

EMPREENDEDORISMO EM GASTRONOMIA: UM ESTUDO DE CASO **ENTREPRENEURSHIP IN GASTRONOMY: A CASE STUDY**

Christian Guimarães Severo ¹

RESUMO: 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. Em negócios gastronômicos é possível observar que 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 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. Nas propostas de empreendimentos gastronômicos sugeridas pelos acadêmicos, é possível identificar a postura profissional, de superação e empreendedora com que eles se posicionaram diante dos desafios e na elaboração dos trabalhos propostos. Observa-se que 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 Administradora (UNIJORGE), Especialista em Gestão de Pessoas (Facinter), Pós-graduanda em A Moderna Educação (PUCRS), docente no Centro Universitário da Região da Campanha – URCAMP.

ABSTRACT: *Entrepreneurship is tied to innovation, deep knowledge of business potentials, sound management training and the ability to apply knowledge. In gastronomic businesses it is possible to observe that a segment with potential is the enterprise linked to regional issues that value the culture of a people, respect the habits of life of the community involved and create a competitive differential based on these factors. The present work aims to present the results obtained in the academic production of the students during the first semester of the URCAMP Gastronomy course, in the entrepreneurship and management axis, analyzing the role of knowledge as a factor of development of the entrepreneurial spirit. As for the methodology, the research used the inductive method, characterizing itself as a descriptive research, with a qualitative and quantitative approach. During the course, some pedagogical practices were proposed, such as: team activities, technical visits, preparation and presentation of theoretical-practical works and proposal of multidisciplinary works organized by the academic under the supervision of teachers. At the end of the semester, academics were asked to draw up a business plan. In the proposals of gastronomic endeavors suggested by the academics, it is possible to identify the professional, overcoming and entrepreneurial attitude with which they stood in the face of the challenges and in the elaboration of the proposed works. It is observed that the results point out that the theoretical knowledge worked in the discipline and the practical activities contributed to the development of the entrepreneurial profile. We conclude that we are facing future gastronomic professionals with great potential to contribute to the strengthening of culture, economy and regional development.*

Keywords: *Entrepreneurship, Gastronomy, Regional development*

INTRODUÇÃO

Empreender no mundo globalizado da atualidade é desafiador, se por um lado esse contexto possibilita contato com negócios e mercados antes dificilmente acessados, por outro lado percebe-se que a concorrência é muito grande e o conhecimento está a disposição de todos, portanto, destaca-se aquele indivíduo que for capaz de utilizá-lo 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 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.

O EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um tema estudado e discutido a nível mundial e está vinculado a atitudes proativas no sentido de desenvolver oportunidades e negócios. Para Baggio e Baggio (2014), empreendedorismo é a arte de fazer acontecer, com criatividade e motivação, qualquer projeto pessoal ou organizacional, enfrentando sempre oportunidades e riscos.

Empreender é perceber o mundo dos negócios com olhos atentos às demandas do mercado consumidor, às possibilidades e inovações que podem posicionar o produto ou serviço à frente da concorrência, diz respeito tanto a dar início a um novo negócio quanto a inovar no ambiente organizacional. Empreendedorismo, para Dornelas (2003), significa “fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco, a inovação e a criação de valor.”

Para Morris e Kuratko (2002), “o empreendedorismo é um ato comportamental, humano, de criatividade.” Os empreendedores assumem riscos calculados, tentam

entender o ambiente do negócio e buscam controlar o máximo de fatores possíveis. A habilidade de persuasão é bem presente e aplicada para a formação de uma equipe de pessoas com conhecimentos que se complementam visando potencializar a oportunidade identificada. Processos, criação de valor, recursos e oportunidades são os componentes principais do empreendedorismo.

O empreendedor é um indivíduo dotado de características já conhecidas e estudadas e esse talento aliado ao conhecimento acadêmico pode criar oportunidades de negócios onde muitos veem dificuldades. Segundo Maximiano (2005), “o empreendedor, em essência, é a pessoa que tem capacidade de idealizar e realizar coisas novas.”

Assumir riscos, gerenciar processos, promover inovações tecnológicas, negociar, qualificar o processo tecnológico e produtivo, obter lucro financeiro, são enfoques que permitem concluir que o empreendedorismo é um conjunto de práticas e experiências. Observa-se que apesar dos enfoques e conceitos priorizarem as finalidades econômico-financeiras, é possível perceber que as perspectivas do empreendedorismo como fator de desenvolvimento humano, social, cultural e ambiental, começam a ganhar destaque e serem debatidas no meio acadêmico e empresarial.

Com a evolução dos conceitos, os muitos empreendedores comprometidos com a ética e a sustentabilidade empresarial percebem que o lucro financeiro apesar de ser importante para a viabilidade do negócio não é o principal objetivo de um empreendimento e sim consequência da qualidade do conjunto das operações e do impacto na sociedade.

