

# EMPREENDEDORISMO

## *Gastronômico*

PRODUTO EDUCACIONAL

AUTOR: JONAS DA COSTA OLIVEIRA  
COAUTORES: PROF. DR. MARCELO SOUZA OLIVEIRA  
PROFA. DRA. JANAÍNA DOS REIS ROSADO

SEQUÊNCIA DIDÁTICA COM FOCO NA APRENDIZAGEM BASEADA EM PROJETOS

INSTITUTO FEDERAL BAIANO – CAMPUS CATU  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

**Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano – *Campus Catu***  
Setor de Biblioteca

- O48 Oliveira, Jonas da Costa  
Empreendedorismo gastronômico: sequência didática com foco na aprendizagem baseada em projetos / Jonas da Costa Oliveira, Marcelo Souza Oliveira e Janaína dos Reis Rosado. – 2024.
- 30 f.: il. color.  
Inclui bibliografia  
ISBN 978-65-02-04549-7
- Produto educacional (mestrado), Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano, Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT), 2024.
1. Ensino - Gastronomia. 2. Sequência didática. 3. Aprendizagem baseada em projetos. I. Oliveira, Marcelo Souza. II. Rosado, Janaína dos Reis. III. Título.

CDU: 37.02

Ficha catalográfica elaborada por:

Ana Paula Ribeiro – Bibliotecária – CRB5/1583

## SUMÁRIO

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM.....	3
CONCEITUAIS:.....	3
PROCEDIMENTAIS: .....	3
ATITUDINAIS: .....	4
ASPECTOS GERAIS .....	5
TEMA: .....	5
CONTEÚDOS ABORDADOS: .....	5
PÚBLICO: .....	5
DURAÇÃO: .....	5
OBJETIVO GERAL: .....	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	5
PLANEJAMENTO DAS AULAS .....	7
AULAS 01 E 02: OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO. ....	7
AULA 03 E 04: PROPOSTA DE NEGÓCIO .....	12
AULAS 05 E 06: OS CLIENTES (PLANO DE MARKETING) - PARTE 1 .....	15
AULAS 07 E 08: OS CLIENTES (PLANO DE MARKETING) - PARTE 2 .....	18
AULAS 09 E 10: A EQUIPE DE TRABALHO E OS PROCESSOS. ....	21
AULAS 11 E 12: O PLANO DE NEGÓCIOS E O MODELO CANVAS .....	24
AVALIAÇÃO .....	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	27

## SEQUÊNCIA DIDÁTICA COM FOCO NA APRENDIZAGEM BASEADA EM PROJETOS

### OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

#### CONCEITUAIS:

- ❖ **Compreensão do Plano de Negócios:** adquirir uma compreensão do que é um plano de negócios, sua importância e seus principais componentes.
- ❖ **Conhecimento de Empreendedorismo Gastronômico:** obter conhecimento sobre os desafios e oportunidades do empreendedorismo no setor de gastronomia, especialmente em pequenos e médios negócios, com vista ao desenvolvimento sustentável socialmente responsável, não visando simplesmente o sucesso financeiro, mas a contribuição para o bem-estar da comunidade local e a preservação do meio ambiente.
- ❖ **Entendimento da Análise de Mercado:** realizar uma análise de mercado no setor gastronômico, identificando concorrentes, tendências e oportunidades.

#### PROCEDIMENTAIS:

- ❖ **Habilidades de Pesquisa e Coleta de Dados:** Adquirir habilidades para coletar informações relevantes de fontes variadas, incluindo pesquisa de mercado, estatísticas e dados financeiros.
- ❖ **Elaboração de Estratégias de Marketing:** Elaborar e desenvolver estratégias de marketing referentes à identificação do produto, público-alvo, preço, localidade de atuação e à escolha de táticas de promoção apropriadas.
- ❖ **Elaboração de Projeções Financeiras:** Criar projeções financeiras, incluindo estimativas de receitas, despesas, margens de lucro e ponto de equilíbrio.
- ❖ **Desenvolvimento de Planos de Negócios:** Elaborar uma proposta de plano de negócios básico associado ao modelo CANVAS, que inclua o sumário executivo, descrições de produtos/serviços, estratégias de marketing, análise de concorrência, entre outros aspectos.

## ATITUDINAIS:

- ❖ **Desenvolvimento do Espírito Empreendedor:** Fomentar a atitude empreendedora entre os alunos, incentivando a criatividade, a inovação, a busca por oportunidades e a disposição para assumir riscos calculados.
- ❖ **Pensamento Crítico:** Promover a capacidade de análise crítica, indispensável ao mundo do trabalho, na avaliação as informações coletadas e na tomada de decisões fundamentadas.
- ❖ **Trabalho em Equipe:** Desenvolver habilidades de colaboração e comunicação, uma vez que os alunos trabalharão em grupos para desenvolver seus planos de negócios, tendo em vista a formação omnilateral dos estudantes, que os capacite a adquirir uma ampla gama de competências e conhecimentos interdisciplinares.
- ❖ **Autoconfiança e Apresentação:** Encorajar os alunos a desenvolverem autoconfiança em suas ideias e habilidades de apresentação para transmitir seus planos de negócios.
- ❖ **Autonomia de aprendizagem:** Desenvolver a capacidade de identificar suas próprias necessidades de aprendizagem e tomar medidas para atendê-las.



## ASPECTOS GERAIS

### TEMA:

Construção da estrutura de um plano de negócios simplificado, no setor gastronômico, a partir do modelo CANVAS.

### CONTEÚDOS ABORDADOS:

- Oportunidade de negócio;
- Proposta de negócio;
- Os clientes (Plano de Marketing);
- A equipe de trabalho e os processos;
- O plano de negócios e o modelo CANVAS.



