



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

Economia colaborativa e inovação nas experiências de consumo de alimentos: Um estudo de caso do projeto “O mundo lá de casa”

Mirella Luiza Menezes de Melo¹
Simone de Lira Almeida²
Alexandre César Batista da Silva³
Viviane Santos Salazar⁴

Resumo

Críticas ao modelo de consumo acumulativo fez nascer um novo mercado, nomeado de economia colaborativa. No setor de alimentação fora do lar, novos espaços alimentares estão emergindo na contramão dos tradicionais restaurantes: os anti-restaurantes. Diante desse contexto, este artigo teve como objetivo analisar como as práticas organizacionais de um “anti-restaurante” podem promover inovação nas experiências de consumo de alimentos. Esta pesquisa adotou como estratégia metodológica o estudo de caso, pois o fenômeno é atual e analisado em seu contexto real, por meio de uma abordagem qualitativa. Definido o método, foi realizada revisão bibliográfica que permitiu estabelecer os fundamentos da pesquisa, identificando as teorias e conceitos relevantes para o trabalho. O método de coleta de dados foi a entrevista semiestruturada, aplicada com a responsável pelo projeto “O mundo lá de casa”, via Google Meet. O levantamento de dados secundários foi feito nas redes sociais do projeto. Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo temática. A análise dos dados revelou que em termos de práticas organizacionais, os gestores do projeto adotam um modelo focado no desenvolvimento humano, com um sistema descentralizado de decisões, permitindo que seus colaboradores vivenciem novas experiências profissionais de maneira positiva e saudável em um ambiente com uma comunicação interna mais informal e confiável. Por fim, conclui-se que o modelo de negócio do projeto “O mundo lá de casa” foi considerado inovador pois seus produtos e serviços são apresentados ao mercado de maneira revolucionária, ao ir de encontro às estruturas e valores organizacionais dominantes. Tais inovações são capazes de gerar vantagens competitivas a médio e

¹ Graduanda em Hotelaria. Estudante de Graduação pela Universidade Federal de Pernambuco-UFPE. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4836067253290331>. E-mail: mirellaluizamenezesmelo@gmail.com

² Doutora em Administração. Professora do Departamento de Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco. <http://lattes.cnpq.br/4724966662551377>. E-mail: simone.almeida@ufpe.br

³ Doutor em Ciências Contábeis pelo Programa de Ciências Contábeis da UFPE. Professor do Departamento de Hotelaria e Turismo da UFPE. <http://lattes.cnpq.br/8320643857508960>. E-mail: alexandre.cesar@ufpe.br

⁴ Doutora em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Professora do Departamento de Hotelaria e Turismo da UFPE e do Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo (PPHTUR). Pesquisadora do Centro de Estudos em Hospitalidade Turismo e Gastronomia (CHT/UFPE). Link para Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0331772105868515> viviane.ssalazar@ufpe.br



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

longo prazo, se tornando essencial para que o projeto se consolide dentro de um mercado que é considerado instável. A inovação presente no projeto também tem a capacidade de agregar valor ao produto fornecido por meio da afetividade e energia empreendidos, fatores amplamente elogiados pelos frequentadores. Esta pesquisa busca trazer contribuições teóricas e práticas, pois evidencia a utilização de preceitos da economia colaborativa em um empreendimento que transcende a formalidade presente nos tradicionais restaurantes, servindo como parâmetro para que outros empreendimentos possam analisar e ver a viabilidade de implantar um modelo diferenciado de gestão, atrelado a ações inovadoras.

Palavras-chave: anti-restaurante; economia colaborativa; experiência; práticas organizacionais; inovação.