

## **EMPREENDEDORISMO E RESILIÊNCIA: um caso na gastronomia peruana no Brasil** Resumo

*ENTREPRENEURSHIP AND RESILIENCE: a case in Peruvian gastronomy in Brazil*

**GIVALDO GUILHERME DOS SANTOS**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**VÂNIA MARIA JORGE NASSIF**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**FLÁVIA MARIA DA SILVA**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

### **Nota de esclarecimento:**

O X SINGEP e a 10ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias 26, 27 e 28 de outubro de 2022.



ANOS  
SINGEP

## **EMPREENDEDORISMO E RESILIÊNCIA: um caso na gastronomia peruana no Brasil** **Resumo**

### **Objetivo do estudo**

Este artigo pretende analisar como o comportamento empreendedor pode contribuir para o desenvolvimento da resiliência como um atributo decisivo na jornada de seu negócio.

### **Relevância/originalidade**

Esse tema é relevante diante da importância em compreender aspectos intrinsecamente relacionais ao comportamento humano na jornada empreendedora, se são incisivos ou não no enfrentamento de desafios de adaptabilidade e sustentabilidade do negócio.

### **Metodologia/abordagem**

Método com abordagem qualitativa e análise de conteúdo dedutiva.

### **Principais resultados**

Revela como a influência dos aspectos comportamentais foram pontuais na sustentabilidade de sua operação,

### **Contribuições teóricas/metodológicas**

O estudo revela apesar de suas limitações a importância de mais investigações sobre os aspectos cognitivos e afetivos nas ações empreendedoras como atributos de competitividade.

### **Contribuições sociais/para a gestão**

O apelo para o sucesso do empreendedor deva ser considerado aspectos muito além dos processos e também na esfera cognitiva e afetiva.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Empreendedora, Cognição, Afetividade, Resiliência

ANOS  
SINGEP

*ENTREPRENEURSHIP AND RESILIENCE: a case in Peruvian gastronomy in Brazil*

**Study purpose**

This article aims to analyze how entrepreneurial behavior can contribute to the development of resilience as a decisive attribute in your business journey.

**Relevance / originality**

This topic is relevant given the importance of understanding aspects intrinsically related to human behavior in the entrepreneurial journey, whether or not they are incisive in facing challenges of adaptability and sustainability of the business.

**Methodology / approach**

Method with a qualitative approach and deductive content analysis.

**Main results**

It reveals how the influence of behavioral aspects were punctual in the sustainability of its operation,

**Theoretical / methodological contributions**

Despite its limitations, the study reveals the importance of further investigations into the cognitive and affective aspects of entrepreneurial actions as attributes of competitiveness.

**Social / management contributions**

The appeal to the entrepreneur's success must be considered aspects far beyond the processes and also in the cognitive and affective sphere.

**Keywords:** Entrepreneurship, Entrepreneur, cognition, affectivity, Resilience

ANOS  
SINGEP

## **1. Introdução**

A dimensão do tema empreendedorismo avança à medida que novos estudos apresentam circunstâncias relevantes e subjetivas, tais como: fatores emocionais na forma de empreender; e resiliência como um dos atributos decisivos no contexto do negócio. Armond e Nassif (2009) apresentam que o elemento central do empreendedorismo é o empreendedor e como tal estão à mercê nas ações pertinentes ao relacionamento e às mudanças, tendo a liderança como um exercício individual diante de fatores ambientais específicos. Teorias que abordam a conjunção acima mencionada ainda é incipiente na literatura. Nesse sentido, esta pesquisa procurou integrar afetividade, cognição e resiliência humana no comportamento empreendedor no contexto da gastronomia.

A Psicologia traz o processo cognitivo como responsável pelo pensamento, linguagem, memória, raciocínio, entre outras esferas no âmbito do comportamento humano. Além disso, está relacionada ao desenvolvimento do aprendizado e conhecimento (Mitchell et al., 2002). O estudo de Korber e McNaughton (2017) traz três dimensões para explicar a resiliência empreendedora, como autoconsciência empreendedora, reflexividade e aprendizagem contínua que se fazem presentes em uma jornada de longo prazo. Ballon (1989) discorre que a emoção consiste em um fator essencial para o processo de desenvolvimento humano e as emoções são disposições corporais dinâmicas que surgem, e ainda são materializadas em algum domínio emocional, com movimentos ou posturas corporais (Maturana, 2001).

Empreendedores no enfrentamento de desafios ou grandes rupturas reagem diferentemente frente aos problemas com resultados muitas vezes distintos. Esse fenômeno tem chamado a atenção de várias correntes teóricas para entender a reação humana diante de mudanças em um ambiente de incertezas no negócio. A partir destas reflexões, esta pesquisa procurou responder a seguinte questão: como a resiliência pode contribuir para o desenvolvimento do comportamento empreendedor? Sendo assim, delineou-se como objetivo para a pesquisa analisar como o comportamento empreendedor pode contribuir para o desenvolvimento da resiliência como um atributo decisivo na jornada de seu negócio.

O estudo justifica-se pela importância que novas abordagens sob a ótica da psicologia, que avançam sobre a jornada empreendedora, além de buscar ampliar compreensões com o ineditismo de um caso específico de uma empreendedora do ramo da gastronomia peruana no Brasil, assim como a vivência para o desenvolvimento, consolidação e superação de seu negócio empreendedor.

## **2. Referencial Teórico**

Esta seção traz em um primeiro momento conceitos e estudos diante de aspectos relacionados ao empreendedorismo, aspectos cognitivos, afetivos e o fator resiliência. Em seguida, segue o tópico teórico que aborda a gastronomia peruana no campo institucional como um bem imaterial daquela sociedade que demonstrou forte influência cultural na jornada gastronômica da empreendedora. Apresenta-se, ainda, dois mapas conceituais sobre a lente teórica que envolve esses dois momentos.

### **2.1 Empreendedorismo, aspectos cognitivos, afetividade e a resiliência**

O empreendedorismo tem evoluído como um recurso na busca de oportunidades, bem como fonte de inovação e geração de empregabilidade, que possibilitar gerar uma série de abordagens diante da sua pluralidade (Van Praag & Versloot, 2007). Desde Weber (1958), com sua abordagem sociológica; Shumpeter (1972), sob a ótica econômica; e Shane e Venkataraman (2000), sob a ótica processual, com ênfase na busca de oportunidades. Todas essas correntes vêm gerando grande contribuição na compreensão das atividades empreendedoras. Entretanto, a literatura vem apresentando uma evolução em trabalhos sobre resiliência nas áreas de

Psicologia e Negócios. Korber e McNaughton (2017) discorrem que grande parte desses trabalhos estão relacionados às variáveis de adaptabilidade, transformabilidade e vulnerabilidade. Há uma busca na compreensão do fenômeno, porque que empreendedores resilientes tem melhor desempenho em seus negócios?