### PÚBLICO:

- Estudantes do Curso de Tecnologia em Gastronomia (1º Semestre).

### DURAÇÃO:

- 12 Aulas de 50 minutos.



### OBJETIVO GERAL:

- ❖ Promover o desenvolvimento de habilidades práticas nos estudantes do Curso de Tecnologia em Gastronomia do IF Baiano campus Catu, por meio de projetos reais ou fictícios, tendo o trabalho como princípio educativo, para conceber, planejar e apresentar uma proposta de plano de negócios simplificado para empreendimentos gastronômicos, integrando os conhecimentos teóricos e práticos relacionados ao empreendedorismo e marketing.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ❖ Capacitar os alunos a compreenderem a importância do planejamento do negócio no contexto de empreendimentos gastronômicos.
- ❖ Desenvolver habilidades de pesquisa e análise de mercado para identificar tendências e oportunidades no setor gastronômico.
- ❖ Incentivar a criatividade e autonomia e a geração de ideias de negócios gastronômicos inovadoras.
- ❖ Promover o desenvolvimento de competências práticas relacionadas ao

- entendimento dos aspectos financeiros nos negócios.
- ❖ Capacitar os alunos a construírem uma proposta de plano de negócios em sua estrutura simplificada, mas abrangendo aspectos importantes como: sumário executivo, descrição do negócio, análise de mercado, estratégia de marketing, análise da concorrência, recursos necessários e projeções financeiras.
  - ❖ Desenvolver habilidades de trabalho em equipe e colaboração, enfatizando a importância da cooperação para o desenvolvimento eficaz dos planos de negócios, construindo uma abordagem omnilateral em termos de resolução de problemas e tomada de decisões.
  - ❖ Preparar os alunos para avaliar criticamente seus próprios planos de negócios e os de seus colegas, promovendo a melhoria contínua com base nos princípios da politecnicidade, onde a diversidade de conhecimentos é valorizada, e na busca da formação integral empreendedora.
  - ❖ Estimular a reflexão sobre o processo de desenvolvimento do plano de negócios e o aprendizado adquirido ao longo da sequência didática, visando a formação integral dos estudantes para uma compreensão mais completa do campo gastronômico e das práticas de negócios.



## PLANEJAMENTO DAS AULAS

### AULAS 01 E 02: OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO.

#### CONTEÚDO:

- Descrição geral dos conteúdos que serão abordados e da metodologia;
- Identificação das principais causas de morte de empresas;
- Compreensão da ideia de negócio;
- Mapeamento de negócios.

#### CONCEITOS FUNDAMENTAIS DO CONTEÚDO:

- Explicação do objetivo de um plano de negócios e suas características;
- Apresentação da ideia de negócio com foco no setor gastronômico;
- Discussão sobre as tendências atuais desse setor;
- Discussão sobre a missão e visão de negócios em gastronomia;
- Definição dos principais objetivos e metas;
- Identificação de desafios e oportunidades específicas do setor;
- Estímulo ao mapeamento de negócios na cidade/região.

#### OBJETIVOS DAS AULAS:

- 🎯 Apresentar a descrição geral dos conteúdos que serão abordados ao longo das próximas aulas, bem como a metodologia de aprendizagem.
- 🎯 Apresentação do conceito de negócio aos participantes, com os primeiros passos para a construção do plano;
- 🎯 Definição das responsabilidades dos envolvidos no desenvolvimento do plano.
- 🎯 Seleção de um tema ou conceito de negócio gastronômico, em grupo, para desenvolver o plano.

## ATIVIDADES PRÉVIAS:

- ✎ O professor fará uma explicação sobre os objetivos relacionados à aprendizagem dos conteúdos associados ao plano de negócio simplificado, que será desenvolvido ao longo de 12 aulas de 50 minutos, além das atividades de campo que serão potencializadas pela ABP. Neste momento também será explicada a forma de avaliação desta unidade da disciplina de empreendedorismo, que será processual ao longo das participações dos estudantes em cada etapa do projeto, culminando em um seminário em grupo com a entrega de um relatório que será construído ao longo das aulas, além da elaboração do diário de bordo.
- ✎ Os (as) estudantes deverão realizar uma pesquisa individual sobre as principais tendências de negócio no setor gastronômico para micro e pequenos empreendimentos. Deverão expor o que conseguiram identificar, destacando os pontos que mais lhes chamaram a atenção no respectivo modelo de negócio e se já possuem alguma relação profissional com essa ou outra atividade.

## METODOLOGIAS E ESTRATÉGIAS:

✚ **Primeiro momento** – Após a explicação inicial sobre os objetivos das próximas aulas, o professor iniciará uma conversa sobre as tendências e desafios atuais no setor gastronômico, destacando negócios relacionados à comida saudável, sustentabilidade, tecnologias, entregas online (delivery), dark kitchens etc., trazendo exemplos locais para estimular os estudantes a pensarem em ideias para trabalhar em seus projetos. Os estudantes compartilharão suas percepções sobre os desafios identificados. O professor introduzirá o estudo de caso sobre gastronomia sustentável e promoverá uma discussão sobre as possibilidades:

🌐 <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/gastronomia-sustentavel-vem-mudando-o-mercado-da-alimentacao,104dfd6bbc271810VgnVCM100000d701210aRCRD>

✦ **Segundo momento** – Os estudantes serão orientados a se agruparem em quatro equipes com igual número de componentes. A partir daí cada grupo receberá uma matéria impressa, para estudo de caso, sobre um tipo de negócio que é tendência no setor gastronômico, conforme a seguir:

🔗 **Mercado de alimentação saudável, tendências e oportunidades**  
(<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-de-alimentacao-saudavel-tendencias-e-oportunidades,03642a38eb171810VgnVCM100000d701210aRCRD>);

