito, que me sustentava”.	oportunidade
E2	“Eu já estava fazendo faculdade e no final do meu curso eu já estava dando umas aulas, para dar uma força para ele (professor), e eu tomei gosto. Então eu comecei a dar aula em uma academia próximo a minha casa. Aí vi, naquele momento que tirar um dinheiro me ajudaria”.	oportunidade
E3	“Naquela época eu comecei a dar aula porque eu realmente gostava de <i>jiu jitsu</i> e eu percebi que eu poderia ganhar dinheiro com isso, empreender com isso”.	oportunidade
E4	“E aí eu ajudava “a faixa preta”, esse professor que me trouxe pra cá. Eu o ajudava a ministrar as aulas, aí fui pegando a manhã, pegando a manhã, até que uma vez ele me deixou aqui, foi para o Rio. Me deixou aqui sozinho, aí eu fui me virando, virando, virando, e eu acabei ficando aqui”.	oportunidade

E5	“Eu fui para um seminário de preparação para a vida sacerdotal e lá eu fui convidado a dar aula, porque esse seminário que fica na Serra da Mantiqueira, é uma escola rural e lá os monges, sabendo que eu era praticante, me convidaram para dar aula. Quando eu me retirei da vida sacerdotal eu retornei aos meus estudos e comecei a dar aulas”.	oportunidade
E6	“Eu trabalhava com artes marciais, mas era uma coisa secundária. Eu tinha um Petshop antes. E depois de um tempo eu saí do Petshop e fiquei somente dando aula, em algumas academias, até que eu montei a minha empresa, meu espaço próprio”.	oportunidade
E7	“Eu comecei a assumir umas aulas de crianças e chegava que no final do mês ele me dava uma graninha. O amor que eu dedicava às aulas era tão grande que os pais começaram a falar que as crianças adoravam minha aula. Aí ele criou uma turminha para mim e falou, agora você vai começar a ganhar fixo”.	oportunidade
E8	“Eu já comecei a dar aula de <i>jiu jitsu</i> , então dava aula de jiu-jitsu algumas vezes na semana, trabalhava no salão de cabeleireiro, trabalhava como barman e ainda fazia faculdade de manhã, então essa época foi bem difícil. [...] eu lembro que ia pra uma academia que meu professor dava aula, tinham 23 alunos e tudo mais e eu lembro que ele teve que ir embora e ele falou “esse é meu aluno, ele é faixa azul e ele que vai assumir as aulas aqui e tudo mais”, e eu lembro que neste no segundo mês tinha um aluno matriculado, isso aí eu recebi o dinheiro daquele um aluno, ou era bolsista, eu nem lembro agora, mas eu sei que eu tenho o meu primeiro papelzinho, cara, do meu primeiro salário como professor de jiu-jitsu que foi R\$ 225”.	oportunidade

Figura 4 – Quadro de resultado sobre a informalidade por necessidade ou por oportunidade

Fonte: dados da pesquisa

Legenda: E = Entrevistado

No que se refere a adoção do empreendedorismo informal no ramo das artes marciais verifica-se que, dentre os entrevistados, todos iniciaram as atividades de professor a fim de explorar uma oportunidade de negócios que lhe fora apresentada. Esses dados, apesar de não terem qualquer caráter e potencial de generalização, corroboram com o resultado da pesquisa conduzida por Williams et al. (2012), que indica que 45,5% dos empreendedores informais do Brasil optam por exercer a atividade na modalidade informal.

No caso específico do ramo das artes marciais, tais números podem ser influenciados, inclusive, por razões relacionadas ao sentimento de autorrealização envolvido, uma vez que a arte marcial tem o potencial de trazer uma satisfação pessoal ao praticante e que a paixão pelo esporte é um forte motivador ao início do empreendimento (Vilas, Ribeiro, & Krakauer, 2016).