Outros estudos buscam também compreender o empreendedorismo com base na influência dos aspectos cognitivos. Nessa linha teórica, Baron (2018) apresenta que o comportamento empreendedor deve ser analisado sob a visão humana de acordo com uma abordagem que denominou de integrativa. Nesse campo, a resiliência se mostra como uma propriedade essencial na atividade empreendedora, que consiste em superar obstáculos e manter a sustentabilidade do negócio. Nesse contexto, Wallon (1989) considera que aspectos tanto racionais como emocionais atuam como o mesmo grau de influência no comportamento humano. Essa proposta se alinha com a perspectiva de Baron (2008) de que há evidências que aspectos cognitivos e afetivos influenciam no comportamento da resiliência do empreendedor.

Dentro de um conceito clássico da psicologia, a cognição pode ser entendida como um conjunto de processos psicológicos utilizados por meio dos pensamentos capazes de compreender o reconhecimento, a organização e a compreensão de informações oriundas dos sentidos. A cognição, em um conceito simples, considera-se como a forma como o cérebro percebe, aprende, recorda e pensa sobre toda informação relacionada aos cinco sentidos. Esse processo gera o julgamento através do raciocínio (Fiske & Taylor, 1991).

Nessa perspectiva, Klein (2018) apresenta que a atitude empreendedora está relacionada a cognição (pensar, perceber e agir) como um aspecto decisivo na jornada empreendedora. No contexto teórico desse empreender de forma cognitiva aparece o elemento resiliência, que no âmbito da pesquisa pode ser considerado conforme definição de Fletcher e Sarkar, (2013), como um atributo de comportamento de superação em face das dificuldades e adaptabilidade.

Nesse sentido, MacMillan e Katez (1992) corroboram sobre a importância do processamento da informação e cognição empreendedora por meio de uma abordagem multidisciplinar capaz de alcançar uma melhor visão desse ator, enquanto um ser empreendedor capaz de gerar prosperidade. Nessa linha, tem-se afirmado que duas grandes categorias de fatores influenciam essa capacidade empreendedora: i) a posse da informação necessária para identificar oportunidade; e ii) e as propriedades cognitivas necessárias para explorá-la (Shane & Venkataraman, 2000).

Essa função empresarial envolve a atenção especial quanto à importância no processo de desenvolvimento desde a perspectiva cognitiva a intensão empresarial que conduza a criação de um negócio (Fernandez et al., 2009). Nesse contexto, Curseu et al. (2010) revelam que as decisões estratégicas no campo do empreendedorismo são complexas por natureza, portanto, empreendedores são sensíveis a vieses cognitivos no ambiente competitivo.

Quanto ao fator resiliência, de acordo Souza Cruz e Moraes (2013), trata-se de um fenômeno subjetivo do ponto de vista humano capaz de gerar uma capacidade de adaptabilidade a desafios iminentes da vida, principalmente vivenciadas pelo pequeno empreendedor. Nesse ponto, Conner (1995) discorre que há uma categoria de pessoas que apresenta um conjunto de atributos que a princípio acentua a habilidade de absorver grandes mudanças. O que faz com que a resiliência seja tal qual uma pista que concebe uma recomposição do mistério da mudança em um processo inteligível e gerenciável.

Conclui-se, portanto, com essa lente teórica, que a dinâmica que os fatores relacionados ao empreendedorismo, tais como a fatores cognitivos, emoções e a resiliência têm gerado intensas discussões, conforme Lima (2014) ressalta em relação à abordagem do termo resiliência enquanto um fenômeno subjetivo relativo aos indivíduos com mais adaptabilidade e resignação diante de grandes desafios com ênfase em momentos de desafios no percurso ou grandes rupturas no ambiente empresarial.

Consiste conforme Minello e Scherer (2014), em compreender e analisar as características dentro do conceito resiliência empreendedora, de que forma o comportamento pode ou não ser associado a descontinuidade do negócio. Leão (2019), Rodrigues (2019) ressaltam a importância de a temática do comportamento empreendedor requerer uma agenda de estudos relacionadas a afetividade e cognição.

## **2.2 Gastronomia Peruana e sua Estratégia Institucional**

Esta subseção aborda a unidade de análise conceitual diante do fenômeno resiliência em face ao fator afetivo e cultural que influenciou diretamente na jornada da empreendedora. A estratégia institucional peruana se refere a um bem imaterial que emergiu de sua própria sociedade, envolvendo praticamente todos os atores nesse processo (agricultores, chefs, governo, entidades, etc.) e que emergiu mundialmente (Kraus et al., 2018),

Considera-se, inicialmente, apresentar o conceito do termo gastronomia, que começou a ser difundido após a Revolução Francesa, como um incentivo para a evolução da alta culinária. Inúmeros modelos de negócios surgiram até então como cafés, restaurantes e estabelecimentos urbanos parisienses que se propagaram a partir da metade do século XIX (Monanari, 2010). Com forte apelo cultural a comida se manifesta como um dos elementos de identidade social envolve um conjunto de práticas, rituais, artefatos ingredientes de uma região específica com uma linguagem própria através dos alimentos (Drouard, 2007).

Dentro dessa pluralidade como um dos elementos de identidade social, o Peru apresenta uma população historicamente multicultural que revela uma herança viva ao longo dos séculos. Sua culinária é fruto dessa riqueza de técnicas e produtos que impulsionaram sua gastronomia mundialmente. A cozinha peruana, dotada de muita tradição, tem uma imensa variedade de produtos (Rocha, 2019).

Localizado no oeste da América do Sul, com cerca 32.971.846 habitantes, o Peru, que tem significado indígena “terra de abundância”, apesar de sua localização tropical, apresenta uma grande diversidade de clima e modo de vida. O nome se refere à riqueza econômica produzida pela civilização Inca, conhecida pelo seu alto grau de organização e prosperidade que habitou a região por séculos, a *gastronomização*. Ademais, pode ser configurada dentro das inúmeras facetas nas mudanças nos hábitos alimentares na atualidade como o resgate do prazer de se relacionar com os alimentos. O *boom* gastronômico evoluiu de forma vertical com uma relação cada vez mais próxima com o meio rural. Desde a década de 1980, o Peru avançou com sua rica cozinha tradicional, incorporando uma leitura europeia associada as técnicas e finalizações culinárias (Zanet & Schneider, 2019; IBGE, 2022; Matta, 2013; Cunha, 2015; Valderama, 2012; Barbosa, 2009).

Desde então, o Peru conforme Zanet (2017), se organizou integrado a uma rede abrangente que envolve chefs, produtores, consumidores, governo, aliados a órgãos internacionais. Essa estratégia institucional mostra que o setor gastronômico reforça uma tendência de crescimento sustentável com um ritmo que supera a expansão do produto interno produto do país. Esse cenário influencia diretamente em dois setores pontuais no Peru: a agricultura e o turismo.

Valderama (2012) considera que esse discurso sustentável promoveu também, junto aos chefs peruanos, uma narrativa integrada entre sustentabilidade e gastronomia movida pelo sentimento de apropriação cultural que emergiu da própria sociedade peruana. Considera-se, dentro dessa estratégia institucional, uma relação integrada que envolve desde a capacitação de agricultores; visibilidade dos agricultores através de eventos e ações nos espaços nativos e estratégias de comercialização com novos canais, restaurantes, feiras e mercados virtuais.