🔗 **Tecnologias em confeitaria**

<https://guairaca.com.br/como-os-chefs-de-confeitaria-estao-incorporando-a-tecnologia-em-suas-criacoes-por-tatiane-finger-felchack>

🔗 **Acarajé delivery é tendência**

<https://www.correio24horas.com.br/salvador/empreendedores-do-dende-delivery-de-acaraje-e-tendencia-em-salvador-0318>

🔗 **Restaurantes fantasma**

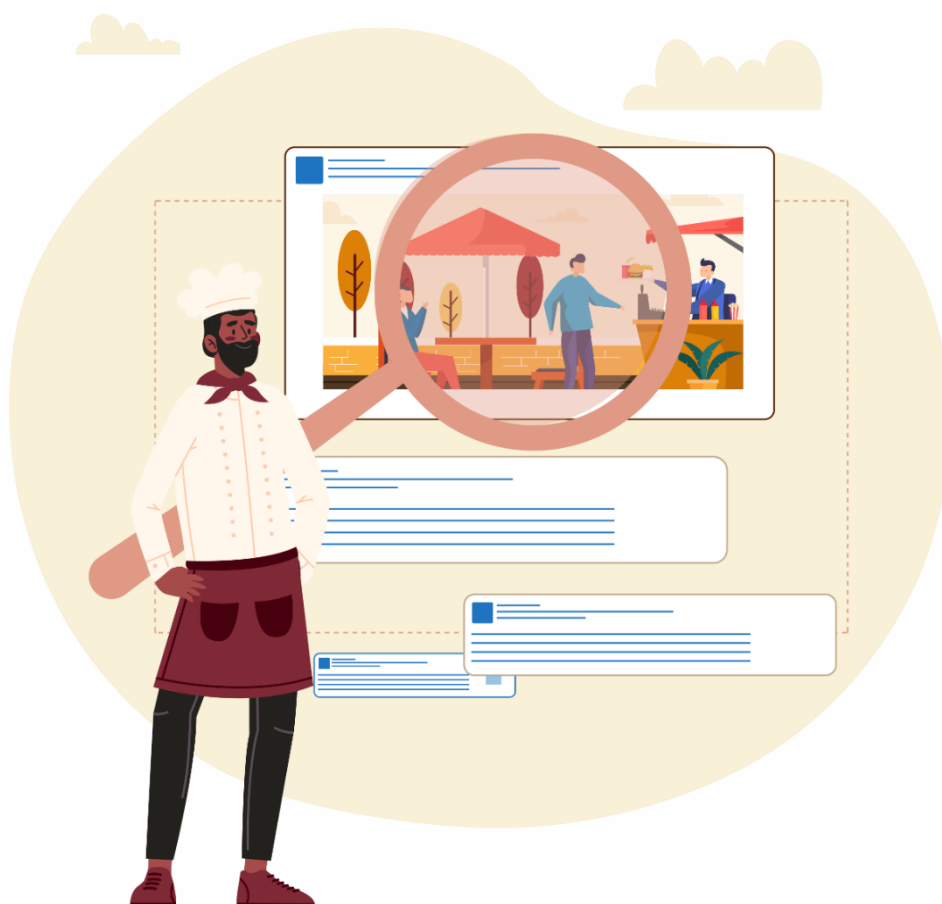
<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/06/03/dark-kitchens-como-funcionam-os-galpoes-com-dezenas-de-cozinhas-para-delivery.ghtml>

A ideia deste momento é estimular os estudantes a pensarem em oportunidades de negócio que sejam viáveis no contexto local, priorizando ideias socialmente responsáveis e economicamente sustentáveis. Após isso, cada grupo deverá pensar em um negócio familiar ou cujo membro da equipe já esteja atuando, para ser o modelo de trabalho ao longo dos encontros.

✦ **Terceiro momento** - Os estudantes farão um esboço da ideia escolhida, onde eles deverão caracterizar o negócio, conforme a realidade local, informando se pretendem criar, expandir/modernizar ou realocar o empreendimento. Em seguida, o professor fará uma explicação sobre a matriz FOFA (pontos fortes, oportunidades, pontos fracos e ameaças), Missão, Visão e Valores. Para atividade de campo (extraclasse) eles deverão concluir a caracterização da atividade econômica, no modelo de plano de negócio fornecido pelo professor, descrever a matriz FOFA, missão, visão e valores do negócio escolhido, a partir das percepções que obtiverem ao fazerem uma entrevista com o proprietário da ideia/empresa, e apresentarem na próxima aula. Cada estudante deverá fazer suas anotações pessoais no diário de bordo.

## RECURSOS PEDAGÓGICOS:

- ✂ Agendar aula no laboratório de informática para as pesquisas individuais e em grupo;
- ✂ Estudos de caso sobre tendências em negócios gastronômicos;
- ✂ Apresentação por slides;



## REFERÊNCIAS:

AUSUBEL, D.P. **Aquisição e retenção de conhecimentos**: uma perspectiva cognitiva. Lisboa: Plátano Edições Técnicas, 2003.

AUSUBEL, D.P. **A aprendizagem significativa**: a teoria de David Ausubel. São Paulo: Moraes, 1982.

BAGGIO, A.F.; BAGGIO, D.K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://portalidea.com.br/cursos/bsico-em-empreendedorismo-apostila02.pdf>. Acesso em 24 mar. 2023.

BENDER, W.N. **Aprendizagem baseada em projetos**: educação diferenciada para o século XXI. Porto Alegre: Penso, 2014.

BORGES, T. **Empreendedores do dendê**: delivery de acarajé é tendência em Salvador. Salvador: Correio, 19 mar. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/06/03/dark-kitchens-como-funcionam-os-galpoes-com-dezenas-de-cozinhas-para-delivery.ghtml>. Acesso em 16 out. 2023.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011. XVIII, 440 p.