4.3. Os fatores influenciadores do medo: da informalidade para formalidade no empreendedorismo

O medo, sentimento que ocorre como uma emoção-choque, fundado no sentido de autopreservação decorrente de um estímulo externo ameaçador, capaz de causar fuga e evitação (Baptista et al., 2005), foi observado em alguns dos casos estudados. Não obstante, Santos (2003) indica que o processo de modernização social pode provocar reações alternadas em uma mesma pessoa, de forma que o mesmo estímulo pode em um momento desencadear um comportamento de paralização e, em outro momento, pode impulsionar uma reação brusca e violenta. E assim foi identificado em alguns dos participantes da pesquisa.

Diante dessa condição e com o intuito de conhecer os medos vivenciados pelos empreendedores, foi possível alinhar a fala dos entrevistados com as categorias de medo relacionadas por Deniz et al. (2011), cujas categorias são as indicadas na Figura 5.

Categorias de medos	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8
medo relacionado ao trabalho e stress social					x			x
medo do desconhecido			x		x		x	
medo de não possuir os recursos / habilidades necessárias (não financeiros)		x	x	x		x		x
medo da incerteza (inclusive finanças)		x	x	x	x	x	x	x
medo relacionado a itens legais e burocráticos (fiscais e processos)								

Figura 5 – Categorias de medos dos empreendedores de artes marciais

Fonte: dados da pesquisa

Legenda: E = Entrevistado

E1 foi o único dos oito entrevistados a declarar que não teve medo ao empreender, exemplificando que deixou a sua profissão de advogado para viver de arte marcial. Já o E2 relacionou o sentimento de medo ao fracasso e informou que durante o período de sua atuação como empreendedor informal não havia o sentimento de medo, contudo, após a formalização o medo passou a existir.

Para o E3, o medo antes do início do empreendimento estava relacionado ao desconhecimento de como empreender e de como seria a aceitação dos alunos aos métodos de ensino. Afirmou que o sentimento de medo na fase pós instituição do empreendimento formal, recaiu na incerteza relacionado à manutenção do empreendimento.

A angústia trazida pela incerteza do empreendimento, com destaque para a questão relacionada aos aspectos financeiros foi o argumento apresentado pelo E4, ao ser questionado sobre o sentimento de medo. Contudo, o E4 destacou o lado positivo da angústia que ele sentiu, como um processo motivacional para agir, positivamente, como forma de superar o medo.

O E5 relacionou o sentimento de medo àquilo que não temos controle, que faz com as pessoas cuidem do que gostam e, por isso, expressou: “que venham os medos”; enquanto E6 expressou o medo de não conseguir exercer a sua atividade diária, em especial em decorrência de sua saúde, fazendo, também, uma relação com uma incerteza sobre o futuro, incluindo uma eventual ausência de competências individuais e temas relacionados a gestão de sua empresa.

O medo do desconhecido gera um sentimento de ansiedade e, normalmente, traz o receio de que algo negativo possa acontecer, segundo E7, que acrescentou que seu maior medo é pertinente ao retorno do investimento e as possíveis consequências em desfavor de sua família. E8 relacionou o medo às preocupações relacionadas à gestão, a avaliação de suas ações comportamentos por terceiros e, por fim, competências técnicas como professor e empreendedor.

Analisando os relatos dos entrevistados verifica-se que cada um deles demonstrou entender e sentir medo de formas diferentes, corroborando os estudos de Baptista et al. (2005) e Santos (2003), no sentido de que o sentimento de medo depende das adaptações do indivíduo e que as reações frente aos sentimentos de medo, positivas ou negativas, contribuem para o enfrentamento e superação do medo, e que pode influenciar no engajamento do empreendedor com seu negócio. (Hayton & Cacciotti, 2018; Cacciotti & Hayton, 2015). Um dos aspectos teóricos que evidencia tais posturas encontra-se na teoria effectuation desenvolvida por Sarasvathy (2001).

4.4 A efetuação e o empreendedorismo nas artes marciais

O processo *effectuation* (também identificado na língua portuguesa como efetuação) está vinculada às respostas de três questões relacionadas à expertise da pessoa: quem sou eu? o que eu sei fazer? e quem eu conheço? Além disso, a efetuação se funda na perda aceitável ao invés do retorno esperado, nas alianças estratégicas em detrimento da análise competitiva, na exploração das contingências ao invés do conhecimento preexistente e, por fim, no controle de um futuro incerto ao invés da previsão (Sarasvathy, 2001).