Sarah e Matta (2020) propõem que a adaptabilidade da cozinha peruana, como arte culinária moldada aos padrões internacionais, apresenta-se como um dos elementos que deram

origem ao fenômeno conhecido como *boom gastronômico peruano* alimentando uma indústria de comensais nacionais e internacionais. Esse fenômeno, aliado a uma cobertura midiática através dos chefs de cozinha, propiciou a uma percepção por parte da população peruana de elevação da autoestima e de fonte de orgulho nacional diante de uma oportunidade real de crescimento socioeconômico.

Por sua vez, Rocha (2019) discorre que o Peru de hoje é uma herança viva da pluralidade cultural histórica ao longo do tempo. Condições geográficas, climáticas também contribuíram para uma riqueza de produtos e técnicas que promove sua gastronomia em uma das mais diferenciadas na atualidade. O apoio institucional do governo peruano também contribuiu para o avanço global na divulgação da comida peruana. Dá como exemplo Portugal que de três restaurantes hoje comporta 17 operações peruanas em várias regiões com um forte apelo na diversidade de sabores.

No Brasil, conforme Amarillo e Viera (2021), a região sul do Brasil tem um importante centro de gastronomia peruana, sendo um exemplo e representando um promissor centro de potencial turístico e cultural na região. Isso torna o turismo gastronômico, segundo Kraus et al. (2018), um recurso patrimonial fundamental nessa cadeia através dos chefs peruanos que atuam fora do país liberando toda a criatividade e energia no preparo de pratos típicos tais como: Ceviche, Lomo saltado, Aji de gallina, entre outros. Esse *boom* gastronômico do Peru está relacionado a dois fatores fundamentais: a diversidade ecológica e climática, que gerou uma grande oferta de produtos frescos. Essa pluralidade de sabores satisfaz não só a dona de casa, mas ao chef mais exigente diante de um cenário de abundância de insumos tais como: peixes, crustáceos, moluscos, aves, caprinos, batata, milho doce, pimentas, a caça selvagem, a banana, mandioca, frutas locais, entre outros. Junta-se a essa culinária a rica tradição da influência de culturas ocidentais tais como espanhóis e chineses.

Este panorama suscitou a inquietação de investigar, à luz das teorias aqui relatadas, um caso de uma empreendedora que atua no ramo da gastronomia peruana. A partir dessa narrativa foi promovido o alicerce para ancorar três categorias de análise com base nas abordagens apresentadas sobre: i) cognição; ii) afetividade; e iii) resiliência. A seção pertinente a “gastronomia institucional peruana” apresenta-se como uma base teórica adjacente, entretanto relevante como principal elo cultural na investigação sobre o aspecto cognitivo da empreendedora.

### **2.3 Síntese teórica – Cognição, Afetividade, Resiliência e a gastronomia peruana**

Apresenta-se o mapa conceitual que envolve uma síntese sobre os tópicos abordados em um primeiro momento sobre os aspectos de: i) cognição; ii) afetividade; e iii) resiliência sob a ótica empreendedora. No segundo momento, revela a concepção teórica sobre a gastronomia do país Peru como um bem cultural e imaterial que apresenta o contexto de uma estratégia institucional daquele país em promover para o mundo sua gastronomia como um bem imaterial de seu povo. A Figura 1 revela o contexto teórico sobre cognição, afetividade e resiliência.

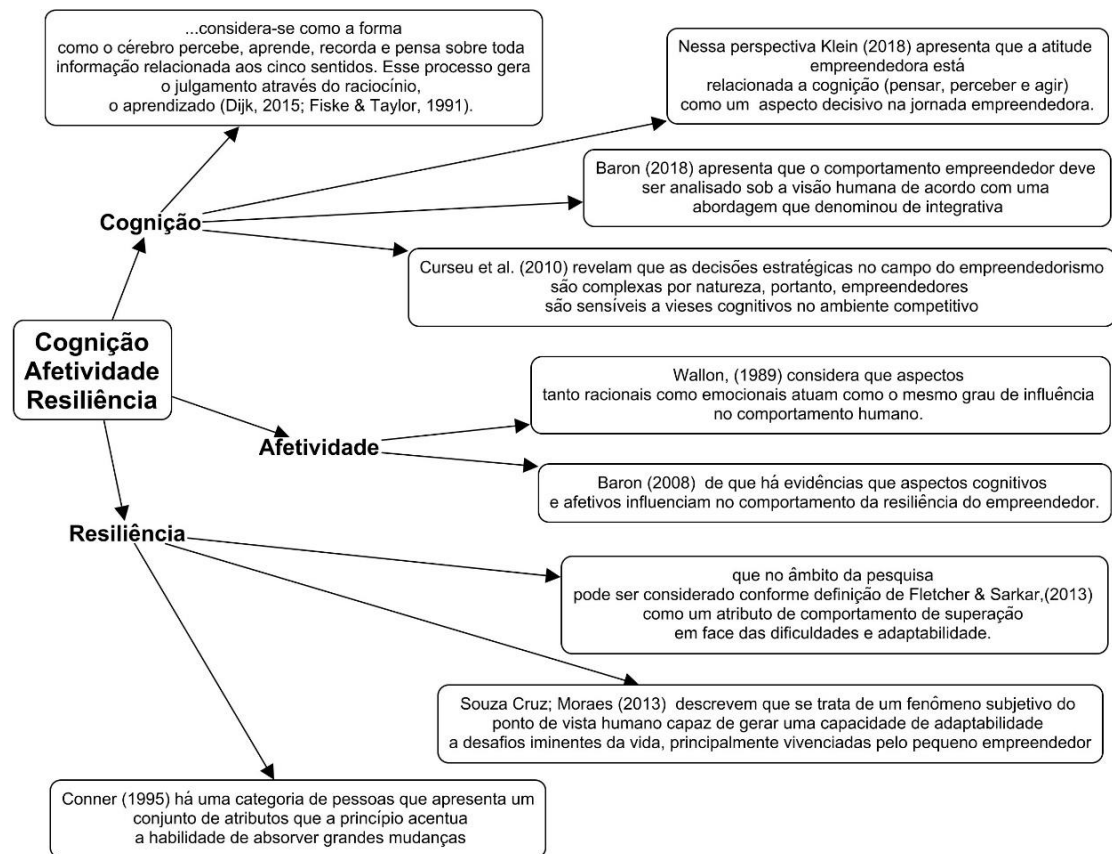


Figura 1 - Mapa conceitual – síntese principais aspectos (cognição, afetividade e resiliência)  
 Fonte: Elaborada pelos autores.

Consolida-se, portanto, as três vertentes relacionadas ao construto “resiliência”. Quanto aos aspectos culturais identificados como elementos de conexão com o estudo de caso a Figura 2 ilustra uma síntese desse contexto.

