



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA

MÁRCIA MARIA DE FIGUEIREDO MACIEL

EMPREENDEDORISMO ENTRE DISCENTES E EGRESSOS DE UM CURSO
BACHARELADO EM GASTRONOMIA NA PARAÍBA.

JOÃO PESSOA- PB

2023

MÁRCIA MARIA DE FIGUEIREDO MACIEL

**EMPREENDEDORISMO ENTRE DISCENTES E EGRESSOS DE UM CURSO
BACHARELADO EM GASTRONOMIA NA PARAÍBA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba, do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Valéria Saturnino

JOÃO PESSOA- PB

2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

M152e Maciel, Marcia Maria de Figueiredo.

Empreendedorismo entre discentes e egressos de um curso bacharelado em gastronomia na Paraíba / Marcia Maria de Figueiredo Maciel. - João Pessoa, 2023.
54 f.

Orientação: Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino da Silva.

TCC (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Empreendedorismo. 2. Educação. 3. Gastronomia. I. Silva, Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino da. II. Título.

UFPB/CTDR

CDU 005.342+378:641(813.3)

MÁRCIA MARIA DE FIGUEIREDO MACIEL

**EMPREENDEDORISMO ENTRE DISCENTES E EGRESSOS DE UM CURSO
BACHARELADO EM GASTRONOMIA NA PARAÍBA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

RESULTADO: _____ Aprovado com Correções _____ NOTA: __10,00 (dez)___

João Pessoa, 12 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino da Silva
Orientadora (UFPB)



Profa. Dra. Maria dos Remédios Antunes Magalhães
1a Examinadora (UFPB)

Profa. Dra. Ana Luiza Mattos Braga
2a Examinadora (UFPB)

AGRADECIMENTOS

A Deus que tanto busco como fonte de sabedoria, por ser sustentação nos momentos mais difíceis e me abençoar como sua filha.

Das poucas amizades que fiz durante a graduação, em especial quero agradecer a Cris Viana, uma grande amiga, que sempre me incentivou a seguir com meus sonhos e sempre acreditar no meu potencial, mesmo que às vezes eu mesma não acredite.

A todos os professores do curso, em especial minha orientadora Valéria pela parceria durante todos estes anos de convivência, pelo amor dedicado a mim, por nunca soltar a minha mão e ser sempre um ombro amigo nas horas difíceis. Minha gratidão! Te admiro como professora e pessoa! Você é exemplo a ser seguido!

Agradeço a minha família pelo amor, aos meus filhos por sempre torcerem por meu sucesso e serem pacientes nos momentos que precisei está distante. Ao meu esposo, que do seu jeito, vibra com minhas vitórias.

Aos demais colegas e amigos que fizeram parte de alguma forma desta jornada, aprendi um pouco com cada um.

A todos aqueles que estão ou estiveram próximos de mim e me proporcionaram conhecimento e aprendizagem.

Obrigada a todos!

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Idade dos entrevistados | 35 |
| Figura 2 - Gênero dos entrevistados..... | 36 |
| Figura 3 - Relacionamento atual com o Departamento de Gastronomia da UFPB..... | 36 |
| Figura 4 - Período que os estudantes entrevistados estão cursando | 37 |
| Figura 5 - Possuir negócio na área de gastronomia ao iniciar o curso | 38 |
| Figura 6 - Atualmente possui negócio na área de gastronomia..... | 38 |
| Figura 7 - Área de atuação do seu negócio | 39 |
| Figura 8 - Localização do negócio | 39 |
| Figura 9 - Tempo de existência do negócio no ramo da gastronomia..... | 40 |
| Figura 10 - Motivo que fez empreender na área de gastronomia..... | 40 |
| Figura 11 - Existência de um sonho de abrir seu próprio negócio antes de ingressar no curso de gastronomia da UFPB | 41 |
| Figura 12 - Pretensão de abrir um negócio em gastronomia nos próximos dois anos | 41 |
| Figura 13 - Motivo(s) que fizeram os respondentes ainda não abrirem o seu negócio na área de gastronomia | 42 |
| Figura 14 - Disciplinas que cursou do eixo de gestão do curso de gastronomia..... | 42 |
| Figura 15 - Respostas sobre o Trabalho de Conclusão de Curso | 44 |
| Figura 16 - Respostas sobre se fez o TCC em Plano de Negócios, se realmente abriu a empresa na área planejada em seu TCC..... | 45 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 – Pioneiros do empreendedorismo e suas contribuições..... | 15 |
| Quadro 2 – Dimensões do Ranking de Universidades Empreendedoras | 21 |
| Quadro 3 – Instituições de Ensino Superior (IES) ranqueadas em 2021 no Ranking de Universidades Empreendedoras das Brasil Júnior | 22 |
| Quadro 4 – Respostas à pesquisa sobre como as disciplinas de gestão do curso contribuem para a formação empreendedora | 43 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1 - Universo Amostral e Estratificação da Amostra..... | 34 |
| Tabela 2 - Respostas Obtidas e Relação % | 34 |

Sumário

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 10 |
| 1.1 | Objetivos geral e específico..... | 12 |
| 2 | REFERENCIAL TEÓRICO | 13 |
| 2.1 | Empreendedorismo | 13 |
| 2.2 | Educação Empreendedora nas Universidades | 19 |
| 2.3 | Empreendedorismo e Gastronomia | 27 |
| 3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 32 |
| 4 | ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS..... | 35 |
| 4.1 | Perfil do entrevistado..... | 35 |
| 4.2 | Empreendedorismo em Gastronomia | 37 |
| 5 | CONCLUSÕES | 46 |
| 6 | REFERÊNCIAS..... | 48 |

RESUMO

Este estudo teve como objetivo principal analisar o empreendedorismo entre egressos e discentes do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba, focando principalmente no perfil dos empreendedores e em como as disciplinas de gestão e empreendedorismo do respectivo curso contribuíram para o processo de empreender. O estudo trata-se de uma pesquisa de campo com abordagem quantitativa e a utilização da pesquisa bibliográfica para a construção do conhecimento científico sobre: Empreendedorismo, Educação empreendedora nas Universidades e o empreendedorismo na gastronomia. A amostra foi composta por 142 respondentes, sendo destes 30 egressos e 112 discentes do curso de Gastronomia da UFPB. A análise dos dados ocorreu por meio da análise de conteúdo e medidas estatísticas básicas. Os resultados do estudo evidenciam que a educação empreendedora desenvolvida por meio das abordagens e conteúdo das disciplinas, do eixo de gestão e empreendedorismo, ampliaram os conhecimentos dos discentes e egressos do curso de Gastronomia, proporcionando uma visão sistêmica da gestão de um negócio, o que corrobora com a sua formação como empreendedor e influencia positivamente na tomada de decisão na hora de empreender.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Educação empreendedora, Gastronomia.

ABSTRACT

The main objective of this study was to analyze entrepreneurship among egresses and students of the Bachelor's Degree in Gastronomy of the Federal University of Paraíba, focusing mainly on the profile of entrepreneurs and on how the management and entrepreneurship subjects of the respective course contributed to the process of entrepreneurship. The study is a field research with a quantitative approach and the use of bibliographic research for the construction of scientific knowledge about: Entrepreneurship, Entrepreneurial Education in Universities and entrepreneurship in gastronomy. The sample was composed of 142 respondents, 30 egresses and 112 students from the Gastronomy course at UFPB. The data were analyzed using content analysis and basic statistical measures. The study results show that the entrepreneurial education developed through the approaches and content of the disciplines, of the management and entrepreneurship axis, expanded the knowledge of the students and graduates of the gastronomy course, providing a systemic view of the management of a business, which corroborates with their training as an entrepreneur and positively influences decision making at the time to entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial education, Gastronomy.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, tema tão em voga nas últimas décadas, vem despertando cada vez mais interesse e entusiasmo ao redor do mundo. O tema ganha destaque por ser difundido como força propulsora que possibilita o crescimento e desenvolvimento econômico e social de um país (SALIM e SILVA, 2010; LENZI, 2009; BARON e SHANE, 2016).

Para o Endeavor (2023), a definição de empreendedorismo perpassa pelas ações do seu agente principal, o empreendedor. Neste sentido, o Endeavor (2023) define que “Empreendedorismo é a disposição para identificar problemas e oportunidades e investir recursos e competências na criação de um negócio, projeto ou movimento que seja capaz de alavancar mudanças e gerar um impacto positivo”.

Entretanto, para se promover o empreendedorismo eficaz, é essencial investir em educação empreendedora, fornecendo aos indivíduos os conhecimentos e habilidades necessários para enfrentar os desafios do mundo dos negócios. Cada vez mais, é imprescindível estar capacitado, visto que sobreviver ao mercado competitivo é tarefa para os bons. Não basta idealizar um negócio, precisa-se entendê-lo, conhecer suas nuances, sendo por meio da educação empreendedora que se fomenta a construção de um ambiente favorável para se empreender com sucesso (SEBRAE, 2019).

A educação empreendedora desempenha um papel fundamental nesse processo, fornecendo as bases para o desenvolvimento de competências empreendedoras, como a liderança, a gestão de projetos, a comunicação eficaz e a capacidade de trabalhar em equipe. Neste sentido, a educação empreendedora emerge como uma abordagem inovadora, que busca desenvolver habilidades e mentalidades empreendedoras desde cedo, proporcionando aos indivíduos as ferramentas necessárias para se tornarem agentes de mudança e criadores de valor (DOLABELA, 2003).

Sob esta ótica vislumbra-se que, para se iniciar no empreendedorismo, se faz necessário uma formação prévia por meio do conhecimento acadêmico ou pela experiência vivida pelo sujeito empreendedor, Gonçalves e Santos (2020). Neste sentido, não seria diferente no âmbito do empreendedorismo Gastronômico. A gastronomia, além de ser um campo de conhecimento e prática que envolve a preparação e a apresentação

de alimentos, tem se mostrado um setor dinâmico, inovador e promissor para os empreendedores. (ABRASEL, 2023)

Contudo, o empreendedorismo gastronômico também traz desafios significativos. Além das habilidades culinárias e conhecimentos sobre alimentos, os empreendedores precisam dominar aspectos como gestão de negócios, finanças, marketing, recursos humanos e controle de estoque. Precisam entender o mercado, analisar tendências, identificar fornecedores confiáveis e criar uma experiência excepcional para os clientes (LISBOA et al.,2021).

Um dos primeiros passos para se tornar um empreendedor gastronômico bem-sucedido é desenvolver um plano de negócios detalhado. Para Lisboa et al. (2021) isso envolve pesquisar o mercado, definir um conceito claro, analisar a concorrência, estabelecer metas financeiras e operacionais, elaborar estratégias de marketing e entender a formatação do negócio sistematicamente.

Desta forma, o curso de graduação em Gastronomia da UFPB se propõe a formar bacharéis com:

sólida formação geral e humanística, com capacidade e aptidão para compreender as questões éticas, científicas e técnicas relacionadas com o planejamento estratégico, a organização e a administração em restaurantes, bares, hotéis, hospitais, buffets, resorts, catering entre outros. Além disso, o egresso estará apto a assimilação de contínuas e novas informações emergentes do setor gastronômico regional, nacional e internacional. (Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Gastronomia da UFPB, 2020).

As disciplinas do eixo de gestão e empreendedorismo do curso de Gastronomia da UFPB que são oferecidas aos discentes são abordadas para gerarem conhecimentos e habilidades que permitam entender os princípios de gestão de negócios, marketing, finanças e estratégias empreendedoras. Essas disciplinas fornecem uma visão abrangente e busca a prática do universo empresarial, preparando os discentes para os desafios e oportunidades que enfrentarão ao iniciar seus próprios empreendimentos gastronômicos.

Como mencionado anteriormente, o mercado gastronômico está em **alta**, apesar da desaceleração sofrida pela pandemia. Mesmo neste período de incertezas, muitos se aventuraram a abrir um negócio voltado para este segmento. Neste contexto, este trabalho busca analisar a influência da educação empreendedora proporcionada pelas disciplinas

do eixo de gestão e empreendedorismo oferecidas ao longo do curso de Bacharelado em Gastronomia na UFPB na hora da decisão de empreender dos estudantes e egressos.

1.1 Objetivos geral e específico

O presente estudo tem como objetivo realizar um panorama geral do empreendedorismo entre os egressos e discentes do curso de gastronomia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), com foco na influência da educação empreendedora proporcionada pelas disciplinas do eixo de gestão e empreendedorismo do curso na hora da decisão de empreender.

Como problema de pesquisa, tem-se: como a formação empreendedora dos egressos e discentes do curso de Bacharelado em Gastronomia da UFPB influenciou em sua decisão de empreender?

Para responder a essa questão, temos os seguintes objetivos específicos, quais sejam: (1) Demonstrar a relevância da educação empreendedora para formação profissional dos gastrônomos; 2) Definir o número dos egressos e discentes que empreendem em negócios de gastronomia; 3) Determinar os motivos que os levam ou não a empreender na área gastronômica.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este referencial está dividido em três subtópicos, quais sejam: (1) sobre o empreendedorismo de forma geral; (2) sobre a educação empreendedora nas Universidades; e (3) sobre empreendedorismo e gastronomia.

