

CAPACITAÇÃO EM PRODUÇÃO E GESTÃO DA CONFEITARIA E PASTELARIA COMO FORMA DE GERAÇÃO DE RENDA

TRAINING COURSE IN MANAGEMENT AND PRODUCTION OF CONFECTIONERY AND PASTRY AS AN INCOME GENERATING SOURCE.

SILVA, Eron Ferreira Campos da

Instituto Federal de Pernambuco; eron.ferreira@cabo.ifpe.edu.br

SILVA, Fabiana Alves da

Instituto Federal de Pernambuco; anaibaf@live.com

PEREIRA, Silvana Maria da Silva

Instituto Federal de Pernambuco; silvana2sabores@gmail.com

BATISTA, Thaislainy Silva

Instituto Federal de Pernambuco; silvathaislainy@gmail.com

Resumo

A alimentação fora do lar faz parte da vivência diária do trabalhador brasileiro e ocorre de forma bastante diversificada ao transcender as barreiras dos restaurantes e demais locais tradicionais de produção de alimentos. No entanto, por uma questão econômica, acaba atingindo os horizontes da produção não convencional. Torna-se cada vez mais comum alimentar-se em pontos itinerantes como *food trucks*, praças, centros comerciais. Além disso, percebe-se o crescimento exponencial dos serviços de entrega de alimentos, uma vez que o mercado informal tende a apresentar forte expansão em períodos de crise financeira no país. Esse crescimento do mercado informal de produção e consumo de alimentos apresenta expressivo crescimento desde meados de 2015, demonstrando a capacidade empreendedora como fonte principal de renda que os brasileiros apresentam frente às adversidades econômicas. O principal desafio da alimentação fora do lar concentra-se na segurança alimentar, uma vez que o manipulador se configura como o principal vetor de contaminação e disseminação das doenças transmitidas pelos alimentos. O presente projeto buscou, através do fomento ao empreendedorismo na gastronomia, traçar uma forma de empoderamento, geração de renda e fortalecimento do comércio local para as comunidades atendidas a partir da apresentação de técnicas da confeitaria e panificação com segurança alimentar, estratégias de precificação e de marketing para vendas.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Gestão da gastronomia. Segurança alimentar.

Abstract

Eating outside is part of the daily experience of Brazilian workers. This experience comes in many ways, transcending the walls of restaurants and other traditional food production sites, mostly unconventional ones. It has becoming more and more ordinary to eat at itinerant points such as food trucks, squares, shopping centers. Brazilian economy has also been experiencing the exponential growth of food delivery services, since the informal market tends to stand strong in periods of financial crisis. Since 2015 it has

become clear the entrepreneurial abilities of many Brazilians as the main source of income that Brazil's growing economic adversity. The main challenge of eating outside home seems to be sanitation issues, since the food handlers tend to be the main vector of contamination and spreading of foodborne diseases. The current project sought through entrepreneurship in gastronomy, a form of empowerment, income generation and strengthening of local commerce for the communities served by presenting the techniques of confectionery and bakery with food security, pricing and marketing strategies for sale.

Keywords: Entrepreneurship. Gastronomy management. Food safety.

1 Introdução

Existe um consenso de que comer fora de casa tenha sempre sido uma imposição para aqueles cuja atividade impossibilite a volta ao lar a tempo de saciar a fome no meio ou ao final dos expedientes laborais. Dessa forma, ao longo do tempo e ao redor do mundo, as cozinhas de rua foram os principais meios de comércio de alimentos (SGARBIERI, 1987; SIZER; WHITNEY, 2003). Os principais locais de atuação são em vias e logradouros públicos (ruas, calçadas, praças, jardins, etc.), fora de lojas, em postos, fixos ou móveis, ou de forma itinerante, com entregadores levando mercadorias junto ao corpo, com ou sem permissão oficial (PAMPLONA, 2013).

Produzir com qualidade e, conseqüentemente, com preços baixos, exige um conhecimento mais apurado do negócio, principalmente dos custos, a fim de obter rendimentos que além de garantir a permanência no mercado, sejam capazes de satisfazer as expectativas do empreendedor (BRAGA, 2008).

2 Fundamentação Teórica

O empreendedorismo está muito presente no cotidiano brasileiro com maior destaque em momentos de crise. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas -SEBRAE (2014) apresenta dois motivos que levam ao empreendedorismo: o primeiro é a oportunidade, o que se refere a enxergar uma demanda não atendida e explorar melhor as expectativas dos consumidores e até mesmo criar uma nova demanda. No entanto, isto requer do empreendedor além de talento (vocação), muita experiência, bastante treino, estudos e pesquisas para atender bem às expectativas do público-alvo.