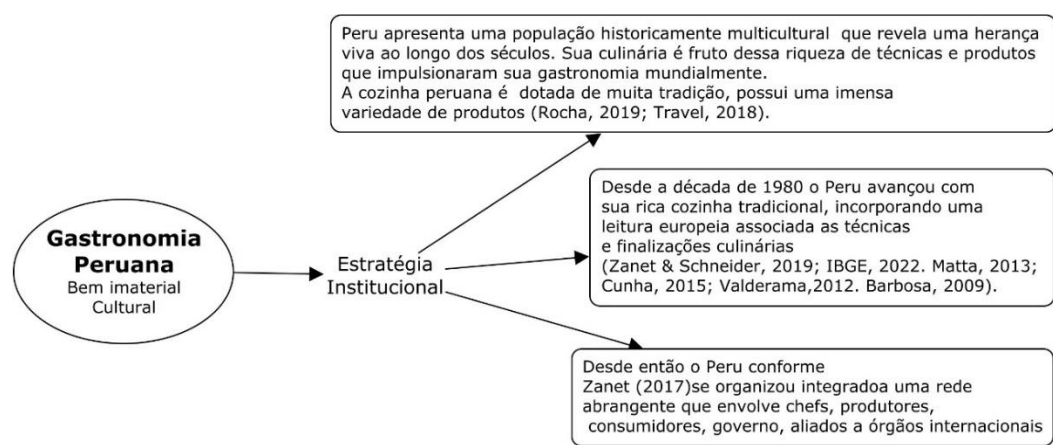


Figura 2 - Mapa conceitual teórico - Gastronomia peruana  
 Fonte: Elaborada pelos autores.

Os principais aspectos teóricos nesta seção conforme cenário sintético na Figura 2 estão relacionados a influência que o fator “bem imaterial da gastronomia peruana” promoveram o elemento “cultural” como um fator de relevância e de conexão na postura da empreendedora investigada.



### 3. Método Aplicado

A pesquisa de caráter exploratório com método qualitativo alicerçou os dados por meio de entrevistas com roteiros semiestruturados, e isso possibilitou que os resultados fossem categorizados e explicados com base na análise de conteúdo, que utiliza um conjunto de técnicas de comunicações. A análise de conteúdo, conforme Vergara, (2005), Bauer (2002), Bardin (1977), pode ser aplicada para fins exploratórios confirmando ou não suposições e ainda admite abordagens tanto quantitativas como qualitativas.

Mediante a revisão da literatura, elencaram-se os fundamentos teóricos que orientaram a aplicação no levantamento empírico e teórico. Aspectos epistemológicos e semânticos, diante do objeto de estudo, foram interpretados e justificados em um primeiro momento sob a ótica empirista cujo conhecimento deve ser baseado na experiência. Em um segundo momento, a análise empírica motivou uma análise relacionada com os conceitos teóricos abordados. O método aplicado envolveu um protocolo de pesquisa com uma jornada de ações promovidas em campo com um roteiro configurado em três etapas conforme ilustra a Figura 3.

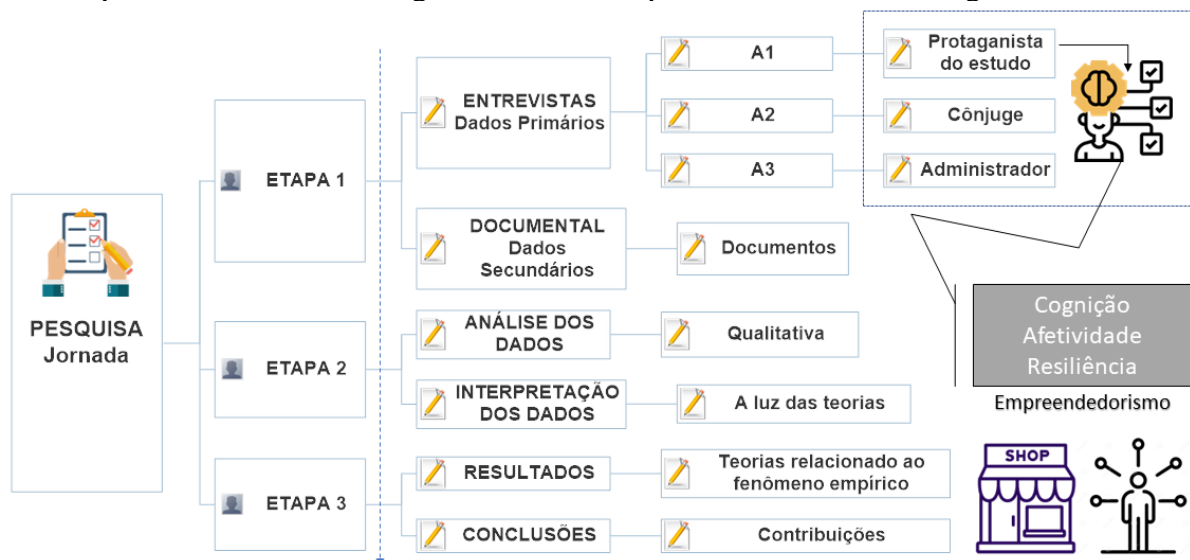


Figura 3 - Etapas da pesquisa de campo  
 Fonte: Elaborada pelos autores.

#### 3.1 Identificação do objeto de estudo

Trata-se de uma empreendedora natural de São Paulo, que tem uma operação tipo restaurante, especializado em gastronomia peruana, com sede em um centro comercial na região de Campinas. O negócio acaba de completar três anos em abril de 2022. A empresária está classificada como pessoa jurídica na categoria de micro e pequena empresa e tem como sócio o cônjuge de origem peruana.

A empreendedora assume a operação do restaurante e o cônjuge atua na gestão administrativa do negócio, além de absorver outra profissão na área de tecnologia. A escolha do perfil da empreendedora atendeu aspectos alinhados com o objetivo da pesquisa diante da conveniência e disponibilidade. O estudo de caso definido por Yin (2001, p. 33) como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real” alinha-se aos requisitos da empreendedora do caso.

### 3.2 Síntese histórica na jornada da empreendedora

Para efeito do estudo, a jornada da empreendedora foi classificada em três momentos de coleta de dados. O primeiro momento envolvendo a concepção do negócio; em seguida, a implantação. e o terceiro momento a situação atual da operação. A Figura 4 apresenta uma síntese desse percurso histórico.com imagens que ilustram o início da primeira operação na casa da empreendedora e, logo após, na inauguração do restaurante no centro comercial.