FELCHACK, T.F. **Como os chefs de confeitaria estão incorporando a tecnologia em suas criações**: A inovação na gastronomia é uma tendência crescente. [S. l.], 25 jul. 2023. Disponível em: <https://guairaca.com.br/como-os-chefs-de-confeitaria-estao-incorporando-a-tecnologia-em-suas-criacoes-por-tatiane-finger-felchack>. Acesso em 16 out. 2023.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

SEBRAE. **Mercado de alimentação saudável, tendências e oportunidades**: Saiba como empreender no mercado de alimentação saudável, setor que cresce em média 12,3% ao ano, no Brasil. [S. l.], 17 jun. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-de-alimentacao-saudavel-tendencias-e-oportunidades,03642a38eb171810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em 16 out. 2023.

VIEIRA, B.M. **Dark kitchens**: como funcionam os galpões com dezenas de cozinhas para delivery. São Paulo: G1, 3 jun. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/06/03/dark-kitchens-como-funcionam-os-galpoes-com-dezenas-de-cozinhas-para-delivery.ghtml>. Acesso em 16 out. 2023.

ZABALA, A. **A Prática Educativa - Como ensinar**. Porto Alegre - RS: Artmed, 1998.

## AULA 03 E 04: PROPOSTA DE NEGÓCIO.

### CONTEÚDOS:

- Apresentação e discussão da atividade de campo proposta na última aula;
- Análise de mercado;
- Análise de demanda;
- Análise de concorrência;
- Análise de fornecedores;
- Análise de ambiente.

### CONCEITOS FUNDAMENTAIS DO CONTEÚDO:

- Fixação dos assuntos relacionados à atividade de campo proposta na última aula;
- Apresentação dos conceitos relacionados à análise de mercado;
- Apresentação dos conceitos relacionados à análise de demanda;
- Apresentação dos conceitos relacionados à análise de concorrência;
- Apresentação dos conceitos relacionados à análise de fornecedores;
- Apresentação dos conceitos relacionados à análise de ambiente.

### OBJETIVOS DAS AULAS:

- 🕒 Retomar a construção da proposta de plano de negócio, com a apresentação e discussão sobre a caracterização do negócio, matriz FOFA, missão, visão e valores a partir das percepções que os estudantes tiveram ao fazer uma entrevista com o proprietário da ideia/empresa;
- 🕒 Apresentar os conceitos sobre as análises de mercado, demanda, concorrência, fornecedores e ambiente;
- 🕒 Realizar atividades práticas relacionadas aos conceitos apresentados.

## ATIVIDADES PRÉVIAS:

- ✎ Os alunos, em grupos, farão a descrição da caracterização do negócio, matriz fofa, missão, visão e valores do negócio escolhido na última aula, a partir de suas percepções na entrevista com o proprietário da ideia/empresa.

## METODOLOGIAS E ESTRATÉGIAS:

- + Iniciar a aula pedindo para que os estudantes apresentem os resultados da atividade de campo proposta na última aula, que consiste em descrever a caracterização do negócio, matriz FOFA, missão, visão e valores do negócio escolhido;
- + Logo após iniciar a apresentação dos conceitos sobre as análises de mercado, demanda, concorrência, fornecedores e ambiente;
- + Após isso solicitar que os estudantes se espalhem pelo campus para realização de uma pesquisa de mercado junto à comunidade local (estudantes e trabalhadores) acerca da proposta de negócio escolhida;
- + No retorno da pesquisa os estudantes deverão ainda realizar outra pesquisa na web sobre os perfis de concorrentes do modelo econômico, bem como os seus fornecedores;
- + Como trabalho de campo, os estudantes deverão ampliar essa pesquisa de mercado junto ao público externo, especialmente nas proximidades da localidade onde o negócio está instalado e descrever os resultados no modelo de plano de negócio. Esses resultados serão apresentados à turma na semana seguinte. Cada estudante deverá fazer suas anotações pessoais no diário de bordo

## RECURSOS PEDAGÓGICOS:

- ✂ Agendar aula no laboratório de informática para as pesquisas de mercado em grupo;
- ✂ Exibição de conceitos sobre a temática, em apresentação de slides.



## REFERÊNCIAS:

AUSUBEL, D.P. **Aquisição e retenção de conhecimentos**: uma perspectiva cognitiva. Lisboa: Plátano Edições Técnicas, 2003.

AUSUBEL, D.P. **A aprendizagem significativa**: a teoria de David Ausubel. São Paulo: Moraes, 1982.

BAGGIO, A.F.; BAGGIO, D.K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://portalidea.com.br/cursos/bsico-em-empresendedorismo-apostila02.pdf>. Acesso em 22 out. 2022.

BENDER, W. N. **Aprendizagem baseada em projetos**: educação diferenciada para o século XXI. Porto Alegre: Penso, 2014.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011. XVIII, 440 p.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

ZABALA, A. **A Prática Educativa - Como ensinar**. Porto Alegre - RS: Artmed, 1998.

## **AULAS 05 E 06: OS CLIENTES (PLANO DE MARKETING) - PARTE 1**

### **CONTEÚDOS:**

- Introdução ao Plano de Marketing.

### **CONCEITOS FUNDAMENTAIS DO CONTEÚDO:**

- Plano de Marketing para pequenos negócios gastronômicos: Levantamento dos consumidores em potencial (nicho de mercado); descrição dos produtos e serviços; fundamentação do diferencial competitivo.

### **OBJETIVOS DAS AULAS:**

- 🎯 Contextualizar o plano de marketing na construção de um plano de negócio em gastronomia, focando na construção da marca e nos conceitos de nicho de mercado, descrição dos produtos e serviços, bem como o diferencial competitivo;
- 🎯 Produção desta etapa no contexto geral da proposta do plano de negócio que está sendo construída.

