SATISFAÇÃO DOS ALUNOS COMO VANTAGEM COMPETITIVA EM CURSOS DE GASTRONOMIA E HOTELARIA: UMA AVALIAÇÃO SOB A ÓTICA HOSPITALIDADE COM CONCLUINTES DE 2013

Cícera Bezerra da Silva

Marcos Carrer Cruz

Sérgio do Amaral Moretti

RESUMO: O mercado crescente de gastronomia e hotelaria no Brasil tem demandado, cada vez mais, profissionais especializados avaliados pelo mercado a partir da qualidade de sua formação. O objetivo do artigo é analisar, sob o ponto de vista da Hospitalidade, os resultados da avaliação realizada com os concluintes dos cursos de Tecnologia em Gastronomia e Hotelaria do ano de 2013 do Centro Universitário Senac - Águas de São Pedro. A coleta de dados foi realizada mediante questionário estruturado aplicado por meio do Survey Monkey e, sua análise por meio de estatística descritiva. Os principais resultados mostraram que: 88% de satisfação total e parcial com o corpo docente e 65% de satisfeitos com a coordenação. A satisfação com a infraestrutura do campus foi de 69% e quanto ao ambiente educacional 73% dos respondentes estão satisfeitos ou parcial satisfeitos. O item proposta pedagógica teve 93% de satisfação. Dois dados relevantes revelaram que 76% dos concluintes recomendariam os cursos para outras pessoas e que 53% fariam outro curso na instituição

Palavras-chave: Satisfação; Avaliação de Qualidade; Gastronomia; Hospitalidade; Competitividade.

ABSTRACT: The growing market of gastronomy and hotel business in Brazil has demanded increasingly specialized professionals to market from the quality of their training. The objective of this article is to analyze, from the point of view of Hospitality, the results of the assessment with the graduates of Technology courses in Food and Hospitality of the year 2013 at Senac University Center - Águas de Sao Pedro. Data collection was conducted through a structured questionnaire administered through Survey Monkey, and their analysis by using descriptive statistics. The main results showed that: 88% of total and partial satisfaction with faculty and 65% satisfied with the coordination. Satisfaction with the campus infrastructure was 69% and the educational environment as 73% of respondents are satisfied or partially satisfied. The pedagogical proposal item had 93% satisfaction. Two relevant data revealed that 76% of graduates would recommend the courses to other people and that 53% would another course at the institution.

Keywords: Satisfaction; Quality Evaluation; Gastronomy; Hospitality; Competitiveness.

INTRODUÇÃO

A palavra Gastronomia tem origem nas palavras gregas, *gastros* (estômago e, também alimento, comida) e *nomia* (conjunto de regras, leis ou normas) etimologicamente significando o conjunto de normas que regem a alimentação e, mesmo, o conhecimento do estomago (OLIVEIRA, 2013). Brillat-Savarin (1995, p.57)

diz que a gastronomia é o conhecimento fundamentado de tudo que se refere ao homem na medida em que ele se alimenta [....] a gastronomia governa a vida inteira do homem. Para Gomensoro (1999, p 195) gastronomia é a arte do bem comer e do saber escolher a melhor bebida para acompanhar a refeição. Já, Ruhlman (2009, p174) a define como é ofício, ciência, arte, sociologia e antropologia dos alimentos (do cozimento ao momento em que são servidos) e da alimentação.

A busca por profissionais qualificados, com formação para atuar na área de Alimentos e Bebidas é crescente no mundo. O curso superior de Gastronomia integra habilidades técnicas de preparo e serviços de alimentos e bebidas, levando em conta as boas práticas de manipulação de alimentos e utilização consciente dos recursos disponíveis (SENAC, 2014). No meio acadêmico a Gastronomia é uma disciplina, um saber utilizado para entender as normas que regem a alimentação na habilitação dos seus prestadores de serviços, na compreensão dos desejos e disposições dos comensais, na adequação do que constitui o ambiente propício para a alimentação em uma relação social (OLIVEIRA, 2013).

Segundo Werdini et al (2014) a demanda por profissionais qualificados e a preocupação com o ensino profissional da Gastronomia surge no final do século XIX e em 1895 é fundada a primeira escola de Gastronomia – Le Cordon Bleu – em Paris. A princípio a escola ensinava a cozinha francesa para as filhas das famílias ricas, após cinquenta anos passou a oferecer cursos superiores e de pós-graduação em gestão de negócios na área. Atualmente é uma rede de renome mundial dedicada a fornecer instrução de culinária e hospitalidade através de programas de classe mundial (LE CORDON BLEU, 2014).

Ao longo do século XX surgiram o *Institut Paul Bocuse*, em Lyon, e a escola *Lenôtre*, em Plaisir. Tais escolas formam cozinheiros, padeiros, confeiteiros para o mercado de trabalho. Dedicam-se ao ensino de técnicas culinárias e produção de alimentos, dando ênfase ao desenvolvimento de habilidades práticas de cozinha, ou seja, o saber fazer (MIYAZAKI, 2006). Nos Estados Unidos, em 1946, surgiu a *Culinary Institute of America* (CIA) que oferecia cursos profissionalizantes de cozinha e, há 12 anos, vem oferecendo cursos de graduação (WERDINI et al, 2014).

No Brasil, até meados de 1960 os cursos de culinária eram patrocinados por indústrias alimentícias e ministrados por culinaristas. (BELCULFINE, 2011).

Segundo Barreto e Senra (2001) os centros culinários desenvolviam suas atividades com foco no aprimoramento das donas de casa. No meio profissional a aprendizagem acontecia no ambiente de trabalho. Os migrantes e os imigrantes sem experiência que precisavam trabalhar eram absorvidos pelos restaurantes, começavam como ajudantes gerais e aos poucos com muito esforço iam conquistando cargos mais altos (JHUN et al., 2009).

A primeira escola de formação profissional para cozinheiros no Brasil foi o SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – em 1964, na então Escola Senac "Lauro Cardoso de Almeida", em São Paulo. Após seis anos, iniciou a oferta do curso de cozinheiro na cidade de Águas de São Pedro, São Paulo. Esse curso era oferecido gratuitamente, em regime de internato, para alunos carentes financeiramente, muitos deles saídos da FEBEM (Fundação Estadual do Bem-Estar do Menor) (MIYAZAKI, 2006).

Em 1994, também em Águas de São Pedro, o SENAC iniciou o curso de Cozinheiro Chef Internacional (CCI), na época um curso de qualificação profissional criado em parceria com o *The Culinary Institute of* America (CIA). O corpo docente era formado por *chefs* de cozinha do CIA e renomados *chefs* brasileiros e estrangeiros. Dois *chefs* formados no CIA foram contratados para acompanhar a implantação do curso e fazer a tradução das aulas. Diferentemente do curso de formação de Cozinheiro, este curso era remunerado e voltado para um público de outro estrato social e com maior formação acadêmica (MIYAZAKI, 2006). O CCI tornou-se um modelo para os cursos de tecnologia e foi um marco na valorização dos profissionais de cozinha. A vinda para o Brasil de *chefs* internacionais na década de 1990, também fortaleceu esta categoria (JHUN et al., 2009).