Mom ento N°	Tipo	Síntese
1	Concepção do negócio	Em 2005 a empreendedora resolve viajar para os Estados Unidos após terminar o curso de graduação em Comunicação. Nas primeiras semanas conhece seu futuro cônjuge peruano naquele país. Apesar do interesse em atuar na área de marketing, um novo objetivo começa a ser traçado quando tem contato com a gastronomia peruana. Retorna para o Brasil, resolve se especializar no ramo, começa a atuar com gastronomia em casa. O sucesso inesperado com menos de um ano nessa primeira investida norteia a empreendedora a fazer um curso de especialização na gastronomia no Peru já com vistas em abrir um negócio formal.
2	Implantação	Quando retorna ao Brasil resolve inaugurar sua primeira operação (27.04.2019), em um centro comercial em Campinas/SP. Com o restaurante inaugurado o negócio tem uma boa alavancagem comercial no primeiro ano, mas em 2020 vem a crise motivada pela Pandemia Covid-19. Foi um momento decisivo e de grandes desafios durante os dois anos seguintes.
3	Desempenho Atual	No segundo semestre de 2021, retoma os negócios promovendo uma alavancagem e, o ponto de equilíbrio comercial se dá a partir de 2022, colocando a operação em uma nova rota sustentável no mercado. Promove uma série de mudanças no mix de produtos. Direciona seu negócio para o público A/B. Requalifica sua mão de obra, principalmente na cozinha. Direciona seu marketing além do público local. Se torna ponto de referência gastronômica e qualidade na região de Campinas.

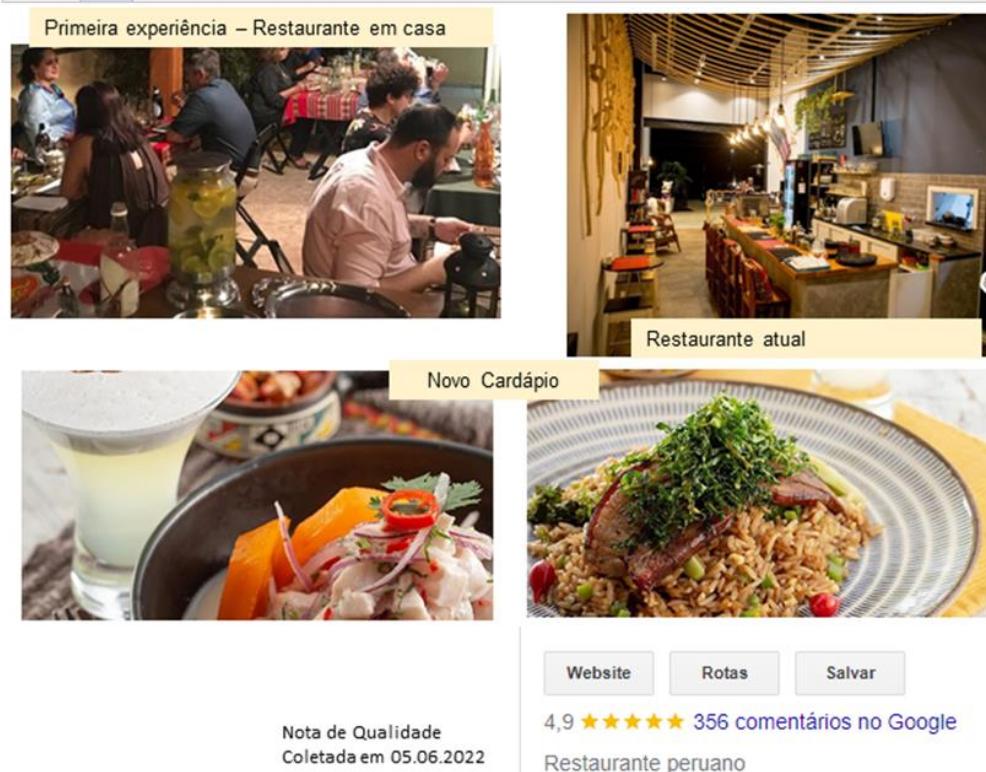


Figura 4 - Síntese do percurso histórico da empreendedora  
 Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa documental.

### 3.3 Protocolo de entrevistas

O protocolo de entrevistas seguiu um roteiro operacional com a pesquisa de campo diante dos atores envolvidos no próprio local da operação: A entrevista chave considera como a principal fonte de análise para os depoimentos da empreendedora do restaurante peruano, denominada aqui de (E-1). Entrevistas adjacentes - em seguida seu cônjuge escolhido pela participação direta na gestão administrativa do negócio denominado de (E-2), bem como o administrador do centro comercial denominado de (E-3), diante da relação comercial e estratégica com o negócio de (E-1). Durante esse período de coleta de dados, foram fornecidos pelos atores envolvidos, documentos e informações complementares sobre o objeto de estudo, além de observações realizadas no restaurante em operação.

Considera-se, nesse protocolo de pesquisa, três grandes momentos na coleta de dados: (i) a concepção do negócio; (ii) implantação; e (iii) Desempenho atual. Foram apresentados relatórios operacionais durante o percurso empresarial que se alinham com as informações fornecidas pelo administrador do centro comercial (E-3) durante o período histórico investigado (2019 a 2022). Na Figura 5, é possível verificar o cenário operacional adotado na coleta de dados em campo, com as entrevistas que foram agendadas, conforme conveniência e disponibilidade dos agentes envolvidos, que ocorreram durante os meses de abril, maio e junho de 2022.

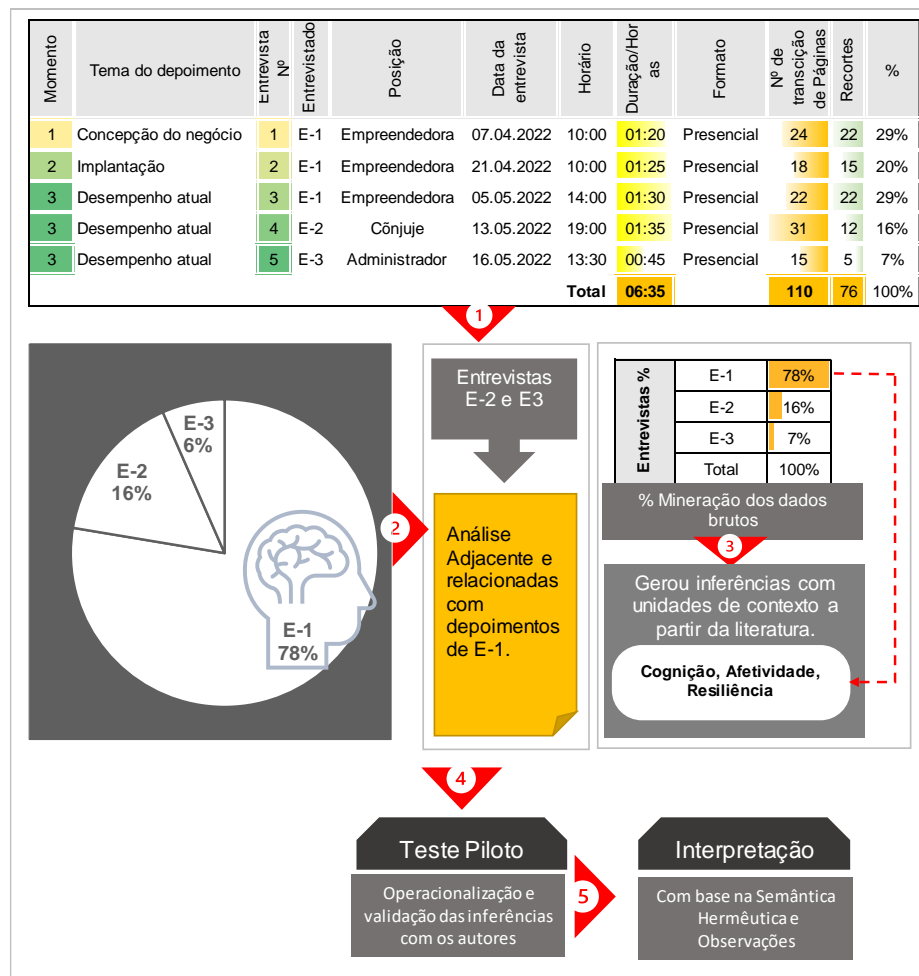


Figura 5 – Roteiro operacional de entrevistas  
Fonte: Elaborada pelos autores.