2.1 Empreendedorismo

“O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.” Assim, Dornelas (2017) parafraseando Jeffry Timmons (1990), aponta a relevância do empreendedorismo para o mundo. Acerca das denominações de formas de empreendedorismo que vêm sendo desenvolvidas no mundo, as mais conhecidas são o informal, o cooperado, o individual, o franqueado, o social, o corporativo, o público, o do conhecimento, o feminino e o verde.

Depois de três décadas, este pensamento se confirma, diversos são os estudos, congressos, feiras, palestras, encontros, prêmios, tendo como foco principal o empreendedorismo, promovidos por diversas instituições públicas e privadas que têm investido em pesquisa e incentivo, para aprimorar o ecossistema empreendedor.

Entre os eventos, prêmios, encontros, pode-se destacar: o Day1 - evento de inspiração para empreendedores do Brasil e do mundo, onde as histórias de grandes empreendedores são contadas. O referido evento também nasceu de uma ideia empreendedora, em pequenas proporções e hoje é prestigiado por milhares de pessoas (ENDEAVOR,2023).

Os prêmios criados pelo SEBRAE (2023), também têm destaque nacional e buscam “reconhecer, valorizar e divulgar ações empreendedoras que servem de exemplo e estímulo ao surgimento de novos negócios”. Entre aqueles, vislumbra-se o “Prêmio Sebrae de Educação Empreendedora” que tem como objetivo identificar, estimular, reconhecer e divulgar as melhores práticas da educação empreendedora. Acredita-se que

é preciso a integração e engajamento de todos que habitam o ambiente de ensino para que se reconstrua as práticas educacionais que formam indivíduos de forma integral.

Como mencionado anteriormente, são diversas as formas de abordagens e meios de divulgação da temática empreendedorismo. Neste sentido, se faz pertinente trazer a conceituação deste termo sob a visão de alguns estudiosos e entidades, para melhor entender-se sua completude. Para o GEM (2019, p. 8), “o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.”

Para Lenzi (2009, p.8), o empreendedorismo vai além de apenas constituir negócio, e sim o vê como o “fenômeno de desenvolvimento econômico, social e comportamental que move os empreendedores no sentido de mudar situações comuns atuais com a visão voltada para o futuro”. Para este autor, o empreendedorismo encontra-se no patamar de principal fator de desenvolvimento econômico e social de uma nação, que por meio de novas iniciativas poderão originar ou se transformar em crescimento para um país, beneficiando a sociedade em geral.

Neste sentido, Baron e Shane (2016) sugerem, dentre tantas definições, que o empreendedorismo é a atividade na qual o indivíduo consegue identificar uma oportunidade e como desenvolvê-la bem, para que assim se transforme em lucros sustentáveis.

Apesar dos holofotes só se voltarem a pouco menos de meio século para o movimento empreendedor, Salim e Silva (2010) abordam o empreendedorismo como um movimento que possui a mesma idade da raça humana, surgindo a partir das ações de alguns indivíduos, que de alguma forma buscavam mudar sua realidade.

Neste sentido, estes indivíduos são considerados como empreendedores, pois são seres que desbravaram novos horizontes, e mesmo com as crenças limitantes do seu tempo, vislumbravam formas de realizar seus sonhos e conquistar sua liberdade. Em seus estudos, Salim e Silva (2010) evidenciam a relevância de alguns empreendedores no desenvolvimento e crescimento do Brasil, apresentando-os como os pioneiros do empreendedorismo nacional, conforme Quadro 1 abaixo.

As contribuições destes pioneiros para o Brasil são consideradas de grande valor, pois conseguiram com suas práticas empreendedoras movimentar a economia, transformar suas realidades, como também propiciar mudanças positivas na sociedade, mesmo em épocas e contextos diferentes.

Quadro 1 – Pioneiros do empreendedorismo e suas contribuições

| Pioneiro | Contribuições |
|---------------------------------|---|
| Francisco Matarazzo | Imigrante italiano, chegou ao Brasil em 1881, iniciou seu pequeno armazém de mercadorias, vendendo produtos derivados de bois e porcos. Dois anos depois, construiu uma fábrica de banha, se tornando o maior industrial do país, contribuindo, significativamente, para o processo de industrialização do país. |
| Nami Jafet | Imigrante Libanês, chegou ao Brasil em 1890. Sua contribuição para o Brasil, juntamente com seus irmãos e sócios, foi reformular as práticas comerciais nacionais. Foi ele quem interiorizou o comércio até então inexistente na capital do estado de São Paulo e implantou a figura do mascate no Brasil. |
| Ramos de Azevedo | Engenheiro e arquiteto, se encarregou da urbanização de São Paulo, realizando obras importantes como o Teatro Municipal da capital, o prédio dos Correios e Telégrafos, a Secretaria de Educação e a Faculdade de Medicina são exemplos de obras projetadas. |
| Júlio Mesquita | Jornalista, fundador do jornal <i>O Estadão</i> , este foi fundado com o objetivo de defender ideias e, apesar de muitas vezes ter contrariado uma parcela considerável da opinião pública, adquiriu notoriedade e credibilidade, mantendo alto índice de penetração no mercado que existe até hoje, sempre defendendo a liberdade de imprensa. |
| Visconde de Mauá | Viveu no século XIX, de 1813 até 1889. Foi empresário, industrial, banqueiro e político, sempre pensando no crescimento do Brasil. Fez uma enorme variedade de grandes projetos, como a iluminação a gás da cidade do Rio de Janeiro, criou a Companhia de Navegação do Amazonas, fez diversas ferrovias, companhia de bondes e foi banqueiro. Este foi considerado uns dos grandes empresários brasileiros. |
| Leon Feffer | Judeu ucraniano chegou ao Brasil após o fim da primeira guerra mundial. Criou a indústria do papel no Brasil, baseada no eucalipto, e, até hoje, a indústria que fundou — Suzano Papel e Celulose — existe e é controlada pela mesma família. Foi o líder do grupo que promoveu a fundação do Clube Hebraica em São Paulo e, também, do Hospital Albert Einstein, referência da boa medicina no Brasil. |
| Jorge Street | Foi o industrial que criou a Companhia Nacional de Tecidos de Juta. Foi um dos promotores do Centro Industrial do Brasil e precursor da montagem de sua fábrica em um complexo industrial envolvendo as casas dos operários, o posto médico, a escola, o clube e a igreja. Também ajudou a fundar a FIESP e coordenou a formulação da CLT. |
| Antônio Ermírio de Moraes | Com seu irmão José Ermírio de Moraes Filho, a partir da herança do pai, de família da aristocracia rural do Nordeste, e do avô, industrial português estabelecido no estado de São Paulo, criou um império de empresas. Sob a denominação de Votorantim, essas indústrias se tornaram o principal produtor nacional de cimento, passando depois a diversificar sua atuação, inicialmente na busca de minérios e depois passando a ser um conglomerado envolvido com inúmeros negócios na área de minerais e de energia. |
| Betinho (Herbert José de Souza) | Criador da ONG Ação da Cidadania contra a Fome e a Miséria e pela Vida, mobilizou quase toda a sociedade, e de sua campanha de combate à fome e à miséria resultou em políticas públicas governamentais. Como se observa, os empreendedores não se limitam a criar negócios, também influenciam muito o desenvolvimento social do país. |
| Jorge Gerdau Johannpeter | Criador de um império nacional e internacional na área da siderurgia com empresas que levam seu nome. Construiu enorme fortuna e foi um dos principais empresários da região do Sul brasileiro. Tem uma participação muito marcante na vida nacional, com seus pronunciamentos dirigidos a valorizar programas nacionais que conduzam o país a uma melhor situação de emprego, ensino e assistência médica para a população. |

Fonte: Salim e Silva (2010)

Cabe ressaltar que em seus papéis de empreendedores, estes não se restringiram apenas a “cuidar de seus negócios”, pois promoviam também o desenvolvimento da região onde viviam e das pessoas que lhes serviam (SALIM e SILVA,2010).

As raízes do empreendedorismo, fincadas por seus pioneiros, ainda seguem sendo cultivadas e exploradas no Brasil e no mundo. Aqui, no Brasil, surgiram diversas entidades que participam e corroboram para o fortalecimento do ambiente empreendedor. Cada entidade, dentro do seu contexto, vem contribuindo e desenvolvendo seu papel de agente fomentador ao longo dos anos.

Entidades como o Consórcio de Monitoramento de Empreendedorismo Global (GEM) realiza o que é considerado o maior estudo unificado de atividade empreendedora no mundo, o qual vem sendo desenvolvido desde 1999 (GEM, 2023). Através de suas pesquisas, o GEM corrobora com informações e dados concretos, robustos e confiáveis, que servem como base para que governos, empresas e indivíduos tomem decisões importantes que estimulem formas sustentáveis de empreendedorismo e promovam ecossistemas empreendedores saudáveis em todo o mundo (GEM, 2023).

O GEM é um consórcio composto por pesquisadores vinculados às instituições acadêmicas, sob a supervisão do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que juntos desenvolvem estudos sobre o empreendedorismo (GEM, 2023).

Outra entidade que vem promovendo grande impacto no cenário empreendedor mundial e desde 2000 no Brasil é o Instituto Empreender Endeavor. Uma organização sem fins lucrativos, que tem como missão promover o desenvolvimento sustentável, por meio do apoio a empreendedores inovadores e do incentivo à cultura empreendedora, gerando postos de trabalho e renda. Na sua plataforma são apresentados os mais variados projetos e práticas que alavancam o empreendedorismo brasileiro (ENDEAVOR,2023).

O Endeavor, em mais de 20 anos de atuação, apresenta como resultado de seu impacto o apoio a mais de 281 empreendedores e empreendedoras, mais de 3.000 acelerados no Programa *Scale-Up* Endeavor, mais de 2.000 empresas apoiadas e aceleradas, mais de 20.000 horas doadas em mentorias pela rede Endeavor, R\$ 60 bilhões

em receita gerada por empreendedoras e empreendedores na rede, mais de 100 mil de pessoas empregadas. Ainda segundo o seu site, foi através da cultura empreendedora construída e dos resultados já alcançados que se registrou a palavra “Empreendedorismo” no dicionário brasileiro (ENDEAVOR, 2023).

Há mais de quatro décadas o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) também vem fomentando a cultura empreendedora em todo Brasil, por meio de suas agências, programas de televisão, eventos que recebem seu apoio, se tornando referência no tocante às boas práticas gerenciais e ao desenvolvimento de competências empreendedoras.

O Estatuto Social do SEBRAE traz em seu corpo, especificamente no art. 5º os seus objetivos institucionais: a promoção da educação e cultura empreendedora, como também a disseminação de conhecimento sobre o empreendedorismo (SEBRAE, 2023).

O SEBRAE alcança estes objetivos por intermédio de seus 700 pontos de atendimento, situados em todo o país, ofertando cursos de formação empreendedora, palestras, oficinas, seminários, *webinars* e eventos em geral, abordando temáticas nas áreas de empreendedorismo, finanças, marketing e vendas, planejamento, inovação, leis e normas, gestão de pessoas, organizações, organização e cooperação (SEBRAE, 2023).

Assim como as entidades anteriormente mencionadas, a Universidade é considerada uma das principais forças propulsoras do ecossistema empreendedor. A entidade, por ser um ambiente onde o conhecimento emerge, se torna fundamental na promoção da cultura empreendedora e no apoio ao desenvolvimento de empreendedores, por meio de cursos e disciplinas de empreendedorismo, promovendo e influenciando na formação de novas ideias e negócios (SALIM e SILVA, 2010).

O papel da universidade como catalisadora do desenvolvimento do empreendedorismo ganha, atualmente, cada vez mais relevância, por se acreditar ser possível desenvolver, em seu ambiente, o espírito empreendedor dos indivíduos. É por meio das instituições de ensino que os conhecimentos necessários para a formação de um empreendedor podem ser ensinados e aprimorados (DREXLER et al., 2014).

Os esforços conjuntos, desta e de outras entidades, empresas privadas, empresas e poderes públicos, são determinantes para que a partir de um ecossistema empreendedor propício, indivíduos se arrisquem e se estimulem a empreender. No Brasil, o empreendedorismo passa a ser difundido a partir dos anos 2000, quando se vê a necessidade da construção de um ambiente favorável onde as pequenas empresas pudessem ter um tempo maior de sobrevivência e se conseguisse diminuir o alto índice de mortalidade destas empresas (DORNELLAS, 2017).

O espírito empreendedor pode ser desenvolvido quando as competências, comportamentos e atitudes são aprendidos e desempenhados por seus agentes. Neste sentido, Dornellas (2017) e Ferreira, Santos e Serra (2010) expressam que o indivíduo não nasce essencialmente empreendedor; algumas características podem até ser necessárias (necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança), mas não definem quem pode se tornar empreendedor.

Para ser um empreendedor de sucesso, Dornellas (2017) ressalta algumas competências que devem ser desenvolvidas: ser visionário, não ser inseguro ao tomar as decisões corretas nos momentos de adversidade, fazer a diferença, explorar as melhores oportunidades, ser determinado e dinâmico, independente e construir o próprio destino, ver a riqueza como consequência, ser líder e formador de equipes, ser organizado e planejar, entre outras.

Este autor acredita que o processo empreendedor pode ser:

ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso seja decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia a dia de seu empreendimento. Os empreendedores inatos continuam existindo e sendo referências de sucesso, mas muitos outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras (DORNELLAS, p.30, 2017).