Considerando as respostas dos participantes da pesquisa, foi possível evidenciar que o início das atividades empreendedoras dos entrevistados está relacionado ao processo da efetuação. Quando um negócio inicia suas atividades na informalidade, como identificado no grupo pesquisado, a condição exige menor investimento de recursos e menos burocracia, além de ser capaz de estabelecer uma estratégia econômica de redução de risco (Williams & Nadin, 2012b).

Nesse sentido, o início como empreendedor informal se adequa à lógica da efetuação, a qual está centrada no uso de estratégias de controlar e gerir o risco diante de um ambiente futuro incerto, estabelecendo também a ideia de uma perda aceitável (Sarasvathy, 2001; Read & Sarasvathy, 2005; Townsend et al., 2018).

É possível verificar ainda que os empreendimentos, do grupo respondente, foram criados com os recursos pessoais existentes e por eles controlados, além de contar com a expertise pessoal, paixão e conhecimento de uma das modalidades da arte marcial. Outro importante aspecto relacionado a essas condições foi a rede de relacionamento que estabeleceram ao longo de suas carreiras, que abriram oportunidades para a ação empreendedora, além de conquistarem alunos e o local para o exercício da atividade, condições essenciais do princípio denominado “Bird in the Hand” (Duening, Shepherd, & Czaplewski, 2012).

Essa prevalência pela exploração dos aspectos relacionados à expertise do empreendedor e o proveito da rede de relacionamentos foi evidenciado também pelo fato de E2, E3, E4, E7 e E8, expressarem que iniciaram os seus empreendimentos no ramo das artes marciais ao assumir aulas ou turmas inteiras de seus respectivos professores, abrindo assim, uma janela para a oportunidade de iniciaram ações próprias.

Outro aspecto verificado e que coaduna com a teoria da efetuação, foi a busca de parcerias com academias, as quais cediam os espaços, em troca de uma participação nas mensalidades dos alunos. As referidas condições importam, em regra, na diminuição dos custos operacionais de implantação do empreendimento em favor do profissional de arte marcial, influi na primazia da formação de alianças em detrimento de um potencial aspecto concorrencial com as academias. Além disso, designa um aspecto de exploração adequada da contingência vivida pelos empreendedores, bem como, torna a eventual perda de recursos mais aceitável (Read & Sarasvathy, 2005; Queiroz & Tales, 2015; Fisher, 2012).

Essa modalidade de atuação apresenta ainda aos empreendedores o benefício de proporcionar um potencial aumento em sua clientela, em especial dentre as pessoas frequentadoras das academias parceiras e as pessoas a elas relacionadas, tudo isso sem a necessidade de fazer o mapeamento do mercado. São maneiras, portanto, de explorar as contingências vividas pelos empreendedores e suas habilidades nas artes marciais sem tentar fazer uma previsão do futuro, mas sim dominando alguns aspectos que lhe diminui as incertezas dos empreendimentos (Sarasvathy, 2001; Fisher, 2012).

Ademais, Fisher (2012) reforça o entendimento de que os empreendedores que se dedicam à experimentação e que procuram interagir, desde o início, com os clientes possuem uma maior capacidade de enfrentar os obstáculos do início do empreendimento. Outro aspecto que realça a predominância do princípio da *effectuation* nos relatos dos empreendedores entrevistados é a exploração de itens de negócios, seja de bens, como quimonos e roupas; ou de serviços, como a organização de seminários e de campeonatos, que são direcionados aos seus alunos e à comunidade em geral. Diante dessa condição, após explorar os meios inicialmente existentes e alcançar o objetivo então estabelecido, os empreendedores obtiveram novos recursos, com os quais estabeleceram novos objetivos, conforme evidenciado em Brito & Vieira (2014).

