

QUALIFICAÇÃO DOS GESTORES DOS EMPREENDIMENTOS LOCALIZADOS NO MERCADO PÚBLICO MUNICIPAL DA CIDADE DE PELOTAS/RS

MURIEL HAMMES AFONSO¹; NEHEMIAS SCHIMIDT SEPÚLVEDA²; GENTIL SIQUEIRA³; IAGO RAFFI⁴; JULIANA BALOTA GOMES⁵; PRISCILA VASCONCELLOS CHIATTONE⁶

¹Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da UFPEL – muriel-afonso@hotmail.com

²Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia da UFPEL – nehemias.sepu@hotmail.com

³Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da UFPEL – gentilsiqueira@gmail.com

⁴Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da UFPEL – iagoraffi@hotmail.com

⁵Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da UFPEL – balota_juliana@yahoo.com.br

⁶Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da UFPEL – priscilachiattoni@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

O consumidor tem exigido cada vez mais qualidade nos serviços e produtos adquiridos, incentivando dessa forma, que os gestores invistam na qualificação da mão de obra, nas tecnologias e inovações buscando não só satisfazer, mas principalmente surpreender o cliente.

Pode-se definir como produto ou serviço de qualidade aquele que atende de forma confiável, acessível, segura e no tempo certo, às necessidades do cliente. Segundo Campos (1992), são coisas que parecem evidentes e somos levados a pensar que já as conhecíamos.

Uma equipe de trabalho capacitada e motivada tornará o empreendimento competitivo, beneficiando os clientes, colaboradores e o empreendedor. De acordo com CAMPOS (1992) a valorização do fator humano a partir da capacitação realizada de uma maneira profissional, coerente e sustentável refletirá diretamente na satisfação dos clientes, na fidelidade e na rentabilidade do empreendimento. Esses treinamentos precisam ser constantes para o enriquecimento das funções exercidas e para se atingir a excelência no serviço prestado.

Entretanto, o comodismo, muitas vezes resultante da estabilidade econômica do empreendimento, propicia o desinteresse do gestor em capacitar-se e de realizar uma reciclagem periódica em busca de novos conhecimentos, estratégias e tecnologias.

A realização de um projeto de extensão que proporcione aos alunos e professores trabalharem conjuntamente com empreendedores, oferecendo a oportunidade de qualificar esses últimos gratuitamente é de suma importância na busca pela qualidade na prestação de serviços e produtos, além de propiciar a troca de conhecimentos entre a academia e o mundo empreendedor, enriquecendo o mercado de trabalho.

Entende-se como projeto de extensão um processo interdisciplinar, educativo, cultural, científico e político que favoreça a interação transformadora da Universidade em setores da sociedade. De acordo com Nogueira (2000) as diretrizes que orientam e formulam as ações da Extensão universitária são: Interação Dialógica, Interdisciplinaridade e Interprofissionalidade, Indissociabilidade Ensino-Pesquisa-Exceção, Impacto na formação do estudante e Impacto e Transformação social.

Dessa forma, o projeto de extensão “Qualificando para práticas hoteleiras e gastronômicas” do curso de Tecnologia em Hotelaria da Universidade Federal de Pelotas realizou uma pesquisa buscando analisar o nível de qualificação

profissional e o interesse de qualificação dos gestores dos empreendimentos localizados no Mercado Público Municipal e dos estabelecimentos de alimentos e bebidas no entorno da Praça da Coronel Pedro Osório do município de Pelotas. Esses empreendimentos, por estarem localizados no Centro Histórico, um dos principais atrativos turísticos do município, recebem além dos residentes, muitos turistas que buscam por restaurantes, cafeterias, lojas de *souvenirs*, artesanato e comércio em geral. Os dados desta pesquisa serão utilizados para a elaboração futura de oficinas de qualificação profissional que atenderão as áreas mais solicitadas pelos gestores entrevistados, proporcionando melhorias na qualidade dos serviços prestados pelos empreendimentos.

2. METODOLOGIA

A pesquisa apresentada tem caráter descritivo e pode ser classificada como quantitativa. Pesquisa descritiva tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população, fenômeno ou ainda o estabelecimento de relações entre variáveis. Nesta forma de pesquisa utilizam-se técnicas padronizadas de coleta de dados (GIL, 1989). A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis etc. (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

O universo da pesquisa ficou limitado aos estabelecimentos localizados no Mercado Central e os de alimentos e bebidas em torno da Praça Coronel Pedro Osório. O instrumento de coleta de dados foi questionário composto por quinze perguntas semiabertas, o qual foi aplicado aos gestores dos 42 empreendimentos encontrados abertos, no mês de julho de 2015. Os questionamentos abordaram informações sobre a qualificação do gestor, o interesse em qualificar-se e de capacitar seus colaboradores, bem como quais atividades de capacitação escolheria para participar, de acordo com o seu interesse e/ou necessidade.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

No Mercado Municipal de Pelotas foram analisados empreendimentos de diversos ramos de atuação, sendo eles: alimentos e bebidas, artesanato e *souvenir*, foto e vídeo, produtos naturais, especiarias, estética, pet shop e floricultura.

Através da análise dos dados, constatou-se o interesse de 66,6% dos gestores em qualificarem-se, participando de alguma oficina de capacitação sugerida, bem como de disponibilizarem seus funcionários para atividades de qualificação. O índice de interesse de acordo com cada oficina sugerida pode ser visualizado na figura 1.