Neste sentido, entende-se que a transformação de um indivíduo em um empreendedor é inerente à sua capacidade de desenvolver suas competências, moldar seu comportamento e suas atitudes diante o cenário de riscos, competições e constante renovação.

A manifestação do empreendedorismo de cada indivíduo pode vir das mais diversas motivações e que estas podem variar de pessoa para pessoa. Neste sentido, entende-se que fatores internos e externos, atributos pessoais, mercado de trabalho, insatisfação com o emprego, família, necessidade e oportunidades de negócios, realização pessoal, independência e autonomia, criatividade e inovação, potencial de ganhos financeiros, contribuição para com a sociedade, perfaz o leque das motivações que levam o indivíduo a se arriscar no empreendedorismo (VALE et al.,2014).

Segundo Travassos (2021) as pesquisas realizadas sobre empreendedorismo destacam duas motivações para empreender: necessidade ou por oportunidade. Este entendimento é percebido pelas pesquisas do GEM, e os resultados apresentados no relatório executivo do GEM de 2022 identificam que 47,3% dos empreendedores iniciantes apontam a necessidade como a razão que os levaram a desenvolver um empreendimento, enquanto 52,7% afirmam que a oportunidade é o que os motivaram.

A despeito dos motivos que promovem a ação empreendedora, o empreendedorismo desempenha um papel fundamental na busca pelo crescimento econômico e na promoção de uma distribuição de renda mais justa e equitativa. Assim, percebe-se a relevância da cultura empreendedora, que deve ser fundamentada em conhecimento e capacitação, pois somente dessa forma é possível alcançar um empreendedorismo eficaz, capaz de gerar um impacto positivo e transformador na sociedade.

2.2 Educação Empreendedora nas Universidades

O empreendedorismo nas universidades é uma área em crescimento e de grande importância no cenário atual, apesar de pesquisas ainda evidenciarem que estas não possuem uma estrutura que apoie a jornada completa do empreendedor, que ainda se encontram desconectadas com o mercado, como também não estimulam a inovação e o sonho do discente (ENDEAVOR e SEBRAE, 2016).

Apesar destas afirmações apresentarem uma realidade negativa no tocante ao papel das universidades para com o empreendedorismo dos seus discentes, já se enxerga

a intenção de mudanças para este cenário, por meio do desenvolvimento de uma educação empreendedora. Cada vez mais as instituições de ensino superior estão incentivando e apoiando os estudantes a desenvolverem habilidades empreendedoras.

O desenvolvimento da educação empreendedora segundo Schaefer e Minello (2016) perpassa por um ambiente acadêmico onde o conhecimento científico é colocado em prática, com ênfase no processo de aprendizagem do aluno, com foco na ação e no aprender a aprender.

Para Dolabela (2003), a educação empreendedora não é uma metodologia convencional; esta apresenta novas características de ensino que objetiva o desenvolvimento de competências individuais e coletivas, para fortalecer os valores empreendedores na sociedade. “É dar sinalização positiva para a capacidade individual e coletiva de gerar valores para toda a comunidade, a capacidade de inovar, de ser autônomo, de buscar a sustentabilidade, de ser protagonista.” (DOLABELA, 2003, p. 130-131).

As competências e habilidades comportamentais que são necessárias para que o indivíduo identifique as oportunidades de negócios, podem ser aperfeiçoadas em vivências reais que são possíveis, pela aplicação de diferentes e inovadores métodos e instrumentos empregados pela educação empreendedora (ANDRADE JÚNIOR e SATO, 2019).

É notório que a universidade tem contribuído significativamente para a formação de novos empreendedores. Neste sentido, existem várias formas de promover a educação empreendedora dentro delas, através da oferta de disciplinas e cursos específicos sobre empreendedorismo, nos quais os discentes aprendem os fundamentos teóricos e práticos necessários para iniciar e facilitar um negócio. Esses cursos podem abordar temas como plano de negócios, gestão financeira, marketing, inovação e liderança empreendedora (SCHAEFER e MINELLO, 2020; SHEPHERD e PATZELT, 2018; GOMES et al., 2018; MURARO et al., 2018).

A alteração da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB) em 2021, para a inclusão dos temas "empreendedorismo" e "inovação" nos currículos da educação básica e superior, configura-se como marco para a consolidação da prática de uma educação empreendedora, como base para a construção de uma cultura empreendedora no contexto das Universidades. Segundo a autora do projeto no Senado Federal, Kátia Abreu, proponente da alteração, enquanto nos países desenvolvidos a educação empreendedora já é uma realidade, aqui no Brasil a educação ainda está centrada em pedagogias relativamente dissociadas da realidade econômica e social (AGÊNCIA SENADO, 2021).

Quadro 2 – Dimensões do Ranking de Universidades Empreendedoras

| DIMENS. | DESCRIÇÃO | INDICADORES |
|-----------------------|--|---|
| Cultura Empreendedora | Visa, por meio do olhar dos alunos da própria Instituição de Ensino Superior, compreender as percepções e assim avaliar a IES por meio da sua Postura Empreendedora, que é também a proatividade para resolver problemas e aproveitar as oportunidades, a participação ativa de discentes e docentes, na qual estes também desenvolvam essas competências, e a avaliação dos devidos espaços nas grades curriculares para explorar atitudes essenciais para uma cultura empreendedora. | Postura Empreendedora Discente Postura Empreendedora Docente Avaliação da Grade Curricular |
| Inovação | A dimensão de inovação tem ligação direta tanto com o desenvolvimento de tecnologia como também de conhecimento nas IES. Como um complemento ao indicador de proximidade IES-Empresa, também se levou em consideração as informações provindas dos resultados das Instituições Científicas e Tecnológicas (ICTs), obtidas através de um questionário enviado aos Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs). | Pesquisa Patentes Proximidade IES-Empresa |
| Extensão | Abrange a percepção acerca das ações que a IES realiza em conjunto com o ecossistema, promovendo um ambiente favorável ao desenvolvimento de pesquisas dentro da IES, as quais são compartilhadas com o público externo à Instituição de ensino superior. | Redes Ações de Extensão Altimetria |
| Internacionalização | Objetiva-se avaliar a conexão entre a IES e o ecossistema internacional, seja oferecendo oportunidades de intercâmbio aos seus alunos, e assim mantendo contato com as demais Instituições de Ensino Superior ao redor do mundo, como também proporcionando soluções inovadoras através dos estudos e tecnologias desenvolvidos na IES. | Intercâmbio Parcerias com IES Internacionais Pesquisas com Colaboração Internacional |
| Infraestrutura | A dimensão de infraestrutura mensura a percepção dos alunos quanto ao tema e também à aproximação com o Parque Tecnológico local, caso haja e ele esteja em funcionamento. | Qualidade da infraestrutura Parque Tecnológico |
| Capital Financeiro | Ao analisar os ecossistemas empreendedores, percebe-se que a inserção de capital financeiro é de extrema importância para o seu alavancamento, seja através de investimentos em projetos e iniciativas inovadoras ou com o objetivo de proporcionar as condições básicas para o desenvolvimento dessas iniciativas a partir da infraestrutura e do corpo administrativo. | Orçamento Fundos Patrimoniais (endowment) |

Fonte: Universidades Empreendedoras (2021)

Concernente ao que se propõe a alteração da LDB, no intuito de apoiar a educação empreendedora nas universidades, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores

(Brasil Júnior) desenvolveu o Ranking de Universidades Empreendedoras (RUE), por meio do qual são avaliadas as Instituições de ensino Superior (IES) sob a ótica de 6 dimensões: Cultura Empreendedora, Infraestrutura, Inovação, Extensão, Internacionalização, e Capital Financeiro (UNIVERSIDADES EMPREENDEDORAS, 2021). Para melhor se entender os resultados do estudo, o quadro 2 acima apresenta as dimensões e seus indicadores.

O resultado deste estudo de 2021 ranqueia as melhores colocações entre as 126 IES participantes, conforme cada dimensão, como também traz a colocação geral, elegendo a Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) como sendo a IES destaque. O quadro 3 evidencia a classificação conforme as dimensões propostas.

Como parte integrante da amostra deste estudo, estavam as IES da Paraíba (UFPB, UEPB e UFCG). Analisando os dados alcançados, observou-se que a UFPB se encontra na 33ª colocação geral entre as 126 IES, mas ao se detalhar por dimensão, constata-se que a UFPB se destaca em algumas como 12ª posição em Inovação, 20ª posição em Capital financeiro e 36ª posição em Extensão, mas na dimensão infraestrutura encontra-se na 70ª posição, na cultura empreendedora ficou na colocação 108ª e na colocação de 119ª na internacionalização.

Quadro 3 – Instituições de Ensino Superior (IES) ranqueadas em 2021 no Ranking de Universidades Empreendedoras das Brasil Júnior

| Dimensão | Colocação |
|-----------------------|---|
| Cultura Empreendedora | 1º Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira (UNILAB) |
| Inovação | 1º Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) |
| Extensão | 1º Universidade de São Paulo (USP) |
| Internacionalização | 1º Universidade de São Paulo (USP) |
| Infraestrutura | 1º Universidade do Vale do Taquari (UNIVATES) |
| Capital financeiro | 1º Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) |

Fonte: Ranking de Universidades Empreendedoras (RUE) da Brasil Júnior

A conclusão do estudo de Fischer et al. (2021) sobre o favorecimento do empreendedorismo pelo ambiente Universitário determinou que entre os discentes da

Universidades do Estado do Amazonas (UEA), da Estadual de Campinas (UNICAMP) e de São Paulo (USP), os alunos da instituição amazonense são mais propensos a empreender do que os das universidades paulistas.

Apesar da UNICAMP se destacar na pesquisa das Universidades empreendedoras (2021), cabe ressaltar que seu melhor desempenho foi nas dimensões inovações e capital financeiro, neste íterim, confrontando esta pesquisa com a de Fischer et al. (2021) confirma-se o seu não destaque na dimensão cultura empreendedora (posição 39^a), que aborda a percepção do discente sobre sua preparação e capacidade para ser um empreendedor. O mesmo acontece com a USP, que tem excelentes desempenhos nas dimensões extensão e internalização, mas se encontra na posição 68^a na cultura empreendedora.

Os estudos ainda demonstram que independentemente do nível de maturidade do ecossistema empreendedor em que a instituição está inserida, esta ainda é capaz de influenciar o empreendedorismo nos discentes (FISHER et al., 2021).

A cultura empreendedora pode ser disseminada dentro das universidades se utilizando de diversas formas, as quais possibilitam a criação um ambiente universitário mais empreendedor, como:

- realização de ciclos de conversas entre os egressos empreendedores e os discentes, onde aqueles relatam sobre suas experiências;
- a promoção de competições entre os discentes, para que encontrem soluções para problemas reais, trabalhando aspectos sobre empreendedorismo e inovação;
- a criação de Empresas Juniores, com a possibilidade dos discentes colocarem em prática seus conhecimentos científicos, já que irão desenvolver atividades de uma empresa real; e
- formalização de parcerias com empresas já consolidadas no mercado, pois a aproximação dos discentes dos problemas reais das pessoas e das empresas é uma excelente forma de estimular a cultura empreendedora entre os alunos (SEBRAE e ENDEAVOR, 2022).

Além disso, as universidades podem criar incubadoras e aceleradoras de empresas, que são espaços destinados a apoiar projetos empreendedores e fornecer

recursos como mentorias, acesso a investidores, infraestrutura física, programas de estágios, colaborações em projetos de pesquisa e desenvolvimento, e criação de espaços de *coworking* onde estudantes, pesquisadores e empreendedores podem interagir e compartilhar conhecimentos (SCHAEFER e MINELLO, 2016).

Essas iniciativas corroboram para que os discentes transformem suas ideias em negócios reais e possam ser acompanhados em todo o ciclo formação, pois “56% dos alunos empreendedores acreditam que iniciativas de empreendedorismo, como disciplinas, incubadoras e eventos são essenciais ao prepará-los para empreender, mas somente 38,78% das universidades em média oferecem essas oportunidades” (ENDEAVOR e SEBRAE, 2016).

Em pesquisa realizada pelo GEM (2019) sobre as Condições para Empreender no Brasil e no Mundo, no tocante a educação e capacitação, o Brasil se encontra entre as piores médias determinadas pelos especialistas, ficando na posição 43ª entre as economias participantes. o Índice do Contexto Nacional de Empreendedorismo (NECI), do Brasil foi de 4 numa escala de 0 a 10, considerando todos os níveis de ensino.

Esta pesquisa avalia como a educação empreendedora está incorporada aos sistemas educacionais formais em todos os níveis, examinando a qualidade, importância e alcance da educação empreendedora voltada à criação ou gerenciamento de novos negócios, se estimula a inovação e a criatividade, como também a competência dos professores para o ensino do empreendedorismo (GEM, 2019).

Nos resultados desta avaliação em relação ao ensino no nível superior, o país alcançou a 5ª melhor nota (4,3) entre os 12 fatores que compõem o NECI do Brasil, sendo o item mais bem avaliado (4,8) o que trata da qualidade do ensino nas áreas de administração e negócios em relação à preparação dos estudantes para enfrentar as dificuldades de iniciar e desenvolver um novo negócio (GEM, 2019).

