A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DO EMPREENDEDORISMO PARA A FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA

Christian Guimarães Severo [1]

Resumo:

Empreender, inovar e conhecer profundamente o potencial dos negócios está vinculado a uma sólida formação em gestão e na capacidade de aplicar o conhecimento. Na formação superior em Gastronomia, esse conhecimento se faz necessário para o desenvolvimento de novos negócios, reposicionamento de mercado e geração de renda, em negócios gastronômicos é possível observar que um segmento com potencial é o empreendimento vinculado a questões regionais que valorizam a cultura regional, respeitam os hábitos de vida da comunidade envolvida e criam um diferencial competitivo baseado nesses fatores. O presente trabalho tem como objetivo apresentar os resultados obtidos na produção acadêmica dos discentes no decorrer do primeiro semestre do curso de Gastronomia da URCAMP, no eixo empreendedorismo e gestão, analisando o papel do conhecimento como fator de desenvolvimento do espírito empreendedor. Quanto a metodologia, a investigação utilizou o método indutivo, caracterizando-se como uma pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa e quantitativa. Durante a disciplina, algumas práticas pedagógicas foram propostas, tais como: atividades em equipe, visitas técnicas, elaboração e apresentação de trabalhos teórico-práticos e proposta de trabalhos de caráter multidisciplinar organizados pelos acadêmicos sob supervisão docente. No final do semestre os acadêmicos foram solicitados a elaborar um plano de negócios e nas propostas de empreendimentos gastronômicos sugeridas pelos acadêmicos, foi possível identificar a postura profissional, de superação e empreendedora com que eles se posicionaram diante dos desafios e na elaboração dos trabalhos propostos. Os resultados apontam no sentido de que o conhecimento teórico trabalhado na disciplina e as atividades práticas contribuíram para o desenvolvimento do perfil empreendedor. Conclui-se que estamos diante de futuros profissionais gastrônomos com grande potencial de contribuição para o fortalecimento da cultura, da economia e do desenvolvimento regional.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Gastronomia, Desenvolvimento Regional

Modalidade de Participação: Pesquisador

A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DO EMPREENDEDORISMO PARA A FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA

[1] Docente. christiansevero@urcamp.edu.br. Autor principal

A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DO EMPREENDEDORISMO PARA A FORMAÇÃO EM GASTRONOMIA

RESUMO: Empreender, inovar e conhecer profundamente o potencial dos negócios está vinculado a uma sólida formação em gestão e na capacidade de aplicar o conhecimento. Na formação superior em Gastronomia, esse conhecimento se faz necessário para o desenvolvimento de novos negócios, reposicionamento de mercado e geração de renda, em negócios gastronômicos é possível observar que um segmento com potencial é o empreendimento vinculado a questões regionais que valorizam a cultura regional, respeitam os hábitos de vida da comunidade envolvida e criam um diferencial competitivo baseado nesses fatores. O presente trabalho tem como objetivo apresentar os resultados obtidos na produção acadêmica dos discentes no decorrer do primeiro semestre do curso de Gastronomia da URCAMP, no eixo empreendedorismo e gestão, analisando o papel do conhecimento como fator de desenvolvimento do espírito empreendedor. Quanto a metodologia, a investigação utilizou o método indutivo, caracterizando-se como uma pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa e quantitativa. Durante a disciplina, algumas práticas pedagógicas foram propostas, tais como: atividades em equipe, visitas técnicas, elaboração e apresentação de trabalhos teórico-práticos e proposta de trabalhos de caráter multidisciplinar organizados pelos acadêmicos sob supervisão docente. No final do semestre os acadêmicos foram solicitados a elaborar um plano de negócios e nas propostas de empreendimentos gastronômicos sugeridas pelos acadêmicos, foi possível identificar a postura profissional, de superação e empreendedora com que eles se posicionaram diante dos desafios e na elaboração dos trabalhos propostos. Os resultados apontam no sentido de que o conhecimento teórico trabalhado na disciplina e as atividades práticas contribuíram para o desenvolvimento do perfil empreendedor. Conclui-se que estamos diante de futuros profissionais gastrônomos com grande potencial de contribuição para o fortalecimento da cultura, da economia e do desenvolvimento regional.