O desenvolvimento das ações empreendedoras dos entrevistados, então, ocorreu de forma a explorar diretamente o mercado, focando em testes e aprendizado no campo e na busca direta de clientes, ao invés de fazer pesquisas antes de empreender (Sarasvathy, 2008, p.30) e também estabeleceu o aluno como um parceiro de negócio (Read & Sarasvathy, 2005).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES DE ESTUDOS FUTUROS

A pesquisa identificou que o processo empreendedor no ramo das artes marciais decorre de um conhecimento técnico de luta obtido na prática de um laser, o que inclui, além dos elementos desportivos, seus aspectos culturais, como valores pessoais e tradições (A J Drigo, Neto, Cesana, & Tojal, 2011). Verificou-se, também, a comunhão entre a autorrealização e a identificação de oportunidade econômica, foram fatores que estimularam o início da atuação empreendedora propiciando um processo empreendedor pertinente a esta categoria e que pode ser representando na Figura 6.

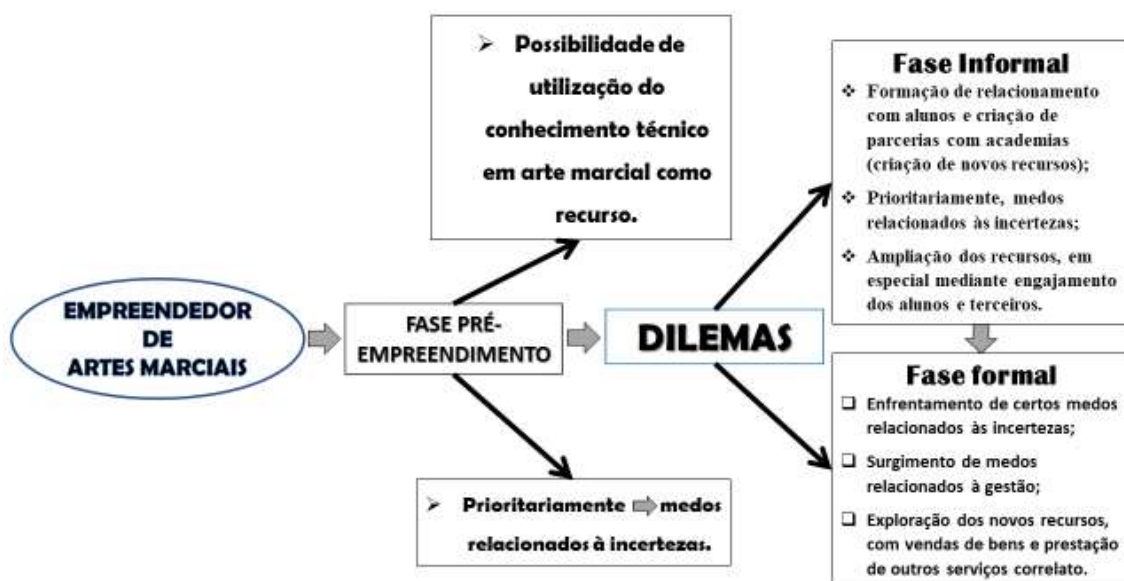


Figura 6 – Transição da informalidade para a formalidade no ramo de artes marciais

Fonte: Autores

Outra reflexão importante, fruto desse estudo, é que a informalidade pode ser um meio para iniciar e aprender, em especial, para conhecer a área de atuação, estreitar o relacionamento

social, bem como se adequar às especificidades da área de atuação (Vogt & Bulgacov, 2018). Tais condições podem ainda servir nos processos de superação do medo em empreender e de impulsionamento do negócio.

A formalização, contudo, legitima o empreendimento e traz consigo uma série de obrigações relacionadas à gestão e que, conforme demonstrado, tem o potencial de reforçar o engajamento do empreendedor em relação a seu negócio. Assim, o período de informalidade por eles suportados, pode ser considerado como um período aprendizagem e maturação para a busca de uma oportunidade, que culminou na formalização de empreendimento (Vogt & Bulgacov, 2018).