O GEM (2019) traz como exemplo desta qualidade de ensino as conquistas alcançadas por estudantes da Universidade de São Paulo (USP), pois das seis *startups* que alcançaram a marca de US\$ 1 bilhão de valor de mercado no Brasil, quatro eram da USP e desses 14 fundadores educados no país, egressos dos cursos de administração e engenharia.

É importante ressaltar que o empreendedorismo nas universidades não se restringe apenas aos cursos de administração ou negócios. Portanto, é fundamental promover uma cultura empreendedora interdisciplinar, que estimule a colaboração e a troca de conhecimentos entre estudantes de diferentes cursos e áreas de especialização.

Segundo o SEBRAE e ENDEAVOR (2022) existem algumas ações que podem auxiliar na melhoria do atual cenário, no que tange a educação empreendedora, tendo os seguintes pilares: jornada do empreendedor, onde a universidade oferece apoio em cada fase do empreendedor; acessibilidade, onde as iniciativas universitárias devem ser ofertadas de forma ampla a diferentes públicos e a conexão com o mercado, unindo a teoria e prática. Entende-se que a comunidade empreendedora pode ser a maior aliada da universidade, instigando a inovação e a criação de uma rede de apoio.

Outra forma de fomentar o empreendedorismo nas universidades é por meio da promoção de competições e desafios de empreendedorismo. Essas atividades estimulam os estudantes a desenvolverem soluções inovadoras para problemas reais, incentivando a criatividade, o trabalho em equipe e a capacidade de resolver desafios complexos. Essas competições muitas vezes oferecem prêmios em dinheiro, acesso a investidores e visibilidade para os projetos vencedores (SCHAEFER e MINELLO, 2016).

A Universidade de Princeton nos EUA tem sido reconhecida como referência no estabelecimento de um ambiente de apoio aos estudantes. Em 2016, a instituição realizou uma reformulação de suas diretrizes internas, dando maior ênfase ao tema do empreendedorismo (SEBRAE e ENDEAVOR, 2016).

Entre as várias iniciativas implementadas, merecem destaque a redução do número de alunos por sala de aula, visando aprofundar os debates e estimular o pensamento crítico. Além disso, foi criado um comitê composto por professores, alunos, ex-alunos e funcionários, cuja função é desenvolver planos de ação adaptados às necessidades da universidade. Essas medidas visam promover um ambiente propício ao empreendedorismo e à inovação, incentivando o espírito empreendedor entre os membros da comunidade universitária (SEBRAE e ENDEAVOR, 2016).

Com o intuito de identificar a opinião dos especialistas e da população adulta, participantes da pesquisa GEM (2020) sobre o que se praticar para melhorar o ambiente empreendedor no país, os pesquisadores incentivaram-vos a apresentarem suas recomendações sobre o fator “educação e capacitação”, aqueles, por sua vez, traçaram os seguintes argumentos:

Instituir como política de Estado a formação empreendedora, mesmo que para isso seja necessária uma grande reformulação na estrutura de ensino vigente no país, priorizando a formação técnica, tecnológica e científica nos diferentes níveis educacionais. Respeitando assim as condições e vocações da população ao mesmo tempo em que responde pelas necessidades do mercado e de inserção no mundo globalizado.

Incluir no ensino fundamental e médio noções de educação financeira e empreendedorismo como temas transversais, com foco na prática e na realidade a ser experimentada pelos vocacionados para esse tipo de atividade profissional.

Conceber a educação empreendedora como um instrumento de ascensão social e desenvolvimento pessoal, evitando ser um recurso destinado apenas às classes sociais mais abastadas. Criar programas de competição relacionados a novos negócios inovadores, semelhantes aos já existentes como a Olimpíada de Matemática e as competições de robótica (GEM, p.26, 2019).

De acordo com a interpretação de Pinho e Thompson (2016) das ideias de Roman, Congregado e Millán (2013), é necessário desenvolver uma cultura voltada para o empreendedorismo, a qual deve ser promovida por diversas instituições responsáveis pela formação e socialização dos indivíduos. As instituições de ensino e formação desempenham um papel crucial nesse processo, especialmente quando incentivadas por programas públicos de empreendedorismo. Dessa forma, os empreendedores não devem ser vistos como tomadores de decisão isolados e autônomos, mas como atores influenciados pelos contextos micro e macro ambientais.

Nessa perspectiva, é fundamental reconhecer que o estímulo ao empreendedorismo vai além das ações individuais, dependendo da criação de um ambiente propício que promova a cultura empreendedora. As instituições educacionais desempenham um papel relevante ao fornecer conhecimentos, habilidades e mentalidade empreendedora, enquanto os programas governamentais podem oferecer suporte e incentivos que encorajem a iniciativa empreendedora (PINHO e THOMPSON, 2016).

Assim, é primordial compreender que o empreendedorismo é influenciado por fatores sociais, econômicos e institucionais. O desenvolvimento de uma cultura

empreendedora abrangente requer a colaboração e o envolvimento de diversos atores e instituições, com a utilização de novos métodos educacionais para alcançar o maior número possível de pessoas, visando torná-las independentes e autossustentáveis, a fim de criar um ambiente favorável ao surgimento e crescimento de empreendedores (GEM, 2019).

Em síntese, o empreendedorismo nas universidades é uma tendência crescente que busca desenvolver habilidades empreendedoras nos discentes, incentivando-os a criar negócios inovadores e gerar impacto positivo na sociedade. Por meio de cursos, incubadoras, competições e parcerias, as universidades têm um papel fundamental em promover essa cultura empreendedora e preparar os discentes para os desafios do mundo dos negócios.

2.3 Empreendedorismo e Gastronomia

Ao percorrer a origem dos negócios gastronômicos, Braga (2012) aponta seu aparecimento desde a antiguidade, quando já se tinha a necessidade de se comer fora do lar, surgindo aí as cozinhas de ruas, que ainda hoje fazem parte do contexto de vários continentes. Para este autor, a partir do final século XVIII, surgiram os restaurantes, como casas de saúde, onde se vendiam caldos restauradores, que se popularizaram como “lugares em que se serviam alimentos a pessoas que partilhavam o momento da refeição sem se conhecerem entre si” (BRAGA, p.18, 2012).

Eleutério (2014) traz que a evolução tecnológica a partir da segunda metade do século XX modificou a forma de se comer, com expansão dos restaurantes *fast-food*, como alternativa e tendência para o consumo fora de casa, como também para consumo em casa, por meio de refeições congeladas e entregues diretamente nas residências de seus consumidores.

Seguindo estas mudanças, as primeiras décadas do século XXI são marcadas por novas tendências no mercado gastronômico. Novos conceitos surgem, as cozinhas se preenchem de diversidade cultural, a figura do *chef* se populariza por meio das mídias, a gastronomia deixa de ser apenas uma experiência voltada para poucos e se difunde entre uma maior parcela da sociedade brasileira e mundial (BUENO, 2016).

A gastronomia se reconstrói com a incorporação de práticas e ingredientes regionais, trabalhados a partir das técnicas e metodologias globalizadas, e também vem se destacando devido à rápida circulação de informações e ao avanço da tecnologia alimentar, que tem trazido ao mercado uma variedade de produtos. O turismo gastronômico também está em alta, impulsionando novas tendências, como o *slow food*, a cozinha vegetariana, a cozinha mediterrânea e a cozinha fusion, entre outras (BUENO, 2016).

Neste sentido, empreender em gastronomia é se deparar com um leque imenso e diversificado de possibilidades. Os negócios no ramo da alimentação podem ser concebidos em diferentes formatos, como: restaurantes, confeitarias, bares, lanchonetes, ateliês, festivais gastronômicos entre outros.

Evidenciando o crescimento do empreendedorismo no setor gastronômico na última década, a pesquisa realizada pelo GEM (2018), apontava que entre as quatro atividades econômicas mais presentes nos três estágios do empreendedorismo (nascente, novo e estabelecido), se encontrava a de “restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas”.

Esta tendência de crescimento se confirma quando se analisa as atividades mais representativas do empreendedorismo brasileiro em 2022, fica evidente a forte presença de empreendimentos ligados à alimentação entre os empreendedores iniciantes. Para os empreendedores em estágio inicial, as atividades de "restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas" e "serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada" somam quase 25% do total desses empreendedores (GEM, 2023).

A predisposição ao crescimento pode ser atribuída a diversos fatores, como a demanda contínua por serviços de alimentação e a presença de uma cultura gastronômica forte no Brasil. Atualmente existe uma quantidade muito grande de empreendimentos no setor gastronômico. Praticamente todos os tipos de cozinhas são explorados, da cozinha típica aos pratos requintados da cozinha francesa, como também todos os tipos de serviços são prestados (SEBRAE, 2014).

Em entrevista ao Estadão, o professor Marcelo Nakagawa, especialista em inovação e empreendedorismo do Insper e coordenador adjunto da FAPESP nos programas de inovação, apresenta um cenário de grandes desafios para o setor gastronômico, principalmente no pós-pandemia. Marcelo aponta que apesar das dificuldades enfrentadas durante a pandemia, o setor de gastronomia está se reestruturando. Essa reestruturação passa por empreender da forma certa, buscando novas formas de voltar ao mercado, reencontrar o público e chamar a atenção (MATHEUS, 2022).

Neste sentido, Marcelo enfatiza que muitos restaurantes saíram da pandemia com fragilidade financeira, endividados e com déficits de fluxo de caixa, causados por falta de gestão e planejamento. O processo de retomada deve seguir algumas premissas: ser inovador para se tornar tradição, saber se posicionar e se diferenciar dos concorrentes, planejar o negócio do ponto de vista operacional e financeiro e, principalmente, conhecer seus custos (MATHEUS, 2022).

Este entendimento já era percebido por Costa et al. (2020) quando - no resultado de suas pesquisas sobre o potencial empreendedor em gastronomia - evidenciou que não basta apenas o conhecimento técnico e especialista em gastronomia para ser um empreendedor de sucesso, é primordial que este tenha uma formação empreendedora, com conhecimentos em marketing, gestão e empreendedorismo. Destarte, o ensino sobre gestão e empreendedorismo no curso de gastronomia tem se mostrado cada vez mais relevante e necessário.

Os programas de ensino dos cursos de gastronomia no Brasil buscam proporcionar aos estudantes uma visão sistêmica das variantes que envolvem as atividades empresariais do setor alimentício, por meio da inserção de disciplinas voltadas ao eixo gestão e empreendedorismo na matriz curricular destes cursos. Na percepção de Pereira (2022), para que um egresso seja capaz de empreender na área gastronômica, precisa muito mais do que o aprimoramento das habilidades culinárias, é necessário também o desenvolvimento de competências em gestão, empreendedorismo, marketing, finanças, operações e inovação entre outras.

A matriz curricular do curso de gastronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) contém disciplinas específicas relacionadas ao empreendedorismo gastronômico, como também disciplinas que promovem o desenvolvimento de capacidades gerenciais e estratégicas dos discentes para atuarem no setor de alimentação e bebidas. Essas disciplinas abordam tópicos como: Planejamento físico e organizacional dos serviços de alimentação, Aplicativos de informática para a gastronomia, Segurança do trabalho, Organização de eventos, Serviço de bar e restaurante, Gestão de pessoas e serviços, Gestão ambiental e responsabilidade social, Ética e legislação trabalhista e empresarial, Empreendedorismo, Controle de custos aplicado à gastronomia e Projeto de ambientação e design para restaurantes e similares (UFRPE, 2023).

Seguindo o mesmo entendimento, o curso de Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) também construiu seu programa de ensino com um eixo de gestão bem representativo, por meio das disciplinas como: Gestão de pessoas, Introdução à administração, Introdução às finanças, Ética profissional, Economia aplicada à gastronomia, Estatística aplicada à gastronomia, Neurociência e o comportamento do consumidor, Consultoria em serviços de alimentação, Felicidade, Planejamento de cardápios, Sociologia aplicada à gastronomia, Organização e operacionalização nos serviços de alimentação, Gestão financeira aplicada à gastronomia, Marketing, Empreendedorismo gastronômico e Projeto de ambientação e Design para restaurantes e similares (UFPB, 2023).

Segundo a Resolução nº 23/2020, que aprovou o Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Gastronomia do CTDR, Campus I da UFPB, o objetivo do curso “é formar Bacharéis em Gastronomia aptos a gerenciar processos e pessoas em diferentes setores e segmentos sociais, públicos e privados, interligados com ações gastronômicas e alimentares”. Neste sentido, será capacitado na sua formação profissional contemplando os seguintes objetivos:

- *Gestão Empreendedora na Gastronomia – visa possibilitar aos alunos ter conhecimentos específicos nas áreas funcionais de gestão (produção, gestão de pessoas, marketing e finanças) para que sejam capazes de atuar como gestores de seus empreendimentos ou na assessoria de organizações públicas e privadas no setor gastronômico;*
- *Gastronomia e Cultura – possibilitar aos discentes o conhecimento e vivência em torno dos aspectos científicos e culturais os quais englobam a gastronomia num contexto geral, com o objetivo de desenvolver habilidades*

tanto técnicas quanto artísticas que possam ser aplicadas no cotidiano de sua profissão;

• Ciência e Tecnologia de Alimentos – permitir que os alunos aprendam a empregar procedimentos técnicos e científicos necessários à manipulação, produção de alimentos e preparação de pratos. Ainda, aplicar as técnicas estudadas na criação e inovação de alimentos e bebidas, proporcionar prazer gustativo, além da segurança alimentar. E minimizar o desperdício e os resíduos, procurando atenuar os impactos gerados na sua atuação.

