

PERFIL DOS GESTORES ATUANTES NO SEGMENTO DE ALIMENTOS & BEBIDAS DA REGIÃO NORTE DE FLORIANÓPOLIS/SC

Recebido em 26/03/2017. Aprovado em 12/06/2017.

Avaliado pelo sistema *double blind peer review*.

Bruno D'ávila Azevedo Vieira¹
Deosir Flávio Lobo de Castro Junior²
Marcos Alexandre Schiavoni³
Jean Carlos de Abreu⁴
Flávio Augusto Martino⁵

Resumo:

O objetivo da presente pesquisa é de conhecer o perfil dos ocupantes de cargos de gestão no setor de Alimentos & Bebidas, com foco nos profissionais e estabelecimentos da região Norte de Florianópolis, mais precisamente na praia dos Ingleses do Rio Vermelho e proximidades. Para a consecução deste objetivo, foi delineada a pesquisa de natureza descritiva, fundamentado na teoria de segmentação demográfica (KOTLER, 2002) e Lei de Diretrizes e Bases (Brasil, 1996). Por meio da abordagem qualitativa e quantitativa, com uma amostra por conveniência, e não probabilística, foram levantados os dados por meio da ferramenta de questionário (*survey*). Com isso, percebeu-se que são poucos os formados nos cursos de Tecnologia em Gastronomia que estão à frente da gestão, que os ocupantes dos cargos de gestão são predominantemente são homens, com idade media acima de 30 anos ou mais, e com o ensino médio completo.

Palavras-chave: Perfil; Gestão; Alimentos; Bebidas e Tecnologia em Gastronomia.

PROFILE OF MANAGERS OPERATING IN SEGMENT FOOD & BEVERAGE REGION FLORIANÓPOLIS NORTH/SC

Abstract:

The objective of the research is to know the profile of management positions of occupants in the Food & Beverage sector, focusing on professionals and establishments in the north of Florianópolis region, more precisely on the beach of the Red River and nearby English. To achieve this objective, the research descriptive, based on demographic segmentation theory was outlined (Kotler, 2002) and Law of Directives and Bases (Brazil, 1996). Through qualitative and quantitative approach, with a convenience sample, not probabilistic, were collected data through the questionnaire tool (*survey*). Thus, it was noticed that there are few trained in the courses of Technology in Gastronomy that are ahead of management, the occupants of the management positions are predominantly are men, with an average age of 30 years or more, and teaching School graduate.

Keywords: Profile; Management; Food; Beverage; Technology in Gastronomy.

¹ Graduado em Gastronomia pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). Empresário no setor de alimentos, Brasil. E-mail: brunodavila01@gmail.com

² Doutor em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Professor Associado do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), Brasil. E-mail: deosir@ifsc.edu.br

³ Mestre em Administração pela Universidade do Estado de Santa Catarina (ESAG-UDESC), Brasil. E-mail: mschiavoni@gmail.com

⁴ Mestrando em Administração pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). MBA em Gestão de Projetos pela University of California, EUA. Professor da Faculdade Estácio de Sá, Brasil. E-mail: jean@procel.com.br

⁵ Mestre em Administração pela Universidade de Brasília (UnB), Brasil. E-mail: flaviomartino@me.com

1 INTRODUÇÃO

A alimentação fora do lar é um dos mercados emergentes, faturando R\$ 242,8 bilhões, representando uma importante contribuição para a sociedade, ao atender sua necessidade de alimentação e entretenimento, assim como gerando emprego e renda (IBGE, 2011). Silva, Lima, e Lourenço (2015) apontam a reprodução dos *food truck* como forma de interligação do perfil e dos hábitos que os consumidores a denominada ‘comida de rua’ como um novo modelo de negócios. Apontam os autores, aos fatores externos ligados às mudanças da sociedade. As despesas este tipo de consumo, fora do lar, aparece como um importante componente da estrutura de despesas das famílias, que na POF (Pesquisa de Orçamentos Familiares) 2008-2009, representou 19,8% do total das despesas de consumo (IBGE, 2011).

Compreende-se além de ser uma possibilidade de lazer, uma oportunidade uma carreira profissional, entendida como glamorosa por conta mídia em geral. O tema gastronomia é facilmente encontrado no nosso cotidiano. O tema está em revistas especializadas, em livros com os mais diferentes enfoques, em blogs e sites, em programas de televisão, seja aberta ou fechada, em temas de filmes, em jogos de celular ou de tabuleiro, em guias específicos, dentre outros. Esta forte presença deve-se a mudança das representações relacionadas à comida e aos espaços de comer fora, criando um mercado que se expande cada vez mais buscando satisfazer os mais diferentes perfis de clientes (GIMENES-MINASSE, 2015).

Castro Júnior *et. al.* (2016), Dalfovo, *et. al.* (2015), Cornachione Júnior, Cunha, Luca e Ott (2010), a partir da teoria de Freeman (1984) apresentam a análise dos *Stakeholders* para explicar o desempenho de um setor. Fato que explica a busca, de um importante elemento dos *Stakeholders*, os profissionais na área de alimentos e bebidas, nos demais diversos setores que correspondem aos segmentos que compõem este mercado: hospitais, *buffets*, *resorts*, *caterings*, área do ensino, navios, eventos, padarias, restaurantes comerciais e institucionais, confeitorias, revistas especializadas, programas de televisão, entre outros.

Para atender essa demanda, por qualificação, foram criados os Cursos Superiores de Tecnologia em Gastronomia com o objetivo de formar gestores de estabelecimentos de alimentos e bebidas com competência e habilidades para produzir, servir, planejar, empreender e gerir negócios na área de alimentos e bebidas com inovação e responsabilidade socioambiental (PPC, 2012). Entende-se que os profissionais que atuavam na condição de chefe de cozinha no país originavam-se de conhecimento adquirido ao trabalharem na área ou de cursos profissionalizantes.