Sob o aspecto legal verifica-se a ausência da categoria professor de artes marciais no rol de atividades econômicas permitidas ao microempreendedor individual, previsto no Anexo XI da Resolução do Conselho Gestor do Simples Nacional nº 140, de 2008. A eventual inclusão da atividade no citado rol, em termos de políticas públicas, incluindo os aspectos social e fiscal, facilitaria e estimularia o processo de formalização dos empreendimentos já existentes e poderia fomentar esse ramo de negócio.

No que se refere ao sentimento de medo vivenciado durante o processo empreendedor, a capacitação e o aperfeiçoamento desses empreendedores, em especial em práticas relacionadas à gestão, poderia trazer um maior conforto e confiança na condução de seus negócios, que por sua vez poderia influenciar, positivamente, na performance do empreendimento (Deniz et al., 2011).

Já no que concerne a reação ao medo, a literatura indica que tal sentimento pode levar o empreendedor a uma reação de evitação ou de estímulo. O presente estudo evidenciou que o medo teve um efeito positivo, reforçando o engajamento do empreendedor junto ao negócio. Essa condição corrobora, assim, com o estudo promovido pela Universidade de Harvard, que indica que os medos relacionados à gestão do negócio e financeiros podem fomentar a motivação e o engajamento do empreendedor (Hayton & Cacciotti, 2018).

Como limitação da pesquisa, podemos destacar que, em função do momento pandêmico e do afastamento social, não foi possível a realização das entrevistas de forma presencial, o que permitiria uma maior familiarização do ambiente vivenciado pelos entrevistados. Além disso, embora o número de entrevistados tenha sido finalizado em função da saturação de respostas, são poucos os empreendedores de artes marciais que passaram da informalidade para a formalidade, dificultando a acessibilidade a outros respondentes.

Como sugestão de estudos futuros, considerando que os entrevistados relataram expressamente aspectos de autorrealização e de paixão como fatores motivacionais para empreender no ramo de artes marciais e, ainda, informaram a satisfação pessoal na realização de sua atividade, inclusive no que refere aos resultados sociais, poder-se-ia analisar o empreendedorismo no ramo das artes marciais sob os aspectos das teorias do empreendedorismo social e empreendedorismo por estilo de vida.

Verifica-se, ainda, a possibilidade de realização de estudos análogos com foco em outros sentimentos vivenciados pelos empreendedores e, por fim, espera-se que a presente pesquisa impulse o desenvolvimento de políticas públicas relacionadas ao empreendedorismo no ramo de artes marciais.

REFERÊNCIAS

- Almeida, J. G. De, Santos, E. J. R., & Albuquerque, C. P. (2013). Desemprego e empreendedorismo: da ambiguidade da relação conceitual à eficácia das práticas de intervenção social. *PLURAL, Revista Do Programa de Pós -Graduação Em Sociologia Da USP*, 20(1), 31–56.
- Alves, Z. M. M. B., & Silva, M. H. G. F. D. da. (1992). Análise qualitativa de dados de entrevista: uma proposta. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, (2), 61–69. <https://doi.org/10.1590/s0103-863x1992000200007>
- Augusto, O. (2019). Conjuntura: trabalho informal movimentou R\$ 1,2 trilhão em 2019. Retrieved November 18, 2020, from <https://www.metropoles.com/brasil/economia-br/conjuntura-trabalho-informal-movimentou-r-12-trilhao-em-2019>
- Baptista, A., Carvalho, M., & Lory, F. (2005). O medo, a ansiedade e as suas perturbações. *Psicologia*, 19(1–2).
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, LDA.
- Bohnenberger, M. C., & Schimidt, S. (2009). Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 450–467.
- Brito, R. P. De, & Vieira, I. (2014). Empreendedorismo e Effectuation: Um Estudo de Caso sobre o Processo de Decisão. *XXXVIII Encontro ANPAD*.
- Burmeister-lamp, K., Smolka, K. M., Verheul, I., & Heugens, P. P. M. A. R. (2016). Get It Together! Synergistic effects of causal and effectual decision-making logics on venture performance. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 42(May 2019), 571–604. <https://doi.org/10.1177/1042258718783429>
- Butt, M., Jamil, N., & Nawaz, R. (2015). The mediating role of risk perception among cognitive biases towards decision to start a new venture. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 54(2012), 88–95. <https://doi.org/10.18052/www.scipress.com/ilshs.54.88>
- Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2015). Fear and Entrepreneurship : A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17, 165–190. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12052>
- Camargo, R. M. M. C., Lourenço, M. L., & Ferreira, J. M. (2018). Mulheres empreendedoras no Brasil : quais seus medos? *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20(2), 178–193. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v20i2.3578>
- Caregnato, R. C. A., & Mutti, R. (2006). Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. *Texto & Contexto - Enfermagem*, 15(4), 679–684. <https://doi.org/10.1590/s0104-07072006000400017>
- Carsrud, A. L., Kickul, J., & Griffiths, M. D. (2009). Government Bureaucracy, Transactional Impediments, and Entrepreneurial Intentions. *International Small Business Journal*, 27(5), 626–645. <https://doi.org/10.1177/0266242609338752>
- Chandler, G. N., Detienne, D. R., Mckelvie, A., & Mumford, T. V. (2011). Causation and effectuation processes : a validation study. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 375–390. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.10.006>