A Figura 5 apresenta o fluxo de informações obtidas junto aos atores envolvidos com base na coleta de dados. A empreendedora protagonista na investigação ficou com 78% no levantamento (entrevistas e transcrições), envolvendo os três momentos da investigação seguido de (E-2) com 16% e (E-3) com 6%. Ao se consolidar a fase de coleta de dados, foram transcritos todos os depoimentos, que totalizaram 110 páginas, culminando em 76 recortes com base de categorias elencadas por meio do referencial teórico, utilizando-se a técnica de análise de conteúdo dedutiva.

### 3.4 Resultados - Entrevistas

Após a transcrição de todo conteúdo pertinente as entrevistas, os dados foram minerados com base na recorrência e importância das informações nas entrevistas relacionadas ao construto envolvendo os pilares: i) cognição (autoconhecimento, protagonismo e cultura); ii) afetividade (incerteza e medo); e iii) resiliência (adaptabilidade e enfrentamento). A mineração dos dados, com base interpretativa, deu origem a 76 recortes, classificados pelo grau de importância na frequência, recorrência e semântica no conteúdo das entrevistas relacionadas ao construto.

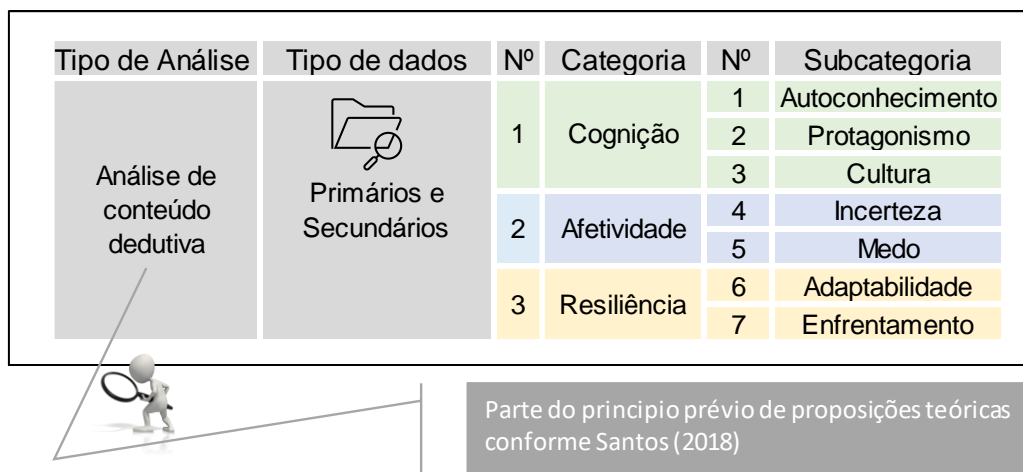


Figura 6 - Fluxo de informações na coleta de dados  
 Fonte: Elaborada pelos autores.

### 3.5 Operacionalização e Interpretação de E-1 (Empreendedora)

Na primeira etapa de levantamento dos dados, conforme roteiro da pesquisa, levou-se em consideração analisar a frequência de ocorrências verificadas em conjunção com o contexto de análise diante das unidades de registro pré-estabelecidas, relacionadas aos pilares da pesquisa. Nesse primeiro cenário, tornou-se relevante apurar dentro da narrativa da empreendedora os aspectos com mais frequência divididos em três momentos na análise. Na Figura 7 segue a análise do primeiro momento relacionado a concepção do negócio.

MOMENTO 1 - CONCEPÇÃO DO NEGÓCIO						
Categoria de Análise	Unidade de Análise	Nº de Ocorrências		Total	Ocorrências por unidade de análise	Recorte E-1
		Narrativa	Emoções			
COGNIÇÃO	AUTOCONHECIMENTO	3	3	6	16	Após formação em Comunicação empreendedora vai para USA em busca de autoconhecimento.
	PROTAGONISMO	2	2	4		Busca controle da vida. Demonstra entusiasmo ao falar si própria.
	CULTURA	3	3	6		Socialização com futuro cônjuge de origem peruana. Conexão com cultura
AFETIVIDADE	INCERTEZA	3	2	5	11	Saudades da família, momentos de excitação, saudades do Brasil. Forte Emoção.
	MEDO	3	3	6		momento de forte afetividade ao receber visita do pai. Momento de incertezas.
RESILIÊNCIA	ADAPTABILIDADE	3	2	5	9	Capacidade de adaptabilidade a cultura na USA. Demonstra orgulho nesse atributo.
	ENFRENTAMENTO	2	2	4		Enfrentamento e resignação aos inúmeros desafios na USA. Trabalho, social, solidão social.
Total ocorrências		19	17	36	36	

Figura 7 – Momento 1 - Concepção do negócio  
Fonte: Elaborada pelos autores.

Nesse primeiro momento, há uma predominância com maior número de ocorrências no quesito cognição com a busca de E-1 por alto conhecimento, sinais na narrativa de protagonismo em suas ações, seguido do atributo afetividade na frequência de narrativas e emoções demonstradas, especialmente diante das incertezas vivenciadas com a distância da família. O fator resiliência já aparece mesmo em menor frequência com a capacidade de adaptabilidade e enfrentamentos diante das circunstâncias sociais vivenciadas em outro país.

MOMENTO 2 - FASE DE IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO						
Categoria de Análise	Unidade de Análise	Nº de Ocorrências		Total	Ocorrências por unidade de análise	Recorte E-1
		Narrativa	Emoções			
COGNIÇÃO	AUTOCONHECIMENTO	3	2	5	13	Empreendedora afirma que é uma devoradora de informações. Entusiasta pelo conhecimento.
	PROTAGONISMO	2	2	4		Resolve sair do emprego estável e entra de cabeça na gastronomia peruana.
	CULTURA	2	2	4		Fica fascinada com a cultura peruana. Vai para o Peru para fazer cursos na maior escolha do país.
AFETIVIDADE	INCERTEZA	1	1	2	4	Momento de indecisão na hora de abrir o restaurante.
	MEDO	1	1	2		A falta de conhecimento gerencial inibe a principio a ideia de empreenderer
RESILIÊNCIA	ADAPTABILIDADE	2	2	4	6	Resolve inicialmente abrir o restaurante em casa nos finais de semana.
	ENFRENTAMENTO	1	1	2		Após consolidar cenário em casa parte para enfrentar desafios abrindo o restaurante peruano em um centro comercial.
Total ocorrências		12	11	23	23	

Figura 8 - Momento 2 - Implantação do negócio  
Fonte: Elaborada pelos autores.