Diante dessa perspectiva, novas definições surgem e apontam para o início de uma nova realidade que transcende o lucro pelo lucro e passa a considerar aspectos éticos, de responsabilidade social e autorrealização do empreendedor. De acordo com Dolabela (2003):

Empreender significa modificar a realidade para dela obter a autorrealização e oferecer valores positivos para a coletividade. Significa engendrar formas de gerar e distribuir riquezas materiais e imateriais por meio de ideias, conhecimentos, teorias, artes, filosofia.

Conforme o Sebrae (2014), uma das principais características do empreendedor de negócios em gastronomia é o comprometimento para consigo mesmo e para com o seu propósito. O dinamismo e a liderança são fundamentais para o bom desempenho do empreendimento, o empreendedor deve buscar o autodesenvolvimento, praticando constantemente a autoavaliação e a autocrítica.

É importante entender que não existe uma fórmula para que uma pessoa se torne empreendedora, existem sim possibilidades de desenvolvimento de atitudes empreendedoras, conforme Dornelas (2003), um conjunto de conhecimentos e características que tornam evidente o perfil empreendedor. Obviamente cada empreendedor tem seu estilo e se houver dedicação ao autoconhecimento, as características mais positivas poderão ser potencializadas e os aspectos negativos minimizados. Empreender requer aprendizado contínuo.

Verifica-se que os empreendedores que buscam aprimorar as suas características, com dedicação ao estudo, passam a trabalhar para potencializar o seu modo de agir. De acordo com Sebrae (2014), são características do empreendedor: iniciativa, persistência, capacidade de assumir riscos calculados, foco em resultados, assume a responsabilidade diante dos resultados, tem metas claras, planeja antes de executar, é persuasivo e tem uma significativa rede de contatos.

O EMPREENDEDORISMO EM NEGÓCIOS GASTRONÔMICOS

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 e 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 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)

O setor de negócios em gastronomia é afetado 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.

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 avaliações e práticas pré-definidas, com vistas ao acompanhamento dos resultados e evolução no desempenho dos acadêmicos.

Num primeiro momento houve uma avaliação diagnóstica, na primeira aula foi solicitado que os discentes, em pequenos grupos, fizessem a 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.

RESULTADOS

Na avaliação diagnóstica utilizando o Modelo Canvas, foi possível verificar que parte dos acadêmicos apresentaram uma visão bastante 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. Observações que se confirmaram no decorrer do semestre.

A aplicação do questionário de análise do perfil empreendedor, foi precedida pela explanação teórica dos conceitos de empreendedorismo, discussão referente a temática e sobre as características do empreendedor. Nessa oportunidade os acadêmicos identificaram-se com vários aspectos e participaram ativamente do debate.

O questionário 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

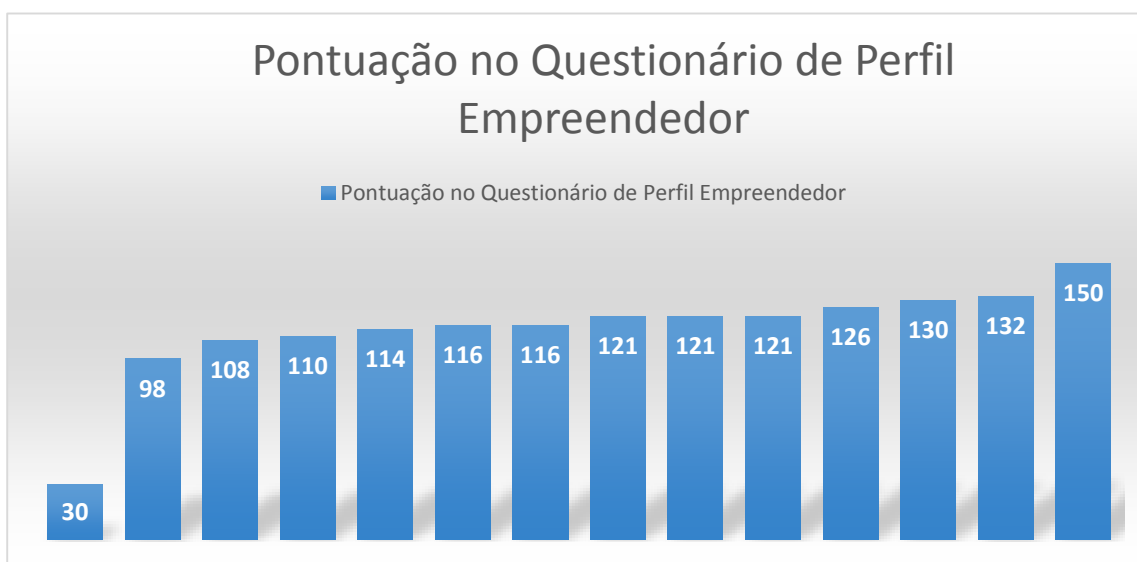


Gráfico 1. Fonte: O autor, 2018.

total máximo de 150 pontos possíveis, com a pontuação mais baixa de 30 pontos e mais alta de 150, conforme é apresentado no gráfico 1.