### **ATIVIDADES PRÉVIAS:**

- ✍ Solicitar dos estudantes a socialização dos conhecimentos adquiridos durante a pesquisa de mercado junto à comunidade do campus e público externo, e que descrevam os resultados obtidos inclusive quanto ao preenchimento do modelo de plano de negócio.
- ✍ Solicitar que realizem a leitura do artigo “7 estratégias de marketing gastronômico que irão impulsionar seu negócio”, disponíveis na página:

🌐 (<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-gastronomico/>)

## METODOLOGIAS E ESTRATÉGIAS:

+ A aula terá início com o professor solicitando que os estudantes expressem seus conceitos sobre o nicho e segmentação de mercado. A proposta é identificar o nível de conhecimento prévio desses conceitos;

+ Logo após, o professor exibirá os conceitos mais recentes sobre marca, nicho e segmentação de mercado, produtos e diferencial competitivo, direcionados ao setor gastronômico;

+ Em seguida os estudantes se reunirão nos grupos para início da elaboração dos respectivos planos de Marketing, desenvolvendo a marca e descrevendo os produtos, a segmentação de mercado, bem como o diferencial competitivo, com máximo possível de detalhes em cada um desses itens.

+ Como trabalho de campo, os estudantes deverão definir um produto “carro chefe” do negócio, e realizar uma pesquisa de mercado específica sobre esse produto, para identificar lacunas, ou seja, necessidades e desejos não preenchidos por esse produto no mercado. Essa pesquisa será determinante para definir qual será o diferencial competitivo relacionado a este produto (ex: uma boa embalagem, um complemento diferenciado, uma proposta de entrega etc.). Os resultados serão apresentados à turma na semana seguinte. Cada estudante deverá fazer suas anotações pessoais no diário de bordo.

## RECURSOS PEDAGÓGICOS:

- ✂ Data Show para passar os vídeos;
- ✂ Slides sobre o tema da aula;
- ✂ Leitura de texto em sala de aula.



## REFERÊNCIAS:

AUSUBEL, D.P. **Aquisição e retenção de conhecimentos**: uma perspectiva cognitiva. Lisboa: Plátano Edições Técnicas, 2003.

AUSUBEL, D.P. **A aprendizagem significativa**: a teoria de David Ausubel. São Paulo: Moraes, 1982.

BAGGIO, A.F.; BAGGIO, D.K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://portalidea.com.br/cursos/bsico-em-empresendedorismo-apostila02.pdf>. Acesso em 22 out. 2022.

BENDER, W. N. **Aprendizagem baseada em projetos**: educação diferenciada para o século XXI. Porto Alegre: Penso, 2014.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011. XVIII, 440 p.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

ZABALA, A. **A Prática Educativa - Como ensinar**. Porto Alegre - RS: Artmed, 1998.

## AULAS 07 E 08: OS CLIENTES (PLANO DE MARKETING) - PARTE 2

### CONTEÚDOS:

- Continuidade do Plano de Marketing.

### CONCEITOS FUNDAMENTAIS DO CONTEÚDO:

- Plano de Marketing para pequenos negócios gastronômicos: descrição do produto; Preço, Ponto de distribuição; Propaganda e previsão de vendas.

### OBJETIVOS DAS AULAS:

- 🎯 Contextualizar o plano de marketing na construção de um plano de negócio em gastronomia, descrevendo essencialmente o Mix da teoria mercadológica (Produto, Preço, Ponto, Propaganda) e sua importância para melhorar o posicionamento do negócio no mercado;
- 🎯 Produção desta etapa no contexto geral da proposta do plano de negócio que está sendo construída.

### ATIVIDADES PRÉVIAS:

- ✍ Solicitar dos estudantes a socialização dos conhecimentos adquiridos durante a pesquisa de mercado para identificação de lacunas que serão preenchidas por um diferencial competitivo. Pedir que eles descrevam os resultados obtidos inclusive quanto ao preenchimento do modelo de plano de negócio.
- ✍ Solicitar que realizem a leitura e escuta do artigo e podcast “dicas de marketing digital para o seu bar ou restaurante”, disponíveis na página:

🌐 (<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/dicas-de-marketing-digital-para-o-seu-bar-ou-restaurante,873663a7ac585810VgnVCM100000d701210aRCRD>)

## METODOLOGIAS E ESTRATÉGIAS:




+ A aula terá início com o professor solicitando que os estudantes expressem seus conceitos sobre o Mix de Marketing. A proposta é identificar o nível de conhecimento prévio desses conceitos;

+ Logo após, o professor exibirá os conceitos mais recentes sobre o Marketing, direcionado ao setor gastronômico;

+ Em seguida os estudantes se reunirão nos grupos para elaboração dos respectivos planos de Marketing, descrevendo os produtos, os preços, o local de atuação e as estratégias de propaganda que serão adotadas pelo negócio, com máximo possível de detalhes em cada um desses itens.

+ Como trabalho de campo, os estudantes deverão criar uma página em rede social e realizar a divulgação do negócio gastronômico e, em um post específico, divulgar o produto “carro chefe” da aula anterior, referente ao respectivo negócio gastronômico. Os estudantes deverão ser criativos e inovadores na forma de fazer a propaganda, destacando o diferencial competitivo em relação aos concorrentes, conforme identificado na pesquisa de campo anterior. Os resultados serão apresentados à turma na semana seguinte. O professor fará a sondagem quanto à possibilidade de cada grupo levar ao Campus unidades dos produtos para atividade de propaganda e venda local. Cada estudante deverá fazer suas anotações pessoais no diário de bordo quanto à sua participação nas atividades.

## RECURSOS PEDAGÓGICOS:

-  Data Show para passar os vídeos;
-  Slides sobre o tema da aula;
-  Leitura de texto em sala de aula.