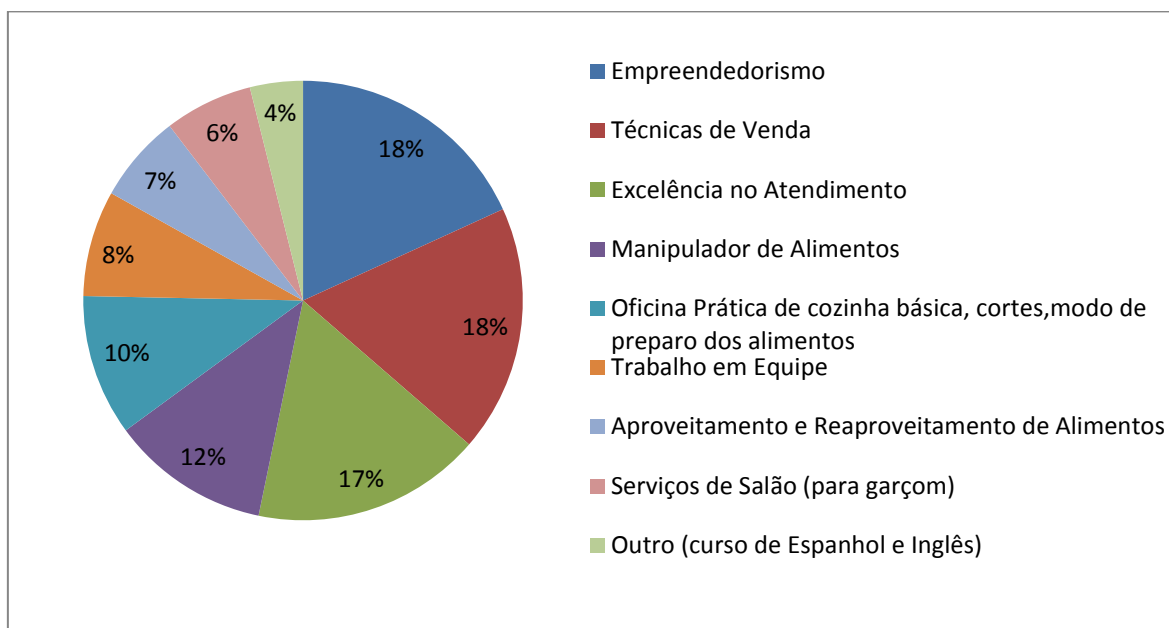


Figura 1: Interesse pelas oficinas sugeridas

Fonte: os autores.

As três sugestões de oficinas mais citadas pelos gestores foram empreendedorismo (18%), técnicas de venda (18%) e excelência no atendimento (17%), áreas essas ligadas a administração de empreendimentos.

Quanto ao interesse em qualificação, percebeu-se que quanto maior o nível de graduação do gestor, maior o interesse em participar das atividades de capacitação e de disponibilizarem seus funcionários também para este fim, como mostra a tabela 1.

Os motivos mais citados justificando o desinteresse foram, em primeiro lugar foi a indisponibilidade de tempo, em segundo lugar já possuírem qualificação nas áreas oferecidas e por ultimo, não possuírem perspectiva de crescimento no ramo.

Tabela 1 - Nível de graduação e interesse em qualificação.

| | Interessados | Não Interessados |
|-----------------------------------|--------------|------------------|
| Fundamental Completo | 7 (25,92%) | 3 (20%) |
| Médio Completo | 4 (14,81%) | 9 (60%) |
| Superior (Completo ou Incompleto) | 16 (59,25%) | 3 (20%) |

Fonte: elaborada pelos autores.

Foi também analisado se os entrevistados possuem alguma qualificação na área de atuação do empreendimento e percebeu-se que 66.6% deles possuem alguma qualificação e 33.3% delas não possuem nenhuma qualificação.

4. CONCLUSÃO

A partir dos resultados da pesquisa foi possível concluir que, embora a maioria dos entrevistados tenha interesse em realizar atividades de qualificação para aprimorar seu empreendimento, uma parte dos gestores (33,4%) não demonstra interesse em participar de oficinas e nem de oportunizar que seus funcionários participem. As oficinas de “empreendedorismo”, “técnicas de venda” e a de “excelência no atendimento” foram as mais solicitadas pelos gestores,

possivelmente por poderem ser aplicadas nos diversos ramos analisados e pela preocupação em melhorar o atendimento e a gestão do empreendimento. Os outros temas solicitados demonstram a necessidade dos gestores adquirirem conhecimentos técnicos, um pouco mais específicos, pelo fato de que em muitos estabelecimentos além de gerir, o proprietário é responsável por operar o negócio.

Os entrevistados que já possuíam ou estavam cursando nível superior, demonstraram maior motivação e interesse em participar das oficinas, percebendo a importância em aprender e de renovar o conhecimento já adquirido. Dessa forma, acreditamos que além da realização das oficinas é necessário que haja um trabalho de sensibilização e motivação dos empreendedores, em relação à importância da qualificação profissional para alcançar a qualidade na prestação de serviços e dessa forma, provar que disponibilizar algumas horas do seu tempo para adquirir conhecimento resultará em bons resultados para o seu negócio e ao consumidor.

5. REFERÊNCIAS

CAMPOS, Vicente Falconi. **TQC: controle da qualidade total (no estilo japonês)**. Rio de Janeiro: Bloch editora, 1992.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em:

<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 20/07/2015.

Gil A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

NOGUEIRA, M. D. P. (Org.) **Extensão Universitária**: diretrizes conceituais e políticas. Belo Horizonte: PROEX/UFMG; P Fórum, 200.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.