

**EMOÇÕES À MESA: COMPREENSÕES SOBRE A INFLUÊNCIA DO BEM-ESTAR  
SUBJETIVO NA INTENÇÃO EMPREENDEDORA NA GASTRONOMIA**

**ANA PAULA DOS SANTOS**

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ (UNIVALI)

**DANIELA FERNANDES NUNES**

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ (UNIVALI)

**SAYONARA DE FATIMA TESTON**

UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA (UNOESC)

**SUZETE ANTONIETA LIZOTE**

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ (UNIVALI)

# EMOÇÕES À MESA: COMPREENSÕES SOBRE A INFLUÊNCIA DO BEM-ESTAR SUBJETIVO NA INTENÇÃO EMPREENDEDORA NA GASTRONOMIA

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é chave para a produtividade e competitividade e está relacionado ao crescimento econômico, expresso na inovação e na geração de empregos (Brito, Kuniyoshi, Cappellozza, & Vieira, 2022; Kuratko, 2016; Santos, Sá Barreto, & Guzman, 2017; Schumpeter, 1982). No ramo da gastronomia o empreendedorismo está associado a possibilidade de fazer coisas novas, assim como à proatividade, inovatividade e a capacidade de assumir riscos (Covin & Slevin, 1991) sendo considerado uma fonte potencial de desenvolvimento pessoal, crescimento e bem-estar (Kuratko, 2016). Nesta perspectiva Wiklund, Nikolaev, Shir, Foo, Der e Bradley (2019) definem o empreendedor como um inovador ou promotor que reconhece e aproveita oportunidades, transformando-as em ideias viáveis e comercializáveis, assumindo os riscos do mercado competitivo para as implementar (Brasil, 2022).

Adjacente ao empreendedorismo, diversos estudos versam sobre a intenção, em particular a intenção empreendedora (IE) (Liñán & Fayolle, 2015). Embora não exista uma definição única e clara do seu conceito, ela tem sido abordada sob diferentes perspectivas. Para Fini, Grimaldi, Marzocchi e Sobrero (2012) a IE pode ser definida como uma representação cognitiva de ações a serem implementadas pelos indivíduos, tanto para a criação de uma nova empresa, como na criação de valor em empresas já existentes.

Para empreendedores do ramo da gastronomia, além da intenção, também é importante considerar as características emocionais. A comida pode despertar diferentes reações emocionais (Mostafa, 2020), inclusive afetos positivos ou negativos (Gmuer, Nuessli Guth, Runte, & Siegrist, 2015) durante o consumo e no preparo. Assim, as emoções e afetos que estão associados aos alimentos ocupam importante papel na formação de memórias, as quais influenciam intenções comportamentais e até mesmo apego ao lugar (Sthapit, Björk, & Coudounaris, 2017).

Diener, Suh, Lucas e Smith (1999) defendem que a dimensão cognitiva e a dimensão emocional estão contempladas no conceito de bem-estar subjetivo (BES), que se refere ao quanto conseguimos estar satisfeitos com a vida, ao mesmo tempo que percebemos mais afetos positivos do que negativos em nós mesmos no cotidiano. Diante deste contexto, a pergunta deste estudo foi: como o bem-estar subjetivo influencia a intenção empreendedora? Para responder ao questionamento, estabeleceu-se como objetivo do estudo, compreender a influência do bem-estar subjetivo na intenção empreendedora em empreendedores do ramo da gastronomia.

Teoricamente o estudo se justifica, pois, há diferentes investigações sobre as emoções ligadas às experiências com comida em festivais gastronômicos (Organ, Koenig-Lewis, Palmer, & Probert, 2015), restaurantes locais (Levitt, Meng, Zhang, & DiPietro, 2019), destinos específicos (Sthapit, Coudounaris, & Björk, 2019) e pratos específicos (Kim, Park, & Lamb, 2019). Já se sabe que as experiências gastronômicas influenciam positiva e substancialmente o valor das experiências e emoções associadas ao consumo alimentar (Şahin & Kılıçlar, 2023 [*ahead of print*]). Porém falta ampliar a realização de estudos centrados naqueles que são os responsáveis pelo preparo dos alimentos. Além disso, também é necessário ampliar estudos sobre as dimensões emocionais associadas às experiências alimentares em regiões turísticas específicas (Gmuer, Nuessli Guth, Runte, & Siegrist, 2015), especialmente no Brasil, que possui diversos desafios a superar neste ramo (Brasil, 2022). As proposições de articulações teóricas resultantes das análises, ainda pouco trabalhadas em estudos empíricos da realidade brasileira, também justificam o interesse acadêmico. Ademais, há potencial contribuição

empírica no sentido de promover reflexões sobre possíveis práticas a serem adotadas para o desenvolvimento emocional das pessoas que trabalham na preparação de alimentos na indústria turística.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As pesquisas sobre intenção empreendedora (IE) tiveram início com Shapero (Shapero, 1984; Shapero & Sokol, 1982), e de Ajzen (1991). Posteriormente, outros pesquisadores se destacaram. Entre eles, Krueger e Carsud (1993) demonstraram que a intenção de iniciar um novo negócio tem como antecedentes o desejo dessa realização, a viabilidade e a propensão para agir em função das oportunidades. A IE é o compromisso de iniciar um novo negócio, ou seja, a predisposição de um indivíduo para criá-lo. O que corrobora Ajzen (1991), o qual afirma que a intenção engloba fatores motivacionais que inspiram o comportamento. Tais fatores são indicadores de como é forte a vontade de tentar ou quanto esforço o indivíduo desenvolve para mostrar um comportamento. Vasconcelos, Pedron, Silveira e Andrade (2020), por sua vez, destacam que a IE é uma representação cognitiva da prontidão para realizar um determinado comportamento e um antecedente imediato de comportamento.

Krueger e Carsud, em 1993, aplicaram de maneira pioneira no âmbito do empreendedorismo a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) apresentada e proposta por Ajzen (1991). A TCP prevê que o comportamento e a intenção de agir resultam da combinação de três atitudes: (i) a individual diante desse comportamento; (ii) a da norma subjetiva que lhe é implícita; e, (iii) a da percepção sobre o controle comportamental percebido. A intenção é considerada o melhor preditor independente de comportamento (Ajzen, 1991; 2001). As variáveis que influenciam as intenções são chamadas de antecedentes motivacionais (Ajzen, 1991).

Embora a TCP sofra críticas por não assegurar que este empreendedor vá empreender, ela auxilia na compreensão da formação da IE (Liñán & Chen, 2009) e acabou por ser um importante modelo de processo cognitivo de avaliação (Koe, Rizal, Majid, & Ismail, 2012). O modelo explica a complexidade da relação entre o comportamento humano e os determinantes. A partir disso, Liñán e Chen (2009) adaptaram o modelo desenvolvido por Ajzen (1991) para manifestação do comportamento humano em determinadas situações e criaram um instrumento com o objetivo de mensurar a IE. No presente estudo, optou-se por tomar como base o modelo de Liñán e Chen (2009) ao contexto brasileiro, contemplando as quatro dimensões: atitude pessoal em relação ao empreendedorismo, normas subjetivas, controle comportamental percebido e intenção empreendedora, norteando a categorização e análise.