Em 1999, segundo MIYAZAKI (2006), surgiram os outros cursos superiores de Gastronomia no Brasil:

- Fevereiro: Curso de Turismo (modalidade bacharelado) com Habilitação em Gastronomia na Universidade do Sul de Santa Catarina - Florianópolis/SC;
- Março: Curso Superior de Formação Específica em Gastronomia (modalidade sequencial) na Universidade Anhembi-Morumbi – São Paulo/SP;

- Julho: Curso de Gastronomia (modalidade sequencial e Graduação) na Universidade do Vale do Itajaí – Itajaí/SC.
- O SENAC SP lança o curso Tecnológico de Gastronomia em 2000, no Hotel Escola Águas de São Pedro (SENAC SP, 2014).

Segundo o e-MEC – Ministério da Educação (2014), atualmente há no Brasil 133 cursos superiores de Gastronomia regulamentos, dentre estes estão os tecnológicos presenciais, tecnológicos à distância e bacharelados. Além dos cursos superiores, há também diversos cursos de curta duração, de qualificação, aperfeiçoamento e técnicos que oferecem formação técnica e emitem certificados oficiais (RUBIM et al., 2013).

A primeira hospedaria que se tem notícia surgiu nos idos de 450 a.C., no sopé do monte Cronos, em Olímpia, na Grécia. Foi construída com finalidade de hospedar os visitantes que ali compareciam para assistir aos jogos olímpicos (CAMPOS, 1999).

Os primeiros hotéis eram designados por "hospitais" e definidos como estabelecimentos que serviam de refúgio aos viajantes e estrangeiros. Possuíam também um pavilhão exclusivo para os enfermos. Eram construídos ao lado de igrejas, para atender aos seus fiéis. A obrigação imposta pelos bispos de recolher os doentes indigentes de sua diocese favoreceu o desenvolvimento da instituição hospitalar, separando-a dos albergues e asilos (CAMPOS, 1999).

A palavra hotel surgiu por volta de 1760 em Londres, mas começou a ser utilizada nos Estados Unidos cerca de três décadas depois. Ela foi anglicizada a partir do termo francês *hôtel garni*, ou mansão ampla e mobiliada. (VALLEN; VALLEN, 2003, p. 27). No século XIX, hospedagens maiores e mais comerciais que a hospedarias adotam o nome de hotel (POWERS; BARROWS, 2004, p. 178). Em Nova York, em 1794, foram construídas as primeiras instalações para hospedagem que podem ser consideradas como precursoras do hotel moderno para a operação do City Hotel. Esse foi um marco importante porque o único propósito daquele hotel era acomodar hóspedes.

A hotelaria brasileira tem início preponderante nas formas hospitaleiras familiares e religiosas. Segundo Dias (1990) e Miranda (2007), no final do século XIX

prolongando- se ao século XX surgem as formas comerciais, que vieram a ser conhecidas com o nome de hotéis. A atividade do setor hoteleiro no Brasil tem se destacado muito nos últimos anos e devido a grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, tem recebido investimentos muito significativos. Diante deste cenário a demanda por profissionais qualificados para atuar neste setor é grande e crescente. O curso de superior de Hotelaria forma profissionais líderes com competência para planejar, desenvolver e gerir empreendimentos hoteleiros e de serviços (SENAC, 2014).

Os cursos superiores de turismo são recentes, datam dos anos 70 e tiveram origem através do parecer 35/71 do MEC, que fixou o conteúdo mínimo e a duração do curso (DA SILVA, 2008). Em 1971, foi fundado o primeiro curso de nível superior, criado por uma instituição de ensino privado, a Faculdade de Turismo do Morumbi, atual Universidade Anhembi Morumbi (REJOWSKI, 1996). Segundo Trigo (1991), na mesma década outras instituições privadas também criaram seus cursos de turismo, como a Faculdade IberoAmericana de Letras e Ciências Humanas, em São Paulo, em 1973; a Faculdade da Cidade, no Rio de Janeiro, em 1974 e a Faculdade Associação Educacional do Litoral Santista, em 1976, em Santos.

A Universidade de São Paulo criou o curso de Turismo em 1973 na Escola de Comunicação e Artes, a Pontifícia Universidade Católica de Campinas em 1974 e a Universidade de Pernambuco em 1975. O primeiro curso de Hotelaria foi criado pela Universidade de Caxias do Sul em 1978, Rio Grande do Sul (DA SILVA, 2008).

O SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – em 1989 implantou o curso superior de Tecnologia em Hotelaria, marcando o ingresso do SENAC-SP no âmbito do Ensino Superior (SENAC, 2014).

Na década de 80, devido a problemas econômicos no país, houve a estagnação da oferta dos cursos de Hotelaria e Turismo. A década de 90 foi marcada pela valorização dos cursos, com aumento do número de cursos nas capitais e nas demais regiões do Brasil (DA SILVA, 2008). A partir do final da década de 1990 e início de 2000, houve um crescimento significativo dos cursos superiores de formação em Hotelaria, perfazendo um total de 195 cursos em 2004, com diversas nomenclaturas que podem ser divididas em cinco categorias:

"Hotelaria", "Administração com Habilitação em Hotelaria", "Turismo e Hotelaria", "Turismo com Ênfase em Hotelaria" e "Tecnologia em Hotelaria" (OLIVEIRA, 2004).

Segundo o e-MEC – Ministério da Educação (2014), atualmente há 174 cursos superiores de Hotelaria no Brasil entre bacharelado ou tecnólogo. Além dos cursos superiores há cursos de pós-graduação*, strictu senso* (mestrado e doutorado), lato sensu (especialização e aperfeiçoamento). Cursos técnicos também são oferecidos em escolas técnicas como SENAC, entre outras. São equivalentes ao ensino médio e pós-médio completo, e buscam a formação técnica profissional (DA SILVA, 2008).

O objetivo do artigo é analisar os resultados da avaliação realizada com os concluintes dos cursos de Tecnologia em Gastronomia e Hotelaria do ano de 2013 do Centro Universitário Senac – Águas de São Pedro. Trata-se de dois cursos de graduação com duração de dois anos que formam tecnólogos em ambas as especialidades.

Conforme se pode encontrar no site da instituição (SENAC, 2014) os cursos têm a seguinte descrição:

O curso superior de Tecnologia em Gastronomia tem como objetivo, propiciar o aluno o desenvolvimento de competências, para atuar na produção culinária, bem como na operação e gestão de empreendimentos de alimentação diversificados, considerando os aspectos culturais, econômicos, éticos, ambientais e sociais do contexto no qual estão inseridos, e aplicando conceitos de sustentabilidade e saudabilidade na atuação profissional. Seu mercado de trabalho é aberto a atuação em diversos tipos de empreendimentos ligados a serviços de alimentação e bebidas como: restaurantes diversos, catering de transportes em geral, complexos de lazer e recreação, fast-food, buffets e hospitais. Também pode ser articulista gastronômico, personal chef e consultor gastronômico.

O curso superior de Tecnologia em Hotelaria objetiva formar profissionais preparados para o desempenho de atividades de coordenação e supervisão nos serviços de hospedagem, alimentação, entretenimento e eventos. É direcionado tanto para quem está iniciando seus estudos quanto para profissionais que já atuam no mercado de trabalho e buscam aprimoramento. Quanto ao mercado de trabalho, o tecnólogo em hotelaria poderá exercer funções técnicas e de coordenação em

hotéis, resorts, flats, pousadas, empresas de eventos, navios, motéis, spas, complexos de lazer e recreação, clubes, parques temáticos, restaurantes, bares, redes de fast-food, hospitais e empreendimentos de prestação de serviços, entre outros.

Ambos os cursos fornecem profissionais gabaritados para um mercado de trabalho em expansão, contudo ávido por quadros especializados e bem preparados tornando a disputa por boas vagas uma questão crucial para os concluintes. Dessa forma a avaliação de qualidade é um fator-chave na avaliação dos alunos que dele dependem para iniciar suas carreiras em um mercado disputado. Um recente relatório do World Travel and Tourism Council (WTTC) apontou a existência de 8.154.000 de empregos diretos e indiretos no setor de viagens e turismo no Brasil (8,3% do emprego total) em 2011 com previsão de 9.747.000 empregos (8,9%) até 2021.

O artigo está estruturado da seguinte forma: a seguir é feita uma apreciação da literatura referente ao tema da educação e sua avaliação, em seguida são apresentados os procedimentos utilizados na pesquisa empírica, os principais resultados, uma discussão sobre os mesmos e as considerações finais.

AVALIAÇÃO DE QUALIDADE NO ENSINO

A educação, quando analisada sobre a perspectiva econômica pode ser vista como um serviço composto de processos combinados entre funcionários, o ambiente e o serviço educacional em si (FEIDIG, 2006; WALTER, 2006). A avaliação da qualidade em uma IES é tarefa das mais árduas como bem lembraram Kotler e Fox (1994), já que o serviço educacional é composto, além dos aspectos educacionais foco do serviço em si, como também de aspectos, recreativos, centros de orientação, esportivos, religiosos e de ação junto às comunidades, entre outros.

Adicionalmente, não se pode negligenciar o fato de que o mercado avalia as Instituições de Ensino Superior – IES pela qualidade dos alunos formados, como foi anotado por Mello, Dutra e Oliveira (2001, p. 127) o mercado de trabalho avalia as IES através de seus alunos ou concluintes que se submetem constantemente a seleções para estágios e empregos. Como bem lembraram Souza, Silva, Moretti e

Garcia (2014, p. 2) o setor de ensino superior privado está aberto a uma concorrência similar à de qualquer outro mercado. A oferta de vagas, já superior à demanda, mantém viva a possibilidade da troca de IES seja qual for o motivo. Na mesma direção argumentam Murray (1997) e Walter, Tontini e Domingues (2005) para quem a qualidade dos serviços e a satisfação são cruciais para as IES.

Neste sentido é importante para a gestão educacional avaliar o grau de satisfação referente à qualidade não só dos aspectos educacionais como, também dos serviços educacionais direcionados para o apoio aos alunos, como apontado por Kotler e Fox (1994) e, Mainardes, Domingos e Deschamps (2009) e, que são cruciais também para a avaliação da qualidade. Dessa forma medidas de avaliação são estudadas e oferecem interessantes perspectivas.

Apesar de muitas análises serem realizadas partindo do pressuposto que os alunos são clientes (WALLACE, 1999; LUDKE, 2006; LOMAS, 2007) esta variante não será adotada aqui. Como postulam Souza e Reinert (2010) a melhor opção é considerar o aluno como um parceiro no processo de aprendizagem que deve ser consultado sobre o grau de satisfação atingido pelo serviço oferecido.

Avaliações da qualidade do ensino são práticas adotadas há muito tempo e reconhecida por sua eficácia em promover melhoras nas pedagogias educacionais (BROOKES, 2003; OLDFIELD, BARON, 2000; MURRAY, 1997). O processo não é consensual já que alguns autores como Wallace (1999) creem que as percepções dos estudantes não são confiáveis para julgar a qualidade do ensino. Nos programas de gastronomia, hospitalidade e turismo este procedimento tem sido usado com sucesso como um mecanismo para assegurar a crescente qualidade dos cursos, tanto em seus aspectos pedagógicos quanto gerenciais, como, também em função da concorrência do mercado de trabalho, cada vez mais acirrada (MOUNT, SCIARINI, 1999; BROOKES, 2003).

Sabe-se que a avaliação da qualidade do ensino é feita externamente pelo Exame Nacional do Desenvolvimento de Estudantes - ENAD que garante pontuação e a possibilidade de financiamento público pelos alunos, Mas, também a avaliação pode ser realizada pela própria IES, que por meio dos resultados pode acionar o sistema de gestão educacional para manter os processos em bom curso (FEIDIG, 2006; WALTER, 2006; GADOTTI, 2010).

Abdullah (2006) estudou escalas para avaliar satisfação e percebeu que o aluno pode apontar os fatores críticos da qualidade do ensino, mas igualmente nos serviços de apoio a ele. Por essa razão, o aluno tem papel crucial quanto à avaliação de sua eficiência e qualidade (TARI, 2006; MAINARDES et al, 2009; SOUZA et al, 2014).

Um estudo de Appleton-Knapp e Krentler (2006) classificou os fatores mais importantes na avaliação da satisfação em pessoais e institucionais. O que de fato, também foi verificado por Souza et al (2014), assim como Camargos, Camargos e Machado (2006), Douglas, Douglas e Barnes (2006) e Mello, Dutra e Oliveira (2001) que mostraram o corpo docente como o fator de maior influência entre todos os demais na avaliação de qualidade; Kanan e Baker (2006) identificaram os grupos de relacionamento entre os alunos como fator de avaliação e, Douglas e McClelland (2008) a percepção de que o ensino podia ser útil para a carreira e a vida.

A visão de mundo e perspectiva de vida são fatores influentes para o nível de satisfação. Para Souza e Reinert (2010, p. 162) trata-se da percepção em relação ao ensino, que pode ser entendida como a forma de o aluno visualizar a realidade no cotidiano e formar juízo de valor. Naturalmente, essa avaliação difere se colhida no início ou no fim do curso, já que a própria experiência do aluno contribuirá pra uma visão mais apurada com base nas informações recebidas (APPLETON-KNAPP, KRENTLER, 2006).

HOSPITALIDADE E COMPETITIVIDADE

O termo hospitalidade deriva de asilo, albergue, uma antiga palavra francesa que significa dar ajuda/ abrigo aos viajantes, que teve sua origem na Grécia e em Roma, por volta de 1700 a.C, nas tabernas onde já se fazia menções à hospitalidade (WALKER, 2002). Para Grinover (2002, p. 26-27), a origem etimológica de hospitalidade é *hospitalitas*, palavra latina derivada de *hospitalis,* que designava a hospedagem gratuita e a atitude caridosa oferecida aos indigentes e dos viajantes acolhidos nos conventos, hospícios e hospitais.

Segundo Lashley (2004, p 22), a hospitalidade consiste em uma troca contemporânea idealizada para aumentar a reciprocidade e o bem estar entre as

partes envolvidas, por meio da oferta de alimentos e/ou bebidas e/ou acomodação. Grinover (2002, p.26) define hospitalidade como sendo o ato de acolher e prestar serviços a alguém que por algum motivo esteja fora do seu local de domicílio. Camargo (2003, p.15) completa dizendo que [...] nada representa [mais] a hospitalidade que o ato de acolher pessoas que batem à porta. Para Dias (2002, p. 102):

> (...) hospitalidade é a recepção cordial e generosa aos hóspedes, que compreende, a prestação gratuita ou não de serviços obtidos normalmente por uma pessoa em seu próprio lar, mas que por não possuí-lo, ou por estar dele ausente, temporariamente, não os tem à sua disposição. Basicamente abrange leito ou alimentação. Quando a hospitalidade é proporcionada com acomodações, para dormir, caracteriza-se a hospedagem, acompanhada ou não de refeições. Se as refeições são oferecidas, têm se a hospitalidade, mas não a hospedagem.

Mauss (2003) propõe o conceito da dádiva, pelo qual as relações humanas se estabelecem por meio da reciprocidade da tríplice obrigação do *dar-receber-retribuir*. Godbout (1999, p 113) completa o argumento afirmando que sendo alimentada pela dádiva é importante que os integrantes do grupo se sociabilizem. A hospitalidade pode ser definida por meio de diferentes conceitos, entre os quais: conforto, receptividade, liberalidade, sociabilidade, cordialidade. Mas há autores que, apenas acreditam que o termo envolve um significado maior do que qualquer palavra possa definir. Para tais autores, a hospitalidade ultrapassa o modo de pensar, agir e responder dos indivíduos, compreendendo, assim, uma parte de seu caráter (DE PAULA, 2002, p. 70).

A hospitalidade, para Brotherton e Wood (2004) é entendida como uma troca humana contemporânea, idealizada e assumida de forma voluntária, cuja finalidade é de acentuar o bem-estar mútuo entre as partes envolvidas. Portanto, foca seu objeto nas relações humanas e, particular no momento da recepção do outro e com isso vem se tornando importante conceito para a compreensão da satisfação dos clientes. Do ponto de vista empresarial, sua aplicação deveria ser condição básica para a sobrevivência de qualquer empresa, principalmente no setor de educação cujo produto não é tangível e que lida com pessoas. Neste domínio, a Hospitalidade torna-se elemento crucial na entrega do serviço (HEMMINGTON, 2007).

Não há na literatura um consenso sobre o termo competitividade. De acordo com Machado da Silva (2010, p. 36)

> A ideia de competitividade implicitamente supõe conflito e rivalidade, o que dificulta a sua adequada apreensão. Em economia, ela pode ser abordada tanto no âmbito do Estado, representada na competitividade macroeconômica, como Competitividade Organizacional: uma Tentativa de Reconstrução Analítica no âmbito organizacional, cerne da competitividade microeconômica. Quando se privilegia o plano micro, o tratamento recai sobre as características da organização ou de um produto, relacionadas a aspectos de desempenho ou de eficiência técnica dos processos produtivos e administrativos.

Para Wada e Moretti (2014) a competitividade é o conjunto de situações que permite que uma organização concorra em seu negócio. Ressalte-se que, embora essa definição seja muitas vezes empregada para descrever certa superioridade de uma empresa sobre seus concorrentes, o correto é denominar esta situação especial como vantagem competitiva – VC. As bases para a vantagem competitiva são múltiplas. Dessa forma, a vantagem pode ser de preço, distribuição, qualidade e tecnologia, entre outros. Quanto mais camadas, maior a vantagem (HAMEL, PRAHALAD, 1995).

A competitividade não deve ser entendida como uma característica inerente a empresa, pois provem de fatores internos e externos, que podem ser controlados ou não por ela. Segundo Silva (2001) por definição, a competitividade é intrínseca à concorrência, pois onde há concorrência há competição e, portanto, competitividade, mas a própria competitividade transcende as características peculiares da firma.

MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa exploratória de caráter quantitativo aplicada com o objetivo de avaliar o grau de satisfação dos concluintes em 2013 dos cursos de Tecnologia em Gastronomia e Hotelaria do SENAC, em Águas de São Pedro. A coleta de dados foi feita mediante um questionário estruturado aplicado por meio do *Survey Monkey*, site que abriga questionários digitalizados e oferece a tabulação para análise. A análise dos resultados foi realizada por meio de estatística descritiva (DENCKER, 2001).

Os principais passos do processo de elaboração do questionário foram como abaixo:

- Elaboração de Questionários (via *SurveyMonkey*)
- Aplicação (Coordenação)
- Tabulação (*SurveyMonkey*)
- Análise dos Resultados
- Divulgação (Comunicação e Coordenação e Cursos)
- Elaboração do Plano de Ação (Coordenação de Cursos)
- Monitoramento e Feedback

A autoavaliação institucional abrange o percurso do aluno em relação à Instituição, desde seu ingresso até seu posicionamento no mercado de trabalho, e a trajetória institucional dos coordenadores, professores e funcionários, com o objetivo de mensurar a qualidade do ensino, da infraestrutura e dos serviços internos. Além de padronizar métodos, implantar procedimentos, realizar análises e estudos comparativos mediante a aplicação periódica de questionários.

São vários tipos de avaliações que podem ser aplicadas no processo educacional: perfil do ingressante, avaliação diagnóstica do ingresso, avaliação diagnóstica da aprendizagem, avaliação do concluinte, avaliação personalizada de estágio, avaliação de infraestrutura e serviços, avaliação de egresso, avaliação do professor e coordenador e avaliação do corpo técnico-administrativo.

Neste estudo abordaremos somente a avaliação de concluintes que ocorre no último período do curso, essa avaliação é aplicada a fim de verificar três hipóteses: a) a empregabilidade na área do curso que estão concluindo, b) avaliar a satisfação geral com o curso, c) perfil sócio econômico, e d) identificar a intenção de continuidade aos estudos e recompra.

Os eixos de construção da pesquisa semiestruturada foram a empregabilidade, empreendedorismo e avaliação do curso. No item empregabilidade as questões tinham o objetivo de identificar como o aluno se inseria no mercado de trabalho durante o último semestre do curso, além de tentar identificar quais tipos de empresas, cargos e remuneração os mesmos estavam atuando.

No item empreendedorismo o objetivo principal era entender como o aluno percebe a transversalidade o eixo na construção das disciplinas e por consequência no curso como um todo, além de abordar as inovações colocadas em sala de aula ou laboratórios.

PRINCIPAIS RESULTADOS E DISCUSSÃO

A avaliação foi aplicada aos 20 discentes (100% dos alunos) concluintes dos cursos de Tecnologia em Hotelaria e Tecnologia em Gastronomia do Centro Universitário Senac - Águas de São Pedro, no ano de 2013 sendo que 96% concluíram o seu preenchimento. A iniciativa tinha como preceito verificar o nível de satisfação dos alunos com o curso, o desempenho dos professores, coordenadores de curso, infraestrutura concedida ao aluno, ambiente educacional e proposta pedagógica.

Alguns dados gerais mostram que dos vinte concluintes 5 (25%) já trabalhavam e 100% deles atuavam na área do curso que estavam concluindo; 3 (60%) atuavam em empresas prestadoras de serviço, 1(20%) no comércio e 1 (20%) numa empresa ligada a outro setor; 2 (40%) trabalhavam em microempresas, 2 (40%) em pequenas empresas e 1 (20%) numa empresa de médio porte; 5 concluintes, 3(60%) trabalhavam com carteira assinada e 2 (40%) não; 1 (20%) era autônomo, 2 (40%) ocupavam o cargo de auxiliar/assistente, 1 (20%) o de coordenador/supervisor e 1 (20%) ocupava outro cargo.

Dos concluintes que não estavam trabalhando, 3 (20%) responderam que o motivo era a falta de experiência e a dificuldade para conseguir trabalho, 3 (20%) estavam procurando uma nova colocação, 4 (26,66%) não tinham interesse em trabalhar naquele momento e 5 (33,33%) não estavam trabalhando por outros motivos.

Os resultados mostram, também que 25% dos respondentes trabalham na área que estão concluindo o curso, 55% estão à procura de emprego ou estágio e 20% não querem trabalhar no momento. As empresas empregadoras dos 25% são 75% empresas de serviço e 25% empresas de comércio, 60% dos respondentes estão registrados e 40% são terceirizados. Os cargos que eles ocupam são 50%

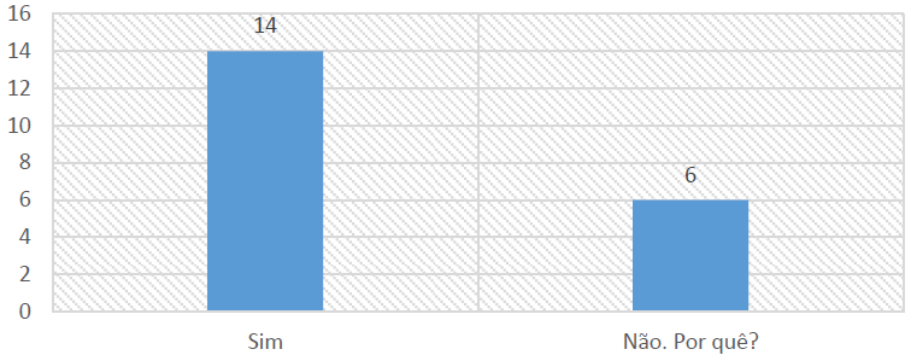
operacionais, 25% coordenações e 25% gerenciais. Quanto à remuneração os respondentes que trabalham consideram-na regular.

Sobre a renda mensal individual, 6 (30%) tinham uma renda de até 1 salário mínimo da época (até R$ 755,00), 3 (15%) de 1 a 2 salários mínimos (de R$ 755,00 até R$ 1510,00), 2 (10%) de 2 a 5 salários mínimos (de R$ 1510,00 a R$ 3775,00), 1 (5%) de 5 a 10 salários mínimos (de R$ 3775,01 até R$ 7550,00), 6 (30%) não possuíam renda e 2 (10%) preferiram não responder.

Os resultados sobre perspectiva de oportunidades de trabalho na área de formação revelaram que 14 (70%) concluintes tinham boas perspectivas, 4 (20%) excelentes, 1 (5%) regular e 1 (5%) não soube avaliar. Quanto à remuneração, 13(65%) tinham uma perspectiva regular, 3 (15%) boa e 4 (20%) ruim.

O Gráfico 1 mostra que a maioria dos concluintes (14 = 70%) considerava que o curso preparava-os para o mercado de trabalho contra 6 (30%) que não consideravam. A metade dos concluintes (10) indicou estar satisfeita com o curso que estava concluindo, 1 (5%) totalmente satisfeito, 6 (30%) nem insatisfeito, nem satisfeito e 3 (15%) insatisfeito.

GRÁFICO 1: Preparação do Curso para o Mercado de Trabalho

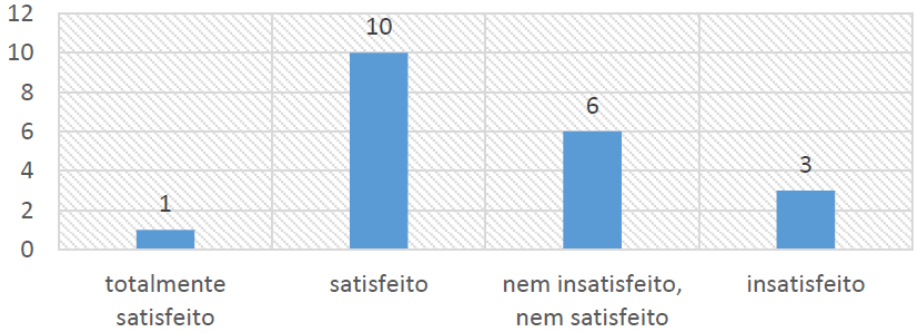


Fonte: Avaliação de Concluintes do SENAC, 2013.

Em relação ao conteúdo de empreendedorismo e inovação, 100% dos concluintes respondeu que o curso abordava este conteúdo, entretanto 14 (70%) gostariam que houvesse maior ênfase e 6 (30%) estava satisfeito com a abordagem.

O Gráfico 2 mostra o grau de satisfação dos concluintes com o curso em geral.

GRÁFICO 2: Grau de Satisfação dos Alunos com o Curso no Geral



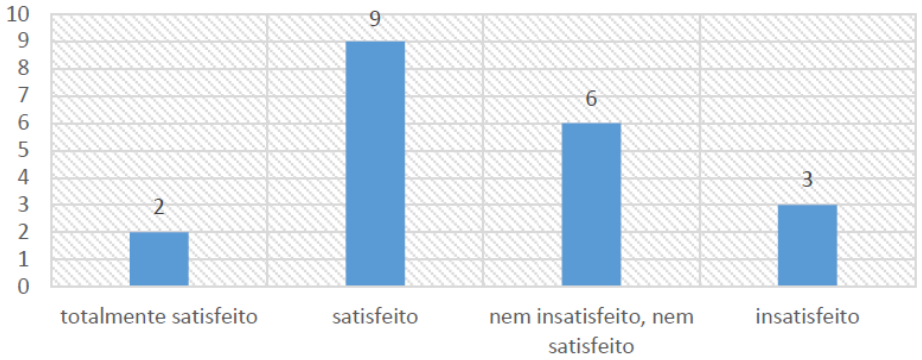
Fonte: Avaliação de Concluintes do SENAC, 2013.

A mesma pergunta foi aplicada em relação aos professores, 9 (45%) estavam satisfeitos, 2 (10%) totalmente satisfeitos, 6(30%) nem insatisfeito, nem satisfeito, 3 (15%) insatisfeito.

Pode-se analisar que o curso gera empregabilidade, em sua maioria cargos operacionais e que uma parte dos alunos concluintes não está à procura de trabalho devido continuidade dos estudos, contudo vale ressaltar que 96% dos respondentes avaliam o curso com excelente preparo para o mercado de trabalho e que enxergam boas perspectivas em sua empregabilidade.

O Gráfico 3 mostra o índice de satisfação dos professores com o curso.

GRÁFICO 3: Grau de Satisfação dos Professores com o Curso

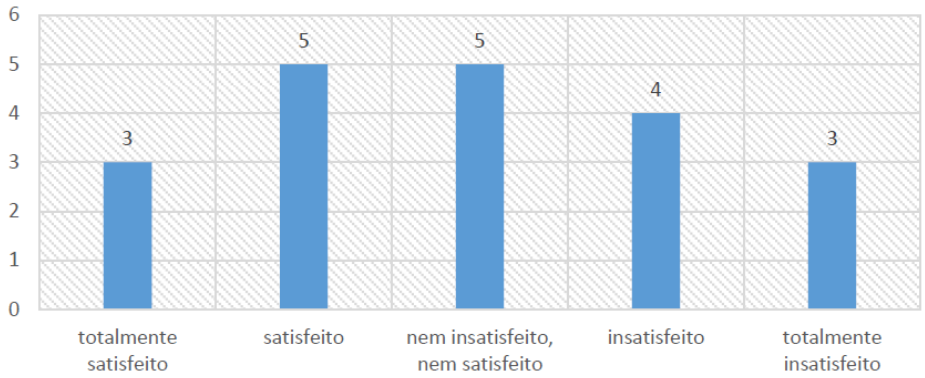


Fonte: Avaliação de Concluintes do SENAC, 2013.

Sobre a satisfação com a coordenação, 3 (15%) estavam totalmente satisfeitos, 5 (25%) satisfeito, 5 (25%) nem insatisfeito, nem satisfeito, 4 (20%) insatisfeito, 3 (15%) totalmente insatisfeito.

O Gráfico 4 mostra o índice de satisfação dos alunos quanto à Coordenação do Curso.

GRÁFICO 4: Grau de Satisfação com o Curso quanto a Coordenação de Curso



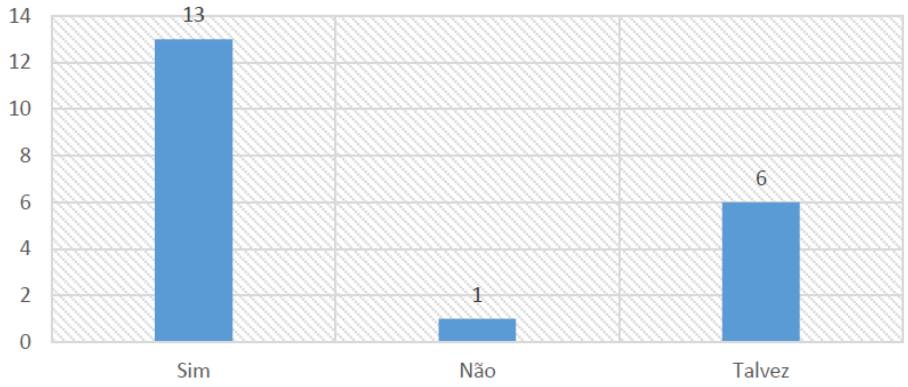
Fonte: Avaliação de Concluintes do SENAC, 2013.

A maioria (13 = 65%) dos concluintes recomendaria o curso que estavam concluindo, contra 1 (5%) que não e 6 (30%) que talvez. O mesmo resultado repetiu-se quando questionados se optariam pelo Centro Universitário para dar continuidade aos estudos, 13 (65%) disseram que sim, 1 (5%) que não e 6 (30%) que talvez.

As respostas sobre a avaliação do curso tiveram 56% de satisfação total com o corpo docente, 32% satisfação parcial e 12% insatisfação, com relação à coordenação 65% estão satisfeitos ou parcialmente satisfeitos e 35% insatisfeitos.

O Gráfico 5 mostra o porcentual de alunos que recomendariam o curso realizado para outras pessoas.

GRÁFICO 5: Recomendação do Curso para Outras Pessoas



Fonte: Avaliação de Concluintes do SENAC, 2013.

Nas questões relacionadas ao eixo empreendedorismo 89% dos respondentes entendem que o curso aborda o empreendedorismo de alguma forma e a utilização de inovação em sala de aula, contudo 11% questiona a ênfase que é dada ao tema e propõem mais atividades práticas.

A satisfação com a infraestrutura do campus foi de 69% e o motivo mais mencionado na insatisfação foi a falta de ar condicionado nas salas de aulas, quanto ao ambiente educacional 73% dos respondentes estão satisfeitos ou parcial satisfeitos e 27% insatisfeitos. Já item proposta pedagogia que inclui as aulas prática teve 93% de satisfação dos alunos e 7% de insatisfação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do artigo foi analisar os resultados da avaliação realizada com os concluintes dos cursos de Tecnologia em Gastronomia e Hotelaria do ano de 2013 do Centro Universitário Senac - Águas de São Pedro, sob a ótica da Hospitalidade.

Dois dados relevantes revelados pela pesquisa mostram que o índice de indicação dos cursos para outras pessoas, atingiu um nível bastante alto, com 76% e, 53% dos concluintes fariam outro curso na mesma instituição. Ambos os resultados mostram a aprovação geral dos cursos realizados em uma visão abrangente dos alunos.

Outros resultados apontam que os alunos conseguem perceber o empreendedorismo como um dos eixos educacionais nos cursos, contudo indicam que a ênfase dada a esse tema poderia ser diferente.

O número de alunos que recomendariam o curso para outras pessoas foi um dado relevante, que pode ser mais bem explorado em outras pesquisas. Ele serviria para identificar essa indicação como fonte de captação de novos alunos ou, o quanto essa indicação influência na imagem da instituição.

Os cursos analisados no estudo buscam a relação entre teoria e prática de forma mais efetiva: 93% dos alunos se mostraram satisfeitos com a forma concedida de pratica estabelecida pela instituição, fato este que indiretamente aponta satisfação com a proposta pedagógica do curso.

A maior limitação desse estudo foi o não aprofundamento de algumas questões de insatisfação dos alunos, visto que se tratava de uma pesquisa quantitativa e poucos campos para o aluno expressar com mais precisão suas preocupações.

Sabe-se da importância de realizar entrevistas com alguns pesquisados com o objetivo de aprofundar o nível de conhecimento de alguns resultados e, a partir deles criar planos de ações para melhoria de todo o processo. Essa é uma sugestão para os próximos estudos dessa natureza.

A maior contribuição desse estudo para a academia foi mostrara a aplicabilidade de avaliações sistemáticas para objetivar a melhoria do ensino. E, para o campo gerencial das instituições de ensino, revelar o entendimento de como o aluno sai de uma instituição de ensino, após concluir um curso de dois anos que o prepara para o mercado de trabalho. Certamente as informações colhidas e posteriormente analisadas servem como base para tomada de decisão, criação de vantagem competitiva perante os concorrentes e também como fonte de melhorias para o próprio processo ensino aprendizagem.

REFERÊNCIAS

ABDULLAH, F. **Measuring Service Quality in Higher Education:** HEdPERF Versus SERVPERF. Marketing Intelligence & Planning, v. 24, n. 1, p. 31-47, 2006.

APPLETON-KNAPP, S. L.; KRENTLER, K. A. Measuring Student Expectations and their Effects on Satisfaction: The Importance of Managing Student Expectations. **Journal of Marketing Education**, v. 28, p. 254-264, 2006.

BARRETO, Ronaldo Lopes Pontes; SENRA, Asdrúbal Vieira. A Gastronomia e o Turismo. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). **Turismo**: Como Aprender, Como Ensinar. 2.ed. São Paulo: Senac, 2001.

BELCULFINE, Marcelo Neri. **Tecnologia em Gastronomia:** Estudo Exploratório dos Cursos Segundo seus Atores. 2011. Dissertação de Mestrado: Universidade Anhembi Morumbi.

BRILLAT-SAVARIN. **A Fisiologia do Gosto.** São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

BROOKES, M. (2003). **Evaluating the 'Student Experience**: An Approach to Managing and Enhancing Quality in Higher Education. Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education, vol. 2, n. 1.

BROTHERTON, B.; WOOD, R. C. (2004). **Hospitalidade e Administração da Hospitalidade**. In: Lashley, C.; Morrison, A. (orgs). Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas de um Mundo Globalizado. São Paulo: Manole, p. 202.

CAMARGOS, M. A.; CAMARGOS, M. C. S.; MACHADO, C. J. Análise das Preferências de Ensino de Alunos de um Curso Superior de Administração de Minas Gerais. **Revista de Gestão da USP**, v. 13, n. 2, p. 1-14, 2006.

CAMPOS, Luiz Cláudio AM. Administração de Hotéis. **Boletim Técnico SEBRAE, São Paulo.** Disponível em: < http://200.179>, v. 53, 1999.

DA SILVA, M. B. **Um Retrato dos Docentes dos Cursos Superiores de Turismo e Hotelaria em Foz do Iguaçu e São Miguel do Iguaçu.**

DE OLIVEIRA, C. R. et al. Hospitalidade: Um Local de Encontro da Gastronomia com a Bioética. **Encontros Científicos - Tourism & Management Studies**, n. 1, p. 77-86, 2013.

DE PAULA, N. M. Introdução ao Conceito de Hospitalidade em Serviços de Alimentação. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade:** Reflexões e Perspectivas. Barueri: Manole, 2002.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti; DA VIÁ, Sarah Chucid. **Pesquisa Empírica em Ciências Humanas**: Com Ênfase em Comunicação. Futura, 2001.

DIAS, C. M (Org.). **Hospitalidade, Reflexões e Perspectivas.** São Paulo: Manole, 2002.

DIAS, Celia Maria de Moraes. **"Home away from home" - Evolução, Caracterização e Perspectivas da Hotelaria: Um Estudo Compreensivo.** São Paulo: Universidade de São Paulo – Escola de Comunicação e Artes / ECAUSP, 1990.

DOUGLAS, J.; DOUGLAS, A.; BARNES, B. Measuring Student Satisfaction at a UK University. **Quality Assurance in Education**, v. 14, n. 3, p. 251-267, 2006.

DOUGLAS, J.; McCLELLAND, R.; DAVIES, J. The Development of a Conceptual Model of Student Satisfaction with their Experience in Higher Education. **Quality Assurance in Education**, v. 16, n. 1, p. 19-35, 2008.

e-MEC – Ministério da Educação . Disponível em: <http://emec.mec.gov.br/>. Acesso em: 27 out. 2014.

FIEDIG, E. Q. **Avaliação de Cursos de Graduação em Administração:** Proposta de uma Metodologia a partir de um Estudo de Caso em Florianópolis Focalizando o Consumidor no Papel de Acadêmico. 2006. 103 f. Dissertação (Mestre em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

GADOTTI, M. (2010) **Avaliação Institucional**: Necessidades e Condições para sua Realização. Disponível em: <http://www.paulofreire.org/pub/Institucional?MoacirGadottiArtigosIt2009/Avali_Institucional.pdf>.

GODBOUT, J. T. **O Espírito da Dádiva.** Rio de Janeiro: FGV, 1999.

GOMENSORO, Maria Lucia Gomensoro. **Pequeno Dicionário de Gastronomia**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999, p. 432.

GRINOVER, Lúcio. Hospitalidade e Qualidade de vida: Instrumentos para a Ação. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (Orgs.). **Hospitalidade: C**enários e Oportunidades. São Paulo: Thomson, 2003, p. 49-59.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C. K. **Competindo pelo Futuro:** Estratégias Inovadoras para Obter o Controle de seu Setor e Criar os Mercados de Amanhã. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

HEMMINGTON, N. (2007). **From Service to Experience:** Understanding and Defining the Hospitality Business. The Service Industries Journal. September, V. 27, N. 6.

JHUN, S.; NERI, M.; RODRIGUES, H. Tecnologia em Gastronomia em São Paulo: Docentes Práticos em Atuação na Universidade Anhembi Morumbi. **Anais do VI Seminário ANPTUR**, p. 1-12, 2009. São Paulo: ANPTUR.

KANAN, H. M.; BAKER, A. M. Student Satisfaction with an Educational Administration Preparation Program: A Comparative Perspective. **Journal of Educational Administration**, v. 44, n. 2, p. 159-169, 2006.

KOTLER, P.; FOX, K. **Marketing Estratégico para Instituições Educacionais.** São Paulo: Atlas, 1994.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. **In Search of Hospitality.** Oxford: Butterwort Heineman, 2004.

LE CORDON BLEU. **History.** Disponível em: <http://www.cordonbleu.edu>. Acesso em: 26 out. 2014.

LOMAS, L. Are Students Customers? Perceptions of the Academic Staff. **Quality in Higher Education,** Abington, v. 13, n. 1, p. 31-44, Apr. 2007.

LUDKE, M. **Da Avaliação da Aprendizagem à Avaliação Institucional**: Aprendizagens Necessárias. In: Avaliação, Campinas; Sorocaba-SP, v. 14 p. 313,336, julho 2009.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; DA FONSECA, V. S. Competitividade Organizacional: Uma Tentativa de Reconstrução Analítica. **Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, Edição Especial, art**, v. 2, p. 33-49, 2010.

MAINARDES, E. W.; DOMINGUES, M.J.C.S.; DESCHAMPS, M. Avaliação da Qualidade nos Serviços Educacionais das Instituições de Ensino Superior em Joinville-SC. Revista de Gestão USP, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 17-32, janeiro-março 2009.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a Dádiva. (2003) In: **Sociologia e Antropologia.** São Paulo: Cosac, Naify.

MELLO, S.C.B.; DUTRA, H.F.O.; OLIVEIRA, P.A.S. **Avaliando a Qualidade de Serviço Educacional numa IES**: O Impacto da Qualidade Percebida na Apreciação do Aluno de Graduação. O&S, v.8, n.21, maio/agosto 2001.

MIRANDA, Luiz César. **Avaliando o Trabalho Educativo para a Hospitalidade nos Hotéis de Cuiabá.** Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2007.

MIYAZAKI, MÁRCIA HARUMI. **Ensinando e Aprendendo Gastronomia:** Percursos de Formação de Professores. 2006. Tese de Doutorado. Dissertação de Mestrado: Universidade Metodista de Piracicaba.

MOUNT, D. J.; SCIARINI, M. (1999) IPI and DSE: Enhancing the Usefulness of Student Evaluation of Teaching Data. **Journal of Hospitality & Tourism Education** 10(4), 8-13.

MURRAY, H. G. (1997) Does Evaluation of Teaching Lead to Improvement of Teaching? **International Journal for Academic Development** 2(1), 8-23.

OLDFIELD. B.; BARON, S. (2000) Student Perceptions of Service Quality in a UK University Business and Management Faculty. **Quality Assurance in Education** 8(2), 85-95.

OLIVEIRA, Maria Angélica Rovina Galvão de. **Panorama do Ensino Superior em Hotelaria no Brasil:** Abordagens e Caracterizações - 2004. Dissertação de Mestrado: Universidade Metodista de Piracicaba.

POWERS, Tom; BARROWS, Clayton W. **Administração no Setor de Hospitalidade:** Turismo, Hotelaria, Restaurante. São Paulo: Atlas, 2004.

REJOWSKI, M. 1996. **Turismo e Pesquisa Científica**. São Paulo: Papirus.

RUBIM, Rebeca Elster; REJOWSKI, Mirian. O Ensino Superior da Gastronomia no Brasil: Análise da Regulamentação, da Distribuição e do Perfil Geral de Formação (2010-2012). **Turismo-Visão e Ação**, v. 15, n. 2, p. 166-184, 2013.

RUHLMAN, M. **Elementos da Culinária de A a Z**: Técnicas, Ingredientes e Utensílios. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009, p. 291.

SENAC SP. Disponível em: <http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?newsID=a718.htm&testeira=457>. Acesso em: 26 out. 2014.

SILVA, C. L. Competitividade e Estratégia Empresarial: Um Estudo de Caso da Indústria Automobilística Brasileira na Década de 1990. **Rev. FAE**, v. 4, n. 1, 2001.

SOUZA, C.C.M.; SILVA, D.; MORETTI, S.L.A.; GARCIA, M.N. **Construção e Validação de Escala de Qualidade de Ensino e Serviços**: Um Estudo com Alunos de Cursos de Graduação em Administração de Empresas. REGE, São Paulo-SP, Brasil, v. 21, n. 1, p. 65-82, jan./mar. 2014.

SOUZA, S.A.; REINERT, J.N. **Avaliação de um Curso de Ensino Superior Através da Satisfação/Insatisfação Discente.** Avaliação, Campinas; Sorocaba-SP, v. 15, n. 1, p. 159-176, mar. 2010.

TARI, J. J. An EFQM Model Self-assessment Exercise at a Spanish University. Journal of Educational Administration, v. 44, n. 2, p. 170-188, 2006.

TRIGO, L. G. G. 1991. **Cronologia do Turismo no Brasil.** São Paulo: CTIITERRA.

VALLEN, Gary K. e VALLEN, Jerome J. **Check-in, Check-out:** Gestão e Prestação de Serviços em Hotelaria. Porto Alegre: Bookman, 2003.

WADA, E. K.; MORETTI, S.L.A. Hospitalidade: Dos Domínios às Lentes e sua Inserção nos Processos de Gestão. Caderno de Estudos e Pesquisas do Turismo, v.3, jan/dez 2014.

WALKER, John R. **Introdução à Hospitalidade.** Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri: Manole, 2002.

WALLACE, J. (1999) The Case for Students as Customers. **Quality Progress** 32(2), 47-51.

WALTER, S. A. **Antecedentes da Satisfação e Lealdade dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior**. 2006. 167 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2006.

WALTER, S. A.; TONTINI, G.; DOMINGUES, M. J. C. S. Identificando Oportunidades de Melhoria em um Curso Superior Através da Análise da Satisfação dos Alunos. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 29, 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2006.

WERDINI, M. M.; REJOWSK, M.; STEFANINI, C. J. Formação Superior em Gastronomia na Cidade de São Paulo: Expectativas e Satisfação de Alunos de uma Instituição Privada. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 29, 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2005.