- Colossi, N. (2013). Empreendedorismo contemporâneo. *Revista Visão: Gestão Organizacional*, 03(01), 33–47.
- Deniz, N., Boz, I. T., & Gülen, Ö. (2011). The relationship between entrepreneur's level of perceived business - related fear and business performance. *7th International Strategic Management Conference*, 24, 579–600. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.038>
- Doing Business 2020: os indicadores que interferem no crescimento das empresas. (n.d.). Retrieved November 18, 2020, from Endeavor Brasil website: <https://endeavor.org.br/ambiente/doing-business-2020/>
- Drigo, A J, Neto, S. S., Cesana, J., & Tojal, J. B. A. G. (2011). Artes marciais , formação profissional e escolas de ofício : Análise documental do judô brasileiro. *Motricidade*, 7(4), 49–62.
- Drigo, Alexandre Janota, & Junior, L. G. (2001). A Já Regulamentada Profissão Educação Física e as Artes Marciais. *Matriz*, 7(9), 131–132.
- Duening, T., Shepherd, M. M., & Czaplewski, A. J. (2012). How Entrepreneurs Think: Why Effectuation and Effectual Logic May be the Key to Successful Enterprise Entrepreneurship. *International Journal of Innovation Science*, 4(4), 205–216. <https://doi.org/10.1260/1757-2223.4.4.205>
- Fett, C. A., & Fett, W. C. R. (2009). Filosofia , ciência e a formação do profissional de artes marciais Filosofia , ciência e a formação do profissional de artes marciais Introdução Artes marciais e saúde Muitos atributos são elencados para as AM e. *Motriz*, 15(1), 173–184.
- Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(5), 1019–1051. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x>
- Gerxhani, K. (2004). The informal sector in developed and less developed countries : A literature survey *. *Public Choice*, 120(3/4), 267–300.
- Godoy, A. S. (1995). Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*, 35(3), 20–29. <https://doi.org/10.1590/s0034-75901995000300004>
- Grey, J. A. (1987). *The psychology of fear and stress*.
- Hayton, J., & Cacciotti, G. (2018). How Fear Helps (and Hurts) Entrepreneurs. Retrieved November 18, 2020, from Harvard Business Review website: <https://hbr.org/2018/04/how-fear-helps-and-hurts-entrepreneurs>
- Kilmann, R. H., Hara, L. A. O., Strauss, J. P., & Strauss, J. P. (2010). Developing and Validating a Quantitative of Organizational Courage. *Journal of Business and Psychology*, 25(1), 15–23. <https://doi.org/10.1007/s10869-009-9125-1>
- Lakes, K. D., & Hoyt, W. T. (2004). Promoting self-regulation through school-based martial arts training. *Applied Developmental Psychology*, 25, 283–302. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2004.04.002>
- Lombardi, M. F. S., & Brito, E. P. Z. (2010). Incerteza subjetiva no processo de decisão estratégica : uma proposta de mensuração. *Anpad*, 14, 990–1010. Retrieved from <http://www.anpad.org.br/rac>
- Matalamäki, M. J. (2017). Effectuation, an emerging theory of entrepreneurship – towards a mature stage of the development. *Journal of Small Business and Enterprise Development*,

24(4), 928–949. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2017-0030>

Moraes, R. (1999). Análise de conteúdo. *Revista Educação*, 22(37), 7–32.