Palavras-chaves: Empreendedorismo, Gastronomia, Desenvolvimento Regional

1 INTRODUÇÃO

Empreender no mundo globalizado da atualidade é desafiador e destaca-se aquele indivíduo que for capaz de aplicar o conhecimento de forma inteligente, criativa e inovadora. Empreender está vinculado à inovação, ao conhecimento profundo dos potenciais do negócio, a uma sólida formação em gestão e a capacidade em aplicar o conhecimento.

Ao analisarmos o empreendedorismo em negócios gastronômicos é possível observar que apesar de existirem muitos negócios nessa área, ainda há muito a ser explorado. Um segmento com potencial é o empreendimento vinculado a questões regionais que valorizam a cultura de um povo, respeitam os hábitos de vida da comunidade envolvida e criam um diferencial competitivo baseado nesses fatores.

O setor de alimentação fora do lar reúne um milhão de empresas e emprega cerca de seis milhões de pessoas, representando 2,4% do PIB brasileiro. Um dos principais indicadores de sucesso do negócio em gastronomia, de acordo com as pesquisas do Sebrae (2014), é o motivo para o início do empreendimento, ou seja, quando o empreendedor dá início ao negócio por necessidade, os riscos de fracasso são muito grandes pela falta de conhecimento e experiência na gestão de um negócio.

Quando o propósito do indivíduo é empreender por oportunidade, por identificar demandas não atendidas e potenciais de mercado, as chances de sucesso são maiores pois o empreendedor é consciente de que que além do talento e da experiência, o planejamento, a elaboração de um plano de negócios, o monitoramento sistemático e os estudos são decisivos para o bom desempenho do empreendimento, tendo a estratégia e o diferencial bem definidos.

É fundamental que o empreendedor tenha visão clara sobre a ideia do seu negócio, e tenha em mente que o sucesso é fruto de "um conjunto harmonioso entre o ambiente, a comida e o serviço prestado", ou seja, da experiência proporcionada ao cliente. (PAYNE E THEIS, 2015)

Os negócios em gastronomia são afetados diretamente por tendências socioeconômicas e mudanças demográficas, de acordo com Payne e Theis (2015), e o gestor deve se manter atualizado, ter conhecimento dessas tendências e grande capacidade de adaptação a novos cenários. O gestor deve ver a organização como um sistema composto de subsistemas unidos por um objetivo comum, que são interdependentes e interagem. O setor é amplo e complexo, com inúmeros desafios que demandam soluções inovadoras, portanto, conhecer os tipos de operações em negócios de alimentação, analisando as vantagens e desvantagens são fundamentais para o sucesso do negócio.

O presente trabalho tem como objetivo apresentar os resultados obtidos na produção acadêmica dos discentes no decorrer do primeiro semestre do curso de Gastronomia da URCAMP, no eixo empreendedorismo e gestão, analisando o papel do conhecimento como fator de desenvolvimento do espírito empreendedor.

A questão norteadora da pesquisa foi acompanhar o desempenho e o posicionamento dos discentes frente aos desafios propostos desde a primeira aula e verificar a evolução apresentada na medida em que os conceitos teóricos e as atividades práticas foram sendo propostas, culminando com um trabalho final capaz de avaliar essa evolução e verificar se houve desenvolvimento do perfil empreendedor e da capacidade crítica argumentativa. A

metodologia utilizada foi o método indutivo, caracterizando-se como uma pesquisa descritiva, com análise quantitativa e qualitativa dos resultados obtidos.

2 METODOLOGIA

A investigação utilizou o método indutivo, caracterizando-se como uma pesquisa descritiva, de abordagem qualitativa e quantitativa. Para o desenvolvimento desse estudo, foram aplicadas avalições e práticas pré-definidas, com vistas ao acompanhamento dos resultados e evolução no desempenho dos acadêmicos.

Num primeiro momento houve uma avaliação diagnóstica, com a solicitação de uma proposta de um negócio na área de gastronomia, com a maior riqueza de detalhes possível. Nesse momento foi aplicado o modelo Canvas. No decorrer do semestre foi aplicado um questionário de análise do perfil empreendedor, com adaptação do modelo proposto por Dornelas (2003), complementado por debates reflexivos, realização de atividades práticas com vistas ao desenvolvimento de atitudes empreendedoras e o desenvolvimento de um plano de negócios para finalizar o semestre.

3 RESULTADOS

Na avaliação diagnóstica utilizando o Modelo Canvas, foi possível verificar que uma parte da turma apresentou uma visão restrita no que se refere a capacidade de pensamento empreendedor e pouco conhecimento do mercado em que poderão atuar após concluir o curso, enquanto outros acadêmicos apresentaram um perfil empreendedor bem desenvolvido, com capacidade argumentativa, atitude proativa e inovadora.