O segundo motivo é a necessidade, que ocorre quando o empreendedor não tem alternativa de emprego. Geralmente o indivíduo não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Este é o motivo mais alarmante para começar a empreender pois pelo modismo de algum segmento de produção ou pela falta de experiência no setor, configura-se como determinante para um possível fracasso da empreitada.

Para que o empreendimento gastronômico seja rentável é necessário que esses trabalhadores tenham conhecimento das metodologias de precificação dos seus produtos, para que se mantenham na atividade através de um negócio sustentável e seguro, sendo indispensável que seus produtos sejam produzidos com segurança alimentar (FONSECA 2006; BRAGA, 2008).

3 Metodologia/ Materiais e Métodos

O projeto de extensão que originou este artigo tem como objetivo a sensibilização dos empreendedores informais ou o despertar do empreendedorismo, para aqueles que buscam seu sustento a partir da produção de alimentos, de forma que possam atender às necessidades sanitárias de manipulação, técnicas de produção da confeitaria, pastelaria e estratégias de precificação referentes a gestão em gastronomia.

Para viabilizar a execução das oficinas, foi firmada uma parceria entre o IFPE-Campus Cabo e a Prefeitura do Cabo de Santo Agostinho - Pernambuco, através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, para auxiliar na articulação com a comunidade. O secretário de desenvolvimento econômico do município nos apresentou as demandas que as comunidades possuíam e isso serviu para direcionar as estratégias que se seguiram.

O tema de cada oficina foi pesquisado e desenvolvido com pelo menos dois meses de antecedência, para checar se o assunto estaria alinhado com as necessidades da comunidade. Também foram feitos testes de receitas no laboratório de cozinha do Campus Cabo de Santo Agostinho, de forma que fossem definidas as preparações destinadas a cada oficina.

Cada oficina contou com aproximadamente 35 participantes com duração de 5 horas cada. Este quantitativo foi delineado devido à metodologia empregada, a qual consistiu em duas etapas: demonstração do processo de produção com instruções

detalhadas e linhas de produção individuais, e reprodução do conteúdo aprendido de forma prática pelos participantes, no formato “mão na massa” sob a condução dos estudantes.

Foram utilizados ingredientes e utensílios específicos para cada oficina, assim como embalagens no estilo monoporção, as mais comuns para venda dos referidos produtos. Para auxiliar na metodologia de cálculo dos custos e preço de venda, foi utilizado quadro branco e caneta marcadora. Para a execução das palestras e oficinas com envolvimento de todos os participantes, a prática foi integrada ao conhecimento das técnicas de produção de alimentos. O maior destaque das oficinas estava no formato em que os produtos foram preparados e embalados, direcionando para um resultado final acessível, de baixo custo, de fácil venda e grande apelo visual.

4 Resultados e Discussão

Foram realizadas reuniões prévias com o assessor do secretário de desenvolvimento econômico e turismo do Cabo de Santo Agostinho, para alinhar as necessidades da comunidade com as propostas e objetivos do projeto de extensão, de forma que as oficinas fossem direcionadas para as expectativas da comunidade, levando em consideração a sazonalidade de algumas festividades do município. Após as definições dos temas, os estudantes realizaram as pesquisas bibliográficas das receitas nos livros de confeitaria, panificação e chocolataria (BAU, 2012; COSTA, 2018; VIANA, 2018). Foram definidos então os temas das oficinas e as referidas preparações:

4.1 Oficina de Ovos de Páscoa

Foram realizadas em duas turmas com um total de 70 pessoas, que tiveram a oportunidade de produzir, decorar e embalar ovos de páscoa de maneira individual, como forma de ter contato com um dos produtos mais sensíveis da confeitaria, o chocolate. Foram realizadas as seguintes preparações:

- Ovo de páscoa crocante
- Ovo de páscoa de colher,
- Ovo de páscoa duo

4.2 Oficina de Comidas Juninas

Com a proximidade do período de colheita do milho na região, a oficina de pratos típicos das festividades juninas foi realizada com a presença de aproximadamente 30 participantes, que puderam reforçar seus conhecimentos sobre produção, com técnicas que visaram facilitar a produção de canjica, pamonha, pamonha de forno e mungunzá.

4.3 Oficina de Pizzas

Por ser um segmento de consumo contínuo, esta oficina para produção de pizzas atraiu um público diverso de aproximadamente 35 pessoas, que já apresentavam certo conhecimento sobre a produção de produtos panificáveis. Foram desenvolvidas versões de pizza como a *pizza pan* e ministrou-se instruções para a produção de pizza com borda, como alternativa para as pizzas tradicionais. Os participantes puderam aprender como congelar e regenerar este tipo de alimento.