Além da formação por meio das disciplinas, outras formas de aplicabilidade do conhecimento podem ser ofertadas para que os discentes desenvolvam suas habilidades empreendedoras. Neste contexto, os projetos de extensão universitária, estágios em estabelecimentos gastronômicos, atividades desenvolvidas dentro de empresas juniores, feiras gastronômicas, festival gastronômico, entre outros, se tornam instrumentos para pôr em prática a teoria estudada no âmbito da sala de aula.

O ensino do empreendedorismo no curso de gastronomia busca oferecer aos estudantes os instrumentos e conhecimentos necessários para se manterem e até se destacarem como empreendedores no mercado alimentício. A integração das teorias e práticas empreendedoras ao currículo busca propiciar aos futuros profissionais a capacidade de enfrentarem os desafios do setor, impulsionando a inovação, a competitividade e o crescimento sustentável dos empreendimentos em gastronomia.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção são abordados os aspectos metodológicos utilizados para o alcance dos escopos da pesquisa, tendo como parâmetros os objetivos delineados pelo estudo. Para tanto, metodologicamente, utilizou-se a pesquisa de campo, com uma abordagem quantitativa, com o objetivo de realizar um panorama geral do empreendedorismo entre os egressos e discentes do curso de gastronomia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), com foco na influência da educação empreendedora proporcionada pelas disciplinas do eixo de gestão e empreendedorismo do curso na hora da decisão de empreender.

Caracterizando a pesquisa aqui apresentada segundo o seu tipo, trata-se primeiramente de uma pesquisa bibliográfica, pois buscou no seu corpo teórico executar um levantamento bibliográfico, o qual foi feito por meio de sites acadêmicos (Google Acadêmico e CAPES), livros e periódicos, para o desenvolvimento da fundamentação teórica, onde foram pesquisadas as palavras-chave: Empreendedorismo, Educação Empreendedora, Educação Empreendedora nas Universidades e o Empreendedorismo na Gastronomia (GIL, 2002).

Além disso, trata-se de uma pesquisa de campo, pois foi feito levantamento de dados com um Universo pré-selecionado, caracterizada como exploratória de levantamento primário, proporcionando uma descrição quantitativa de atitudes e opiniões da população, a qual é estudada uma parte da amostra (CRESWELL & CRESWELL, 2021).

Portanto, esta pesquisa é caracterizada predominantemente como quantitativa, pois examina variáveis objetivas e a relação entre elas, através de dados numéricos inseridos em questionários como métodos. Além disso, há uma pequena parte qualitativa, com questões abertas voltadas ao entendimento que os indivíduos pesquisados têm de determinado problema. Desta forma, a pesquisa caracteriza-se como de métodos mistos, pois envolve a coleta de dados qualitativos e quantitativos (CRESWELL & CRESWELL, 2021).

O instrumento elaborado para a coleta dos dados foi um questionário misto, com perguntas quantitativas e qualitativas, tendo como Universo alvo os discentes e egressos do Curso de Bacharelado em Gastronomia da UFPB, e encontra-se apresentado em apêndice a este trabalho. No geral, o questionário está dividido em quatro etapas, sendo a primeira de dados de perfil, como sexo, idade, se egresso ou concluinte e qual período que está cursando. Na segunda e terceira as pessoas se dividem em responder questões caso já sejam ou não empreendedores. Na última, falam sobre Trabalhos de Conclusão de Curso e sobre a contribuição das disciplinas de Gestão do Curso de Bacharelado em Gastronomia da UFPB para a sua formação como empreendedor.

O instrumento foi elaborado no *Google Forms* e enviado via link de compartilhamento em e-mails e contatos individuais e em grupo no *Whatsapp*. Para se alcançar o maior número de respondentes, além dos envios de forma eletrônica, se fez necessário a visita nas turmas de gastronomia do 1º ao 8º período, onde era apresentada a proposta da pesquisa e em seguida solicitava-se que os discentes respondessem os questionários.

O universo foi calculado a partir de relatórios do SIGAA, sendo formado por 360 pessoas, sendo 74 egressos e 286 alunos (ativos até o semestre 2022.2 e inativos) do Curso de Bacharelado em Gastronomia da UFPB. Para o cálculo da amostra, foi utilizada a calculadora amostral da *Survey Monkey* (2023), a qual considera três variáveis para o cálculo: N é o tamanho da população, E é a margem de erro da pesquisa e Z é o grau de confiança da pesquisa.

Considerando que a população é composta por 360 pessoas (N), e que a pesquisa aplicada tem 85% de confiança e margem de erro de 5%, foi calculada a amostra conforme a fórmula a seguir.

$$\text{Tamanho da amostra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Desta forma, foram calculados 132 questionários a serem aplicados, os quais foram estratificados conforme a Tabela 1, a seguir.

Tabela 1 - Universo Amostral e Estratificação da Amostra

| DESCRIÇÃO | TOTAL | EGRESSOS | ESTUDANTES |
|---|-------|----------|------------|
| UNIVERSO | 360 | 74 | 286 |
| % DO TOTAL | 100% | 20,55% | 79,45% |
| AMOSTRA (85% de confiança e 5% de erro) | 132 | 27 | 105 |

Fonte: Elaboração própria com o auxílio da calculadora amostral da *Survey Monkey*, disponível em <https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Conforme tabela 2 a seguir, a pesquisa de campo realizada entre março e maio de 2023 obteve todos os questionários necessários para alcançar 85% de confiança e 5% de margem de erro da pesquisa. Foram obtidos alguns resultados a mais, sendo eles insuficientes para melhorar os indicadores da amostra (por exemplo, diminuir a margem de erro ou aumentar o grau de confiança). Como excedente de amostra, obteve-se 10 questionários, sendo destes 3 respondidos por egressos e 7 por discentes ativos no curso.

Tabela 2 - Respostas Obtidas e Relação %

| DESCRIÇÃO | TOTAL | EGRESSOS | ESTUDANTES |
|-----------------------------|-------|----------|------------|
| QUESTIONÁRIOS OBTIDOS | 142 | 30 | 112 |
| % DOS QUESTIONÁRIOS OBTIDOS | 100% | 21,13% | 78,87% |

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa.

Em relação à análise dos dados, as questões da parte quantitativa foram análises por meio de análise descritiva, com a elaboração de gráficos e tabelas sobre os resultados, os quais uma parte deles foram elaborados através do próprio *Google Forms*, e outros no *Microsoft Excel*. Em relação às perguntas qualitativas, a análise ocorreu por meio da análise de conteúdo, classificando as respostas em categorias e apresentando os resultados no formato de frequências e nuvem de palavras.

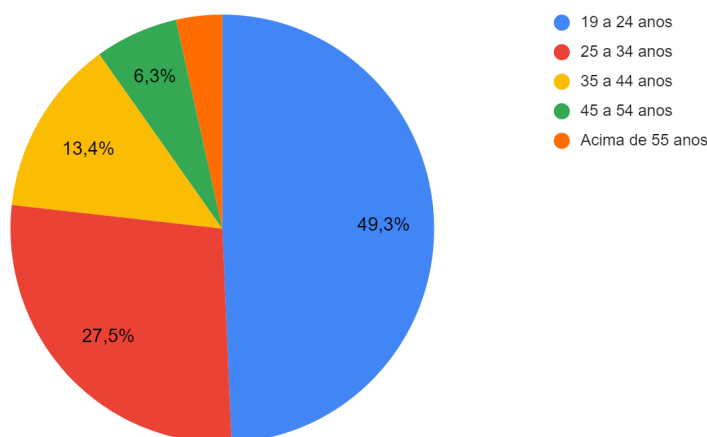
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção tem como finalidade a apresentação e interpretação dos dados coletados no transcorrer da pesquisa. O primeiro tópico apresenta os questionamentos referentes ao perfil dos entrevistados quanto ao gênero, idade, vínculo com a UFPB e período que está cursando. Sequencialmente, aborda-se o empreendedorismo dos discentes e egressos em Gastronomia pelo DG-UFPB.

4.1 Perfil do entrevistado

Inicialmente, traça-se o perfil dos 142 discentes e egressos do curso de Bacharelado em Gastronomia da UFPB que participaram da pesquisa. A figura 2 apresenta a frequência das características dos entrevistados quanto a idade.

Figura 1 - Idade dos entrevistados



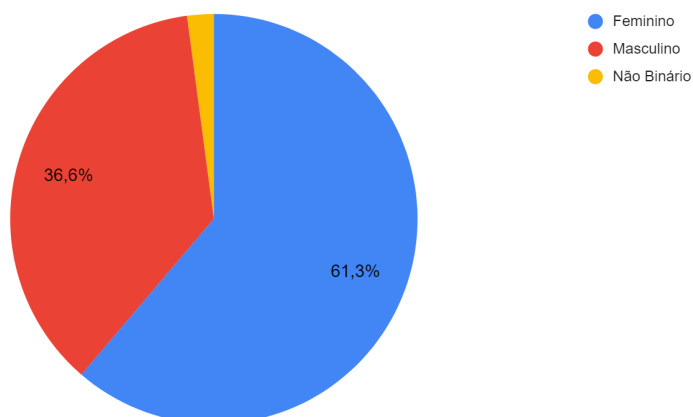
Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

De acordo com a Figura 1, constatou-se que a categoria mais significativa foi a faixa etária entre 19 a 24 anos, que representa 49,3% da amostra em estudo. Observou-se que 51,7% dos respondentes estão em faixas etárias acima de 25 anos, e um percentual que se destaca dentro deste total é o de respondentes com idade acima de 45 anos, perfazendo mais de 14 discentes. Os resultados retratam o que realmente se vê nas salas de aula de gastronomia, uma diversidade de idades.

No tocante ao gênero dos entrevistados o maior percentual de respondentes é do sexo feminino, com 61,3%, acompanhado de 36,6% do sexo masculino. Dentre os

respondentes, 2,1% se declaram não-binário, como se evidencia nos percentuais apontados na figura 2.

Figura 2 - Gênero dos entrevistados

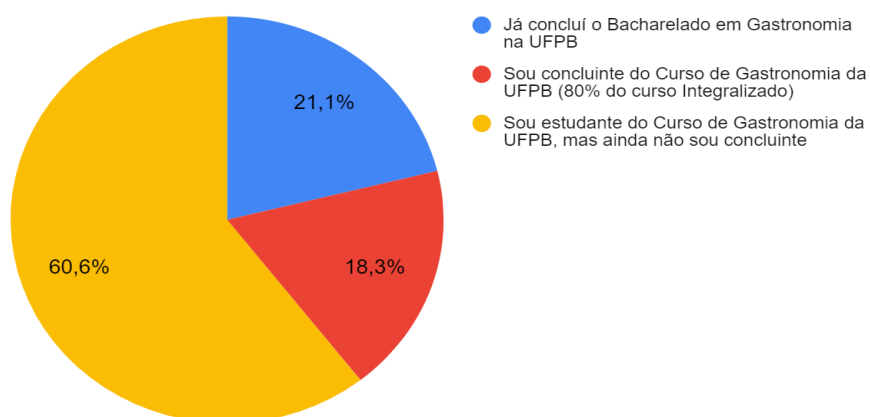


Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

Ao correlacionar-se as características de gênero com a idade, observa-se que quem se considera não-binário está na faixa etária de 19 a 24 anos. Já entre as mulheres, 53% destas também estão na faixa etária entre 19 a 24 anos, faixa etária na qual estão inseridos 42% dos homens.

No que se refere ao relacionamento existente entre os entrevistados e o departamento de gastronomia da UFPB, infere-se que 21,1% concluíram o curso e, dentre os 78,9% restantes, 18,3% estão em processo de conclusão (com 80% do curso integralizado), e 60,6% estão cursando gastronomia no 7º período ou em períodos anteriores, conforme demonstra a Figura 3, a seguir.

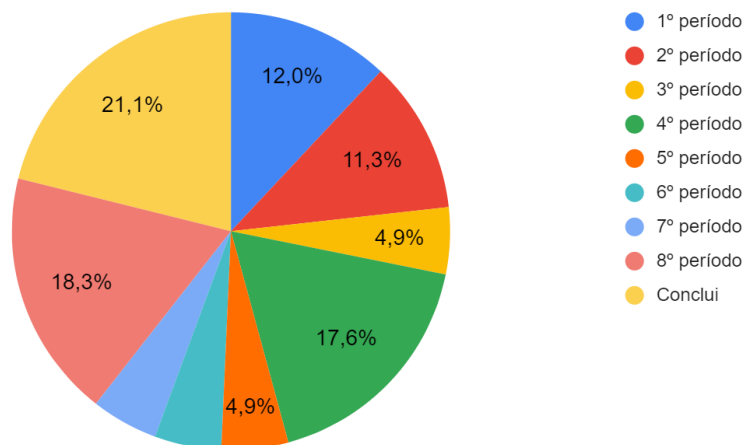
Figura 3 - Relacionamento atual com o Departamento de Gastronomia da UFPB



Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

No tocante, ao período do curso que os discentes estão, os dados evidenciaram que os respondentes que cursam o 8º período equivalem a 18,3%; 17,6% são discentes do 4º período; outros 12% cursam o 1º período; 11,3% estão no 2º período; 5,6% estão no 6º e 4,9% que estão cursando os 3º ,5º e 7º períodos. Os egressos fazem parte de 21,1% destes respondentes (Figura 4).