O objetivo da presente pesquisa é de conhecer o perfil dos ocupantes de cargos de gestão de alimentos e bebidas, atuantes na região Norte de Florianópolis.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O turismo é uma das bases econômicas do município de Florianópolis. A cidade, promovida como ‘capital turística do Mercosul’ e ‘Ilha da Magia’, tem se destacado como um polo de maior visibilidade turística do sul do país. A campanha para internacionalização do turismo em Florianópolis, iniciada na década de 1980, como parte do processo de expansão de divisas e ‘aspiração ao desenvolvimento’, atualmente se mostra como uma conjuntura favorável no que se refere à colocação da cidade entre os principais destinos brasileiros. Florianópolis segue como destaque no setor de turismo por suas características territoriais e clima (OLIVEIRA; PINHEIRO; GAIO, 2002). De Lucca Filho (2014), informa que o setor já representa 12,5% do Produto Interno Bruto, do estado de Santa Catarina, gerando

Bruno D'ávila Azevedo Vieira; Deosir Flávio Lobo de Castro Junior; Marcos Alexandre Schiavoni; Jean Carlos de Abreu; Flávio Augusto Martino

aproximadamente 510 mil postos de trabalho.

Todavia, o mercado de trabalho de alimentação fora do lar sendo um dos importantes segmentos do turismo, permanece sendo caracterizado pela escassa qualificação associada a contratos e condições de emprego pouco atraentes para os profissionais que atuam na área. O referido quadro de desvalorização profissional não é uma realidade apenas brasileira, mas observada também em demais países, dentre eles também europeus (PPC, 2014).

As condições pouco favoráveis de emprego nos setores de hotelaria, e alimentação, repercute negativamente no setor, pois é responsável por produzir uma elevada taxa de abandono na mão de obra ocupada: “na Inglaterra calcula-se aproximadamente 40% do pessoal abandona o emprego em um ano, [...] constata que continua sendo um setor de passagem ou primeiro acesso” (SANCHO, 2001: p. 353).

De acordo com Lopes e Maia (2012) várias pesquisas buscam conhecer as preferências do seu consumidor permitindo levar a cabo uma segmentação, uma vez que apresenta são diversas as vantagens face ao processo de segmentação, com base em variáveis sócio-demográficas.

Segundo Kotler (2000) pode-se entender a segmentação demográfica como a busca em conhecer características de grupos com variáveis básicas, como o tamanho da família, sexo, rendimento, ocupação, idade, nível de instrução educacional, religião, raça, geração, nacionalidade e classe social. Na figura 1, apresentam-se as alternativas de cada critério demográfico.

Figura 1 – Alternativas e critérios da segmentação demográfica

SEGMENTAÇÃO DEMOGRÁFICA	
CRITÉRIOS	EXEMPLOS
Sexo	Masculino; feminino.
Idade	Menos de 6; 6-12; 13-9; 20-29; 30-39; 40-49; 50 ou mais
Raça ou Etnia	Brancos, negros, orientais; outros
Renda Familiar	Abaixo de R\$ 500,00, de R\$ a R\$ 1.000,00; de R\$ 1.000 a 3.000,00; acima de R\$ 3.000,00
Ocupação	Funcionário público; operários; agricultores; aposentados; profissionais de nível superior e técnicos; executivos e empresários; estudantes; dona de casa; desempregados.
Tamanho da família	Uma ou duas pessoas; três ou quatro pessoas; mais de cinco pessoas.
Ciclo de vida da família	Solteiro; casados sem filhos; casado com filhos.

Fonte: Adaptado de Kotler (2000)

Em 2008, segundo matéria publicada na Revista Prazeres da Mesa, existiam 79 cursos superiores em gastronomia, sendo 74 cursos de tecnologia e 5 bacharelados (KISSMAN; ROCHA, 2008 apud Gimenes-Minasse 2015). Já no ano de 2012, segundo dados disponibilizados pelo sistema E-MEC (MEC, 2012), os cursos superiores em gastronomia já totalizavam 129, sendo 8 cursos de bacharelado e 121 cursos tecnológicos.

“Existe uma necessidade inquestionável da qualificação de recursos humanos no setor do turismo e hotelaria, e a dependência do trabalho sem qualificação com o aprendizado no emprego, é responsável por muitos produtos turísticos de baixa qualidade ou mesmo pela decadência prematura de muitos destinos” (COOPER et al, 2007, p.312).

Bruno D'ávila Azevedo Vieira; Deosir Flávio Lobo de Castro Junior; Marcos Alexandre Schiavoni; Jean Carlos de Abreu; Flávio Augusto Martino

O quadro1, demonstra as dificuldades enfrentadas pelos gestores de empreendimento de Alimentos e Bebidas, observa-se que a primeira dificuldade apontada está relacionada à produção, isso significa que os gestores, muitas vezes, não são capacitados para a produção, o que indica necessidade de qualificação nessa área.

Quadro1: Dificuldades na gestão apontadas pelos gestores de estabelecimentos de A&B

Dificuldades	O mais difícil	O mais difícil
	Quantidade	%
Gerenciamento da produção e/ou operações	79	19,46
Gerenciamento das contas a pagar e receber	77	18,97
Recrutamento e seleção	70	17,24
Planejamento e controle de estoque	52	12,81
Custos e preço de venda	29	7,14
Atendimento ao cliente	17	4,19
Relacionamento com os trabalhadores	16	3,94
Desenvolvimento de produtos/serviços (inovação, adaptação)	14	3,45
Treinamento da equipe	13	3,20
Promoção de produtos/serviços	12	2,96
Questões jurídicas	11	2,71
Remuneração	5	1,23
Tecnologia	2	0,49
Outros	1	0,25
Não responderam	8	1,97

Fonte: PPC, 2012

É possível destacar outras dificuldades apontadas, tais como: gerenciamento das contas a pagar e receber com 18,97%, seguido por recrutamento e seleção com 17,24%, planejamento e controle de estoque com 12,81% e custos e preço de venda com 7,14%. Nesse contexto, o profissional é essencial para o mercado de trabalho, sendo como trabalhador, gestor ou proprietário pois estes envolvidos com o setor de alimentação fora do lar na área na Microrregião de Florianópolis, só tem a contribuir. Este é um dos dados que evidenciaram a necessidade de abertura do Curso de Tecnologia em Gastronomia (PPC, 2014).