4.4 Oficina de Doces Finos

O consumo de doces e bombons é quase que culturalmente obrigatório em qualquer festa de aniversário. Para que pudessem dar conta deste mercado, os participantes puderam aprender novas versões de preparações clássicas. Nesta oficina houve a participação de 35 pessoas que puderam aprender como produzir:

- Trufas de *cappuccino*
- Brigadeiro com pimenta
- Ouriço de amendoim

Foram demonstradas as técnicas de preparo e finalização dos doces, assim como a forma de apresentação e embalagens utilizadas.

O ponto chave para o sucesso das oficinas esteve nas estratégias de precificação como forma de projetar os custos, preço de venda e lucro do empreendedor. Muitos foram os relatos de participantes, que dominavam técnicas de

produção de alimentos, mas sentiam grande dificuldade em cobrar pelo serviço executado e pelos materiais produzidos.

4.5 Objetivos Alcançados

A partir dos relatos, notou-se a elevação do grau de autoestima dos participantes por terem recebido treinamento profissional e ampliação de conhecimentos na área, permitindo a promoção de capacitação para as comunidades em estado de vulnerabilidade social, na área de confeitaria e pastelaria;

Foi possível despertar o espírito empreendedor nos participantes, sob uma perspectiva de geração de renda ao apresentar a compreensão das ferramentas da gestão da gastronomia, que permitem calcular as margens de rentabilidade e custo dos produtos, a fim de permitir uma precificação adequada. Para isso foi necessário realizar a adequação do conhecimento técnico, facilitando a transposição didática entre os participantes da capacitação;

4.6 Total de participantes impactados

Foram realizadas cinco oficinas, com quatro temas distintos, de acordo com a solicitação da comunidade alvo e com temas propícios à época. Foram registrados 170 participantes no total.

4.7 Entrega de certificados

Com o objetivo de realizar a conclusão das atividades do projeto de extensão e promover a valorização do conhecimento adquirido pelos participantes das oficinas, foi formalizado a emissão documental de comprovante de participação por oficina. Foram realizadas solenidades por turmas, para entrega de certificados as quais aconteceram no auditório da prefeitura do Cabo de Santo Agostinho, promovidas pela Secretária de Desenvolvimento Econômico e Turismo do município.

Figura 1 - Oficina de ovos de páscoa



Fonte: Autores, 2018

Figura 2 - Pamonha de forno, canjica e pamonha



Fonte: Autores, 2018

Figura 3 - Trufa, ouriço de amendoim e brigadeiro de pimenta



Fonte: Autores, 2018

Figura 4 - Oficina de pizza



Fonte: Autores, 2018

Figura 5 - Entrega de certificados



Fonte: Autores, 2018

5 Considerações Finais

Durante a execução deste projeto percebeu-se grande empenho dos participantes das oficinas no que diz respeito às técnicas utilizadas. Apesar de muitos deles já exercerem alguma função no ramo de alimentação, havia escassez de técnica adequada para elaborar determinados produtos. Dessa forma, as oficinas foram um suporte bastante relevante para essas pessoas. Outro fator que suscitou interesse dos participantes foi a questão da gestão de custos, pois muitos tinham dificuldade de precificar seus produtos e saber as estratégias de marketing para venda. Portanto, foi de grande importância e valor social esse suporte para esses indivíduos que se encontram em situação de vulnerabilidade, na maioria dos casos fora do mercado de trabalho ou que precisam de renda extra para as despesas da casa.

Referências

BAU, F. **Enciclopédia do chocolate**. São Paulo: Ed. Senac, 2012.

BRAGA, R. M. M. **Gestão da Gastronomia: Custos, formação de preços, gerenciamento e planejamento do lucro**. São Paulo: Ed. Senac 2008.

COSTA, D. R. **Manual prático da confeitaria**. São Paulo: Ed. Senac, 2018.

FONSECA, M. T. **Tecnologias gerenciais de restaurantes**. São Paulo: Ed. Senac, 2006.

SEBRAE. **Empreender em gastronomia**: gostar de cozinhar não é o bastante. Recife, 2014.

SGARBIERI, V. C. **Alimentação e Nutrição**: fator de saúde e desenvolvimento. São Paulo. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1987.

SIZER, F.; WHITNEY, E. **Nutrição**: Conceitos e Controvérsias. São Paulo: Manole, 2003.

PAMPLONA, J. B. **Mercado de trabalho, Informalidade e Comércio Ambulante em São Paulo**, R. bras. Est. Pop., Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, p. 225-249, jan./jun. 2013.

VIANA, F. S. V. **Manual prático de Panificação**. São Paulo: Ed. Senac, 2018.

Recebido em 07/01/2019.

Aprovado em 13/05/2020.

Publicado em 24/08/2020.