O questionário de análise do perfil empreendedor, adaptado do modelo de Dornelas (2003), foi aplicado em sala de aula, composto por uma etapa objetiva de autoavaliação do perfil empreendedor analisando os seguintes aspectos: Ambientais e atitudinais; Comprometimento e determinação; Obsessão pelas oportunidades; Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas; Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; Motivação e superação. Nesta etapa a média de pontuação da turma foi de 113,79 pontos de um total máximo de 150 pontos possíveis, com a pontuação mais baixa de 30 pontos e mais alta de 150. O resultado aponta para uma grande diferença no perfil empreendedor na turma, a média da turma indica a presença de pessoas com características empreendedoras porém com necessidade de trabalhar pontos fortes e fracos em busca do equilíbrio.

Na segunda etapa do questionário, o acadêmico foi solicitado a apresentar seus pontos fortes e pontos fracos, os pontos fracos citados como principais foram a dificuldade de trabalhar em equipe; a falta de iniciativa; o medo de falhar; a timidez; a impaciência; a dificuldade em trabalhar sob pressão e em ouvir críticas.

Ao analisar as duas partes da avaliação de perfil empreendedor, percebe-se que elas se complementaram e forneceram subsídios para o desenvolvimento de atividades que proporcionaram trabalhar as questões mencionadas como pontos fracos e estimular a formação empreendedora nos acadêmicos.

Atividades em equipe, visitas técnicas, elaboração e apresentação de trabalhos teórico-práticos e proposta de trabalhos de caráter multidisciplinar realizados pelos acadêmicos sob supervisão docente, foram algumas das práticas pedagógicas propostas, sempre buscando um ambiente com espaço para o erro como fonte de aprendizado. Diante do exposto, observa-se que houve condições para o desenvolvimento de características empreendedoras onde os pequenos sucessos e superações em cada tarefa proporcionaram o desenvolvimento da autoconfiança necessária para que os pontos fracos sejam minimizados ao longo do tempo.

Quanto aos resultados obtidos na elaboração final do Plano de Negócios, verificou-se o amadurecimento acadêmico, teórico e comportamental da turma pela sugestão de negócios alinhados às características históricas com utilização de insumos regionais, percepção de mercados inexplorados e com potencial devido ao clima da região, cardápios elaborados considerando possíveis harmonizações com produtos regionais e propostas de produtos e serviços inovadores que teriam como base a adaptação e potencialização de sistemas produtivos e culturas já existentes na região.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto verifica-se que ao desenvolver ações capazes de proporcionar um diagnóstico da realidade é possível propor intervenções que potencializam as mudanças e estimulam o desenvolvimento do perfil empreendedor.

Verifica-se que os objetivos do presente trabalho foram atingidos, com a apresentação dos resultados obtidos pelos discentes, no eixo empreendedorismo e gestão, do curso de Gastronomia da URCAMP, e a análise de como o conhecimento e as práticas pedagógicas contribuíram para o aprimoramento e desenvolvimento das características empreendedoras.

Identifica-se que, por meio das práticas pedagógicas, do embasamento teórico e de momentos de reflexão e identificação do próprio progresso, houve o autoconhecimento, o

desenvolvimento da capacidade crítica, argumentativa, da criatividade, da inovação e do perfil empreendedor.

Entende-se que acompanhar a evolução dos acadêmicos transcendendo a forma e o conteúdo do conhecimento teórico, torna viável pensar a educação e a prática docente como oportunidade de capacitar os indivíduos para o pleno desenvolvimento do seu potencial, das habilidades sociais e emocionais, incentivando a criatividade, a inovação e tantas outras competências e habilidades necessárias numa era de indivíduos conectados, com pensamento não linear e interesses multidisciplinares atuando em cenários econômicos instáveis e em mercados de grande complexidade e competitividade.

Os resultados apontam para o entendimento de que trabalhar o empreendedorismo na área de Gastronomia é fundamental para a formação de profissionais capacitados a se posicionarem de forma competente no mercado de trabalho para além dos conhecimentos específicos da gastronomia.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

PAYNE – Palacio, June; THEIS, Monica. **Gestão de Negócios em Alimentação**: princípios e práticas. Barueri: Manole, 2015.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreender em Gastronomia:** Perfil de Negócios de Gastronomia. Recife: 2014.