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, propor estratégias para desenvolver atitudes necessárias para o alcance dos resultados desejados e estipular um prazo para a concretização do planejado. Com a verificação dos resultados dessa etapa, foi possível observar que as reflexões indicaram como principais pontos fracos 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 que demonstraram poucas das características atribuídas aos empreendedores, tanto para dar início a um negócio quanto para empreender em projetos organizacionais.

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, 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.

O estímulo à empreender em trabalhos de cunho prático na área gastronômica, culminou com a participação voluntária dos discentes na elaboração de um jantar

beneficente aberto à comunidade onde ficou nítido o comportamento disposto a assumir riscos calculados, foco no resultados e trabalho em equipe, entre outras características atribuídas ao perfil empreendedor.

Quanto aos resultados apresentados na elaboração do Plano de Negócios, nos empreendimentos propostos pelos discentes, verificou-se o amadurecimento acadêmico, teórico e comportamental da turma pela sugestão de negócios alinhados às características históricas com utilização de insumos regionais típicos, 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.

Os exemplos de empreendimentos propostos nos planos de negócio serão descritos de forma genérica por entendermos que têm potencial de mercado, são eles:

- Empresa A: Proposta de produto inovador, não produzido na região, requer uma adaptação no sistema produtivo já existente e capacitação de produtores rurais. Verifica-se que a região já conta com expressivo rebanho, atualmente explorado com outro foco.
- Empresa B: Proposta de empreendimento inspirado na tradicional carne do Pampa e harmonização com vinhos e cervejas regionais. Empreendimento diferenciado pela combinação entre cardápio, ambiente e serviços prestados, numa proposta de experiência inovadora para a região.
- Empresa C: Proposta de produção e comercialização de produto tradicional bastante consumido na região, inovando nos sabores e na estratégia de comercialização.
- Empresa D: Proposta de empreendimento diferenciado pela variedade de cardápio, utilizando produtos regionais e tradicionais e inovando com uma

linha de produtos pouco explorados na região, para o público vegano, vegetariano e infantil.

- Empresa E: Proposta de empreendimento gastronômico com produto de origem europeia, pouco explorado na região e não comercializado na cidade. Além de explorar um segmento não trabalhado até então e que se adapta a região em razão do clima, a utilização de produtos regionais: carne, queijos, vinhos, cervejas artesanais, são diferenciais importantes juntamente com a proposta de ambientação para instalação do empreendimento.
- Empresa F: Proposta que tem como principal inovação atuar em um segmento não explorado na cidade e com grande potencial, com ambientação e cardápio que respeitam as estações bem marcadas da região: inverno e verão. Ideia criativa e inovadora que também utiliza produtos regionais na composição dos cardápios.
- Empresa G: Proposta de empreendimento voltado à gastronomia oriental, pouco explorada na região, tendo como principal diferencial o tipo de empreendimento sem concorrentes na região.
- Empresa H: Empreendimento gastronômico que tem como principal diferencial o horário de funcionamento, atendendo o público que frequenta a noite, considerando que a vida cultural e de entretenimento da cidade é bastante intensa. Proposta que atualmente conta com pouca concorrência e nenhum empreendimento que tenha o cardápio e ambientação sugeridos, além da utilização de produtos regionais.
- Empresa I: Proposta inovadora no mercado gastronômico da região, sem concorrentes atuando no segmento, empreendimento de prestação de serviços para bares, restaurantes e empreendimentos gastronômicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto verifica-se que ao desenvolver ações capazes de proporcionar um diagnóstico da realidade é possível propor intervenções que

potencializem as mudanças necessárias e com essa perspectiva as avaliações diagnósticas e de acompanhamento foram aplicadas na disciplina decorrer do semestre.

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.

Ao analisar as propostas de empreendimentos gastronômicos sugeridas na elaboração dos planos de negócios e identificar a postura profissional, de superação e empreendedora como os acadêmicos se posicionaram diante dos desafios e na elaboração dos trabalhos propostos, 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.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo**: Conceitos e Definições. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): 25-38, 2014.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia empreendedora**: o ensino de empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento social sustentável. São Paulo: Editora da Cultura, 2003.

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

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Person Prentice Hall, 2005.

MORRIS, Michael; KURATKO, Donald. **Corporate entrepreneurship**. Orlando: Harcourt College Publishers, 2002.

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.