Figura 4 - Período que os estudantes entrevistados estão cursando



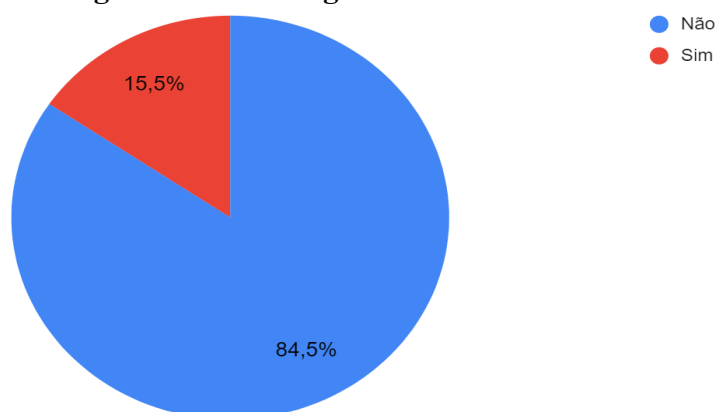
Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

Portanto, o perfil predominante dos respondentes aponta um percentual maior do sexo feminino, na faixa etária de 19 a 24 anos, cursando o 1º, 2º, 4º e 8º período do curso de Gastronomia.

4.2 Empreendedorismo em Gastronomia

Ao serem questionados se já possuíam algum negócio na área de gastronomia antes do início do curso, apenas 15,5% dos respondentes afirmaram possuírem um negócio no ramo de gastronomia. A figura 5 evidencia que 84,5% dos respondentes não tinham nenhum negócio ao iniciar o curso.

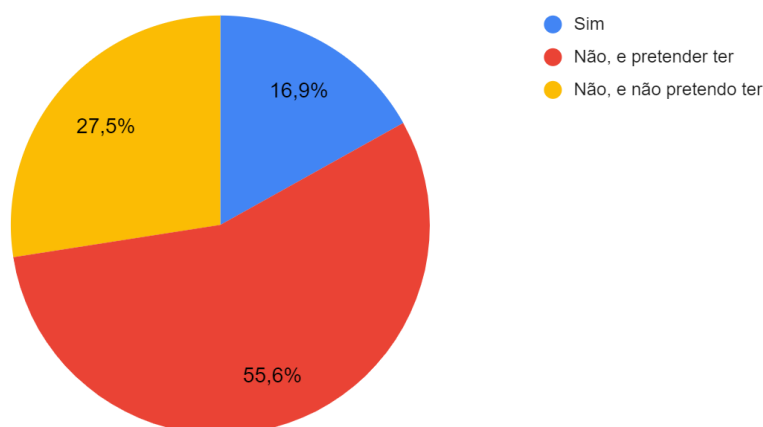
Figura 5 - Possuir negócio na área de gastronomia ao iniciar o curso



Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

O questionamento abordado na figura 6 buscou evidenciar se atualmente os discentes e egressos possuem ou não negócios na área de gastronomia, ou se pretendem ou não ter.

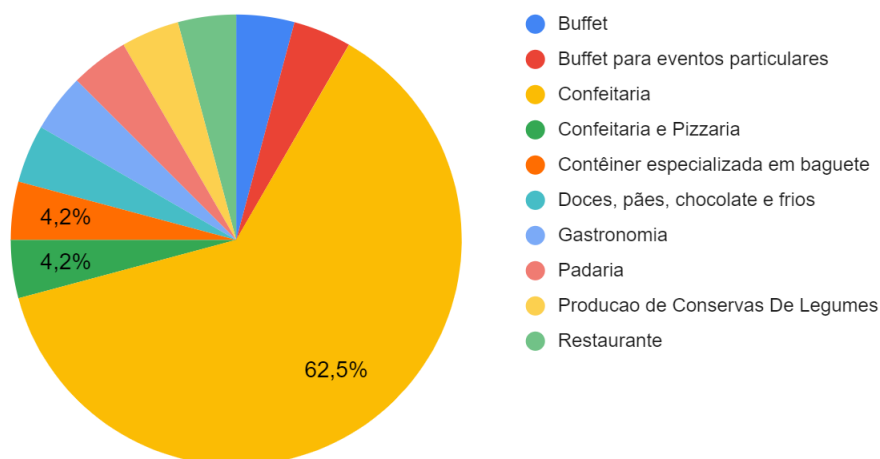
Figura 6 - Atualmente possui negócio na área de gastronomia



Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

Tendo como base os resultados apontados na figura 6, verificou-se que 16,9% dos respondentes atualmente possuem um negócio. Um total de 83,1% dos respondentes não possui um negócio, mas 55,6% destes almejam, em algum momento, ter um negócio próprio em gastronomia.

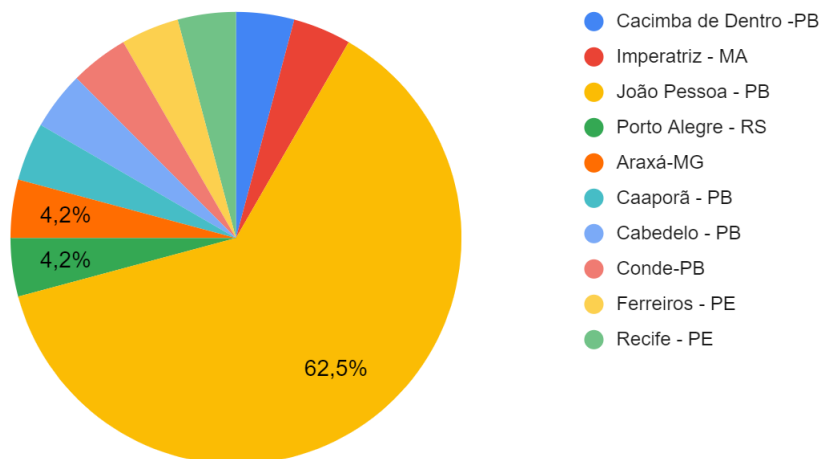
A figura 7 traz as áreas de atuação dos 24 respondentes que afirmam ter um negócio no ramo de gastronomia. Assim, identificou-se que a área de confeitaria se destaca dentre todas as demais citadas, com 62,5% dos negócios. As outras áreas mencionadas apresentam o mesmo percentual de 4,2%, equivalente a 9 áreas distintas.

Figura 7 - Área de atuação do seu negócio

Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

Segundo os respondentes, como evidencia a figura 8, os seus negócios estão localizados predominantemente na cidade de João Pessoa-PB. Os que já concluíram e que eram de outras regiões do Brasil voltaram para sua terra natal e hoje empreendem na área de gastronomia.

Muitas das cidades citadas são da Paraíba, ou no litoral ou interior, mas também há cidades de Pernambuco, Maranhão, Minas Gerais e Rio Grande do Sul.

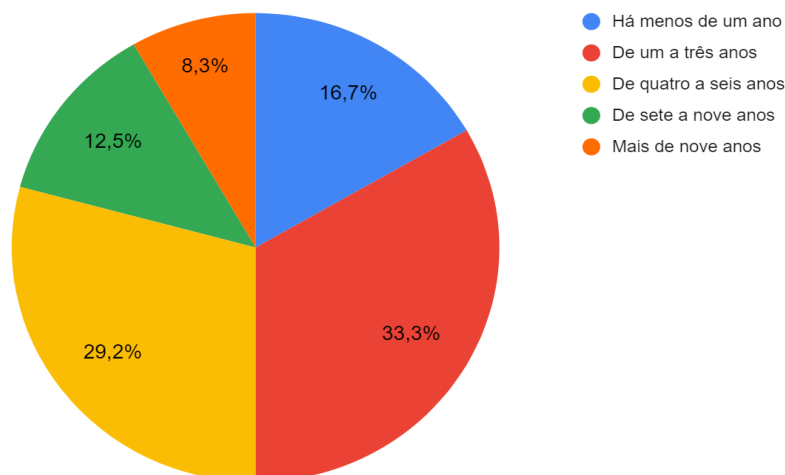
Figura 8 - Localização do negócio

Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

O tempo de existência destes negócios é apresentado na figura 9, por meio da qual vislumbra-se que apenas 16,7% destes empreendimentos foram abertos há menos de um ano. O percentual de 83,3% já está empreendendo há mais de um ano, e destes 29,2% já

existem entre quatro a seis anos; por fim, 8,3% consolidou seu negócio, estando há mais de nove anos no mercado.

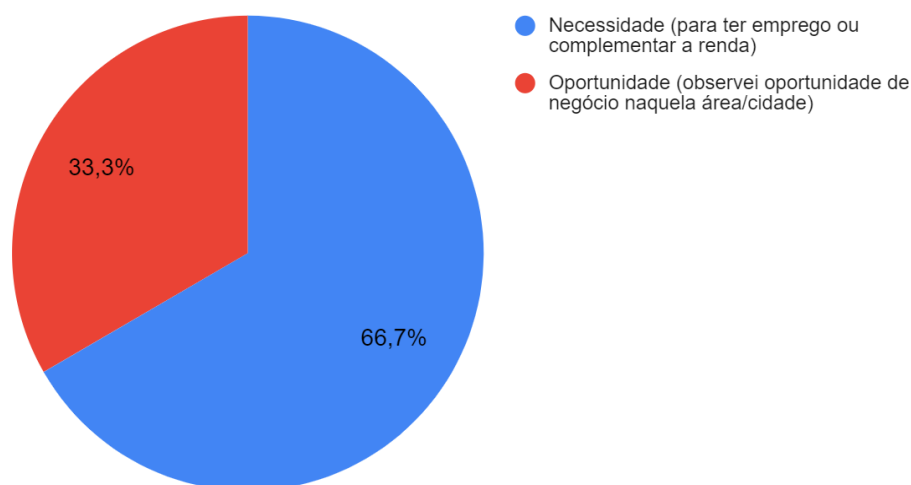
Figura 9 - Tempo de existência do negócio no ramo da gastronomia



Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

Ao serem questionados sobre qual o motivo que os levaram a empreender na área de gastronomia (figura 10), os respondentes em sua maioria de 66,7% apontam que foram motivados pela necessidade (para ter emprego ou complementar a renda), enquanto 33,3% dizem que a oportunidade (vislumbrou oportunidade de negócio naquela cidade) foi a motivação para empreender.

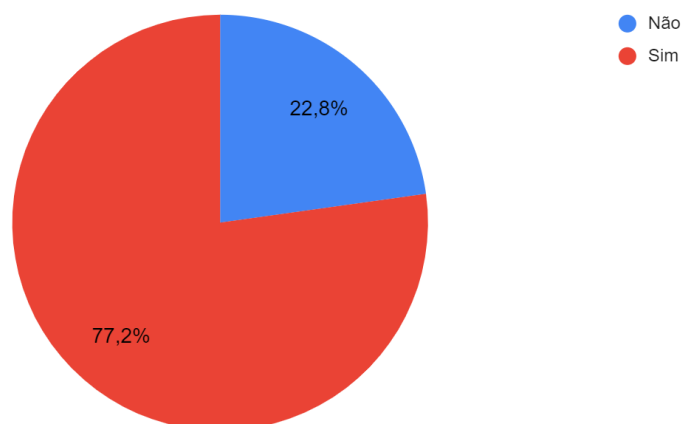
Figura 10 - Motivo que fez empreender na área de gastronomia



Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

No tocante ao questionamento sobre a existência de um sonho de abrir seu próprio negócio antes de ingressar no curso de gastronomia, 77,2% dos respondentes afirmam já possuírem o sonho de ser empreendedor, mesmo antes de cursar gastronomia. Apenas 22,8% não nutriam o sonho de empreender, antes de iniciar a graduação, conforme mostra a figura 11.

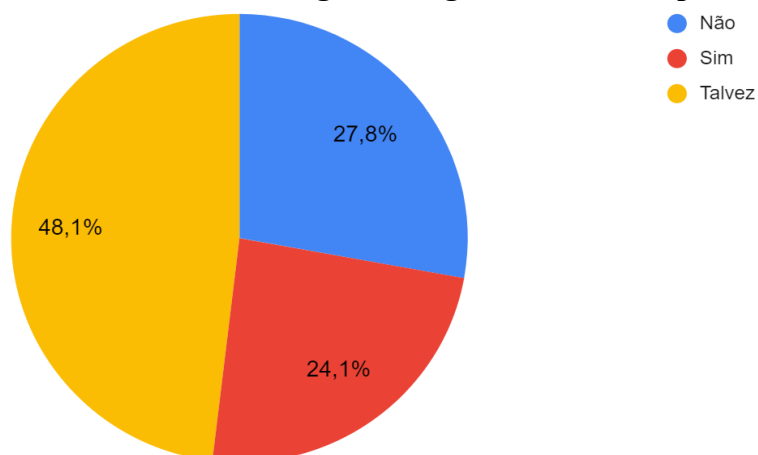
Figura 11 - Existência de um sonho de abrir seu próprio negócio antes de ingressar no curso de gastronomia da UFPB



Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

Na figura 12, observa-se o percentual de respondentes que têm pretensão de abrir um negócio nos próximos dois anos, na qual 48,1% afirmam que talvez queiram, 27,8% não pretendem e 24,1% pretendem empreender na área de gastronomia nos próximos dois anos.