A atitude pessoal diz respeito à avaliação pessoal positiva ou negativa sobre o indivíduo ser um empreendedor (Ajzen, 2001; Autio, Keeley, & Klofsten, 2001; Kolvereid, 1996). Inclui não só o elemento afetivo, mas também considera uma avaliação (Liñán & Chen, 2009). Os indivíduos desenvolvem atitudes com base nas crenças que possuem e sobre as consequências da realização do comportamento (Ajzen, 2001) Tais consequências incluem recompensas intrínsecas e extrínsecas, como recompensas financeiras, independência ou autonomia, recompensas pessoais e segurança familiar, todas as quais influenciam favoravelmente a intenção de iniciar um negócio (Vasconcelos et al., 2020; Monteiro, Silva, Sousa, & Melo, 2020). A atitude a respeito do comportamento empreendedor de acordo com Marcon, Silveira e Frizon (2021) refere-se ao grau em que a pessoa realiza uma avaliação positiva ou negativa do comportamento.

A norma subjetiva mede a pressão social percebida de realizar ou não o comportamento empreendedor e reflete o efeito dos valores sociais (Ajzen, 2001). Ela é determinada pela percepção do indivíduo sobre as crenças que as pessoas importantes para ele possuem sobre o comportamento que ele deve realizar e pela motivação do indivíduo para satisfazer as expectativas que os outros têm sobre ele (Marcon, Silveira, & Frizon, 2021).

O controle comportamental percebido é definido como a percepção da facilidade ou dificuldade do indivíduo em realizar determinado comportamento, baseado em experiências passadas, impedimentos e obstáculos (Liñán & Chen, 2009). No contexto da atividade empreendedora, segundo Ajzen (2001) também pode ser chamado de autoeficácia empreendedora. Kruger, Reilly e Carsud (2000) já argumentavam que a autoeficácia empresarial influencia muito o comportamento e a propensão de alguém a agir em uma oportunidade refere-se à sua disposição inata de agir sobre as decisões e depende das próprias percepções de controle.

No modelo de Liñán e Chen (2009) há uma particularidade: eles estudaram se a norma subjetiva pode influenciar tanto as atitudes pessoais como ao controle comportamental percebido, porém esta hipótese não foi confirmada. Como já descreveram Liñán e Santos (2007), a norma subjetiva é uma forma específica de capital social e têm um efeito de causalidade sobre os outros dois antecedentes da IE.

Neste estudo, propõe-se um novo antecedente para os fatores motivacionais da IE: o BES. Partiu-se dessa possibilidade, pois as emoções moldam e colore a vida cotidiana e quando estamos comendo as emoções desempenham um papel importante, pois a comida pode provocar bem-estar ou repulsa, pode fazer nos sentirmos revigorados ou culpados (Gmuer, Nuessli Guth, Runte, & Siegrist, 2015). Assim, comer representa muito mais do que apenas absorver energia, queremos estar satisfeitos com a comida que comemos (Gmuer, et al., 2015) e a que produzimos (Brasil, 2022).

As emoções não são estados neutros, são respostas a eventos específicos considerados positivos ou negativos (Guedes & Gondim, 2020). As emoções básicas, tiveram uma função muito importante para a manutenção da vida humana (Darwin, 1872) e evoluíram para estados afetivos se tornaram mais complexos (Guedes & Gondim, 2020). A forma como as pessoas expressam os afetos está na base da qualidade das relações interpessoais, portanto, cumprem funções adaptativas de natureza social e moral (Gondim, 2015). Além do impacto no contexto social, os afetos são a dimensão emocional do bem-estar subjetivo dos indivíduos (Diener & Larsen, 1984), além de possuírem relação com diversos outros fatores cognitivos (Dukes, Abrams, Adolphs et al., 2021).

Diener (1984) afirma que muitos pesquisadores da área de ciências sociais buscam discutir o conceito de bem-estar subjetivo e segundo ele, três considerações importantes precisam ser apresentadas para melhor compreensão do conceito. A primeira consideração aponta que o BES é um estado desejável julgado a partir de uma estrutura de valores particular. O critério para esse tipo de felicidade não é o julgamento subjetivo do sujeito, mas a estrutura de valores do observador (Diener, 1984). Assim, pode-se afirmar que para se sentir bem e despertar afetos positivos na produção dos alimentos, é preciso que os valores individuais estejam representados no ato de produzir.

A segunda consideração, diz respeito à concentração dos cientistas sociais na questão do que leva as pessoas a avaliar suas vidas em termos positivos. Essa definição de bem-estar subjetivo passou a ser rotulada como satisfação com a vida e depende dos padrões dos sujeitos para determinar o que é uma boa vida (Diener, 1984). Esses padrões, são diferentes de um indivíduo para outro, o que justifica uma investigação qualitativa do fenômeno dos afetos e fatores cognitivos que podem estar envolvidos na produção de alimentos.

A terceira consideração se refere à maneira como os termos que remetem ao bem-estar são utilizados no discurso cotidiano, com preponderância dos afetos positivos sobre os afetos negativos (Bradburn, 1969). Isso pode significar que a pessoa está experimentando principalmente emoções agradáveis durante esse período da vida ou que a pessoa está predisposta a tais emoções, esteja ou não as experimentando no momento (Diener, 1984). Portanto, no decorrer do estudo, buscou-se identificar o máximo possível de afetos, tanto positivos quanto negativos, bem como satisfação com a vida, e associações com fatores

cognitivos, envolvidos no processo do empreendimento gastronômico, desde sua fundação até a rotina no dia a dia.

### 3 METODOLOGIA

Adotou-se uma abordagem qualitativa, de natureza exploratória e descritiva. A pesquisa é de recorte temporal transversal, onde os dados foram coletados em um ponto no tempo (Creswell, 2014), contudo considerou na investigação acontecimentos atuais e passados buscando analisar o BES e a IE desde o início do processo de empreendimento. Optou-se por um desenho de estudo de casos múltiplos holísticos, tomando como base direcionamentos de Eisenhardt (2021), permitindo entender e comparar o comportamento de diferentes empreendedores, buscando a construção de teoria.

O contexto de pesquisa estabelecido foi o setor da gastronomia. Escolheu-se este setor devido a facilidade de acesso a estes estabelecimentos e empresários, visto que uma das pesquisadoras é integrante do Núcleo de Alimentação e Gastronomia da Associação Empresarial da Região Metropolitana de Florianópolis e da Câmara dos Dirigentes Lojistas, que é um núcleo setorial, que tem como objetivo capacitar, integrar os empresários. Neste cenário, os casos foram criteriosamente e intencionalmente selecionados, onde o fenômeno focal do estudo provavelmente ocorreria e permitiria analisar semelhanças e diferenças colaborando com a construção da teoria (Eisenhardt, 2021). Assim, uma amostra de 6 empreendedores do ramo da Gastronomia foi selecionada. Salienta-se, portanto, que o BES e a IE foram examinadas, não em futuros empreendedores, mas atuais empreendedores, buscando entender os comportamentos no início do empreendimento e ao longo do processo. As principais características dos casos estudados (empreendedores) são apresentadas na Tabela 1.

