

Incentivo ao Empreendedorismo com Implantação de Empresa Júnior no Curso de Gastronomia

Maria Magalhães¹, Valéria Saturnino¹

¹ Docentes do Departamento de Gastronomia, Universidade Federal da Paraíba – remediosantunes@hotmail.com

RESUMO

Administradas exclusivamente por estudantes das Instituições de Ensino Superior, as empresas juniores apresentam como principal objetivo o de agregar conhecimento prático à teoria que os estudantes aprendem no ambiente acadêmico. Esta pesquisa teve, portanto, o objetivo de estruturar o estudo de caso da Degustar Jr., demonstrando os passos executados para sua fundação, primeira organização, bem como as principais ações realizadas até o momento. Dentro da estratégia de investigação qualitativa, foi escolhido o método de estudo de caso, pois foi explorado profundamente todos os aspectos associados ao planejamento e implantação da Empresa Júnior Degustar Jr. A Empresa Degustar Jr. foi criada em 2016 por um grupo de discentes do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. O incentivo partiu da disciplina de Empreendedorismo, a qual existe no curso dentro de um eixo de gestão, com diversas disciplinas que capacitam os estudantes de gastronomia em gestão, incentivando-os a abrirem seus próprios negócios.

Palavras-chave: Empresa Júnior, Empreendedorismo, Gastronomia.

INTRODUÇÃO

A primeira empresa júnior (EJ) da qual se tem registro surgiu em 1967, na École Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales de Paris (ESSEC). A Junior-Entreprise, foi criada por alunos de uma Instituição de Ensino, conscientes da necessidade de complementarem os seus conhecimentos, através da aplicação prática dos mesmos e que proporcionasse uma realidade empresarial antes da conclusão dos cursos que estavam realizando. Em 1969, após mapearem mais de 20 Empresas Juniores, os empresários se juntaram para criar a Confederação Francesa de Empresas Juniores, objetivando maior representatividade em seu país (BRASIL JÚNIOR, 2014).

Em 1986, o Movimento de Empresas Juniores (MEJ) atingiu uma marca de mais de 100 empresas, que nasciam por países como Bélgica, Holanda, Alemanha, Portugal e Itália. Isso culminou com a fundação, em 1990, da Confederação Europeia de Empresas Juniores, a JADE (Júnior Association for Development in Europe), para defender os objetivos do movimento junto à União Europeia e servir de canal para troca de experiências internacionais.

No contexto brasileiro, o conceito Empresa Júnior foi introduzido em 1987, por iniciativa da Câmara de Comércio França-Brasil, que difundiu entre os estudantes de Administração a ideia de organizar associações semelhantes às francesas nas faculdades brasileiras. Em 1989, depois de visitar Empresas Juniores francesas para compreender seu funcionamento, enfrentar dificuldades burocráticas para a adequação do modelo à realidade brasileira, além da oposição de muitas pessoas, surgiu a primeira Empresa Júnior no Brasil, a Empresa Júnior Fundação Getúlio Vargas no Rio de Janeiro, do curso de Administração e na Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), em São Paulo.

No ano seguinte foi fundada a primeira federação de Empresas Juniores, a FEJESP, em São Paulo (NETO et al., 2004). Uma empresa júnior é regulamentada, no Brasil, pela Lei 9.790/99, por suas características, e em termos de estrutura interna opera como órgão de natureza deliberativa e decisória, isto é, a sua constituição e as suas decisões são tomadas por assembleia geral e diretoria, obrigatoriamente (TACHIZAWA, 2010).

Administradas exclusivamente por estudantes das Instituições de Ensino Superior, as empresas juniores apresentam como principal objetivo o de agregar conhecimento prático à teoria que os estudantes aprendem no ambiente acadêmico. Em contrapartida, também se tornaram uma opção atrativa para as empresas e instituições que desejam se aproximar da competência e dos conhecimentos de ponta das grandes universidades (NETO et al., 2004).

As empresas juniores se enquadram no terceiro setor da economia, pois estão enquadrados no setor privado, e não têm por fim último o lucro. Dessa forma, acabam por ter reduzidos custos operacionais e de tributação, podendo oferecer serviços de qualidade a um custo baixo.

As EJ atendem principalmente o mercado das micro e pequenas empresas, que costumeiramente não tem acesso a consultoria sênior quando enfrentam grandes dificuldades de gestão. Os contatos com o mercado de trabalho proporcionam aos estudantes a ampliação dos conhecimentos, adquirindo habilidades e competências.

Além disso, faz com que os acadêmicos busquem, constantemente, o conhecimento para desenvolver novas metodologias e criar soluções inovadoras aplicáveis aos diversos projetos de consultoria (SANGALETTI; CARVALHO, 2004).

Outra característica a ser destacada dessas organizações é sua gestão, a qual é realizada de forma autônoma, respondendo por todos os seus atos. Entretanto é conveniente frisar que para as ações fluírem normalmente é imprescindível a presença de um ou mais professores orientadores no acompanhamento intelectual, sobretudo na elaboração dos projetos (BRASIL JR, 2014).

Na constituição de uma empresa júnior há um Conselho, que fiscaliza e aprova decisões da diretoria (além de deliberar sobre assuntos que não constam no estatuto, quando solicitado), e uma Diretoria Executiva, além dos membros associados.

O raciocínio em questão parece corroborar-se tendo em vista que nos últimos anos a intensificação do referido processo na realidade brasileira tem sido acompanhada por um impressionante crescimento qualitativo e quantitativo das empresas juniores. Tal crescimento se torna evidente levando-se em consideração que atualmente existem no país cerca de 600 empresas juniores prestando serviços nas mais diversas especialidades profissionais (BRASIL JR, 2014).

Cumprindo assinalar, contudo, que o movimento ainda é pouco difundido em algumas especialidades no contexto nacional, dentre as quais se destaca, a Gastronomia. Visando preencher essa lacuna, foi criada a Empresa Júnior do Curso de Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba – Degustar Jr., a primeira empresa júnior a desenvolver projetos de assessoria e consultoria exclusivos na área de Gastronomia no Brasil.

Esta pesquisa teve, portanto, o objetivo de estruturar o estudo de caso da Degustar Jr., demonstrando os passos executados para sua fundação, primeira organização, bem como as principais ações realizadas até o momento.

MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa adota uma estratégia de investigação qualitativa, pois se baseia em um processo de coleta e análise de dados de um ambiente individual (uma empresa) para a interpretação e análise de temas gerais. Segundo Creswell (2010, p. 26), a pesquisa qualitativa se traduz em um meio para “explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano.

Dentro da estratégia de investigação qualitativa, foi escolhido o método de estudo de caso, pois foi explorado profundamente todos os aspectos associados ao planejamento e implantação da Empresa Júnior Degustar Jr.. Este método se caracteriza pela multiplicidade dos procedimentos de coleta de dados e pela flexibilidade de apresentação dos seus resultados (CRESWELL, 2010).

Para a realização deste estudo de caso, os procedimentos de coleta de dados se dividiram basicamente em duas frentes: (1) análise documental, tanto de documentos legais de abertura da empresa como aqueles criados para fins mercadológicos, como o processo de construção da marca; e (2) entrevistas com os membros fundadores para coletar informações a respeito de atividades já realizadas pela Degustar Jr.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Empresa Degustar Jr. foi criada em 2016 por um grupo de discentes do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. O incentivo partiu da disciplina de Empreendedorismo, a qual existe no curso dentro de um eixo de gestão, com diversas disciplinas que capacitam os estudantes de gastronomia em gestão, incentivando-os a abrirem seus próprios negócios.

A missão da Degustar Jr. é Oferecer soluções adequadas no campo do conhecimento, visando integrar alunos, professores e empresários, proporcionando-lhes possibilidade de unir a teoria acadêmica à realidade prática demandada pelo mercado, principalmente pelas pequenas e médias empresas comerciais, industriais ou de prestação de serviços”.

Diante do perfil dos estudantes do curso, com diversos alunos já graduados em outras áreas, formou-se uma equipe de discentes multidisciplinar, com formações nas áreas de direito, contabilidade e comunicação, dentre outras. Esta multidisciplinaridade trouxe certa celeridade ao processo de abertura e constituição da identidade visual da empresa.

O nome “Degustar” foi escolhido por se associar ao setor de gastronomia como algo prazeroso e talvez gratuito, no sentido de provar, demonstrando intuitivamente o formato jurídico sem fins lucrativos da empresa.

A criação da logomarca uniu três conceitos: (1) um formato que lembrasse uma xilogravura, indicando a regionalidade, por ser uma empresa criada no Nordeste; (2) a presença do maxixe na logomarca, por representar um produto regional de cor verde, que representa a natureza, o crescimento e a jovialidade; (3) ter um símbolo, no caso um garfo, representando o setor de gastronomia. O resultado é a logomarca da Degustar Jr., apresentada na Figura 1, a seguir.

Figura 1 – Logomarca da Degustar Jr.



Fonte: Degustar Jr.

De acordo com a apresentação institucional da empresa (2017), os objetivos da Degustar Jr. são: (1) se tornar uma empresa júnior de referência no meio acadêmico; (2) gerar a ponte entre o mundo acadêmico e o mercado de trabalho; (3) garantir o espaço dos membros da empresa no mercado de trabalho; e (4) estabelecer uma relação de transparência, responsabilidade e satisfação com os clientes.

Com a orientação de um grupo de professores do Departamento de Gastronomia da UFPB, os estudantes criaram a proposta de serviços da Degustar Jr., com três grandes áreas de atuação, quais sejam: (1) Personal Chef; (2) Consultoria em Gestão e Segurança Alimentar; e (3) Treinamentos e Cursos.

Primeiramente, sobre os serviços de Personal Chef, trata-se de um serviço no qual a Degustar Jr. prepara as refeições na casa do cliente ou em local de sua preferência, conforme as necessidades e preferências do cliente. Já os serviços de consultoria consistem em assessorar outras empresas do setor de gastronomia a aperfeiçoar seus processos nas áreas de gestão, segurança alimentar e na própria cozinha, conforme diagnóstico realizado. Por fim, a empresa também pode realizar treinamentos e cursos nas mais diversas áreas da gastronomia.

Para estimular a Degustar Jr. a realizar o seu primeiro projeto, um grupo de Docentes do Departamento de Gastronomia da UFPB criou um Projeto de Extensão com bolsista e voluntários através do PROBEX 2017 (Programa Institucional de Bolsas de Extensão da UFPB), intitulado “Degustar Jr. apoiando Microempreendedores Individuais (MEIs), Microempresas (MEs) e Empresas de Pequeno Porte (EPPs) no Ramo de Alimentos e Bebidas em Comunidades Carentes Locais”.

O objetivo deste projeto de extensão foi contribuir para o desenvolvimento do setor de gastronomia no Bairro de Mangabeira, Cidade de João Pessoa, através da execução de microprojetos de melhorias na gestão de empresas da área de gastronomia que estejam instaladas em áreas de vulnerabilidade social deste bairro. Sendo assim, fomenta o cumprimento da missão da Degustar Jr., a partir do momento em que atuou em consultoria e assessoria para micro e pequenas empresas, colocando o aluno em contato com o mercado de trabalho, contribuindo para o crescimento do setor e trazendo benefícios para a comunidade local escolhida, através da oferta de serviços de qualidade.

Os estudantes elaboraram para as oito empresas que receberam o microprojeto de consultoria um breve diagnóstico da situação atual da empresa com proposição de melhorias. O diagnóstico foi elaborado através de um checklist, uma lista de perguntas que teve como resultados das suas respostas um conjunto de informações capazes de informar a situação técnica e gerencial atual da empresa respondente. Depois, as melhorias propostas para as empresas foram agrupadas conforme os interesses comuns para a execução das mesmas em conjunto. Por exemplo, quatro das oito empresas receberam treinamento conjunto na área de planejamento de cardápios.

Além deste projeto de extensão, totalmente executado em 2017, a Degustar Jr. já realizou quatro serviços de Personal Chef, sendo o maior deles um almoço com serviço completo para 50 pessoas. Além disso, a própria UFPB contratou a Degustar Jr. para a Semana do Servidor, onde foi montado um stand com comidas feitas pela Degustar Jr. e o material promocional da empresa. Também foram gravadas entrevistas para a TV UFPB sobre a empresa.

CONCLUSÕES

A Degustar Jr., empresa Júnior do Curso de Bacharelado em Gastronomia da UFPB, foi criada em 2016 e desde então vem demonstrando seu desenvolvimento através dos projetos e serviços já

realizados. O perfil empreendedor está presente em seus membros, demonstrando a vontade de cumprir a missão da empresa e se relacionar cada vez mais com o mercado de trabalho.

Entretanto, muitos são os desafios para a continuidade do seu desenvolvimento, principalmente por se tratar de uma Empresa Júnior. Seu formato jurídico já a torna sem fins lucrativos, o que por consequência não permite que o trabalho de seus membros seja remunerado, fazendo com que apenas um grupo restrito de discentes e docentes se interesse em realizar as atividades da empresa. Além disso, por ser nova e pouco conhecida ainda no mercado, não conseguiu obter clientes o suficiente pelo menos para promover a sua autosustentação.

Independente disso, já se demonstra uma empresa organizada em termos de gestão, com estratégia, identidade visual e matérias de comunicação bem definidos, pronta para se apresentar ao mercado e para se desafiar no mercado de empresas juniores.

REFERÊNCIAS

BRASIL JÚNIOR. Confederação Brasileira de Empresas Juniores. DNA Jr, 2012.

CRESWELL, J. W. Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto. 3ª Ed. São Paulo: Artmed, 2010.

DEGUSTAR JR. Apresentação Institucional da Degustar Jr. João Pessoa: Degustar Jr., 2017.

NETO, L. M. et. al. Empresa júnior: espaço de aprendizagem. Florianópolis, 2004.

SANGALETTI, C.; CARVALHO, G. Introdução ao Movimento Empresa Junior. In: NETO, L. M. et al. Empresa Junior: espaço de aprendizagem. Florianópolis: [s.n], 2004.

TACHIZAWA, T. Organizações não governamentais e Terceiro Setor: criação de ONGs e estratégias de atuação. 4a ed. São Paulo: Atlas, 2010.