O segundo momento conforme a Figura 8 apresenta E-1 com uma frequência também decisiva de ocorrências em sua narrativa nos aspectos cognitivos seguido pela frequência de atributos de adaptabilidade e enfrentamento diante dos novos desafios em seguir em frente com o objetivo de abrir um restaurante peruano. O fator afetividade apesar de apontar aspectos relacionados a indecisão e falta de conhecimento gerencial não foram fatores decisivos em sua decisão de seguir em frente.

MOMENTO 3 - Desempenho Atual						
Categoria de Análise	Unidade de Análise	Nº de Ocorrências Narrativa	Emoções	Total	Ocorrências por unidade de análise	Recorte E-1
COGNIÇÃO	AUTOCONHECIMENTO	3	2	5	17	Pademia Covid 19 exigiu uma profunda reflexão de como seguir em frente.
	PROTAGONISMO	5	1	6		Tomada de decisão, redução drástica no quadro de trabalho, assume postos
	CULTURA	3	3	6		Muita socialização com cônjuge, família e amigos
AFETIVIDADE	INCERTEZA	2	1	3	7	Momento de muita angústia. Muita emoção nesse momento.
	MEDO	2	2	4		Medo constante de perder tudo que construiu com tanto trabalho.
RESILIÊNCIA	ADAPTABILIDADE	4	2	6	14	Realinha modelo de negócios. Trabalha de domingo a domingo em todas as frentes do negócio.
	ENFRENTAMENTO	4	4	8		Em conjunto com administração do Mall aceita nova estratégia de alavancagem. Muda cardápio. No segundo semestre de 2021 começa a reequilibrar as contas.
Total ocorrências		23	15	38	38	

Figura 9 - Momento 3 - Desempenho Atual

Fonte: Elaborada pelos autores.

O momento 3 é marcado também pelo forte apelo cognitivo nas ações da empreendedora que diante da jornada inicial do negócio ainda enfrenta a Pandemia Covid 19. Ressalta-se, ainda, em seu discurso, a importância do cônjuge, família e amigos para vencer a incerteza e o medo de perder o negócio. Em um segundo momento, é revelado a maior frequência no quesito resiliência onde consolida que a maturidade diante de seu histórico na jornada empreendedora foi decisiva para o enfrentamento e adaptação durante o período crítico.

### 3.6 Operacionalização e Interpretação de E-2 e E-3

Na análise das narrativas de E-2 (cônjuge) e E-3 (administrador do Mall), levou-se em consideração analisar a conexão da jornada empreendedora sob a ótica comportamental na gestão do negócio, bem como levantar dados operacionais e desempenho do negócio, principalmente ao período crítico diante da Pandemia Covid-19, decisivos no contexto da resiliência da empreendedora.

Convém ressaltar que as sínteses dos recortes foram hierarquizadas de acordo com as inferências dos entrevistados sobre o contexto em análise. Quanto às ocorrências observadas sobre o fator “emoções”, foram sinalizadas no momento das gravações diante da entrevistada por meio de anotações em relatório específico. Nesse aspecto, também foi levada em consideração as audições na frequência dos significados pragmáticos e semânticos na linguagem verbal e não verbal identificadas na comunicação da entrevistada com uma contagem simples e ordinal.

Roteiro operacional de entrevistas com E-2 e E-3								
Tema da entrevista	Entrevista Nº	Entrevistado	Posição	Data da entrevista	Horário	Duração	Nº transcrição de páginas	Recortes
Desempenho atual do negócio	4	E-2	Cônjuge	13.05.2022	19:00	01:35	31	12
	5	E-3	Administrador	16.05.2022	13:30	00:45	15	5
					Total	<b>02:20</b>	Total	<b>17</b>
Principais aspectos identificados nos 17 recortes nas entrevistas de E2 e E3								
 E-2	Afirma que E-1 é pura emoção. Age com o negócio como se fosse uma missão. Destaca a capacidade emocional de enfrentar desafios. Definitivamente ama o que faz. Enfatiza a habilidade de E-1 em ser ágil nas mudanças.							
	Quanto ao negócio enfatiza inicialmente o grau de dificuldade na abertura do negócio. Destaca o período da pandemia como o grande enfrentamento até aqui.							
	Destaca que o negócio voltou a alavancar no segundo semestre de 2021. Que muitas mudanças foram realizadas. A operação está acima do ponto de equilíbrio. Há um esforço conjunto na aprendizagem cada vez maior na dinâmica da gestão.							
 E-3	Foi o responsável pela negociação do ponto comercial em 2019 para E-1. Apesar de E-1 não ter um negócio formal foi buscar informações sobre o desempenho da operação que E-1 mantinha no começo em sua casa.							
	Com mais de 30 anos de mercado no ramo de shopping center E-3 reconhece que foram poucos os lojistas que conheceu ao longo do caminho com a dinâmica em tocar um negócio como E-1. "De domingo a domingo puro entusiasmo com o negócio".							
	O período de Pandemia Covid-19 foi sem dúvidas o pior enfrentamento em sua carreira. "Implantamos uma estratégia de contingência. Infelizmente alguns lojistas caíram ao logo do caminho. E-1 mesmo diante dos mesmos desafios negociou dívidas, aceitou novas regras e o principal, assumiu de corpo e alma uma nova estratégia para o seu negócio.							

Figura 10 - Roteiro de entrevistas com (E-2 e E-3)

Fonte: Elaborada pelos autores.

#### 4. Análise dos resultados

Para se analisar a resiliência como um atributo dentro do contexto da pesquisa no comportamento empreendedor, observa-se, por meio da investigação empírica, a relação direta e conjugada com as categorias de análise *cognição* e *afetividade*, como elementos predecessores que justificam a influência comportamental direta na jornada da empreendedora. A investigação do fenômeno empírico apresenta elementos considerados importantes para a análise da resiliência no cenário vivido diante de sua trajetória como um fator decisivo na jornada de sua operação de gastronomia peruana.

Esse cenário verificado se alinha com os preceitos de Conner (1995), uma vez que existe uma categoria de pessoas que apresentam uma gama de atributos que geram essa capacidade de enfrentamento aos desafios. Essa capacidade também de adaptabilidade discorre Souza Cruz e Moraes (2013) está relacionada a um fenômeno subjetivo do ponto de vista humano principalmente vivenciados pelo pequeno empreendedor em uma jornada constante de desafios.