Segundo Vergara (2000) a capacidade das organizações de responderem as demandas impostas pelo ambiente de negócios atual está relacionada às competências de seus gestores, tendo este profissional papel fundamental dentro das organizações. Para melhor explanar, Ansarah (2002) afirmou que o profissional deve receber conhecimentos teóricos, adquirir habilidades e competências que permitirão desempenhar com segurança e eficiência o cargo que ocupará, beneficiando as atividades turísticas e sendo essenciais para o êxito empresarial e a excelência nos serviços prestados em resposta ao ambiente que se está inserido (GARDELIN; ROSSETTO; VERDINELLI, 2013; CASTRO JÚNIOR, et al, 2014; SILVA, 2015; MAPURUNG; CORREIA-LIMA; HOLANDA, 2015).

Os pesquisadores Gonçalo (2005) Lee e Kelley (2008), Lages, Silva e Styles (2009), afirmam que as melhores práticas de gestão estão positivamente relacionadas ao melhor desempenho organizacional. Concluem que quanto melhor a capacitação dos gestores, melhor o desempenho da empresa (CASTRO; CAZARINI, 2005; FERRARESI; SANTOS; QUANDT; FREGA, 2014; OLIVEIRA; SILVA; LIMA; SOUZA, 2015; OLIVEIRA; DINIZ,

PERFIL DOS GESTORES ATUANTES NO SEGMENTO DE ALIMENTOS & BEBIDAS DA REGIÃO NORTE DE FLORIANÓPOLIS/SC

Bruno D'ávila Azevedo Vieira; Deosir Flávio Lobo de Castro Junior; Marcos Alexandre Schiavoni; Jean Carlos de Abreu; Flávio Augusto Martino
2015).

Para atender as demandas do mercado, por capacitação e estimular as melhores práticas, adequação aos recursos disponíveis no ambiente, o ensino superior deve seguir as leis que dão as diretrizes as Instituições de Ensino Superior. Consta na Lei de Diretrizes e Bases (Brasil, 1996):

Art. 43 - A educação superior tem por finalidade: estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo; formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua . Lei de Diretrizes e Bases (Brasil, 1996).

Onusic (2011) afirma que o setor de educação superior pode se considerar como um serviço de grande importância e relevância para a sociedade. Castro Júnior *et al* (2015) verificou o crescimento no número de Instituições de Ensino Superior (IES), apurados junto ao censo educacional do ensino superior, analisando os anos de 1991 até 2012. A quantidade de IES passou de 893 para 2.416. Em 1991, havia 4.908 cursos superiores no Brasil. No ano de 2012, esse número cresce para 31.886 (INEP, 2014).

Verificando perfil do mercado de trabalho segmento alimentos e bebidas é possível verificar que no âmbito da Gastronomia os cursos tecnológicos, concebidos para propiciar qualificação profissional que permita uma rápida inserção no mercado de trabalho, predominam" (GIMENES-MINASSE, 2015).

A abertura destes cursos se deu em resposta às necessidades do mercado de trabalho e seguiu os parâmetros legais estabelecidos pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação n. 9.394 publicada em 1996 – LDB 1996, que rege o ensino de graduação (nas modalidades tecnológico, bacharelado e licenciatura), de pós-graduação (nos níveis mestrado e doutorado) e também os cursos sequenciais.

O Parecer CNE/CES n. 436 de 2001 sintetiza a concepção de educação tecnológica inserida na LDB 1996: [...] a educação profissional é concebida como integrada às diferentes formas de educação, ao trabalho, à ciência e à tecnologia, conduzindo ao permanente desenvolvimento de aptidões para a vida produtiva. (Brasil, 1996); (Art. 39 – LDB); (Art.39 LDB); (Art. 40 – LDB);

Quadro 2: Síntese dos instrumentos técnico-legais que regem os cursos tecnológicos no Brasil

Instrumento legal	Conteúdos principais
Parecer CNE ³ /CES ⁴ n. 436/2001, aprovado em 02 de abril de 2001	Estabelece: a natureza da formação em tecnologia como pertencente ao quadro da educação superior; as condições de abertura e funcionamento destes cursos; o perfil dos mesmos em relação ao seu público alvo e características da formação oferecida; duração e estruturação dos cursos em questão. Fixa aos cursos tecnológicos de Gastronomia no âmbito da área profissional Turismo e Hospitalidade e estabelece como carga horária mínima exigida 1.600 horas.
Parecer CNE/CP ⁵ n. 29/2002, aprovado em 03 de dezembro de 2002	Apresenta a evolução histórica da educação tecnológica no Brasil; caracteriza a formação tecnológica em termos de natureza, densidade, demanda, tempo de formação e perfil; apresenta os princípios norteadores e a organização da educação tecnológica no país.
Resolução CNE/CP n. 3/2002, aprovada em 18 de dezembro de 2002	Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia no país, especificando as informações que devem fazer parte do Projeto Pedagógico dos cursos em questão.
Parecer CNE/CP n. 6/2006, aprovado em 6 de abril de 2006	Estabelece diferenças e limites na relação entre formação acadêmica e exercício profissional de atividades correlatas a profissões regulamentadas [não se aplica à Gastronomia]
Parecer CNE/CES n. 277/2006, aprovado em 7 de dezembro de 2006	Apresenta a nova forma de organização da Educação Profissional e Tecnológica de graduação em eixos de atuação mais compactos. Fixa os cursos tecnológicos de Gastronomia no âmbito da área profissional Hospitalidade e Lazer..
Parecer CNE/CES n. 19/2008, aprovado em 31 de janeiro de 2008	Em resposta à solicitação da Faculdade de Tecnologia de Minas Gerais estabelece parâmetros para o aproveitamento de competências profissionais no âmbito dos cursos tecnológicos.
Parecer CNE/CES n. 239/2008, aprovado em 6 de novembro de 2008	Caracteriza o que são atividades acadêmicas complementares e estabelece seus limites de carga horária para os cursos tecnológicos.

Fonte: Gimenes-Minasse, 2015.