*Tabela 1*

Caracterização dos casos

	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Caso 5	Caso 6
	EBB	EDP	EMI	EMC	EM	EMP
Idade	73	40	75	55	44	52
Escolaridade	Ensino Superior	Tecnólogo	Ensino Superior	Ensino Superior	Ensino Superior	Ensino Superior
Fundador	O proprietário	O proprietário	O proprietário	Os pais	O proprietário	O proprietário
Tempo como empreendedor	21 anos	08 anos	44 anos	28 anos	17 anos	2 anos formal 8 anos informal
Tempo de fundação da atual empresa	21 anos	08 anos	43 anos e 11 meses	35 anos	17 anos	2 anos
Nº Sócios	Individual	Individual	Individual	03	Individual	Individual
Nº Funcionários	10(baixa temporada) 30(alta temporada)	26	55	70	07	05
Nº Unidades	01	01	02	03	01	01
Ramos da gastronomia	Ecogastronomia com cozinha regional	À la carte	A la carte Rodízio	Churrascaria	Almoços	Empratado
Localização da empresa	Palhoça	São José	São José Florianópolis	São José Florianópolis	São José	Palhoça

A coleta de dados com cada um dos empreendedores ocorreu nos próprios restaurantes, em dias diferentes, em função da necessidade de deslocamento entre cidades e agenda dos participantes, entre 06 de setembro e 22 de novembro de 2021 e tiveram duração aproximada de 45 minutos cada uma. Utilizou-se, para isto, entrevistas semiestruturadas, realizadas por uma das pesquisadoras, com apoio de um roteiro de perguntas abertas desenvolvido com base nos aspectos conceituais dos componentes do BES relacionados ao ramo de atuação (gastronomia) e a intenção de empreender.

As perguntas foram formuladas de maneira que os elementos afetivos e cognitivos pudessem emergir ao longo da fala dos entrevistados ao contar sobre o segmento de atuação, significado de ser empreendedor e o processo de criação ou início no negócio e ao longo também. O roteiro continha perguntas como: “O que é a gastronomia para você?”, “Por que escolheu a gastronomia?”, “O que é ser empresário no ramo da gastronomia?”, “Qual a história do negócio?”, “Quais emoções você acredita que a comida desperta?”. A utilização de apenas uma fonte de coleta de dados se fundamentou na pergunta de pesquisa deste estudo, visto que as informações a serem obtidas eram de cunho pessoal e particulares do papel empreendedor, não sendo possível obtê-las por outras fontes primárias ou secundárias (Campbell, 1976).

Para a análise dos dados utilizou-se a análise de conteúdo com categorização *a priori* com base nos componentes de cada construto (BES e IE) da pesquisa (Creswell, 2014). A intenção da categorização prévia foi padronizar e estruturar a análise dos dados dos múltiplos casos, facilitando a observação dos comportamentos entre casos. Assim, para o constructo BES, elegeu-se três categorias: afetos positivos, afetos negativos e satisfação com a vida. E, para o constructo IE, elegeu-se quatro categorias: atitude pessoal, normas subjetivas, controle comportamental percebido (dimensões que podem anteceder a intenção) e intenção empreendedora (quando comunicada de forma direta sem a possibilidade de reconhecer um antecedente).

Em seguida, procedeu-se à codificação dos dados, com o auxílio do software *MaxQDA Analytics Pro 2022*, colaborando no processo de codificação e geração de relatórios para os pesquisadores (Yin, 2017). Este processo foi realizado primeiramente caso a caso, com o mapeamento de cada categoria. Para diminuir os vieses na pesquisa qualitativa, o processo de codificação foi realizado por uma das pesquisadoras, que não realizou as entrevistas. Para as duas categorias, afeto positivo e afeto negativo, além da codificação, como estas expressam emoções positivas ou negativas, cada segmento codificado foi parafraseado com uma emoção específica, possibilitando uma análise mais profunda do BES nos empreendedores. Após estes processos, os segmentos, e respectivos códigos e paráfrases, foram validados por outras duas pesquisadoras especialistas no assunto.

Uma consideração importante a fazer é quanto a definição de uma nova categoria “bem-estar subjetivo no cliente” *a posteriori*, emergida ao longo da análise, por considerarmos que esta colabora com na obtenção de respostas a nossa questão de pesquisa, e que será explorado na apresentação dos resultados na seção 4.

Só então, prosseguiu-se com a análise dos dados, onde optou-se por realizar a análise de casos cruzados procurando semelhanças, diferenças e padrões entre os casos (Creswell, 2014), realizando a triangulação com a teoria (Yin, 2017). A combinação de observações empíricas, obtidas com as entrevistas entre casos, e as ideias teóricas nos permitiu gerar um modelo e uma proposição, os quais serão apresentados na seção a seguir.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A análise é baseada na concepção de que o BES do empreendedor considera a experiência de satisfação, afeto positivo, afeto negativo pouco frequente e funcionamento psicológico ótimo em relação ao desenvolvimento, início, crescimento e administração de um empreendimento

empresarial (Wiklund et al., 2019), portanto, o BES desempenha um papel importante e positivo na IE (Contreras-Barraza, Acuña-Duran, Oyanedel, Salazar-Sepúlveda, Vega-Muñoz, & Ariza-Montes, 2022). Também, considerou-se que a IE não se caracteriza apenas pela criação de um novo negócio, mas também de ideias em um negócio já existente (Atiya & Osman, 2021), abrangendo fatores motivacionais que influenciam o comportamento (Ajzen, 1991), garantindo a manutenção e sobrevivência do negócio (Brito et al., 2022). Sendo assim, os resultados e discussões serão apresentados considerando o BES e a IE no início do negócio e ao longo do negócio.

#### 4.1 Bem-estar subjetivo e a intenção empreendedora

Para analisar como o BES influencia a IE, primeiramente se fez necessário identificar a presença ou não de BES nos empreendedores estudados. Os dados revelam que os empreendedores, EBB, EDP, EMC, EN, EMP, apresentam mais afeto positivo do que afeto negativo e indicadores de satisfação com a vida, exceto o EMI, fato que será explorado mais adiante (Figura 1).

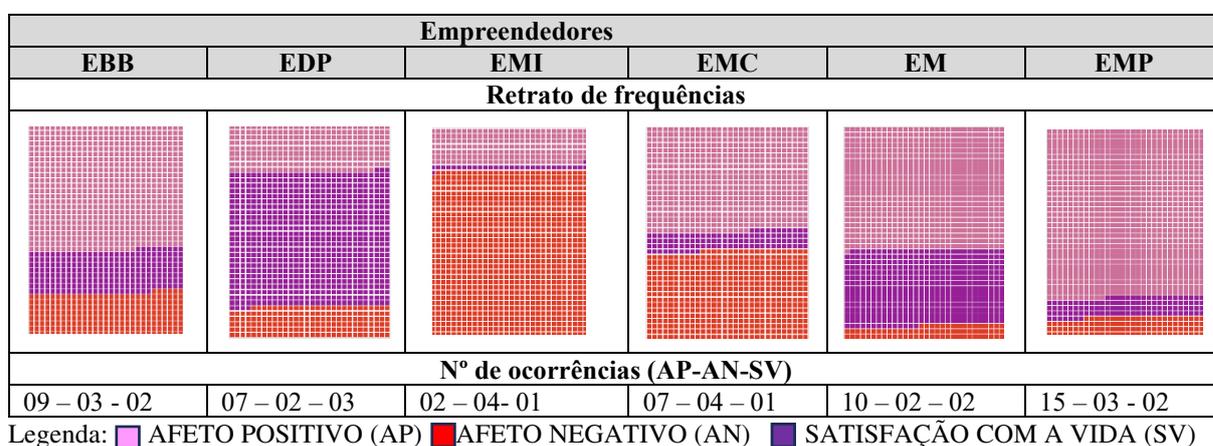


Figura 1. Frequência da presença de BES nos empreendedores

O afeto positivo, sendo um contentamento hedônico puro experimentado em um determinado momento como um estado de alerta, de entusiasmo e de atividade (Diener et al., 1999), está presente em diversos momentos da vida dos empreendedores, como percebemos no relato do EMP: “É... *tenho a cozinha realmente como um caminho de desejo, de gosto, chegar ali e poder trabalhar os desejos, não é? Fazer as alquimias, não é?*”, onde percebe-se a alegria e o prazer de trabalhar com a gastronomia, pois ele, ao mesmo tempo que é o empreendedor, também atua como *chef* de cozinha do seu negócio.

Além da alegria, foram identificados nos casos, afetos positivos como entusiasmo, amor, prazer, paixão, interesse, inspiração e orgulho. Um fato interessante está neste último afeto, o orgulho, o qual é entendido pela literatura de BES como um afeto positivo, contudo em grande parte as pesquisas de BES, de abordagem quantitativa, rejeitam a relação positiva desta emoção como afeto positivo (Gnoatto, 2021; Maschio, 2023; Noval et al., 2022). Nesta pesquisa ela valida a emoção como afeto positivo, como observado na fala do EBB: “...*também é uma das coisas que eu não falei, mas [o restaurante] historicamente sempre teve envolvimento com a comunidade aqui, com várias ações que a gente fez nesses 20 anos, que me orgulha também e que a gente quer e tem várias propostas pra desenvolver junto com o desenvolvimento da comunidade.*”

Contudo, o empreendedor tem que lidar com várias situações difíceis no dia a dia que podem comprometer o bem-estar (Svetek & Drnovsek, 2022), gerando afetos predominantemente

negativos, ou seja, emoções desagradáveis ou sintomas psicológicos aflitivos e angustiantes (Diener et al., 1999; Lizote et al. 2021). Afetos como preocupação, cansaço, incômodo e desânimo foram os mais frequentes nos casos. Apreensão também foi verificada na fala do EMI: *“São tempos difíceis. Porque hoje em dia, temos mais um modismo; as pessoas não comem comida, as pessoas comem por aplicativo, ... realmente é um grande motor de venda. Só que é o seguinte, ele generaliza e joga para baixo”*. Mas apesar dos momentos difíceis que os empreendedores vivenciam, a satisfação com a vida está presente, como declarado por EDP: *“Cara, a gastronomia é vida, não é, a gastronomia é a minha vida, eu vivo ela, eu respiro ela, eu desenvolvo ela e cada dia que passa, ela me transforma mais e me transforma em uma pessoa melhor comigo mesmo, como ser humano em busca desse conhecimento infinito que ela te propõe, porque ela não tem fim, nada se acaba...”*.

Estes relatos nos mostram o BES vivenciado na atualidade, mas também evidencia o BES vivido em experiências passadas, que podem atuar como experiências memoráveis impactando o bem-estar subjetivo dos empreendedores (Sthapit, 2017), como na fala do EBB: *“Bom, essa gastronomia toda que eu relembrei e fiquei aqui babando, não é, realmente me dão pra esse momento que a gente fica lembrando, gratidão por mim mesmo, por ter tido essas percepções e ter essa história de comidas boas e de família reunida e de coisas da casa da mãe. Muita gratidão e de eu estar construindo uma ideia que é reconhecida hoje com a gastronomia aqui do [restaurante]”*, expressando muito alegria (afeto positivo). Assim como a satisfação com a vida no passado também esteve presente no discurso, *“Nós éramos em sete, sete irmãos, tudo homem e a coisa mais feliz da nossa vida era quando a nossa mãe chamava, “ó, a comida está pronta, vem que a comida está pronta”, e a gente saía tudo correndo, aí tinha que ir lá...”*(EN). Como percebe-se, nas citações apresentadas, presentes também nas demais identificadas na entrevista, o BES do empreendedor influencia os esforços para realizar o comportamento empreendedor, ou seja, a IE (Koe et al., 2012), corroborando as indicações da literatura (Contreras-Barraza et al., 2022; Svetek & Drnovsek, 2022).

Buscando entender mais profundamente como ocorre esta influência, levantou-se a presença de antecedentes motivacionais a Intenção Empreendedora (IE), baseados na TCP, isto é, Atitude Pessoal (ATP), Normas Subjetivas (NS) e Controle Comportamental Percebido (CCP) (Ajzen, 1991), considerando que os indivíduos desenvolvem o comportamento empreendedor fazendo julgamentos sobre suas capacidades, prevendo resultados prováveis, analisando diferentes situações e ações, avaliando oportunidades e definindo restrições ambientais (Contreras-Barraza et al., 2022; Svetek & Drnovsek, 2022). A análise dos casos demonstra a presença dos três tipos de antecedentes em todos os casos, com maior incidência no EBB e no EDP, impulsionando a uma força da IE maior, tornando-os mais propício a realizá-la (Ajzen, 1991; Liñán, 2004) (Tabela 2). Verbalizações de IE diretamente também foram mapeadas, sem a identificação de um antecedente, não ocorrendo apenas no EMI.

*Tabela 2.*

Frequência dos antecedentes e da Intenção Empreendedora nos casos

	<b>EBB</b>	<b>EDP</b>	<b>EMI</b>	<b>EMC</b>	<b>EMP</b>	<b>EN</b>
IE	1	1	0	2	3	2
CCP	5	5	3	2	3	3
NS	5	4	4	4	2	4
ATP	4	5	2	2	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>11</b>

A partir destas constatações foi possível analisar as conexões entre o BES e os antecedentes da IE (Tabela 3). Nela são apresentados, para cada antecedente motivacional da IE, exemplos dos

casos que evidenciam elementos de BES que os influenciaram e a referência de momento do tempo (BES vivido no passado ou no presente).

*Tabela 3.*

**Associação entre Bem-Estar Subjetivo e a Intenção Empreendedora**

<b>Ant.</b>	<b>Caso</b>	<b>BES</b>	<b>Tempo</b>	<b>Constatação</b>	
1	ATP	EMI	afeto positivo (orgulho, alegria)	presente	“quero dizer que desde 80/83, quando me acostumei com a gastronomia, depois de 4 anos simplificando, que só usava as receitas dos meus parentes de Balneário Camboriú, eu mesmo criei vários pratos novos e sou responsável por 50% da condução da casa. Agora já viraram clássicos e muito copiados, mas sempre que você cria alguma coisa e caiu no gosto da maioria, você se sente muito gratificado. Primeiro que você faz aquilo que realmente gosta, quando eu percebo que aquilo que gosta e os outros gostam também, está ótimo”
2	ATP	EMP	afeto negativo (cansaço) e afeto positivo (entusiasmado)	presente	“E tu poder fazer a gestão, é legal, ela de certa forma é mais puxada, mas ela é interessante, o sonho sempre de ter um negócio foi, ... nós nunca pensamos em transformar, em ter um negócio grande e sempre um negócio pequeno e aconchegante, onde é, vamos usar palavra bistrô, não é? Nesse sentido mesmo, onde o proprietário faz a comida e recebe as pessoas, nesse sentido. Então isso para mim é muito bom, porque eu consigo ver aqui o que que as pessoas querem, eu consigo adaptar gostos, não é?”
3	ATP	EN	afeto positivo (sentir bem)	passado	“Porque desde pequeno eu sempre observava e gostava, minha mãe cozinhava. E eu a vi cozinhando e aquilo me chamava muito atenção e eu fui fazer faculdade, depois que eu fiz faculdade de administração é, surgiu a oportunidade de eu entrar nesse ramo de gastronomia e daí eu agarrei com todo o esforço e me identifiquei bastante com isso”.
4	ATP	EBB	afeto positivo (gratidão)	passado	“20 anos esse ano e que a gente está numa batida de preparar pros próximos 20, muita coisa ainda pra evoluir mais nesse campo de alimentação saudável, de produtos diferenciados, de comida, de alimentos cm composições harmônicas e criando sempre um ambiente agradável e serviços cada vez mais acolhedores”
5	CCP	EMP	afeto negativo (pressão) e afeto positivo (emoção)	presente e passado	“A pressão ela pode ser resolvida com a preparação antecipada de alguma coisa. Claro que se eu deixo para fazer em uma hora algo que eu tenha de é; para entregar a pessoa, a pressão é muito maior, não é? Mas quando tu vais para uma cozinha, tu administras esse tempo que tu tens até entregar, tu fazes todo processo de preparação, tu diminuis a pressão, não é? Mas em nenhum momento o prazer da entrega ele é anulado. Olha, em alguns momentos tu chega a se emocionar, com o que entrega, com o gosto das coisas, com o que mexe. É, eu vejo que é, a cozinha para mim, quando eu começo a misturar, a fazer as coisas, aqueles gostos eles começam, eles mesmos começam me remeter a o passado, a coisas que eu vivi e isso é muito legal, não? E eu, e isso me faz, digamos, aumenta a minha vontade de compartilhar isso com as pessoas, para ver se o sentimento vai ser o mesmo ou o que que elas vão entender daquele que estou fazendo”
6	CCP	EMC	afeto negativo preocupação	presente	“A gastronomia ela vira um vício podemos dizer, no sentido de procurar sempre é, melhorar os teus limites, eu acho que essa é a grande, é a grande diferença, não é? O que nos motiva a sair da cama e ir para a luta, são os nossos

					compromissos, não é? Que são muito grandes, um restaurante é, imagina quantos funcionários depende em um restaurante, quantos fornecedores você tem, quantos trabalhos terceirizados que tem ali no meio. Então existe toda uma cadeia produtiva...”
7	CCP	EDP	Afeto negativo (preocupação) afeto positivo (paixão)	presente	“eu sou um péssimo administrador, cada dia que passa eu tento me influenciar aí em buscar mais o conhecimento dentro dessa parte administrativa da minha empresa, vejo que é uma dificuldade imensa hoje da gente poder se manter, não só com essa situação que a gente vem vivendo no país hoje, da pandemia e tal, mas de tempos, porque assim, o que que eu vejo, tem o restaurante e tem o chef de cozinha que é o dono do restaurante, então muitas vezes tu vê mais pela paixão do que pelo lado financeiro”
8	CCP	EN	afeto positivo (prazer) e afeto negativo (desânimo)	presente	“Ser empresário no ramo da gastronomia é uma coisa muito boa, prazerosa, porém é, entre esse caminho, existem alguns obstáculos, que às vezes acaba desanimando a gente, mas é, por a gente fazer o que a gente gosta, o que a gente ama e às vezes ver o é, algumas vezes ver o resultado positivo disso, nos traz uma alegria, um prazer muito grande e isso acaba dando força para a gente continuar é, continuar e vê onde a gente errou é, vê onde a gente precisa consertar, melhorar...”
9	NS	EMC	afeto positivo (alegria)	passado	“... o hobby do meu pai era fazer churrasco. Então naquela época o meu pai dizia, “ainda vamos ter uma churrascaria”, o pai na churrasqueira, a mãe na cozinha, o X de garçom, a Y ajudando a mãe e o Z que faleceu, trabalhando no caixa para cuidar do dinheiro”
10	NS	EDP	afeto positivo (ânimo)	presente	“é você não esquecer da tua essência, da onde tu veio, pra onde tu vai e aonde tu quer chegar, tu tem que sair de casa todo dia com um desafio novo pra ti mesmo, mas não esquecendo das tuas raízes, eu acho que é isso que te fortalece e cada vez mais nos proporciona essa vontade de se envolver dentro disso, mas no mesmo tempo que tu desenvolve, lembrando as tuas origens, da onde tu saiu, da onde tu veio e isso que transformou a nossa profissão até aqui”
11	NS	EN	afeto negativo (preocupação)	presente	“E por mais que eu já tinha trabalhado lá na cantina, mas administrar um restaurante não foi fácil, mas uma das coisas boas é, que aconteceram foi que quando vir para cá é, toda a família da minha esposa me apoiara, então isso foi muito bom”
12	NS	EBB	afeto positivo (alegria) e afeto negativo (pressão)	passado e presente	A relação do [restaurante] com o futebol, ela é visceral, é orgânica, que tem um filho que se formou em atleta profissional, no qual eu convivi e vivi isso intensamente.... tornou como uma referência nacional em termos de goleiro é o meu filho, então é muito orgulho, muita felicidade, dele ter tido uma carreira de muito sucesso....Então aqui restaurante a gente tem essa identidade, temos bastante material que retrata a carreira dele, a gente acha ainda modesto pelo tamanho da carreira, a gente está até com o projeto aqui de deixar o projeto mais enorpado, que temos bastante coisa pra isso e vamos fazer, mas essa ligação sempre foi cobrada pelo meu filho, que tem muita credibilidade, não só com as torcidas dos clubes que ele jogou, mas com as torcidas adversárias..... E aí vem essa cobrança do Fernando de que “Pai, não queima o meu filme, tu sempre fazes comida boa nesse teu restaurante”.

Assim, evidenciou-se diferentes mecanismos de influência entre o BES e a IE. O primeiro, mostra o BES vivido no passado influenciando a IE. Isto ocorreu por afetos positivos vivenciados, por exemplo na infância, motivando a atitude pessoal e levando a intenção empreendedora, como a situação vivenciada pelo EN (item 3). Isto pode ocorrer devido a ATP estar relacionada às crenças comportamentais, incluindo o afeto, neste caso adquirindo um caráter favorável a IE (Fishbein & Ajzen, 2009; Liñán & Chen, 2009). Ainda, os afetos positivos vividos no passado são traduzidos em percepções estimuladas pela família (Normas subjetivas) (Liñán, Urbano & Guerrero, 2011; Krueger, Cavalheiro, Zonatto, & Kaczam, 2000), como no item 9 descrito pelo EMC.