Em relação à cognição, Fiske & Taylor (1991) consideram-na como a forma como o cérebro percebe, aprende, recorda e pensa sobre as informações relacionadas. Nesse âmbito, as narrativas da empreendedora apresentaram uma grande frequência de históricos empíricos na qual demonstra a importância de sua capacidade de protagonismo, autoconhecimento e o forte apelo cultural motivada inicialmente pelo cônjuge pelo interesse na gastronomia peruana. Baron (2018) apresenta que o comportamento empreendedor deve ser analisado pela ótica

humana diante de sua abordagem que denominou de integrativa. Klein (2018) ressalta o aspecto decisivo na jornada cognitiva na atitude empreendedora, entretanto Curseu et al. (2010) revelam que, nesta seara, as decisões estratégicas são complexas por natureza e que empreendedores são sensíveis a vieses cognitivos.

No campo da afetividade as narrativas empíricas revelam em seus principais recortes uma tendência a insegurança e o medo da empreendedora diante de desafios diante dos três cenários apresentados na pesquisa de campo. Nesse campo, Wallon (1989) considera que aspectos tanto racionais como emocionais atuam com o mesmo grau de influência no comportamento humano. Ademais, Baron (2008) considera que há evidências que aspectos cognitivos e afetivos influenciam no comportamento da resiliência do empreendedor. Essa afirmativa corrobora com a frequência na narrativa da empreendedora quanto ao fator afetivo, as emoções e elementos culturais que evidenciaram sua trajetória.

Quanto aos aspectos culturais, também são relevantes como elementos decisivos na tomada de decisão da empreendedora em declinar de sua carreira promissora no marketing em uma grande empresa e buscar um novo rumo profissional. Rocha (2019) e Travel (2018) apresentam que a cozinha peruana além de histórica possui um percurso institucionalizado no mundo com sua rica cozinha tradicional. Por fim, essa discussão apresenta evidências entre o fenômeno empírico estudado e as vertentes teóricas apresentadas.

## 5. Considerações Finais

A resiliência, principalmente, na dimensão dos pequenos negócios vem se tornado um campo emergente de estudos que tem como natureza muitas vezes a gestão da empresa pelo próprio empreendedor. Esse tema é relevante diante da importância em compreender aspectos intrinsecamente relacionais ao comportamento humano na jornada empreendedora, se são incisivos ou não no enfrentamento de desafios de adaptabilidade e sustentabilidade do negócio. A base teórica foi decisiva para compreender e criar uma conexão com o fenômeno empírico, que se alinha com a importância dos elementos cognitivos e afetivos e a intensidade na influência de tomada de decisão e capacidade adaptativa e de enfrentamento.

Esta pesquisa, por meio de um estudo de caso empírico, apontou aspectos importantes ao revelar no discurso de uma empreendedora de gastronomia peruana toda sua trajetória. Revela também como a influência dos aspectos comportamentais foram pontuais na sustentabilidade de sua operação, aplicando-se técnicas de análise de conteúdo dedutiva na análise dos dados diante dos conceitos teóricos. Fatores sobre a temática cognição e afetividade identificados durante a análise de conteúdo se mostraram decisivos diante da frequência de ocorrências nas narrativas com claras evidências que sustentaram através da análise dedutiva o construto. Também há evidências que esses fatores forjaram e fortaleceram a capacidade da empreendedora em enfrentar e se adaptar aos desafios apresentando o elemento *resiliência* como fator decisivo em sua jornada de superação.

Nesse aspecto, destacam-se também os depoimentos de E-2 e E-3 que apresentaram um discurso simétrico quanto ao comportamento empreendedor de E-1. No campo gerencial a pesquisa contribuiu e aponta que o fator *resiliência* está relacionado ao autoconhecimento e ao protagonismo no controle das emoções e como aponta o depoimento final da empreendedora “*as práticas gerenciais são muito importantes mas considera os fatores relacionados a consciência humana como decisivos em sua jornada*”. Essa frase conduz a uma reflexão sobre a importância da temática empreendedorismo sob a ótica comportamental do indivíduo responsável pela tomada de decisão.

No campo da gestão no Brasil a pesquisa também aponta que cada negócio tem a sua história desde o primeiro passo, viabilidade e sustentação. Isso implica na reflexão que o apelo para o sucesso do empreendedor deva ser levado em consideração aspectos muito além dos



processos gerenciais ou receitas prontas de sucesso empresarial. O estudo revela apesar de suas limitações a importância de mais investigações sobre os aspectos cognitivos e afetivos nas ações empreendedoras como atributos de competitividade. Deve motivar novas pesquisas diante de sua importância na dimensão do empreendedorismo, principalmente na temática das Micro e Pequenas Empresas (MPEs).

### Referências

- Amarillo, Y. R., & Viera, E. V (2021). A cultura e a gastronomia peruana fomentadas pelo centro peruano em porto alegre–rs. *Fólio-Revista Científica Digital-Jornalismo, Publicidade e Turismo*, 6(1), 148-173.
- Bardin, L. (1977) Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70.
- Conner, D. R. (1995). Gerenciando na velocidade da mudança. *Rio de Janeiro: Infobook*.9
- Souza Cruz, M. T., & de Moraes, I. M. M. (2013). Empreendedorismo e resiliência: mapeamento das competências técnicas e comportamentais exigidas na atualidade. *Pensamento & Realidade*, 28(2).
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*. Mcgraw-Hill Book Company.
- Fletcher, D., & Sarkar, M. (2013). Resiliência psicológica. *psicólogo europeu* . v. 18 Ed.
- Korber, S., & McNaughton, RB (2017). Resiliência e empreendedorismo: uma revisão sistemática da literatura. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* .
- Kraus, I. B., Kraus, C. B., Zucco, F. D., & Krause, R. W. (2018). Experiência gastronômica no Peru de acordo com a perspectiva dos turistas. Grupo de cultura e e estudos em turismo. UFPB.
- Lima, P. P. (2014). Interface empreendedorismo e resiliência: um estudo de caso ambientado na Flytour Viagens e Turismo Ltda. Tese Doutorado. USC.
- MacMillan, I. C, & Katz, J. A. (1992). Meios idiossincráticos de pesquisa empreendedora: a necessidade de teorias abrangentes. *Journal of Business Venturing* , 7 (1), 1-8.
- Maturana, H. R. (2001). *Cognição, ciência e vida cotidiana* (pp. 19-124). Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Minello, I. F., & Scherer, I. B. (2014). Características resilientes do empreendedor associadas ao insucesso empresarial. *Revista de Ciências da Administração*, 228-245.
- Nassif, V. M. J., Corrêa, V. S., & Rossetto, D. E. (2020). Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do COVID-19. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(2), 1-12.
- Rocha, A. M. R. (2019). *Gastronomia do Peru: Evolução e globalização* (Doctoral dissertation).
- Bak-Geller Corona, S., & Matta, R. (2020). As culinárias mestiças no México e no Peru. Soluções para interpretar o multiculturalismo na América Latina. *Antipoda. Revista de Antropología y Arqueología*, (39), 69-93.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Van Dijk, T. A. (2015). Discurso e cognição na sociedade. *Revista Portuguesa de Humanidades*, 19(1), 19-52.
- Van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small business economics*, 29(4), 351-382.
- Vergara, S. C. (2005). Métodos de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas.