

Avanços e Desafios da Nutrição no Brasil

Alexandre Rodrigues Lobo
(Organizador)



Atena
Editora

Ano 2018

Alexandre Rodrigues Lobo
(Organizador)

Avanços e Desafios da Nutrição no Brasil

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Natália Sandrini

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A946 Avanças e desafios da nutrição no Brasil [recurso eletrônico] /
Organizador Alexandre Rodrigues Lobo. – Ponta Grossa (PR):
Atena Editora, 2018. – (Avanças e Desafios da Nutrição no
Brasil; v. 1)

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-85-85107-93-2
DOI 10.22533/at.ed.932180212

1. Nutrição – Brasil. I. Lobo, Alexandre Rodrigues.

CDD 613.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A nutrição é uma ciência relativamente nova, mas a magnitude de sua importância se traduz na amplitude de áreas com as quais dialoga. No âmbito das ciências básicas, desde longínquos tempos, atribui-se o reflexo de sintomas provocados por deficiências nutricionais à diminuição no consumo de determinados alimentos. A integração da nutrição com outras disciplinas do campo das ciências da saúde proporcionou o entendimento dos processos fisiopatológicos e a identificação de marcadores bioquímicos envolvidos no diagnóstico das diferentes doenças carenciais. Mais recentemente, os avanços tecnológicos permitiram a elucidação dos complexos mecanismos moleculares ligados às diversas doenças crônicas, condição que elevou a nutrição a um novo patamar. Esses avanços também contribuíram para a identificação cada vez mais refinada de componentes dos alimentos com potencial bioativo e impactou diretamente o desenvolvimento de produtos alimentares.

Aliado ao conhecimento dos efeitos biológicos individuais dos diversos componentes dos alimentos, cabe salientar a importância de uma visão integral do alimento, tanto do ponto de vista químico, se considerarmos, por exemplo, a influência do processamento sobre a bioacessibilidade desses componentes nas diferentes matrizes, mas também sob o aspecto humanístico do alimento, em toda a sua complexidade, considerando diferentes níveis, como o cultural, social, ideológico, religioso, etc. Merecem destaque, também, os avanços políticos traduzidos pela institucionalização das leis de segurança alimentar e nutricional e a consolidação do direito humano à alimentação adequada, que trouxeram perspectivas sociais e econômicas para o campo da saúde coletiva no país.

A presente obra *Avanços e Desafios da Nutrição no Brasil* publicada no formato e-book, traduz, em certa medida, este olhar multidisciplinar e intersetorial da nutrição. Foram 34 artigos submetidos de diferentes áreas de atuação, provenientes de instituições representativas das várias regiões do país: alimentação coletiva, ensino em nutrição, nutrição e atividade física, nutrição clínica, saúde coletiva, tecnologia, análise e composição de alimentos e produtos alimentares. Assim, o livro se constitui em uma interessante ferramenta para que o leitor, seja ele um profissional, estudante ou apenas um interessado pelo campo das ciências da nutrição, tenha acesso a um panorama do que tem sido construído na área em nosso país.

Alexandre Rodrigues Lobo

SUMÁRIO

ALIMENTAÇÃO COLETIVA

CAPÍTULO 1 1

APP RÓTULO SAUDÁVEL: PROMOVEDO ESCOLHAS ALIMENTARES ADEQUADAS

Sonia Maria Fernandes da Costa Souza

Dayse Kelly Moreira de Araújo

Gabriel Alves Vasiljevic Mendes

DOI 10.22533/at.ed.9321802121

CAPÍTULO 2 11

ATITUDES DE COMENSAIS QUE CONFIGURAM RISCO DE CONTAMINAÇÃO AOS ALIMENTOS EM UMA UNIDADE DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO.

Tatiana Evangelista da Silva Rocha

Afra Rodrigues Costa

Ludmilla Moreira

Sandra Maria Rosa de Aguiar

DOI 10.22533/at.ed.9321802122

CAPÍTULO 3 15

AValiação DA CADEIA FRIA DE LATICÍNIOS EM UM SUPERMERCADO DE FORTALEZA-CEARÁ.