Bruno D'ávila Azevedo Vieira; Deosir Flávio Lobo de Castro Junior; Marcos Alexandre Schiavoni; Jean Carlos de Abreu; Flávio Augusto Martino

Segundo Heide (2005) o que gera empecilhos para o crescimento profissional é, muitas vezes, a falta de escolas profissionais. Em resposta a isso, a existência de cursos na área já vem sendo bem difundida, sendo que já existe uma gama de profissionais formado em cursos técnicos ou de graduação. Porém. “O setor sente a falta de pessoas qualificadas, no âmbito da gestão dos empreendimentos de Alimentos e Bebidas” (PPC, 2014).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Demo (1996, p.34) insere a pesquisa como atividade cotidiana considerando-a como uma atitude, um “questionamento sistemático crítico e criativo, mais a intervenção competente na realidade, ou o diálogo crítico permanente com a realidade em sentido teórico e prático”.

Quanto aos procedimentos metodológicos, Castro (1976) explica que o objetivo da metodologia é o de nos ajudar a compreender, em amplos termos, não os produtos da pesquisa, mas o próprio processo.

A pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, etc.) (MORESI, 2003).

Pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não. (MORESI, 2003).

Essa pesquisa se utiliza de metodologia quantitativa e qualitativa, sendo caracterizada como uma pesquisa de campo por conveniência, que se utiliza de questionários (método Survey). O método deve ser realizado com rigor metodológico para que os dados obtidos tenham confiabilidade científica e envolve a coleta de informações através de um instrumento de entrevistas, seja digital, escrito ou presencial com o pesquisador, em uma amostra definida da população em estudo. O instrumento de pesquisa deve proporcionar que o pesquisador extraia os dados, de forma que possa analisá-los através de uma escala mensurável (BABBLE, 1999).

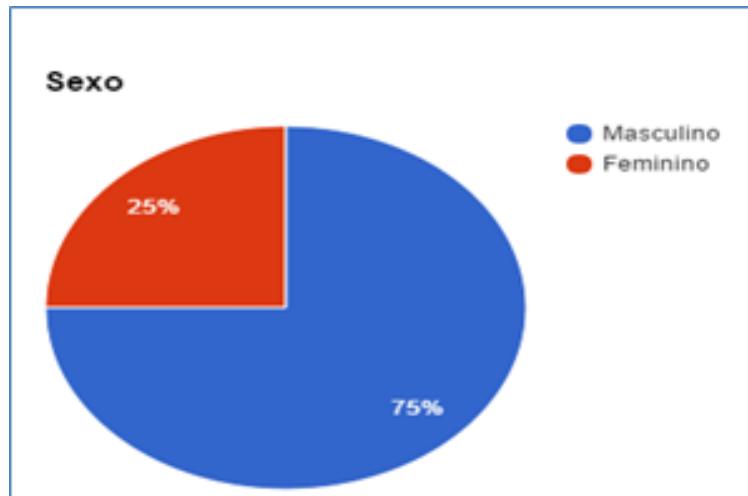
A natureza da pesquisa é verificar o perfil dos gestores atuantes no segmento de alimentos e bebidas localizados norte da ilha de Florianópolis. Está foi realizada somente no bairro Inglese do Rio Vermelho que possui em média 25 mil habitantes (IBGE 2010), pesquisa realizada com 61 pessoas e somente 40 questionários validos. Pesquisa por conveniência, com a utilização da estatística univariada e estatística descritiva.

Os dados obtidos mediante a pesquisa realizada na zona demográfica do Ingleses do Rio Vermelho. Serão analisados e tabulados mediante as respostas referentes as questões indagadas.

4 COLETA DE DADOS E ANÁLISE DE RESULTADOS

Na pesquisa de campo foram coletados dados em 61 questionários, sendo somente 40 questionários validos, e destes foram realizadas as análises dos dados. A seguir apresentam-se os resultados da pesquisa:

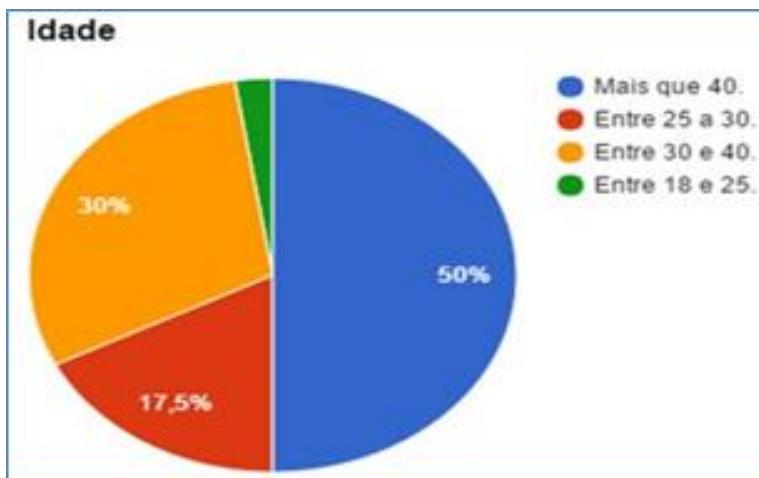
Figura 2 - Gráfico sobre o questionamento sexo dos participantes.



Fonte: Dados da pesquisa de campo realizada

Tendo em vista o mercado de trabalho e seus empresários no bairro Ingleses do Rio Vermelho, a maior parcela atuante no mercado com cargos de gestão, ou como proprietários, é do sexo masculino com 75% dos respondentes, e 25% do sexo feminino.

Figura 3 – Gráfico referente ao questionamento idade dos participantes.



Fonte: Dados da pesquisa de campo realizada

Nos estabelecimentos voltados para alimentação fora do lar, em seus cargos de liderança, possuem na sua maioria pessoas com idade acima de 30 anos 80%. Mais de 40 anos com 50%, entre 30 a 40 anos 30%, entre 25 a 30 17,5% e apenas 2,5% entre 18 e 25.

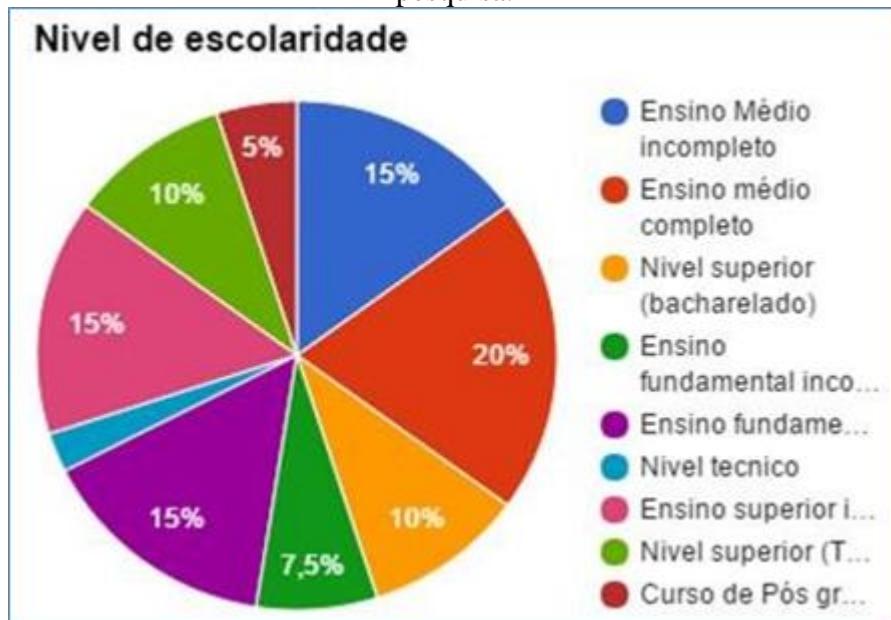
Figura 4 – Gráfico referente ao questionamento cargo de direção que ocupa no estabelecimento.



Fonte: Dados da pesquisa de campo realizada

Dos entrevistados, identificaram-se como: Proprietários 15 pessoas (37.5%), Gerente de Restaurante 3 pessoas (7.5%), Gerente de A&B ou Chefe Executivo 3 pessoas (7.5%), Chefe De Cozinha 14 pessoas (35%), Chefe de Fila 4 pessoas (10%), Chefe De Partida 1 pessoa (2.5%).

Figura 5 – Gráfico referente ao questionamento de nível de escolaridade dos participantes da pesquisa.



Fonte: Dados da pesquisa de campo realizada

Neste questionamento é possível verificar que, ainda que o mercado de trabalho no

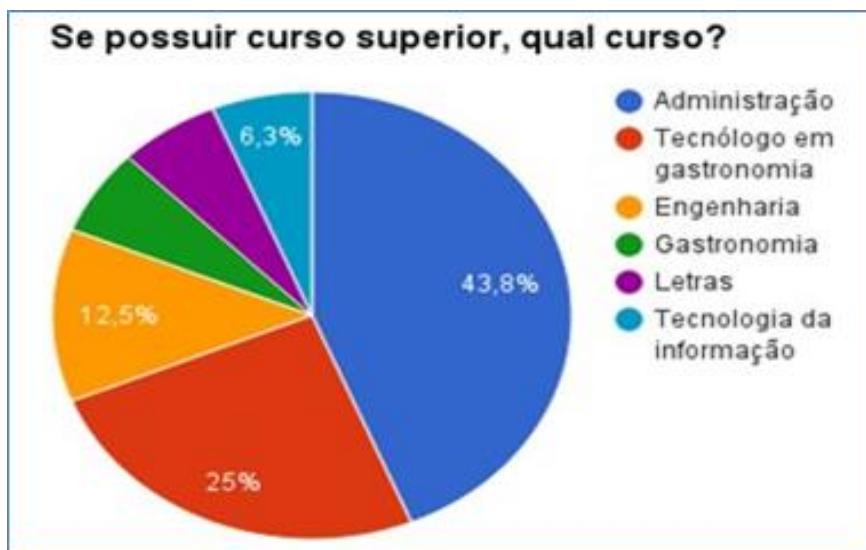
Bruno D'ávila Azevedo Vieira; Deosir Flávio Lobo de Castro Junior; Marcos Alexandre Schiavoni; Jean Carlos de Abreu; Flávio Augusto Martino

setor de alimentos e bebidas esteja numa crescente, o grau de escolaridade é ainda um pouco baixo ou, vendo por um lado mais pessimista, muito baixo comparando com outras áreas de mercado. Os dados coletados mostram que, dos entrevistados, os que possuem Ensino Fundamental incompleto são 3 pessoas ou 7.5%, Ensino Fundamental completo 6 pessoas ou 15%, Ensino Médio incompleto 6 pessoas ou 15%, Ensino Médio completo são 8 pessoas ou 20%.

Mesmo verificando a situação do mercado também é possível encontrar pessoas em cargos de gestão com Nível Técnico 1 pessoa ou 2.5%, Ensino Superior incompleto 6 pessoas ou 15%, Nível Superior de Tecnologia 4 pessoas ou 10%, Nível Superior Bacharelado 4 pessoas ou 10%, Curso de Pós-Graduação 2 pessoas ou 5%, isto mostra uma outra parcela do mercado que já está mais bem preparada para o setor tendo em vista os cursos que levam cadeiras de administração em sua grade curricular.

Ainda quanto o grau de escolaridade, foi questionado aos entrevistados:

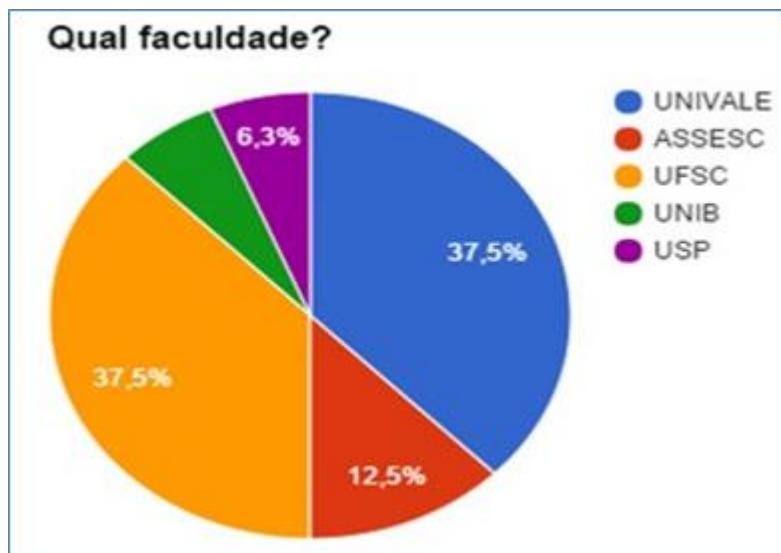
Figura 6 – Gráfico referente ao questionamento se possuir curso superior, qual curso.



Fonte: Dados da pesquisa de campo realizada

Mediante aos que possuem curso superior em sua maioria possuem Administração (43,8%), em segundo vem o curso Tecnólogo em gastronomia (25%), em terceiro Engenharia (12,5%), Gastronomia, Letras, Tecnologia da informação (6,3% cada) este questionamento foi realizado mediante a pergunta nível de escolaridade e somente 16 pessoas responderam este questionamento.

Figura 7 – Gráfico referente ao questionamento de qual faculdade cursou.

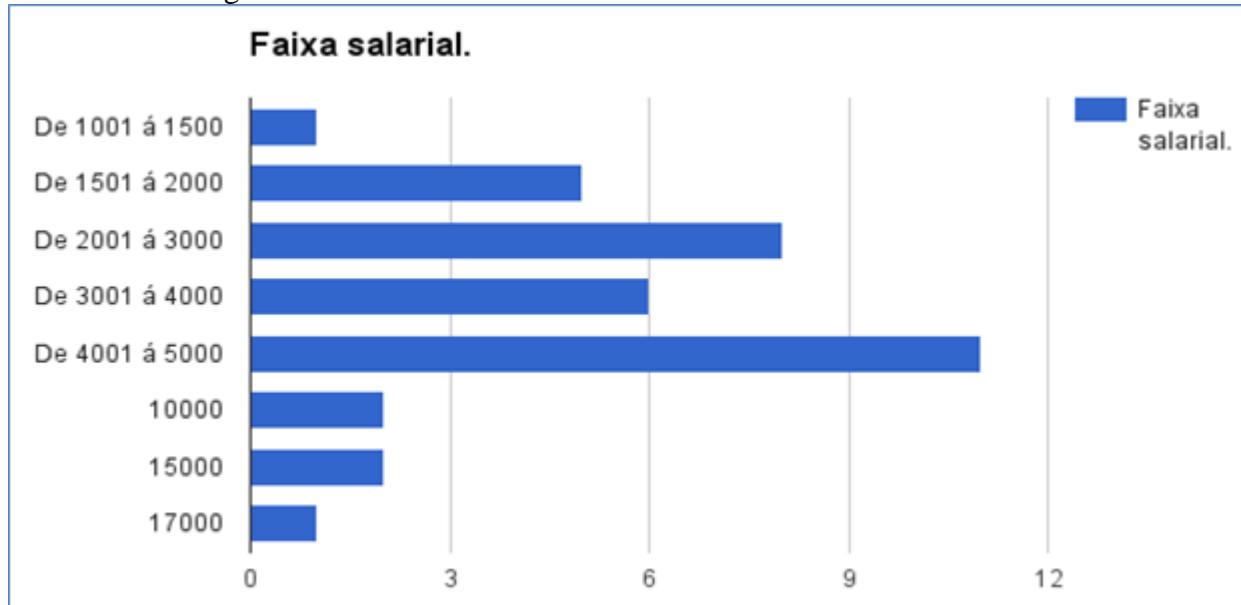


Fonte: Dados da pesquisa de campo realizada

Referente ao questionamento se possui curso superior qual curso foi indagado aos que responderam qual faculdade foi realizado o curso,nas faculdades de rede publica foram citadas UFSC (37,5%), USP (6,3%), as faculdades particulares citadas foram UNIVALE (37,5%), ASSESC (12,5%), e UNIB (6,3%).

Mediante a figura três questionamento referente a qual cargo de direção ocupa no estabelecimento de alimentos e bebidas, foi se questionado:

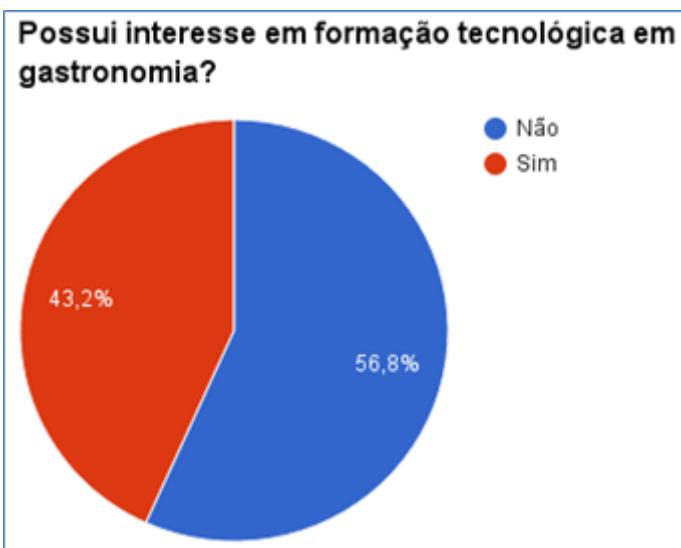
Figura 8 – Gráfico referente a faixa salarial de cada entrevistado.



Fonte: Dados da pesquisa de campo realizada

Mediante ao é possível verificar como está o setor de alimentos e bebidas da localidade dos Ingleses do Rio Vermelho, sendo a faixa salarial com maior ocorrência encontrada está em torno de R\$ 4.001 à R\$ 5.000.

Figura 9 – Gráfico referente ao questionamento se o entrevistado possui interesse em formação tecnológica em gastronomia.



Fonte: Dados da pesquisa de campo realizada

A maior parte que respondeu não ter interesse são pessoas que já tem uma ou mais faculdades, ou não lidam com a manipulação do alimento. Visto isso, a parte que se diz interessada é por sua maioria pessoas que atuam na manipulação de alimentos, ou tem curiosidade pela área como dois dos entrevistados que são Donos dos empreendimentos.

Os cursos mais citados foram, nesta ordem: Administração (60%), Ensino médio (13,3%), Confeitoraria, Letras, Supletivo e Mestrado em administração. Isto mostra que o mercado está tentando se profissionalizar e já verifica a necessidade de instrução de quem ocupa cargos de gestão isto visto pela própria ótica dos entrevistados referente aos que querem fazer algum curso a curto prazo quase toda maioria eles buscam cursos que vão ser de grande serventia para o mercado como Administração ou até cursos que vão formar estes para que um dia possam procurar uma faculdade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo foi possível verificar, o perfil dos ocupantes dos cargos de gestão no segmento de alimentos e bebidas, localizados na região dos Ingleses do Rio Vermelho. Realizando uma análise dos dados da pesquisa, é entendido que neste segmento ainda são encontradas pessoas com formação em diversas áreas do conhecimento como Tecnologia da informação, Administração, Letras, Tecnólogo em gastronomia, Gastronomia e Engenharia.

Em alguns casos podendo-se observar pessoas em cargos de direção sem um estudo específico seja na área gastronômica seja em outros cursos que envolvem administração afim de ter uma noção breve sobre o tema. Este estudo comprova o que foi constatado pelo PPC, 2012 no Quadro 1: Dificuldades na gestão apontadas pelos gestores de estabelecimentos na área de A&B que aponta que as maiores dificuldades dos gestores são ligadas à área de administração.

Muitos entrevistados possuem o interesse real em uma formação na área de tecnólogo em gastronomia 56,8% ou administração 60%, entretanto muitos destes têm somente um curso básico como ensino fundamental e ensino médio. Destes muitos levam em consideração somente sua faixa salarial que é em torno dos R\$4.500, sem contar que poderia estar muito melhor instruídos e remunerados se buscassem uma formação superior. Pois somente em

Bruno D'ávila Azevedo Vieira; Deosir Flávio Lobo de Castro Junior; Marcos Alexandre Schiavoni; Jean Carlos de Abreu; Flávio Augusto Martino

cursos que possuem as cadeiras de gestão mostram como Gerenciar a produção ou operações, gerenciamento de contas a pagar e receber, recrutamento e seleção, planejamento e controle de estoque, custo e preço de venda, atendimento ao cliente, relacionamento com os trabalhadores, desenvolvimento de produtos/serviços(inovação e adaptação), treinamento de equipe, promoção de produtos e serviços, questões jurídicas, remuneração e tecnologia que são apontadas como as principais dificuldades segundo PPC 2012.

Os Tecnólogos formados participantes desta pesquisa 4 entrevistados possuíam esta formação estão em cargos de coordenação e gerencia, apenas dois estão como empreendedores e buscam ‘Outros funcionários que tenham o mesmo perfil e formação’ segundo entrevistado formado em Tecnólogo em Gastronomia.

Dadas às características do mercado de trabalho, e seu desenvolvimento crescente, o que aconteceu foi que o profissional formado em faculdades de tecnologia em gastronomia deveria ser encontrado em cargos de liderança mais facilmente, pois, na teoria, este adquiriu, através de sua formação, conhecimentos de gestão, porém, o mercado ainda é dominado por profissionais com conhecimento tácito ou de outras carreiras acadêmicas, sem a verdadeira formação de um profissional para a área. O que se pergunta é porque este profissional não está no Mercado de trabalho, ou se não é encontrado pois não está satisfeito com o mercado de trabalho.

Este estudo deve ser realizado em outras áreas e regiões afim de verificar este perfil dos atuantes em cargos de liderança no segmento de alimentos e bebidas.Verificando também comportamento estratégico, uma pesquisa de monitoramento ambiental e até uma pesquisa de campo referente ao desempenho organizacional.

REFERÊNCIAS

- ANSARAH, M. G. R. **Formação e capacitação do profissional em turismo e hotelaria: reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil.** São Paulo: Aleph, 2002.
- BABBIE, E. R. **Métodos de pesquisas de survey.** Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- BRASIL - Lei de Diretrizes e Bases - Lei 9394/96 | Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Disponível em: <http://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/109224/lei-de-diretrizes-e-bases-lei-9394-96#art-43> Acesso em 01/05/2016
- BRASIL - Resolução CNE/CP nº 1, de 30 de maio de 2012 - Estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos. Acesso em 26/11/2016.
- CASTRO JÚNIOR, D. F. L.; SILVEIRA-MARTINS, E.; MIURA, M. N.; DELUCA, M. A. M.; COSTA, A. M. Orientação estratégica: análise do comportamento de coordenadores de curso de uma universidade pública federal. **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**, v. 8, p. 48-69, 2015.
- CASTRO JÚNIOR, D. F. L.; SILVEIRA-MARTINS, E.; MIURA, M. N.; SCHIAVONI, M. A.; DELUCA, M. A. M. Consignação de estratégias a partir da análise ambiental: um estudo de caso do Grupo JAN Bebidas. **Navus - Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 4, p. 143-154, 2014.
- CASTRO JUNIOR, D. F. L; DELUCA, M.A; MIURA, M. N; SILVEIRA MARTINS, E; MARTINS, A. A. M; SILVERIO, R. Analysis of the organic fruit and vegetable Stakeholders in Florianópolis. **Espacios**, v. 37, n. 3, 2016.

Bruno D'ávila Azevedo Vieira; Deosir Flávio Lobo de Castro Junior; Marcos Alexandre Schiavoni; Jean Carlos de Abreu; Flávio Augusto Martino

CASTRO, S. A.; CAZARINI, E. W. Um modelo de mudança organizacional contínua através da gestão do conhecimento integrando tecnologia da informação e pessoas. **Revista Gestão Industrial**, v. 1, n. 4, p. 18-25, 2005.

CASTRO; C. M. **A prática da pesquisa**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1976.

COOPER, C. *et al.* **Turismo: princípios e práticas**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

CORNACHIONE JÚNIOR, E. B; CUNHA, J. V. A.; LUCA, M. M. M.; OTT, E. O bom é meu, o ruim é seu: perspectivas da teoria da atribuição sobre o desempenho acadêmico de alunos da graduação em ciências contábeis. **Revista Contabilidade & Finanças**. v. 21, n. 53, 1-24, 2010.

DALFOVO, M. S.; MACHADO, M. M.; WRUCK, J.; SILVA, G. V. Análise da disponibilidade dos recursos organizacionais no atendimento aos *stakeholders* no setor de serviços. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, v. 9, n. 1, p. 87-104, 2015.

DE LUCCA FILHO, V. **O futuro do turismo em Santa Catarina**: 2014. Disponível em: <http://floripamanha.org/2014/07/o-futuro-do-turismo-em-santa-catarina/#sthash.8oUUBrsG.dpuf>. Acesso em 26/11/2016.