Mota, M. de O., Sobreira, M. do C., Vale, M. S. do, & Nogueira, L. C. da C. (2017). Relações de influência de indicadores macroeconômicos na propensão ao risco de empreender. *REGE - Revista de Gestão*, 24(2), 159–169. <https://doi.org/10.1016/j.rege.2017.03.006>

Moura, E. A. da C. (2019). Direitos fundamentais, dever estatal de segurança pública e cidadania: o controle social das políticas públicas na garantia do exercício proporcional do poder de polícia. *Revista de Direito Brasileira*, 22(9), 04. <https://doi.org/10.26668/indexlawjournals/2358-1352/2019.v22i9.5148>

Nogueira, M., & Zucoloto, G. (2019). Um pirilampo no porão: um pouco de luz nos dilemas da produtividade das pequenas empresas e da informalidade no Brasil. *IPEA*.

Pellegrini, M.M., Rialti, R., Marzi, G. *et al.* Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives. *Int Entrep Manag J* 16, 795–826 (2020). <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00650-5>

Piovesan, A., & Temporini, E. R. (1995). Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. *Revista de Saúde Pública*, 29(4), 318–325. <https://doi.org/10.1590/s0034-89101995000400010>

Porter, D., & Vamplew, W. (2018). Entrepreneurship, sport, and history: an overview. *The International Journal of the History of Sport*, 35(7-8), 626-640.

Queiroz, A., & Tales, L. (2015). Effectuation and causation: propositions about decision making process in business network environments. *Revista de Negócios*, 20(1), 29–43. <https://doi.org/10.7867/1980>

Quevedo-Silva, F., Santos, E. B., Brandão, M. M., & Vils, L. (2016). Estudo Bibliométrico: Orientações sobre sua Aplicação. *Revista Brasileira de Marketing*, 15(02), 246–262. <https://doi.org/10.5585/remark.v15i2.3274>

Read, S., & Sarasvathy, S. D. (2005). Knowing What to Do and Doing What You Know. *The Journal of Private Equity*, 9(1), 45–62. <https://doi.org/10.3905/jpe.2005.605370>

Rocha, L. C. S., Mariano, A. D., & Pelogio, E. A. (2016). Diagnóstico da Economia Informal no Município de Poço Fundo/MG. *Revista Administração Em Diálogo*, 18.

Roldão, T., Monte-mor, D. S., & Tardin, N. (2018). A influência da recessão econômica na intenção de empreender: uma análise cross-country baseada na crise do subprime. *Organizações & Sociedade*, 25(85), 320–338. <https://doi.org/10.1590/1984-9250858>

Rosa, A. D. O., Martinez, A. L., & Balassiano, M. (2015). A face oculta da “Ética do Medo” no Poder Público: a ação de servidores públicos na área tributária limitada pelo medo. *Organizações & Sociedade*, 22(72), 143–160.

Rosenfield, C. (2015). Forma emergente de inserção social pelo trabalho. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 30(89).

Rosenfield, C., & Almeida, M. (2014). Contratualização das relações de trabalho: embaralhando conceitos canônicos da sociologia do trabalho. *Revista De Ciências Sociais - Política & Trabalho*, 2(41), 249–276.

Santos, L. O. dos. (2003). O Medo Contemporâneo: Abordando suas diferentes dimensões.

Psicologia, Ciência e Profissão, 23(2), 48–55.

Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4378020>

Sarasvathy, S. D. (2004). Making it happen: Beyond theories of the firm to theories of firm design. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(6), 519–531. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2004.00062.x>

Sarasvathy, S. D. (2008). *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. Northampton: Edward Elgar Publishing, Inc.