Contudo, não se identificou BES vivido no passado influenciando o controle comportamental percebido. Além disso, não foram identificados afetos negativos do passado influenciando a IE. Isso pode ocorrer pois afetos positivos tendem a estar associados com memórias positivas. Ainda, já se sabe que um tipo de personalidade resiliente explica decisões de trabalho autônomo (Runst & Thomä, 2023), como a decisão de tornar-se empreendedor, por exemplo. Neste contexto, cita-se a necessidade de expandir os estudos que buscam explorar a associação entre elementos do empreendedorismo e do bem-estar considerando traços de personalidade, pois o traço pode estar influenciando o relato da memória.

O segundo mecanismo identificado, mostra a BES vivenciadas no momento presente influenciando a IE. O afeto positivo experimentado pelo EMP impulsiona a atitude pessoal de empreender, demonstrando a satisfação de ter o negócio (item 2), (Proctor, 2014). Bem como, o afeto positivo impulsiona o EDP a manter-se empreendendo, mediada por convicções e valores pessoais (normas subjetivas) (item 10), (Proctor, 2014; Runst & Thomä, 2023). Além disso, a emoção vivida pelo EMP em seu negócio, instiga o desejo de empreender da melhor maneira possível para atender as expectativas dos seus clientes (item 5), ou seja, para atingir autoeficácia (Ajzen, 2001), elemento importante do controle comportamental percebido (Liñán & Chen, 2009).

E, por fim, o terceiro mecanismo, a IE realizada gera BES que pode realimentar a IE. A atitude pessoal do EMI em criar produtos no seu negócio, após alguns anos de existência, levou a obtenção de sucesso, proporcionando a ele sentimentos de alegria e orgulho (exemplo 1), corroborando Stephan (2018). Também, os afetos positivos, relacionados ao prazer de empreender do EM levam a percepção de capacidade de realização do negócio (autoeficácia) e ao mesmo tempo a percepção de comportamentos necessários para vencer obstáculos e manter a intenção (Ajzen, 2002; Liñán & Chen, 2009) (item 8). A IE é um construto intermediário crítico na passagem de ideias empreendedoras para iniciar um negócio e, portanto, representa um marco fundamental no processo empreendedor (Kautonen et al., 2015).

Prosseguindo, com a análise de como o BES influencia a IE, observou-se um fato importante, quanto a presença de afeto negativo nos casos. Apesar do entendimento que o BES está relacionado a presença de pouco afeto negativo (Diener, Lucas, & Oishi, 2002), as emoções negativas parecem assumir um papel importante na IE, mas não como algo negativo e sim salutar, corroborando com Wicklund et al. (2019), os quais descrevem que aspectos das emoções negativas que podem ser igualmente poderosas e motivadoras para vários resultados empresariais. A preocupação vivenciada pelo EM, na dificuldade de iniciar o negócio é superada pelo apoio e aprovação dos familiares (item 11), assim como o sentimento do EBB de se sentir pressionado a desenvolver um trabalho de excelência e criar serviços, pelo vínculo com o nome do filho. Ambos são indicadores das normas subjetivas como dimensões da IE (Ajzen, 1991). O sentimento de preocupação, quanto a responsabilidade direta e indireta do seu negócio, com outras pessoas e empresas o impulsiona a empreender e superar as dificuldades, demonstrando que o afeto negativo pode encorajar o comportamento empreendedor (Nikolaev, Boudreaux, Palich, 2018). Isto pode explicar a intenção empreendedora do EMI, mesmo ele tendo apresentado, mais afetos negativos que positivos em sua fala.

## 4.2 Influência do bem-estar subjetivo na intenção empreendedora - múltiplos caminhos

Conforme detalhado na seção 4.1, o BES influencia a IE por diferentes mecanismos e em momentos da vida do empreendedor. O BES vivido pelos empreendedores no passado, especialmente vividos na infância e em família, motivaram a intenção de empreender. Também, ve-se o BES que estava sendo vivenciado no momento presente, seja para o início do negócio, seja ao longo do processo já com o empreendimento estabelecido. E por fim, identificou-se que a IE leva a BES. Estas relações de influência do BES na IE demonstraram ser um processo cíclico, onde o BES motiva o início do negócio, mas também realimenta a IE. Esta última constatação nos proporciona evidências de que o empreendedorismo facilita a satisfação psicológica de uma pessoa e afeta o bem-estar subjetivo (Proctor, 2014; Stephan, 2018). Ademais, indo além da proposta inicial deste estudo, a abordagem qualitativa empregada, permitiu identificar não somente as relações do BES na IE dos empreendedores estudados, mas as consequências no entorno, especialmente no cliente. Identificou-se em diversos momentos, em todos os casos estudados, o BES vivenciado pelos clientes, tanto positivo quanto negativo, ou o BES desejado pelo empreendedor que os clientes vivenciem (ver tabela 6). Este estado de BES quando comunicados, percebidos ou desejados pelos empreendedores, mais uma vez realimentam a IE dos empreendedores, mesmo para afetos negativos, pois a falta de bem-estar também pode levar ações empreendedoras (Foo, 2011; Foo et al., 2009).

*Tabela 6*

Constatações de BES no cliente

Caso	Nº de constatações	Exemplo de Constatação
EBB	5	"... a gente tem trabalhado pra isso, é que as pessoas sintam aqui um bem-estar completo de ter escolhido vir pra cá, a nossa música, ..., a qualidade do ambiente, o serviço, a gastronomia, .... o bem-estar completo e que ela saia já querendo voltar ontem."
EDP	3	"...eu acho que a gente está ali pra proporcionar isso, a experiência pras pessoas, dar o teu máximo, fazer elas sentirem os melhores momentos da vida dela a partir do momento que elas estão consumindo o alimento sagrado que tu acabou fazendo e acabou proporcionando pra elas isso daí.... e olha só o quanto é emocionante o cliente te chamar na mesa e tu chegar e ele falar "Pô cara, parece que eu estou almoçando na casa da minha mãe!"
EMI	3	".... Mas um restaurante que nem o nosso tem que encantar o cliente...."
EMC	3	" cliente saindo, um amigo saindo não gostando da tua comida, na hora a gente fica muito chateado, mas quando a crítica é feita com uma forma é, construtiva, a gente na hora toma o golpe, a gente fica chateado, tal, mas depois em reflexão, a gente vê que aquele cliente tinha razão em está fazendo aquela crítica"
EM	2	" Eu sinto que, que nós alcançamos o nosso objetivo, o objetivo que a gente tinha de trazer essa, essa coisa boa, esse sentimento bom. O que mais me encanta no universo da gastronomia é o resultado, é ver o cliente feliz..."
EMP	1	" De fazer e entregar coisas que as pessoas possam ter recordações, não desse momento, mas talvez daqui a 10 anos lembrar do que comeram aqui ou quando come alguma coisa aqui, tentarem linkar com alguma, alguma passagem da vida, não é?"

Este comportamento pode ser explicado pela teoria do contágio emocional. O contágio emocional é uma forma de contágio social que envolve a disseminação espontânea de emoções e comportamentos relacionados (Hatfield et al., 1993). Os afetos investidos para conduzir o empreendimento gastronômico tem como finalidade gerar afetos positivos e satisfação nos clientes que buscam os restaurantes. Schoenewolf (1990) define o contágio emocional de forma mais ampla, o entendendo como um processo no qual uma pessoa ou grupo influencia as

emoções ou o comportamento de outra pessoa ou grupo por meio da indução consciente ou inconsciente de estados emocionais e atitudes comportamentais.