DEMO, P. **Pesquisa e construção de conhecimento**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.

FERRARESI, A. A.; SANTOS. S. A.; QUANDT, C. O.; FREGA, J. R. Os impactos da gestão da conhecimento na orientação estratégica, na inovatividade e nos resultados organizacionais: uma survey com empresas instaladas no Brasil. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 15, p. 199-231, 2014.

FREEMAN, R. E. **Strategic Management: a Stakeholder Approach**. Boston: Pitman. 1984. Disponível em: [<http://www.corporateethics.org/pdf/Strategic_Management_A_Stakeholder_Approach.pdf>](http://www.corporateethics.org/pdf/Strategic_Management_A_Stakeholder_Approach.pdf). Acesso em 20/12/2016.

GARDELIN, J. P.; ROSSETTO, C. R.; VERDINELLI, M. A. O relacionamento entre a incerteza ambiental e o comportamento estratégico na percepção dos gestores de pequenas empresas. **Revista de Administração (FEA-USP)**, v. 48, n. 4, p.702-715, 2013.

GIL, A. C. **Método e técnicas de pesquisa social**. 5^a Edição. São Paulo. Editora Atlas S.A. 1999.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIMENES-MINASSE, M. H. S. G. A formação superior em gastronomia: análise descritiva das dissertações de mestrado produzidas no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 9, n. 1, p. 156-173, 2015.

GONÇALO, C. R. Barreiras cognitivas: uma perspectiva decisiva para promover estratégias de conhecimento no desempenho da atividade organizacional. **Revista Produto & Produção**, v. 8, n. 2, p. 25-36, 2005.

INTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa de**

Bruno D'ávila Azevedo Vieira; Deosir Flávio Lobo de Castro Junior; Marcos Alexandre Schiavoni; Jean Carlos de Abreu; Flávio Augusto Martino

Orçamentos Familiares 2008-2009: Análise do Consumo Alimentar Pessoal no Brasil - Brasil - 2011

INTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009:** Despesas, Rendimentos e Condições de Vida - Brasil - 2010.

INTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Censo 2010. Disponível em <http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?uf=42&dados=29> acesso em: 27/12/2016

INEP – INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. Censo da educação superior 2012: resumo técnico. Brasília: INEP, 2014. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/web/censo-da-educacao-superior/resumos-tecnicos>>. Acesso em: 27/12/2016.

KOTLER, P. **Administração de marketing:** a edição do novo milênio. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

LAGES, L. F.; SILVA, G.; STYLES, C. Relationship Capabilities, Quality, and Innovation as Determinants of Export Performance. **Journal of International Marketing**, v. 17, n. 4, p. 47–70, 2009.

LEE, H.; KELLEY, D. Building dynamic capabilities for innovation: an exploratory study of key management practices. **R&D Management**, v. 38, n. 2, 2008.

LOPES, S. D. F.; MAIA, S. C. F. Segmentação do mercado turístico através do Multidimensional Scaling: Uma aplicação do modelo Unfolding. **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. v. 10, n. 1, p. 139-145, 2012.

MAPURUNG, P. V. R.; CORREIA-LIMA, B. C.; HOLANDA, A. P. Disclosure social e isomorfismo nas empresas listadas no índice de sustentabilidade empresarial. **Revista de Administração da UFSM**, v. 8, n. 2, p. 267-281, 2015.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 1993.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO – MEC. Resolução CNE/CP nº 1, de 30 de maio de 2012 - Estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.

MORESI, E. **Metodologia da pesquisa**. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2003.

OLIVEIRA, D.; SILVA, M. P.; LIMA, T. A.; SOUZA, M. M. M. Um estudo exploratório da gestão de pessoas na integração e disseminação da Governança Corporativa. **Revista Acadêmica**, n. 16, p. 241-268, 2015.

OLIVEIRA, J.; PINHEIRO, M. & GAIO, C. Análise da organização do turismo em Florianópolis. **Turismo Visão e Ação**, v 9, p. 51-60, 2002.

OLIVEIRA, L. C. P.; DINIZ, E. H. Sistemas de informação em políticas sociais descentralizadas: uma análise sobre a coordenação federativa e práticas de gestão. **Revista de Administração Pública**. n. 49, v. 1, p. 23-46, 2015.

Bruno D'ávila Azevedo Vieira; Deosir Flávio Lobo de Castro Junior; Marcos Alexandre Schiavoni; Jean Carlos de Abreu; Flávio Augusto Martino

ONUSIC, L. M. A qualidade de serviços de ensino superior o caso de uma Instituição de Ensino Público. In: ENCONTRO DA ANPAD – ENANPAD, 35, 2011. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD. 2011.

PPC/IFSC – Projeto pedagógico de curso – PPC Campus Florianópolis-Continente curso superior de tecnologia em gastronomia eixo tecnológico: turismo, hospitalidade e lazer Florianópolis, Formulário PPC - cursos de graduação – atualização 18 jun 2014.

PPC/IFSC – Projeto Pedagógico de Curso: PPC Campus Florianópolis-Continente Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia Eixo Tecnológico: Turismo, Hospitalidade e Lazer, Florianópolis, julho de 2012

SANCHO, A. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

SILVA, G. L.; LIMA, L. F.; LOURENÇO, N. S. *Food truck* na cidade de São Paulo e a influência do perfil do consumidor em sua longevidade: aspectos sócioculturais. **Revista FATEC Zona Sul**, v. 2, n. 1, 2015.

SILVA, J. D. Mensuração do nível de percepção da incerteza subjetiva dos empreendedores de MPEs brasileiras. **RAIMED - Revista de Administração IMED**, v. 5, n. 1, p. 1-9, 2015.

VELASCO, H. ;DÍAZ DE RADA, A. **La lógica de la investigación etnográfica**. Un modelo de trabajo para etnógrafos de la escuela. Madrid: Trotta, 1997.

VERGARA, S. C. **Gestão de pessoas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000

WHA - WORLD HEALTH ASSOCIATION. Division of Mental Health. Qualitative Research for Health Programmes. Geneva: 1994. Disponível em: http://ocw.library.nenu.edu.cn/pluginfile.php/13620/mod_resource/content/1/WHO_MNH_SF_94.3.pdf. Acesso: 12/12/2016.