## REFERÊNCIAS:

AUSUBEL, D.P. **Aquisição e retenção de conhecimentos**: uma perspectiva cognitiva. Lisboa: Plátano Edições Técnicas, 2003.

AUSUBEL, D.P. **A aprendizagem significativa**: a teoria de David Ausubel. São Paulo: Moraes, 1982.

BAGGIO A.F.; BAGGIO, D.K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://portalidea.com.br/cursos/bsico-em-empresendedorismo-apostila02.pdf>. Acesso em 22 out. 2022.

BENDER, W. N. **Aprendizagem baseada em projetos**: educação diferenciada para o século XXI. Porto Alegre: Penso, 2014.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011. XVIII, 440 p.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

ZABALA, A. **A Prática Educativa - Como ensinar**. Porto Alegre - RS: Artmed, 1998.

## **AULAS 09 E 10: A EQUIPE DE TRABALHO E OS PROCESSOS.**

### **CONTEÚDOS:**

- Construção do planejamento operacional.

### **CONCEITOS FUNDAMENTAIS DO CONTEÚDO:**

- Equipe de trabalho, perfis e atividades;
- Fornecedores e suprimentos;
- Processos operacionais e gerenciamento de estoque
- Processos logísticos.

### **OBJETIVOS DAS AULAS:**

- 🎯 Contextualizar o planejamento operacional, descrevendo essencialmente a gestão de pessoas, fornecedores, cadeia de suprimentos, processos operacionais, gestão de estoque e logística;
- 🎯 Produção desta etapa no contexto geral da proposta do plano de negócio em construção.

### **ATIVIDADES PRÉVIAS:**

- ✍ Solicitar dos estudantes a socialização dos conhecimentos adquiridos durante a atividade de campo relacionada à criação de uma página na rede social para divulgação do negócio gastronômico bem como do produto “carro chefe”. Pedir que eles descrevam os resultados obtidos e as principais dificuldades enfrentadas no percurso.
- ✍ Solicitar que realizem um “brainstorming” em grupos sobre o que seria necessário para a produção e comercialização de um produto, especialmente “carro chefe” do negócio planejado. Pedir que eles socializem em sala de aula.

## METODOLOGIAS E ESTRATÉGIAS:

+ A aula terá início com o professor solicitando que os estudantes expressem as ideias levantadas na etapa de brainstorming sobre o que seria necessário para se produzir e comercializar o produto escolhido. A proposta é identificar o nível de conhecimento prévio dos estudantes sobre os conceitos de plano operacional;

+ Logo após, o professor exibirá os conceitos mais recentes sobre o Plano Operacional (gestão de pessoas, fornecedores, cadeia de suprimentos, processos operacionais, gestão de estoque e logística), direcionado ao setor gastronômico;

+ Em seguida os estudantes se reunirão nos grupos para elaboração dos respectivos planos operacionais, descrevendo quem são as pessoas, fornecedores, cadeia de suprimentos (insumos), processos operacionais, gestão de estoque e logística, que serão adotadas pelo negócio, com máximo possível de detalhes em cada um desses itens.

+ Como trabalho de campo, os estudantes deverão retornar ao proprietário do negócio com o objetivo de coletar maiores detalhes sobre como de fato tem sido implementada a parte operacional de sua empresa. Os estudantes, munidos de conhecimento prévio sobre o assunto, poderão propor melhorias inovadoras para o referido negócio. Os resultados serão apresentados à turma na semana seguinte, através de registros audiovisuais do processo de produção dos referidos produtos. Cada estudante deverá fazer suas anotações pessoais no diário de bordo quanto à sua participação nas atividades.

## RECURSOS PEDAGÓGICOS:

- ✂ Data show;
- ✂ Slides sobre o tema da aula.



## REFERÊNCIAS:

AUSUBEL, D.P. **Aquisição e retenção de conhecimentos**: uma perspectiva cognitiva. Lisboa: Plátano Edições Técnicas, 2003.

AUSUBEL, D.P. **A aprendizagem significativa**: a teoria de David Ausubel. São Paulo: Moraes, 1982.

BAGGIO A.F.; BAGGIO, D.K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://portalidea.com.br/cursos/bsico-em-empreendedorismo-apostila02.pdf>. Acesso em 22 out. 2022.

BENDER, W. N. **Aprendizagem baseada em projetos**: educação diferenciada para o século XXI. Porto Alegre: Penso, 2014.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011. XVIII, 440 p.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

ZABALA, A. **A Prática Educativa - Como ensinar**. Porto Alegre - RS: Artmed, 1998.

## AULAS 11 E 12: O PLANO DE NEGÓCIOS E O MODELO CANVAS

### CONTEÚDOS:

- Como projetar os elementos do plano de negócios no modelo CANVAS.

### CONCEITOS FUNDAMENTAIS DO CONTEÚDO:

- Conceitos de fontes de receita e de custos, investimentos iniciais, capital de giro, ponto de equilíbrio e fontes de financiamento;
- Conceituação do modelo de negócio CANVAS;

### OBJETIVOS DAS AULAS:

- 🎯 Contextualizar o planejamento financeiro de forma simplificada, de acordo com a proposta da criação deste plano/modelo de negócio;
- 🎯 Produção do planejamento financeiro simplificado no contexto geral do plano de negócio em construção;
- 🎯 Finalização da proposta de plano de negócio e projeção do modelo de CANVAS visando simplificar a apresentação dos planos das equipes;
- 🎯 Orientação geral sobre as apresentações dos planos de negócio ao final do recesso acadêmico.

### ATIVIDADES PRÉVIAS:

- ✍ Solicitar dos estudantes a socialização dos conhecimentos adquiridos durante a atividade de campo referente à coleta mais detalhada de informações acerca da execução operacional vigente ou proposta. Os estudantes deverão informar quais os pontos de melhoria foram identificados nessa entrevista. Os estudantes deverão apresentar os materiais audiovisuais criados durante essa etapa. Pedir que descrevam as principais dificuldades enfrentadas no percurso.

## METODOLOGIAS E ESTRATÉGIAS:

✦ A aula terá início com o professor desenvolvendo os conceitos de fonte de receita e de custos, investimentos iniciais, capital de giro, ponto de equilíbrio e fontes de financiamento. Essa proposta visa identificar o nível de conhecimento prévio dos estudantes sobre os conceitos de planejamento financeiro (no modelo simplificado);

✦ O professor fará também a conceituação do modelo de negócio CANVAS e como ele poderá ser preenchido a partir das informações já coletadas no plano de negócio, visando facilitar a apresentação da atividade econômica estudada;

✦ Em seguida os estudantes se reunirão nos grupos para elaboração dos respectivos planos operacionais, descrevendo quais as fontes de receita e de custos, investimentos iniciais, capital de giro, ponto de equilíbrio e fontes de financiamento, identificadas para o negócio, com máximo possível de detalhes em cada um desses itens.

✦ Como trabalho de campo, os estudantes deverão concluir a elaboração do plano de negócios simplificado, a partir dos conceitos aprendidos em sala de aula e nas visitas a campo, extrair desse documento as informações necessárias para a construção do painel do modelo CANVAS, e planejar a apresentação desse modelo de negócio nos seminários da disciplina no retorno do recesso acadêmico. Será proposto que os grupos exponham os conhecimentos adquiridos, ao longo da construção do projeto, cada um dando um foco especial nos respectivos itens estudados nesse percurso (oportunidade de negócio; proposta de negócio; os clientes (Plano de Marketing); a equipe de trabalho e os processos; o plano de negócios no modelo CANVAS). Cada estudante deverá fazer suas anotações pessoais no diário de bordo quanto à sua participação nas atividades.

## RECURSOS PEDAGÓGICOS:

✂ Data Show;

✂ Slides sobre o tema da aula.



## REFERÊNCIAS:

AUSUBEL, D.P. **Aquisição e retenção de conhecimentos**: uma perspectiva cognitiva. Lisboa: Plátano Edições Técnicas, 2003.

AUSUBEL, D.P. **A aprendizagem significativa**: a teoria de David Ausubel. São Paulo: Moraes, 1982.

BAGGIO A.F.; BAGGIO, D.K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://portalidea.com.br/cursos/bsico-em-empreendedorismo-apostila02.pdf>. Acesso em 22 out. 2022.

BENDER, W. N. **Aprendizagem baseada em projetos**: educação diferenciada para o século XXI. Porto Alegre: Penso, 2014.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011. XVIII, 440 p.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

ZABALA, A. **A Prática Educativa - Como ensinar**. Porto Alegre - RS: Artmed, 1998.

## **AVALIAÇÃO**

A avaliação da aprendizagem das estudantes durante a execução da sequência didática se dará de três maneiras:

- Observação da participação e das contribuições individuais de cada estudante nas atividades propostas;
- A redação e entrega de um diário de bordo onde as estudantes registraram suas impressões e as atividades escritas solicitadas pelo professor;
- Apresentação das propostas de plano de negócio simplificados no modelo CANVAS, nos seminários ao final da disciplina, com a entrega da proposta completa impressa.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A criação de uma sequência didática centrada na aprendizagem baseada em projetos (ABP) para a elaboração de um plano de negócios, na disciplina de empreendedorismo, representa uma estratégia pedagógica de grande relevância no âmbito do curso de Tecnologia em Gastronomia do Instituto Federal Baiano Campus Catu. Esta abordagem enriquece de forma significativa tanto o curso quanto a instituição, trazendo consigo diversas vantagens e benefícios para os estudantes envolvidos.

No contexto do curso de gastronomia, essa metodologia agrega valor ao currículo, uma vez que a gastronomia, além das habilidades culinárias, exige profundos conhecimentos em gestão de negócios. A criação de um plano de negócios é uma aplicação prática direta dos conceitos e conhecimentos adquiridos na disciplina de empreendedorismo, permitindo que os estudantes compreendam como transformar suas habilidades culinárias em oportunidades de negócios reais.

Uma das principais características da ABP é a integração de diferentes disciplinas proporcionando uma formação politécnica, integral e omnilateral. Essa integração permite que os estudantes desenvolvam uma visão holística do mundo e das diferentes áreas do conhecimento, além de desenvolver habilidades e competências que são essenciais para o seu sucesso pessoal e profissional.

Neste contexto, os estudantes têm a oportunidade de aplicar conhecimentos de áreas diversas, como marketing, finanças, gestão de recursos humanos etc., na construção de seus planos de negócios. Essa integração reflete a complexidade do ambiente profissional, onde a habilidade de aplicar conhecimentos interdisciplinares é

altamente valorizada.

Além disso, a aprendizagem baseada em projetos coloca os estudantes no centro do processo de aprendizado, engajando-os em atividades práticas e desafiadoras. Isso estimula o desenvolvimento de habilidades fundamentais, tais como o pensamento crítico, a resolução de problemas e a tomada de decisões, competências essenciais para o sucesso no mundo empreendedor.

A metodologia de ABP também promove o aprendizado colaborativo, incentivando os estudantes a trabalharem em equipe na concepção e desenvolvimento de seus planos de negócios. Esta abordagem não apenas desenvolve habilidades de comunicação, liderança e trabalho em equipe, mas também reflete a realidade do ambiente de trabalho, onde a colaboração é frequentemente necessária para alcançar resultados eficazes.

Ademais, ao adotar essa abordagem inovadora, o Instituto Federal Baiano Campus Catu demonstra seu compromisso com a excelência educacional e a preparação de estudantes para enfrentar os desafios do mundo do trabalho de forma competente e empreendedora. Isso, por sua vez, pode atrair um maior número de estudantes interessados em gastronomia e empreendedorismo, contribuindo para o fortalecimento da instituição.

Por fim, a relevância da ABP não se limita ao ambiente acadêmico, mas também se estende para o mundo profissional. Os estudantes que passam por uma sequência didática baseada em projetos saem preparados para aplicar seus conhecimentos de forma prática e eficaz. Isso os torna profissionais mais bem preparados e competitivos, com uma vantagem significativa no mundo do trabalho e no cenário empreendedor.

Em suma, a adoção da aprendizagem baseada em projetos na disciplina de empreendedorismo do curso de Tecnologia em Gastronomia nesta Instituição é uma estratégia pedagógica enriquecedora e altamente relevante. Ela valoriza tanto o curso quanto a instituição, ao mesmo tempo em que capacita os estudantes para um futuro de sucesso no mundo do trabalho e no empreendedorismo, oferecendo benefícios significativos para todas as partes envolvidas.

## REFERÊNCIAS:

AUSUBEL, D.P. **Aquisição e retenção de conhecimentos**: uma perspectiva cognitiva. Lisboa: Plátano Edições Técnicas, 2003.

AUSUBEL, D.P. **A aprendizagem significativa**: a teoria de David Ausubel. São Paulo: Moraes, 1982.

BAGGIO, A.F.; BAGGIO, D.K. **Empreendedorismo**: Conceitos e definições. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://portalidea.com.br/cursos/bsico-em-empreendedorismo-apostila02.pdf>. Acesso em 24 mar. 2024.

BARBOSA, E.F.; MOURA, D.G. **Metodologias ativas de aprendizagem na Educação Profissional e Tecnológica**. B. Tec. Senac, Rio de Janeiro, v. 39, n.2, p.48-67, maio/ago. 2013.

BERBEL, N.A.N. **As Metodologias Ativas e a Promoção da Autonomia de Estudantes**. Seminário: Ciências Sociais e Humanas, Londrina, v. 32, n. 1, p. 25-40, jan./jun. 2011. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5433/1679-0383.2011v32n1p25>. Acesso em 13 jun. 2023.

BENDER, W.N. **Aprendizagem baseada em projetos**: educação diferenciada para o século XXI. Porto Alegre: Penso, 2014.

BRIGGHAM, E.F.; HOUSTON, J.F. **Princípios de Administração Financeira**. 13. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2012.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

CIAVATTA F., M.A. **O trabalho como princípio educativo** - Uma investigação teórico-metodológica (1930-1960). Rio de Janeiro: PUC-RJ, (Tese de Doutorado em Educação), 1990

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011. XVIII, 440 p.

DEGEN, R.J. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. 8. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004. 368 p.

DOLABELA, F. **Pedagogia Empreendedora**: O Ensino do Empreendedorismo na Educação Básica, Voltado para o Desenvolvimento Social e Sustentável. São Paulo: Cultura, 2003.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 7. ed. Rio de Janeiro: Empreende, 2018.

DRUCKER, P.F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

DUARTE, N.; SAVIANI, D. **A formação humana na perspectiva histórico-ontológica**. Revista Brasileira de Educação. set/dez. 2010 v. 15 n. 45.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 43. ed., São Paulo: Paz e Terra, 2011.

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade** [recurso eletrônico]. 1. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

GAUTHIER, F.A.O.; MACEDO, M.; LABIAK JUNIOR, S. **Empreendedorismo**. Curitiba: Livro Técnico, 2010. 120 p.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P.; SHEPHERD, D.A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009. 662 p.

MAXIMIANO, A.C.A. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MOREIRA, M.A. **A teoria da aprendizagem significativa e sua implementação em sala de aula**. Brasília: Editora da UnB, 2006.

MOREIRA, M.A. **Aprendizagem significativa**. Brasília: Ed. da UnB, 1998.

MOREIRA, M.A. **O que é afinal aprendizagem significativa?** Revista cultural La Laguna Espanha, 2012. Disponível em: <http://moreira.if.ufrgs.br/oqueefinal.pdf>. Acesso em 22 fev. 2024.

SAVIANI, D. **Trabalho e Educação** – Fundamentos histórico- ontológicos da relação trabalho e educação. Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, Anped, v.12, n.34, jan./abr. 2007.

SAVIANI, D. **O trabalho como princípio educativo frente às novas tecnologias**. In: FERRETTI, C. J. et al. (Orgs.). Novas tecnologias, trabalho e educação: um debate multidisciplinar. Petrópolis: Vozes, 1994.

SAVIANI, D. **Sobre a concepção de politecnia**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ-EPSJV, 1989.

SEBRAE-SP. **CAUSA MORTIS**: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida. São Paulo: Sebrae-SP, 2014. 50 p.

ZABALA, A. **A Prática Educativa - Como ensinar**. Porto Alegre - RS: Artmed, 1998.

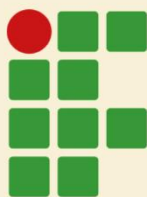
# EMPREENDEDORISMO

## *Gastronômico*

SEQUÊNCIA DIDÁTICA COM FOCO NA APRENDIZAGEM BASEADA EM PROJETOS

INSTITUTO FEDERAL BAIANO – CAMPUS CATU  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

AUTOR: JONAS DA COSTA OLIVEIRA  
COAUTORES: PROF. DR. MARCELO SOUZA OLIVEIRA  
PROFA. DRA. JANAÍNA DOS REIS ROSADO



**INSTITUTO  
FEDERAL**  
Baiano



**PROFEPT**

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

PRODUTO EDUCACIONAL