Silva, L. F. da, & Russo, R. D. F. S. M. (2019). Aplicação de entrevistas em pesquisa qualitativa. *Revista de Gestão e Projetos*, 10(1), 1–6. <https://doi.org/10.5585/gep.v10i1.13285>

Sousa da Silva, R., & de Souza Coelho, P. (2007). Um estudo exploratório sobre as metodologias empregadas em pesquisas na área de Contabilidade no ENANPAD. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 4(8), 139–159. <https://doi.org/10.5007/%x>

Sutter, C., Webb, J., Kistruck, G., Ketchen, D. J., & Ireland, R. D. (2017). Transitioning entrepreneurs from informal to formal markets. *Journal of Business Venturing*, 32(4), 420–442. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.03.002>

Townsend, D. M., Hunt, R. A., McMullen, J. S., & Sarasvathy, S. D. (2018). Uncertainty, Knowledge Problems, and Entrepreneurial Action. *The Academy of Management Annals*, (January). <https://doi.org/10.5465/annals.2016.0109>

Vasconcelos, F. C. (2004). Racionalidade, autoridade e burocracia: as bases da definição de um tipo organizacional pós-burocrático. *RAP*, 38(2), 199–219.

Venkataraman, S., & Sarasvathy, S. D. (2008). Strategy and entrepreneurship: Outlines of an untold story. *The Blackwell Handbook of Strategic Management*, (01), 655–673. <https://doi.org/10.1111/b.9780631218616.2006.00025.x>

Vilas, T., Ribeiro, B., & Krakauer, V. D. C. (2016). Empreendedorismo por estilo de vida: estudo exploratório sobre fatores motivacionais, características e gestão. *Revista de Gestão e Secretariado*, 7(1), 112–131. <https://doi.org/10.7769/gesec.7i1.439>

Villani, E., Linder, C., & Grimaldi, R. (2018). Effectuation and causation in science-based new venture creation: A configurational approach. *Journal of Business Research*, 83(C), 173–185. Retrieved from <https://econpapers.repec.org/RePEc:eee:jbrese:v:83:y:2018:i:c:p:173-185>

Vogt, S., & Bulgacov, Y. L. M. (2018). Aprender, Empreender e Aprender: a perspectiva da prática para o entendimento do processo da aprendizagem empreendedora. *Revista Da Micro e Pequena Empresa*, 12(3), 28–43.

Walsham, G. (2006). Doing interpretive research. *European Journal of Information Systems*, 15, 320–330. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000589>

Welter, F., & Smallbone, D. (2003). Entrepreneurship in transition economies: Necessity or opportunity driven? *Babson-Kauffman Entrepreneurship Research Conference (BKERC)*.

Williams, C. C. (2007). Entrepreneurs Operating in the Informal Economy: Necessity or Opportunity Driven? *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(September 2015), 309–319. <https://doi.org/10.1080/08276331.2007.10593402>

- Williams, C. C. (2020). Why do informal sector competitors hinder formal entrepreneurs more in some countries? *Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(4), 718–743.
- Williams, C. C., Adom, K., Nadin, S., & Youssef, Y. A. (2012). Gender variations in the reasons for engaging in informal sector entrepreneurship: Some lessons from urban Brazil. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 17(4), 478–494. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2012.050165>
- Williams, C. C., & Nadin, S. (2012a). Beyond the commercial versus social entrepreneurship dichotomy: A case study of informal entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 17(3). <https://doi.org/10.1142/S1084946712500185>
- Williams, C. C., & Nadin, S. (2012b). Re-thinking informal entrepreneurship: Commercial or social entrepreneurs? *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 1(3), 295. <https://doi.org/10.1504/ijsei.2012.047632>
- Williams, C. C., & Nadin, S. J. (2012c). Tackling entrepreneurship in the informal economy: Evaluating the policy options. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 1(2), 111–124. <https://doi.org/10.1108/20452101211261408>
- Zahra, S. A., Korri, J. S., & Yu, J. F. (2005). Cognition and international entrepreneurship: Implications for research on international opportunity recognition and exploitation. *International Business Review*, 14(2), 129–146. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.005>