A partir destes resultados propõe-se um modelo para os mecanismos de influência do BES e a IE (Figura 2).

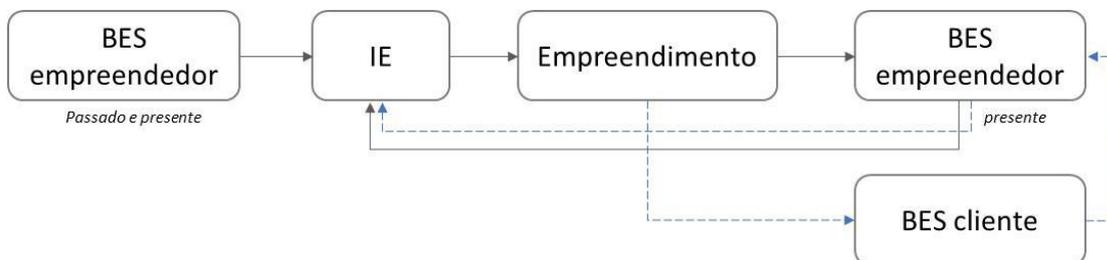


Figura 2. Modelos dos mecanismos de influências do BES na IE

Na fala do EDP pode-se observar todos os elementos de modelo: “ *Cara, como eu falei ali atrás, por ela (gastronomia) ser infinita, ela não tem fim, tu não tem aonde buscar alguma coisa que ela não exista, tu desiste, tudo pode e isso que encanta, o que ela proporciona, são os desafios, não é, de tu criar, de tu desenvolver, de tu ir buscar o conhecimento, de tu multiplicar isso de uma outra forma, que as pessoas consigam absorver isso como uma experiência, eu acho que isso é o fascinante da gastronomia, é dela ter um infinito de conhecimento dentro dela, ela não tem fim, eu acho que isso que fascina, o desafio de tu sair todo dia e tu fazer alguma coisa diferente*”. Ainda, os trechos de falas dos empreendedores relacionados ao BES proporcionado neles, mostra uma possível conexão entre os lados. Esta conexão, e, portanto, o BES do empreendedor, pode ser influenciada pelos seus traços de personalidade (Runst & Thomä, 2023).

A partir dos achados deste estudo, lança-se as seguintes proposições:

**Proposição 1.** O BES do empreendedor vivenciados no passado e no presente influencia positivamente a IE, contudo ela se mantém presente apenas se o empreendimento continuar gerando BES no empreendedor.

**Proposição 2.** O BES do cliente influencia positivamente a IE ao longo do processo de empreender, contudo, sofre interferência dos traços de personalidade do empreendedor.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo compreender a influência do bem-estar subjetivo na intenção empreendedora em empreendedores do ramo da gastronomia. Percebe-se que a predominância de afetos positivos, satisfação com a vida os antecedentes motivacionais de IE estavam presentes na maioria dos casos. Também se identificou que BES estava sendo experienciando no momento presente, seja para o início do negócio, seja ao longo do processo já com o empreendimento estabelecido. BES também foi relatado pelos empreendedores no passado, especialmente os da infância e em família, motivando a IE. E por fim, demonstrou-se que BES influencia a IE. Estas relações de influência do BES na IE demonstraram ser um processo cíclico, onde o BES motiva o início do negócio, mas também realimenta a IE. Esta última constatação nos proporciona evidências de que o empreendedorismo facilita a satisfação psicológica de uma pessoa e afeta o bem-estar subjetivo (Proctor, 2014; Stephan, 2018).

Ressalta-se que o BES é apenas um fator que influencia a IE. Existem muitos outros fatores, alguns levantados nesta pesquisa, que também podem desempenhar um papel importante na

decisão de empreender. O estudo identificou uma possível mediação dos traços de personalidade do empreendedor e a importância do fenômeno do contágio emocional na relação empreendedor-cliente. Esses elementos despertam para a possibilidade de estudos futuros explorando esses novos elementos.

Apesar de existirem evidências na literatura do BES influenciar positivamente a IE, esta investigação contribuiu academicamente com a proposição de um modelo, avançando no entendimento de como o BES influencia a IE, não identificados na literatura. Também pode contribuir com empreendedores na compreensão da importância em buscar o BES como fator para o sucesso do empreendimento, especialmente com aqueles que empreendem no ramo da gastronomia, procurando o desenvolvimento de habilidades de gestão das emoções por meio de ferramentas de autoconhecimento, treinamento e desenvolvimento das pessoas que trabalham na preparação de alimentos na indústria turística. Ainda colabora para ampliar a realização de estudos centrados naqueles que são os responsáveis pelo preparo dos alimentos em uma região turística sul brasileira específica (Gmuer et al., 2015).

O estudo apresentou limitações típicas do uso do método de estudo de casos, porém, as limitações abrem possibilidades para mais estudos. Sugere-se uma pesquisa de abordagem quantitativa, em outras regiões do Brasil e alcançando um número maior de empreendedores.

## REFERÊNCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 27-58.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Albuquerque, A. S., & Tróccoli, B. T. (2004). Development of a Subjective Well-Being Scale. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 20(2), 153-164.
- Anguas, A. (1997). *El significado del bienestar subjetivo, su valoración en México*. Tesis de Maestría en Psicología Social, Universidad Nacional Autónoma de México, Madrid.
- Atiya, T. & Osman, Z. (2021). The effect of entrepreneurial characteristics on the entrepreneurial intention of university students in Oman and Sudan, *Entrepreneurship and Sustainability*, 8(4), 217-234.
- Autio, E., Keeley, R. & Klofsten, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.
- Bradburn, N. M. (1969). *The structure of psychological well-being*. Chicago: Aldine.
- Brasil. (2022). *Boletim de inteligência do mercado do turismo: turismo gastronômico*. Available at: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programa-nacional-de-turismo-gastronomico/>
- Brito, B. A. V., Kuniyoshi, M. S., Cappellozza, A., & Vieira, A. M. (2022). Determining factors of entrepreneurial intention: a study with entrepreneurs and potential entrepreneurs of the state of Acre. *Revista de Administração da UFSM*, 15(2), 290-310.
- Campbell, A. (1976). Subjective measures of well-being. *American Psychologist*, 31(2), 117-124.
- Contreras-Barraza, N., Acuña-Duran, E., Oyanedel, J. C., Salazar-Sepúlveda, G., Vega-Muñoz, A., & Ariza-Montes, A. (2022). Well-being and entrepreneurship intention: an empirical study of new Perspectives. *Sustainability (Switzerland)*, 14(7).
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-26.