Figura 12 - Pretensão de abrir um negócio em gastronomia nos próximos dois anos



Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

Quando questionados sobre quais disciplinas do eixo de gestão já haviam cursado, observou-se que mais de 50% dos respondentes já cursaram todas as disciplinas deste eixo. Como a disciplina de introdução à administração é ofertada no primeiro período, esta já foi cursada pela maioria, como também está sendo cursada pelos discentes matriculados no primeiro período (Figura 14).

Como se evidencia na figura 14, o eixo de gestão do curso de gastronomia é formado pelas disciplinas obrigatórias de introdução à administração, economia aplicada à gastronomia, gestão de pessoas, marketing, empreendedorismo, gestão financeira aplicada à gastronomia.

Neste sentido, buscou-se identificar a contribuição das disciplinas na área de gestão e empreendedorismo em Gastronomia, para a formação do empreendedor/gestor dos discentes e egressos e a decisão de empreender. Os respondentes em sua totalidade entendem que as abordagens e conteúdos das disciplinas ampliam seus conhecimentos, principalmente sobre gestão, o que corrobora com a sua formação como empreendedor.

Vários entendimentos de como essa contribuição ocorreu foram externalizados e para melhor apresentá-los, realizou-se um compilado das respostas, que apontam de forma geral as ideias de todos os respondentes, no Quadro 4 (a seguir).

Quadro 4 – Respostas à pesquisa sobre como as disciplinas de gestão do curso contribuem para a formação empreendedora

| Resp. | Fala |
|--------------|--|
| 1 | “Essas disciplinas estão contribuindo para mim de forma a entender melhor o direcionamento para aumentar as chances do meu futuro negócio dar certo, por conta da construção de plano de negócios, plano de marketing, como controlar fluxo de caixa entre outros que são extremamente importantes para a saúde da gestão.” |
| 2 | “Através do conhecimento adquirido nas disciplinas, sou capaz de entender os processos de gestão e financeiro do meu negócio, para que ele seja sustentável e não ocorram percalços.” |
| 3 | “Alguns conhecimentos são fundamentais para gerenciar pessoas, finanças e divulgação do empreendimento. Todas as disciplinas têm importância nesse processo de abertura de empresa e formação de perfil empreendedor.” |
| 4 | “As disciplinas lhe capacitam a ter uma visão sistêmica de um negócio gastronômico, tornando-o apto para gerir seu próprio negócio.” |
| 5 | “Para auxiliar no estudo do mercado, nós temos comportamentos que devem ser realizados quando empreendedor, na tomada de decisões nos negócios, entre outros.” |
| 6 | “As disciplinas, como economia e gestão financeira, foram muito bem exploradas e voltadas para a área de gastronomia, porém a falta de aplicação dos conhecimentos em estágios, por exemplo, deixa o aluno com receio de empreender usando apenas o conhecimento teórico, sem nunca ter vivenciado na prática como administrar um empreendimento.” |
| 7 | “Me tornando um profissional completo com noções na parte do empreendedorismo .” |
| 8 | “Fez ver todas as áreas necessárias antes de abrir um negócio e como planejar isso.” |
| 9 | “São disciplinas cruciais, antes de ingressar no curso tive um pequeno negócio que não deu certo, e agora depois de cursar algumas disciplinas da área administrativa vejo os pontos que errei e motivos pelos quais o negócio não foi pra frente.” |
| 10 | “As disciplinas me trouxeram ferramentas para empreender.” |

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados da pesquisa

Cabe ressaltar que aproximadamente 2,9% dos respondentes enfatizaram em suas explicações que, apesar dos conteúdos serem bem ministrados, sentiam falta da aplicabilidade em seus estágios, visto que a maioria dos estágios são voltados para área técnica da gastronomia e não na área de gestão.

Neste sentido, entende-se que é necessário terem uma área de estágio com viés voltado para gestão e empreendedorismo, como também se utilizar das atividades que serão desenvolvidas pela Empresa Júnior de Gastronomia (a Degustar Júnior), que está em fase de constituição, para colocar em prática em uma empresa real os conhecimentos adquiridos em sala de aula.

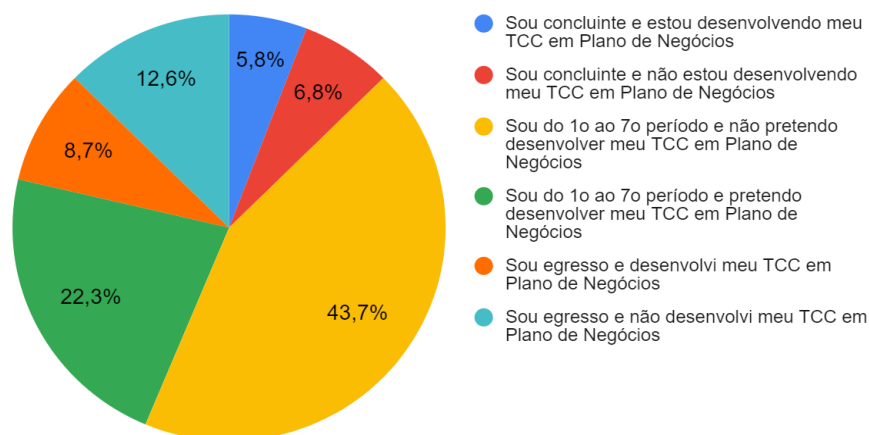
Os discentes ainda apontam que a participação nas extensões que desenvolvem atividades voltadas às áreas de marketing, gestão financeira e empreendedorismo é outra ação que pode fortalecer sua formação empreendedora.

O penúltimo questionamento feito foi em relação aos temas de TCC realizados e às intenções de quem ainda iria desenvolver, se seria em formato de Plano de Negócio.

Quando questionados se o TCC seria feito em Plano de negócio, o percentual de 43,7% dos discentes, que são do 1º ao 7º período, responderam que não pretendem desenvolver o TCC em plano de negócio. No entanto, 22,3% que também estão cursando do 1º ao 7º período responderam que pretendem desenvolver o TCC em plano de negócio.

Já entre os respondentes egressos, 12,6% destes afirmaram que não realizaram o TCC em plano de negócio, enquanto 8,7% desenvolveram o seu TCC em plano de negócio. Entre os concluintes, 5,8% estão desenvolvendo o TCC em plano de negócios e 6,8% não escolheram o plano de negócio como base para seu TCC (Figura 15).

Figura 15 - Respostas sobre o Trabalho de Conclusão de Curso

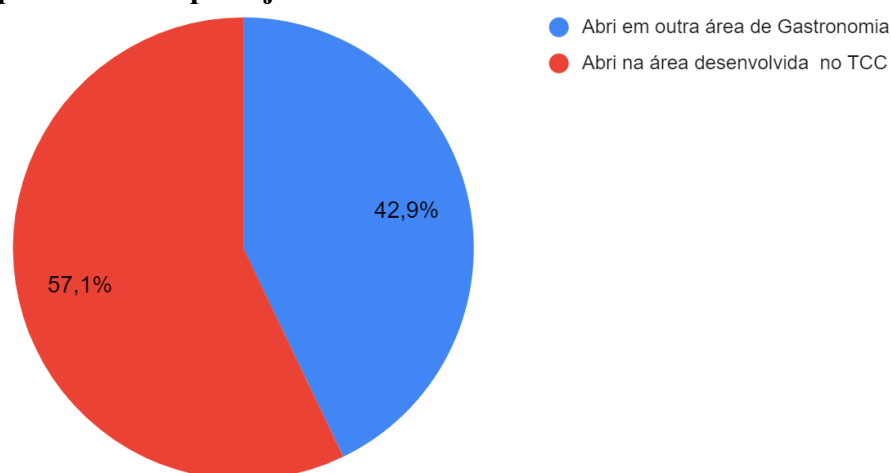


Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

Dos egressos que desenvolveram o TCC em Plano de Negócios, 57,1% abriram seu negócio na área desenvolvida no TCC, enquanto 42,9% destes apontaram que abriram em área distinta da qual desenvolveu, conforme se vê na figura 16, abaixo.

Os TCC desenvolvidos em formato de Plano Negócios foram idealizados em diferentes áreas da gastronomia, como: Confeitaria, Lanchonetes, Restaurantes, Sanduicheria, Food Park, Cozinhas compartilhadas, *Personal Chef* e mercado de trabalho voltado a profissionais da gastronomia. A maioria deles foram voltados à análise de viabilidade de abertura de algum negócio (Plano de Negócio).

Figura 16 - Respostas sobre se fez o TCC em Plano de Negócios, se realmente abriu a empresa na área planejada em seu TCC



Fonte: Elaboração Própria com base na pesquisa realizada entre março e maio de 2023.

Finalizando, quando questionados se a realização de seus estudos neste determinado tema contribuiu para sua decisão de ser empreendedor, 100% afirmaram que sim, pois possibilitou a avaliação da viabilidade daquele determinado negócio, a fomentar o crescimento da empresa em termos de vendas e posicionamento da marca, a perceber o quanto o ramo de empreendimento em gastronomia é vasto e repleto de possibilidades, aumentando a vontade de empreender, como também a entender o perfil empreendedor.

5 CONCLUSÕES

Este estudo propôs realizar um panorama geral do empreendedorismo entre os egressos e discentes do curso de gastronomia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), com foco na influência da educação empreendedora proporcionada pelas disciplinas do eixo de gestão e empreendedorismo do curso na hora da decisão de empreender.

Para alcançar este objetivo buscou-se responder o seguinte questionamento: Como a formação empreendedora dos egressos e discentes do curso de Bacharelado em Gastronomia da UFPB influenciou em sua decisão de empreender? Neste sentido, foram traçados os seguintes objetivos: Demonstrar a relevância da educação empreendedora para formação profissional dos gastrônomos; definir o número dos egressos e discentes que empreendem em negócios de gastronomia e determinar os motivos que os levam ou não a empreender na área gastronômica.

Com intuito de demonstrar a relevância da educação empreendedora para a formação profissional dos gastronômicos, foram realizadas inicialmente pesquisas bibliográficas que permitiram um aprofundamento maior na relação entre empreendedorismo, educação empreendedora e empreendedorismo gastronômico.

Observou-se que o empreendedorismo é um tema que está em evidência, e que os holofotes se voltaram para o seu desenvolvimento. Cabe ressaltar que a literatura existente aponta para a construção de um empreendedorismo eficaz, mas para que isto ocorra seus agentes devem se utilizar da educação empreendedora como alicerce.

O tema empreendedorismo vem sendo discutido em diversos ambientes, e não seria diferente sua propagação no ambiente acadêmico. Assim, percebe-se as Universidades como ambiente disseminador de conhecimento, propício para o desenvolvimento e aprimoramento da cultura empreendedora entre seus discentes e docentes, que se conjugam por meio da educação para transformarem suas realidades e da sociedade como um todo.

Evidenciou-se também que esta educação empreendedora passou a ser cultivada mais ativamente nas universidades, sendo uma tendência crescente que busca desenvolver habilidades empreendedoras nos discentes, incentivando-os a criar negócios inovadores e gerar impacto positivo na sociedade.

Após a realização da pesquisa bibliográfica, a partir da análise dos dados dos questionários destinados aos egressos e discentes do curso de gastronomia, definiu-se que parte destes já empreendem na área de gastronomia e dentre aqueles que não empreendem existe a consciência de que sua formação acadêmica lhes proporciona conhecimentos, que os viabilizam a decisão de empreender.

Os principais resultados apontam que 16,9% dos respondentes empreendem na área de gastronomia, e que 55,6% pretendem empreender futuramente, entre os negócios existentes a área mais desenvolvida é a de confeitaria, com 83,3% no mercado há mais de um ano. O percentual de 66,7% dos respondentes afirmou que a necessidade foi o que os motivaram a empreender e que o principal motivo que não os permitiram a empreender ainda, foi a falta de recursos financeiros.

No que tange ao foco principal da pesquisa que é identificar a influência da educação empreendedora proporcionada pelas disciplinas do eixo de gestão e empreendedorismo do curso na hora da decisão de empreender. Os respondentes, em sua totalidade (100%) entendem que as abordagens e conteúdos das disciplinas ampliam seus conhecimentos, principalmente sobre gestão, o que corrobora com a sua formação como empreendedor e facilita sua decisão na hora de empreender.

Tendo sido apresentado os resultados, passa-se a mencionar as limitações da pesquisa. A maior dificuldade encontrada foi a participação das pessoas que fazem parte da população, pois muitas vezes, a pesquisadora teve que ir nas salas de aula insistir para que os mesmos respondessem, fora as diversas mensagens enviadas em grupos de alunos no WhatsApp. Outra dificuldade foi encontrar referências literárias nacionais sobre a temática “empreendedorismo na gastronomia”, o que atrasou o desenvolvimento da pesquisa. Como sugestões para futuras pesquisas, propõe-se replicar o estudo em outras instituições que possuem o curso de gastronomia, como também realizar uma pesquisa comparativa entre as instituições privadas e públicas, com foco no empreendedorismo gastronômico e traçar o perfil empreendedor destes gastrônomos.