- Creswell, J. W. (2014). *Investigação qualitativa & projeto de pesquisa*. (3th ed.) Porto Alegre: 2010
- Darwin, C. (1872). *The expression of the emotions in man and animals*. Londo: Murray.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
- Diener, E. (1995). A value-based index for measuring national quality of life. *Social Indicators Research*, 36, 107-127
- Diener, E., & Larsen, R. J. (1984). Temporal stability and cross-situational consistency of affective, behavioral, and cognitive responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(4), 871-883.
- Diener, E., Lucas, R. E., & Oishi, S. (2002). Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction. *Handbook of Positive Psychology*, 2, 63-73.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276-302.
- Dukes, D., Abrams, K., Adolphs, R. et al. (2021). The rise of affectivism. *Nature Human Behavior*, 5, 816-820.
- Eisenhardt, K. M. (2021). What is the Eisenhardt Method, really? *Strategic Organization*, 19(1), 147-160.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (2009). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Taylor & Francis: New York, NY, USA.
- Foo, M. (2011). Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 375-393.
- Foo, M.-D., Uy, M. A., & Baron, R. A. (2009). How do feelings influence effort? An empirical study of entrepreneurs' affect and venture effort. *Journal of Applied Psychology*, 94(4), 1086-1094.
- Gmuer, A., Nuessli Guth, J., Runte, M., & Siegrist, M. (2015). From emotion to language: Application of a systematic, linguistic-based approach to design a food-associated emotion lexicon. *Food Quality and Preference*, 40, 77-86.
- Gnoatto, D. C. G. (2021). *O efeito mediador do comprometimento sobre a relação entre estilos de liderança e bem-estar no trabalho*. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) - Universidade do Oeste de Santa Catarina, Brasil.
- Gondim, S. M. G. (2015). Emoções e trabalho. In Bendassolli, P., & Borges-Andrade, J. E. *Dicionário de psicologia do trabalho e organizações* (pp. 311-324). São Paulo: Casapsi Livraria e Editora.
- Guedes, H. D., & Gondim, S. M. G. (2020). Emoções. In Gondim, S. M. G. *Manual de orientação e autodesenvolvimento emocional* (pp.13-32). São Paulo: Editora Vetor.
- Hatfield, E., Cacioppo, J. T., & Rapson, R. L. (1993). Emotional contagion. *Current directions in psychological science*, 2(3), 96-100.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(3), 655-674.
- Koe, W., Rizal, M., Majid, S. & Ismail, P. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 197-208.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
- Krueger, N. F. & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurship intentions: applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Krueger, N. F. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 5-23.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.

- Krüger, C., Cavalheiro, G. M., Zonatto, V. C. S. & Kaczam, F. (2021). Intenção empreendedora e motivação para aprender de estudantes do curso de ciências contábeis. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, 15(4), 403-424.
- Kuratko, D. F. (2016). *Empreendedorismo, teoria, processo e prática*. Tradução Noveritis do Brasil. (10th ed.) São Paulo: Cengage Learning.
- Levitt, J.A., Meng, F., Zhang, P., & DiPietro, R.B. (2019). Examining factors influencing food tourist intentions to consume local cuisine. *Tourism and Hospitality Research*, 19(3), 337-350.
- Liñán, F. & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F. & Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3, 11-35.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *New Research Perspectives Int Entrep Manag J*, 11, 907-933.
- Liñán, F., Urbano, D. & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(4), 187-215.
- Lizote, S. A., de Fátima Teston, S., Régis, E. D. S. O., & de Souza Monteiro, W. L. (2021). Tempos de pandemia: bem-estar subjetivo e autonomia em home office. *Revista Gestão Organizacional*, 14(1), 248-268.
- Marcon, D. L., Silveira, A. & Frizon, J. A. (2021). Intenção empreendedora e a influência das teorias do comportamento planejado e dos valores humanos. *Revista de Gestão e Secretariado*, 12(1), 178-204.
- Martinez, M. & Garcia, M. (1994). La autopercepción de la salud y el bienestar psicológico como indicador de calidad de vida percibida en la vejez. *Revista de Psicología de la Salud*, 6(1), 55-74
- Maschio, C. S. R. (2023). *Relação entre estilos de liderança, conflitos intragrupais e bem-estar no trabalho na percepção dos servidores do IFSC*. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) - Universidade do Oeste de Santa Catarina, Brasil.
- Monteiro, M. M. L., Silva, G. B., Sousa, F. R. L., & Melo, C. X. (2020). Intenção empreendedora e formação acadêmica: um estudo com acadêmicos de administração em uma instituição pública. *Research, Society and Development*, 9(1), e115911736.
- Mostafa, M. M. (2020). Global halal food discourse on social media: A text mining approach. *The Journal of International Communication*, 26(2), 211-237.
- Nikolaev, B.N., Boudreaux, C.J., Palich, L. (2018). Cross-country determinants of early-stage necessity and opportunity-motivated entrepreneurship: accounting for model uncertainty. *J. Small Bus. Manag.* 56, 243-280.
- Noval, C. de M., Lizote, S. A., Teston S. de F. & Zawadski, P. Estilos de liderança dos gestores universitários e sua relação com o bem-estar no trabalho dos colaboradores. *Revista GUAL*, 15(1), 2022.
- Organ, K., Koenig-Lewis, N., Palmer, A., & Probert, J. (2015). Festivals as agents for behaviour change: a study of food festival engagement and subsequent food choices. *Tourism Management*, 48, 84-99.
- Proctor, C. (2014). Subjective well-being. *Encyclopedia of quality of life and well-being research*, 6437-6441.

- Runst, P., & Thomä, J. (2023). Resilient entrepreneurs? Revisiting the relationship between the Big Five and self-employment. *Small Business Economics*, 61(1), 417-443.
- Şahin, A. and Kılıçlar, A. (2023 [ahead of print]). The effect of tourists' gastronomic experience on emotional and cognitive evaluation: an application of S-O-R paradigma. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.
- Santos, E. I., Sá Barreto, R. C. & Guzman, S. J. M. (2017). Modelo estrutural para os fatores determinantes da oferta de empreendedores criativos: Ilhéus e Itabuna. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(1), 160-195.
- Schoenewolf, G. (1990). Emotional contagion: Behavioral induction in individuals and groups. *Modern Psychoanalysis*.
- Schumpeter, J. A. (1982). *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural.
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In: Calvin, A., & Vesper, K. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Shapero, A. (1984). The Entrepreneurial Event. In: C. A. Kent Ed., *The environment for entrepreneurship*, M.A.: Lexington Books, Toronto, pp. 21-40.
- Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' mental health and well-being: A review and research agenda. *Academy of Management Perspectives*, 32(3), 290-322.
- Sthapit, E. (2017). Exploring tourists' memorable food experiences: A study of visitors to Santa's official hometown. *Anatolia*, 28(3), 404-421.
- Sthapit, E., Coudounaris, D. N., & Björk, P. (2019). Extending the memorable tourism experience construct: an investigation of memories of local food experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(4), 333-353.
- Svetek, M., & Drnovsek, M. (2022). Exploring the effects of types of early-stage entrepreneurial activity on subjective well-being. *Journal of Happiness Studies*, 23(1), 149-170.
- Vasconcelos, V. N. S. A., Pedron, C. D., Silveira, A. & Andrade, D. C. T. (2020). Intenção empreendedora, comportamento empreendedor inicial e teoria sociocognitiva do desenvolvimento de carreira. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(1), 159-188.
- Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M. Der, & Bradley, S. (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 579-588.
- Yin, R. K. (2017). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. (3th ed.) Porto Alegre: Bookman.