6 REFERÊNCIAS

- ANDRADE JÚNIOR, Daniel L. I.; SATO, Camila Y. Influência da Educação Empreendedora na Identificação de Oportunidades de Negócios. **Revista de Administração IMED**, Passo Fundo, v. 9, n. 2, p. 3-24, dez., 2019.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES – ABRASEL. Bares e restaurantes estão mais digitais na gestão e mais presentes nas redes social, diz pesquisa da Abrasel. Disponível em: <https://abrase.com.br/noticias/noticias/bares-e-restaurantes-estao-mais-digitais-na-gestao-e-mais-presentes-nas-redes-sociais-diz-pesquisa-exclusiva-da-abrase/>Acesso em: 30 mai. 2023.
- BUENO, M. L.. **Da gastronomia francesa à gastronomia global: hibridismos e identidades inventadas**. Caderno CRH, v. 29, n. 78, p. 443–462, set. 2016.
- BRAGA, Roberto M. M. **Gestão da Gastronomia: custos, formação de preço, gerenciamento e planejamento do lucro**.-3ª ed.-São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012
- COSTA, L. M. VARGAS Lucas, M. A. de; SEVERO, C. G. **Empreendedorismo em gastronomia: avaliando o potencial de negócio na cidade de Bagé / Entrepreneurship in gastronomy: assessing the business potential in the city of Bagé**. Brazilian Journal of Development, [S. l.], v. 6, n. 9, p. 70783–70789, 2020. DOI: 10.34117/bjdv6n9-502. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/17070>. Acesso em: 28 abr. 2023.
- CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2021.
- DOLABELA, Fernando. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6.ed. São Paulo: Empreende/Atlas,2017.
- DREXLER, M. et al. **Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Early-Stage Company Growth Dynamics**. Geneva: World Economic Forum, 2014. Disponível em: < <http://reports.weforum.org/>>. Acesso em: 22 de mai. 2023.
- ENDEAVOR. **O que é empreendedorismo: da inspiração à prática**. Disponível em: <https://endeavor.org.br/desenvolvimento-pessoal/o-que-e-empreendedorismo-da-inspiracao-a-pratica/>. Acesso em: 01 de mar de 2023.
- ELEUTÉRIO, Hélio. **Fundamentos de Gastronomia**. Editora Saraiva, 2014. *E-book*. ISBN 9788536520933. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536520933/>. Acesso em: 28 abr. 2023.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Relatório Executivo da Global Entrepreneurship Monitor**. 2019. Disponível em: <http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedoris%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em: 01 de ago. 2022.

_____. **Missão e Valores**. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/about/gem/5>. Acesso em: 01 de mar. 2023.

_____. **Relatório Executivo da Global Entrepreneurship Monitor. (2022-2023)** Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf>. Acesso em: 01 de mar. 2023.

_____. Global Entrepreneurship Monitor. **Café com o presidente**. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2022/03/sebrae-empendedorismo-24mar2022.pdf> Acesso em: 01 de mar. 2023.

GOMES, J. H.; Alves, L. Vaquinhas, M. M.; Melo, R.; Pato, L., & Cruz, C. (2018). O ensino superior e o empreendedorismo. In.: Parreira, P.; Alves, L.; Mónico, L.; Sampaio, J. H., & Paiva, T. **Competências empreendedoras no Ensino Superior Politécnico: Motivos, influências, serviços de apoio e educação**. Guarda, Portugal: Instituto Politécnico da Guarda.

GUIMARÃES. Jairo de Carvalho; SANTOS. Ildamara Ferreira dos. Educação Empreendedora: a prática docente estimulando a mente do estudante. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, vol. 14, núm. 2, pp. 130-151, 2020 Universidade Federal Fluminense.

HISRICH, R. D.; PETER, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman. 2004.

KEYNES, John Maynard. **Economic Possibilities for our Grandchildren** (1930) in Essays in Persuasion, Macmillan, London, 1931.

LENZI, Fernando César. **A Nova Geração de Empreendedores: guia para elaboração de um plano de negócios**. São Paulo : Atlas, 2009.

LISBOA, Manuela M. FILHO, Marcos R. de Castro P.; SOUZA, Anderson S.; et al. **Gestão em Empreendimentos Gastronômicos**. Grupo A, 2021. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556902692/>. Acesso em: 29 abr. 2023.

MAIA, K.; GUIMARÃES SEVERO, C. **Empreendedorismo e Gestão em Gastronomia: Da Teoria À Prática**. Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão, v. 10, n. 3, 14 fev. 2020.

MATHEUS, Mans .(2022) O ESTADÃO, ‘**O momento é muito bom para empreender em gastronomia**’. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/paladar/comida/o-momento-e-muito-bom-para-empreender-em-gastronomia/> Acesso em: 10 mai. 2023.

MURARO, R.; Lazzari, F.; Eberle, L.; Milan, G. S., & Verruck, F. (2018). **Avaliação do perfil empreendedor em meio acadêmico**. Revista Gestão e Desenvolvimento, Novo Hamburgo, 14(2), p. 136-156, jul./dez.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação direcionada para o plano de negócios**. Grupo GEN, 2014. E-book. ISBN 9788522486748. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522486748/>. Acesso em: 02 mai. 2023.

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

PEREIRA, R. B. M. **Monitoria na Disciplina de Empreendedorismo: Relato de Experiência no Curso de Bacharelado em Gastronomia**. Recife: UFRPE, 2022. Disponível em: https://repository.ufrpe.br/bitstream/123456789/3619/1/tcc_eso_rosanabezerrademeloireira.pdf . Acesso em: 06 de mar 2023.

SALIM. Cesar Simões; SILVA.Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora** -Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.E-book. ISBN 9788595154414.Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595154414/>. Acesso em: 01 mai. 2023.

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

_____. Serviço de Apoio às Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco. **Gostar de cozinhar não é o bastante para empreender e gastronomia**. Recife, p. 74. 2014.

_____. Resolução CDN N° 372-21 **Alteração do Estatuto Social do Sebrae.pdf**. Disponível em:https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/Resolu%C3%A7%C3%A3o_CDN_N%C2%BA_372-21_Altera%C3%A7%C3%A3o_do_Estatuto_Social_do_Sebrae.pdf. Acesso em: 01 de abr. 2023.

_____. **Prêmios SEBRAE**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/premios>. Acesso em: 01 de abr. 2023.

_____. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo#:~:text=Empreendedorismo%20%C3%A9%20a%20capacidade%20que,impacto%20no%20cotidiano%20das%20pessoas>. Acesso em 01 abr. de 2023.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Ítalo F. Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, jul./set., 2016.

_____. (2020). Empreender como uma forma de ser, saber e fazer. **RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, 1(4), p. 160-193, jan./mar. DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v14i1.34722>.

SHANE, Robert A. Baron e Scott A. **Empreendedorismo: Uma visão do processo** . São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016.

SHEPHERD, D. A., Patzelt, H. . **Entrepreneurial Cognition: exploring the mindset of entrepreneurs**. Suíça: Palgrave Macmillan, 2018..

TRAVASSOS, Patrícia; KONICHI, Ana C. **Os desafios do empreendedorismo materno**. Editora Saraiva, 2021. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786558100560/>. Acesso em: 02 mai. 2023.

UNIVERSIDADES EMPREENDEDORAS. **Ranking das Universidades Empreendedoras- 2021**. Disponível em: <https://universidadesempreendedoras.org/>. Acesso em 04 abr 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO (UFRPE). **Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Gastronomia da UFRPE**. Recife: UFRPE, s.d. Disponível em: <https://www.ufrpe.br/sites/www.ufrpe.br/files/Matriz%20Curricular%20Bacharelado%20em%20Gastronomia.pdf> Acesso em: 06 de mar 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB). **Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Gastronomia da UFPB**. João Pessoa: UFPB, 2020. BOLETIM DE SERVIÇO Nº 33/2020. Disponível em: https://sig-arq.ufpb.br/arquivos/202124815690b43349851eb97ecdb0f7b/PPC_NOVO.pdf. Acesso em 12 de abr. 2023.

VALE, G. M. V. CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. DOS. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327, 11.

APÊNDICE

A pesquisa - EMPREENDEDORISMO ENTRE DISCENTES E EGRESSOS DO CURSO BACHARELADO EM GASTRONOMIA DA UFPB.

Prezado(a),

Esta pesquisa trata sobre o empreendedorismo entre os discentes e egressos do curso de Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba - UFPB e está sendo desenvolvida pela discente Márcia Maria de Figueiredo Maciel, com a orientação da Professora Valéria Saturnino. A finalidade deste trabalho é analisar o empreendedorismo entre egressos e discentes do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba, focando principalmente no perfil dos empreendedores e em como as disciplinas de gestão e empreendedorismo do respectivo curso contribuíram para o processo de empreender. Solicitamos a sua colaboração para responder a este questionário on-line, como também sua autorização para apresentar os resultados deste estudo em eventos e publicar em revista científica (se for o caso). Por ocasião da publicação dos resultados, seu nome será mantido em sigilo. Informamos que essa pesquisa não oferece riscos para a sua saúde. Esclarecemos que sua participação no estudo é voluntária e, portanto, você não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas pelo Pesquisador(a). Caso decida não participar do estudo, e se resolver a qualquer momento desistir do mesmo, não sofrerá nenhum dano, nem haverá modificação na assistência que vem recebendo na Instituição (se for o caso). Os pesquisadores estarão a sua disposição para qualquer esclarecimento que considerem necessário em qualquer etapa da pesquisa.

Atenciosamente

Discente Márcia Maria de Figueiredo Maciel
 Profa. Valéria Saturnino

* pergunta obrigatória

Perfil dos entrevistados

1. E-mail *

2. Diante do exposto, declaro que fui devidamente esclarecido(a) e dou o meu consentimento para participar da pesquisa e para publicação dos resultados. Estou ciente que receberei uma cópia desse documento. Marcar apenas uma opção.

() Aceito participar

() Não aceito participar

3. Perfil do(a) Entrevistado(a) *

() Masculino

() Feminino

Outro: _____

4. Qual a sua idade?*

() Menos de 18 anos

() 19 a 24 anos

() 25 a 34 anos

- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- Acima de 55 anos
- Prefiro não informar

5. Qual o seu relacionamento atual com o Departamento de Gastronomia da UFPB?*

- Já concluí o Bacharelado em Gastronomia na UFPB
- Sou concluinte do Curso de Gastronomia da UFPB (80% do curso Integralizado)
- Sou estudante do Curso de Gastronomia da UFPB, mas ainda não sou concluinte

6. Se está cursando Gastronomia, em qual período se encontra? *

- 1º período
- 2º período
- 3º período
- 4º período
- 5º período
- 6º período
- 7º período
- 8º período
- Conclui

Empreendedorismo em Gastronomia pelo DG-UFPB

7. Quando você iniciou o curso de Gastronomia, já possuía seu próprio negócio na área de Gastronomia? *

- Sim
- Não

8. Você atualmente tem seu próprio negócio na área de Gastronomia? *

- Sim (Pular para a pergunta 9)
- Não, e pretende ter (Pular para a pergunta 13)
- Não, e não pretendo ter

9. Favor identificar a área de atuação do seu negócio (ex. lanchonete). *

10. Favor identificar a localização do seu negócio (bairro e cidade). *

11. Há quanto tempo você tem um negócio no ramo da gastronomia?*

- Há menos de um ano
- De um a três anos
- De quatro a seis anos
- De sete a nove anos
- Mais de nove anos

12. O que lhe motivou a empreender na área de gastronomia?*

- Necessidade (para ter emprego ou complementar a renda)
- Oportunidade (observei oportunidade de negócio naquela área/cidade)

13. Você já tinha esse sonho de abrir seu próprio negócio antes de ingressar no curso de gastronomia da UFPB?*

- Sim
 Não

14. Você pretende abrir seu próprio negócio em Gastronomia nos próximos dois anos?*

- Sim
 Não
 Talvez

15. Qual(is) o(s) motivo(s) que o fizeram ainda não abrir o seu negócio na área de gastronomia?*

16. Quais das disciplinas abaixo você já cursou? (pode responder mais de uma). Se concluiu o curso, marque todas as cursadas. *

- Introdução à Administração
 Economia Aplicada à Gastronomia
 Gestão de Pessoas
 Marketing
 Empreendedorismo
 Gestão Financeira Aplicada à Gastronomia

17. Como as disciplinas que você já cursou do eixo de gestão do curso e como o desenvolvimento de pesquisas na área de gestão e empreendedorismo em Gastronomia já contribuíram / podem contribuir mais para a formação do seu perfil empreendedor / gestor? *

18. Sobre seu Trabalho de Conclusão de Curso, escolha uma das afirmativas a seguir:*

- Sou egresso e desenvolvi meu TCC em Plano de Negócios (Pular para a pergunta 19)
 Sou egresso e não desenvolvi meu TCC em Plano de Negócios
 Sou concluinte e estou desenvolvendo meu TCC em Plano de Negócios (Pular para a pergunta 19)
 Sou concluinte e não estou desenvolvendo meu TCC em Plano de Negócios
 Sou do 1o ao 7o período e pretendo desenvolver meu TCC em Plano de Negócios
 Sou do 1o ao 7o período e não pretendo desenvolver meu TCC em Plano de Negócios

19. Caso tenha desenvolvido o TCC em Plano de Negócios, você realmente abriu a empresa na área planejada em seu TCC? (resposta não obrigatória)

- Abri na área desenvolvida no TCC
 Abri em outra área de Gastronomia

20. Qual foi o tema/área da empresa planejada no seu TCC? Como você acredita que a pesquisa nesta área contribuiu para a sua decisão de ser empreendedor(a)?*