Verlaine Suênia Silva de Sousa

Rafaella Maria Monteiro Sampaio

Fernando César Rodrigues Brito

Ana Luíza de Rezende Ferreira Mendes

Anne Rhadassa de Sousa Viana

Marta da Rocha Moreira

DOI 10.22533/at.ed.9321802123

CAPÍTULO 4 24

AValiação DA TEMPERATURA DE REFEIÇÕES TRANSPORTADAS PARA PACIENTES EM UM HOSPITAL PÚBLICO NA CIDADE DE FORTALEZA-CE

Verlaine Suênia Silva de Sousa

Isabella Costa Pereira

Iramaia Bruno Silva

Fernando César Rodrigues Brito

Ana Luíza de Rezende Ferreira Mendes

Geam Carles Mendes dos Santos

Marta da Rocha Moreira

DOI 10.22533/at.ed.9321802124

CAPÍTULO 5 31

AValiação DAS CONDIÇÕES HIGIÊNICO SANITÁRIAS EM UMA PADARIA NA CIDADE DE VIÇOSA-MG

Bianca Franzoni da Silva

Guadalupe Arroyo Mariano

Cristiane Sampaio Fonseca

DOI 10.22533/at.ed.9321802125

CAPÍTULO 6 37

AValiação QUALITATIVA DE OPÇÕES DE CARDÁPIO DE ESCOLAS ESTADUAIS DE MATO

GROSSO

Gabriella de Musis Macedo Martins

Bárbara Grassi Prado

DOI 10.22533/at.ed.9321802126

CAPÍTULO 7 48

IMPACTO DO TREINAMENTO DE MANIPULADORES DE ALIMENTOS SOBRE AS CONDIÇÕES AMBIENTAIS, PESSOAIS E MICROBIOLÓGICAS EM UM SETOR DE SALGADOS DE UM BUFFET DE BELO HORIZONTE

Mariana Moreira de Jesus

Stefani Rocha Medeiro

Stephanie Fernanda Martins da Silva

Gisele Campos da Silva

Elen Raiane Andrade Gomes

Carolina Gonçalves Hubner

Sabrina Alves Ramos

DOI 10.22533/at.ed.9321802127

CAPÍTULO 8 59

LETRAMENTO FUNCIONAL EM SAÚDE DE MANIPULADORES DE ALIMENTOS DE UNIDADE DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO DE HOTEL

Anna Carolina Sampaio Leonardo

Marília Cavalcante Araújo

Clarice Maria Araújo Chagas Vergara

Quezia Damaris Jones Severino Vasconcelos

George Lacerda de Souza

Wilma Stella Giffoni Vieira Baroni

DOI 10.22533/at.ed.9321802128

CAPÍTULO 9 67

SEGURANÇA NO TRABALHO: ACIDENTES E USO DE EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL EM RESTAURANTES COMERCIAIS

Marta da Rocha Moreira

Gildycélia Inácio de Souza

Rafaella Maria Monteiro Sampaio

Ana Luíza de Rezende Ferreira Mendes

Verlaine Suênia Silva de Sousa

Fernando César Rodrigues Brito

DOI 10.22533/at.ed.9321802129

ENSINO EM NUTRIÇÃO

CAPÍTULO 10 81

CIÊNCIA E EMPREENDEDORISMO: INOVAÇÃO NO ENSINO DE NUTRIÇÃO PELO ESTÍMULO A PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS

William César Bento Régis

Michelle Rosa Andrade Alves

DOI 10.22533/at.ed.93218021210

CAPÍTULO 11 85

EMPREENDEDORISMO E MARKETING EM NUTRIÇÃO: COMO PROPOR E DESENVOLVER UMA IDEIA DE VALOR AO CLIENTE? EXPERIÊNCIAS DOCENTES E AÇÕES DISCENTES

Dinara Leslye Macedo e Silva Calazans

Jessicley Ferreira de Freitas

Grazielle Louise Ribeiro de Oliveira

DOI 10.22533/at.ed.93218021211

CAPÍTULO 12 101

ESTRATÉGIAS PEDAGÓGICAS PARA O DESENVOLVIMENTO DAS COMPETÊNCIAS
PROFISSIONAIS DO NUTRICIONISTA

Carla Rosane Paz Arruda Teo

Fátima Ferretti

Janaina Strapazon

DOI 10.22533/at.ed.93218021212

CAPÍTULO 13 117

MEMÓRIAS AFETIVAS REFERENTES À ALIMENTAÇÃO: VALORIZANDO A SOBERANIA
ALIMENTAR E AS DISCIPLINAS SOCIAIS NO CURSO DE NUTRIÇÃO

Ana Carmem de Oliveira Lima

Rayanne Silva Vieira Lima

Benigna Soares Lessa Neta

DOI 10.22533/at.ed.93218021213

NUTRIÇÃO E ATIVIDADE FÍSICA

CAPÍTULO 14 122

COMPARAÇÃO DAS PERCEPÇÕES DO TREINAMENTO ENTRE TREINADORES E ATLETAS
JUVENIS FEMININAS DE VÔLEI DE PRAIA

Helenton Cristhian Barrena

Monique Cristine de Oliveira

Nayara Malheiros Caruzzo

DOI 10.22533/at.ed.93218021214

CAPÍTULO 15 133

EFEITO DA SUPLEMENTAÇÃO AGUDA COM PRÉ-TREINO EM ATLETAS DE FUTEBOL DE SALÃO

Lucas Nascimento

Vinicius Muller Reis Weber

Júlio Cesar Lacerda Martins

Flavia Angela Servat Martins

Marcelo Eduardo Almeida Martins

Luiz Augusto da Silva

DOI 10.22533/at.ed.93218021215

CAPÍTULO 16 139

PREVALÊNCIA E PROVÁVEL ASSOCIAÇÃO ENTRE DISFONIA E NÍVEL DE ATIVIDADE FÍSICA EM
PROFESSORES DA REDE ESTADUAL DE ENSINO

Daiane Soares de Almeida Ciquinato

Caroline Luiz Meneses-Barriviera

Luciana Lozza de Moraes Marchiori

DOI 10.22533/at.ed.93218021216

NUTRIÇÃO CLÍNICA

CAPÍTULO 17 149

A EXPERIÊNCIA EM VIVENCIAR A ABORDAGEM INTERDISCIPLINAR PARA PACIENTES
PORTADORES DE DIABETES MELLITUS ACOMPANHADOS NA ATENÇÃO BÁSICA

Ana Carolina Lopes Ferreira

Luiz Henrique Mota Orives Graciela
Cardoso Gil Pauli
DOI 10.22533/at.ed.93218021217

CAPÍTULO 18 159

ASSOCIAÇÃO ENTRE FATORES DE RISCO E RELAÇÃO CINTURA E ESTATURA EM PACIENTES COM SÍNDROME METABÓLICA

Macksuelle Regina Angst Guedes
Camilla Caroline Machado
Thais Jéssica Reis Förster
Fabiola Lacerda Pires Soares
Flávia Andréia Marin

DOI 10.22533/at.ed.93218021218

CAPÍTULO 19 170

ATITUDES ALIMENTARES DE HOMENS E MULHERES COM TRANSTORNOS ALIMENTARES

Carolina Haddad Cunha
Alessandra Úbida Braga Fernandes
Lívia Dayane Sousa Azevedo
Rosane Pilot Pessa
Marina Garcia Manochio-Pina

DOI 10.22533/at.ed.93218021219

CAPÍTULO 20 181

AVALIAÇÃO DA ADEQUAÇÃO DA OFERTA ENERGÉTICO PROTEICA EM PACIENTES INTERNADOS E SUBMETIDOS AO SUPORTE NUTRICIONAL ENTERAL EXCLUSIVO

Maria Fernanda Larcher de Almeida
Angélica Nakamura
Jane de Carlos Santana Capelli

DOI 10.22533/at.ed.93218021220

CAPÍTULO 21 193

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO NUTRICIONAL DA CLÍNICA-ESCOLA DE NUTRIÇÃO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA

Ana Carolina de Oliveira
Erika Blamires Santos Porto
Lorrany Santos Rodrigues

DOI 10.22533/at.ed.93218021221

CAPÍTULO 22 212

AVALIAÇÃO DO CONSUMO ALIMENTAR, HÁBITOS DE VIDA E PERFIL ANTROPOMÉTRICO DE PACIENTES ONCOLÓGICOS DO SUDOESTE DO PARANÁ

Mirian Cozer
Lirane Elize Defante Ferreto de Almeida

DOI 10.22533/at.ed.93218021222

CAPÍTULO 23 229

AVALIAÇÃO DO ESTADO NUTRICIONAL E DA PREVALÊNCIA DE DESNUTRIÇÃO EM PACIENTES CRÍTICOS INTERNADOS EM UMA UNIDADE DE TERAPIA INTENSIVA

Mirian Cozer
Marciele Estela Fachinello
Mirian Carla Bortolamedi Silva
Paulo Cezar Nunes Fortes

DOI 10.22533/at.ed.93218021223

CAPÍTULO 24 239

CORRELAÇÃO ENTRE ESTADO NUTRICIONAL E DISTÚRBIOS PSÍQUICOS MENORES EM PESSOAS VIVENDO COM HIV

Adriana de Sousa Duarte
Luciana Fidalgo Ramos Nogueira
Ananda Laís Felix Garrido
Pollyanna Pellegrino
Elaine Cristina Marqueze

DOI 10.22533/at.ed.93218021224

CAPÍTULO 25 252

EFEITO DO CONSUMO DA FARINHA DE TAMARINDO SOBRE PERFIL LIPÍDICO DE HOMENS COM DIABETES DO TIPO 2 E SÍNDROME METABÓLICA

Diego Bastos do Nascimento Martins
Clarice Maria Araújo Chagas Vergara
Maria Rosimar Teixeira Matos
Helena Alves de Carvalho Sampaio
Tatiana Uchôa Passos
Antônio Augusto Ferreira Carioca
Nedio Jair Wurlitzer
Larissa Cavalcanti Vieira

DOI 10.22533/at.ed.93218021225

CAPÍTULO 26 260

ESTADO NUTRICIONAL E ADEQUAÇÃO DA INGESTÃO PROTEICA, DE PACIENTES COM NEOPLASIA EM TRATAMENTO QUIMIOTERÁPICO NO MUNICÍPIO DE MACAÉ-RJ.

Ana Clara Caldas Cordeiro da Silva
Roberta Melquiades Silva de Andrade
Celia Cristina Diogo Ferreira

DOI 10.22533/at.ed.93218021226

CAPÍTULO 27 277

FATORES SÓCIO-DEMOGRÁFICOS E DE APTIDÃO FÍSICA RELACIONADOS A SARCOPENIA DE ADULTOS TRIADOS CLINICAMENTE PARA PROGRAMA DE MUDANÇA DE ESTILO DE VIDA.

Salete T. Coelho
Rodrigo Minoru Manda
Mariana Santoro
Roberto C. Burini

DOI 10.22533/at.ed.93218021227

CAPÍTULO 28 281

MÉTODOS PARA O DIAGNÓSTICO DA LIPODISTROFIA EM PESSOAS VIVENDO COM HIV/AIDS.

André Pereira dos Santos
Thiago Cândido Alves
Pedro Pugliesi Abdalla
Vitor Antônio Assis Alves Siqueira
Anderson Marliere Navarro
Dalmo Roberto Lopes Machado

DOI 10.22533/at.ed.93218021228

CAPÍTULO 29 296

PERFIL NUTRICIONAL E GRAVIDADE DA MIGRÂNEA EM PACIENTES ATENDIDOS EM UM AMBULATÓRIO DA DOR

Márcia Magalhães

Bruna Silva Araújo
Eliéde Cardeal Braga
Priscila Oliveira Abreu
Rafael Arcanjo Tavares Filho
Taylane dos Santos Uzeda

DOI 10.22533/at.ed.93218021229

CAPÍTULO 30 312

PROTOCOLO DE ASSISTÊNCIA AMBULATORIAL ESPECIALIZADA AO INDIVÍDUO OBESO

Fernanda Bezerra Queiroz Farias
Cássia Regina de Aguiar Nery Luz

DOI 10.22533/at.ed.93218021230

CAPÍTULO 31 321

RELAÇÃO DO ESTADO NUTRICIONAL E FORÇA DE PREENSÃO MANUAL DE PACIENTES SUBMETIDOS À HEMODIÁLISE.

Andreia de Jesus Ferreira Barros
Ana Karina Teixeira da Cunha França
Nayrana Soares do Carmo Reis
Raimunda Sheyla Carneiro Dias
Gilvan Campos Sampaio
Elane Viana Hortegal

DOI 10.22533/at.ed.93218021231

CAPÍTULO 32 335

RESULTADO E COMPARAÇÃO DE DIFERENTES FERRAMENTAS DE AVALIAÇÃO NUTRICIONAL EM PACIENTES HOSPITALIZADOS NA CIDADE DE FORTALEZA-CE.

Verlaine Suênia Silva de Sousa
Jadas Reis Filho
Ana Luíza de Rezende Ferreira Mendes
Carone Alves Lima
Fernando César Rodrigues Brito
Marta da Rocha Moreira

DOI 10.22533/at.ed.93218021232

CAPÍTULO 33 344

TRATAMENTO PARA TRANSTORNOS ALIMENTARES: CAUSAS E DESAFIOS DO ABANDONO

Ana Paula Leme de Souza
Lívia Dayane Sousa Azevedo
Rosane Pilot Pessa

DOI 10.22533/at.ed.93218021233

CAPÍTULO 34 359

ZINCO DIETÉTICO NÃO É ASSOCIADO A ACHADOS MAMOGRAFÍCOS EM MULHERES ATENDIDAS NA ATENÇÃO BÁSICA

Leandro Teixeira Cacao
Ana Luiza de Rezende Ferreira Mendes
Helena Alves de Carvalho Sampaio
Daianne Cristina Rocha
Antônio Augusto Ferreira Carioca
Luiz Gonzaga Porto Pinheiro
Ilana Nogueira Bezerra

DOI 10.22533/at.ed.93218021234

SOBRE O ORGANIZADOR..... 366

EMPREENDEDORISMO E MARKETING EM NUTRIÇÃO: COMO PROPOR E DESENVOLVER UMA IDEIA DE VALOR AO CLIENTE? EXPERIÊNCIAS DOCENTES E AÇÕES DISCENTES

Dinara Leslye Macedo e Silva Calazans

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Jessicley Ferreira de Freitas

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Grazielle Louise Ribeiro de Oliveira

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

RESUMO: Ainda são incipientes pesquisas sobre empreendedorismo e marketing em Nutrição. Paradoxalmente, cresce sua importância em nível mundial se alinhando a busca de novos negócios em Nutrição. O desafio que se impõe ao docente em nível de graduação é grande, pois além da inserção teórica que baliza os temas, esses novos componentes curriculares exigem dinamismo e interatividade. Diante disso, buscou-se metodologias que pudessem dinamizar esse processo. Para tanto, introduziu-se a metodologia Canvas, no ensino de graduação em Nutrição na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. As disciplinas tinham em seu escopo de avaliação o desenvolvimento de uma empresa por parte dos discentes. Este trabalho verificou de forma comparativa o desempenho dos alunos em dois momentos distintos: Após a elaboração e aplicação de um plano de negócios e após a introdução do método Canvas. Os projetos foram avaliados por professores do curso de nutrição e por convidados externos, a

partir da seguinte questão geradora de critérios: você investiria no negócio apresentado? Foram verificados nove elementos no projeto elaborado pelos discentes. Verificou-se que na utilização do método tradicional, o desempenho dos alunos apresentou resultados inferiores em relação aos resultados obtidos com o uso do método Canvas, uma vez que a partir deste, o aluno passou a projetar ideias, com foco na agregação de valor ao cliente e lacunas de mercado, abrindo um leque de possibilidades para cada uma delas. Concluiu-se que quando devidamente estimulados com metodologias adequadas os discentes desenvolvem melhor as competências e agregar resultados positivos. **PALAVRAS-CHAVE:** docência; ensino de empreendedorismo; metodologias ativas

ABSTRACT: There is little research on entrepreneurship and marketing in Nutrition. However, its importance grows in the world for the search for new businesses in Nutrition. The challenge for the professor is great, because beyond the theory of entrepreneurship, must have dynamism and interactivity. therefore, it was sought methodologies that to leave the dynamic process. We introduced the Canvas methodology in undergraduate nutrition education at the Federal University of Rio Grande do Norte. The evaluation of the entrepreneurship discipline was the development of a company

by the students. This research compared the students' performance in two distinct moments: After the business plan and after the introduction of the Canvas method. The projects were evaluated by nutrition course teachers and external guests, based on the following criteria-generating question: Would you invest in the business presented? Nine elements were verified in the project developed by the students. We verified that in the use of the traditional method, the students' performance presented smaller results in relation to the results with the use of the Canvas method, since the student began to project ideas, focusing on the aggregation of value to the client and identified market gaps, opening a range of possibilities. We conclude that when using active methodologies to stimulate learners, they develop skills better and have positive results. **KEY WORDS:** university education; entrepreneurship education; active methodologies

1 | INTRODUÇÃO

A sociedade moderna vivencia transformações em diversas esferas respaldando-se em um mercado competitivo, que exige constante aprimoramento do conhecimento a fim de corresponder às mudanças ocorridas (DZIEKANIAK e ROVER, 2011). Quanto à Nutrição é notável a predominância, no cenário brasileiro, de núcleos de saberes marcados pelo modelo biomédico (CAMPOS et al, 2014), com lacunas no processo de formação destes profissionais quanto ao incremento de conhecimentos ligados à administração, gerenciamento e empreendedorismo (SOARES e AGUIAR, 2010).

Porém, o panorama contemporâneo exige profissionais com competências para além das estabelecidas como “tradicionais” do setor saúde, dentre estas, aquelas relacionadas ao empreendedorismo. Contudo, ainda são incipientes as iniciativas de pesquisa voltadas para temáticas de empreendedorismo e marketing em Alimentação e Nutrição, assim como sua incorporação em debates científicos que suscitam o desenvolvimento no processo de ensino.

Salienta-se que a educação empreendedora (EE) é fundamental para o desenvolvimento sustentável da sociedade contemporânea, especialmente quanto ao subsídio para o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos dos indivíduos, compreendida como uma atitude geral e transversal dos cidadãos, possibilitando a criação de novos negócios (SILVA E PENA, 2017; MOREIRA et al, 2016). Destarte, a EE é hegemônica no apoio de indivíduos, especialmente jovens, em intentar atitudes empreendedoras. Portanto, o empreendedorismo postula-se como uma possibilidade profissional para os egressos dos cursos de graduação (CANEVER et al .2013).

Dados da pesquisa do Monitoramento Global de Empreendedorismo (GEM) demonstraram que 20,1% de empreendedores iniciais encontravam-se na faixa etária entre 18 a 24 anos, e 14,4% possuíam curso superior completo e especializações ou mestrado incompleto (GEM, 2017), ressaltando a importância do papel desempenhado pela universidade na sociedade (SILVA; HENZ e MARTINS, 2017).

Neste aspecto, as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de nutrição

trazem em seu eixo a concepção de um nutricionista apto a ser empreendedor e capaz de atuar em marketing de alimentação e nutrição (BRASIL, 2001). De forma paradoxal, a área da saúde tem ínfima oferta de disciplinas de empreendedorismo em suas estruturas curriculares, girando em torno de 30%, apenas. Além disso, quase metade das universidades situadas na região Nordeste do país, não possuem nenhuma disciplina relacionada ao tema (ENDEAVOR, 2016).

Sublinha-se a capacidade de transformar ideias e oportunidades em ação (competência empreendedora) como aspecto transversal e relevante durante o processo de aprendizagem, contribuindo para o comportamento empreendedor (LOPES, 2010). Nisso impõe-se o desafio aos docentes de graduação, pois além da inserção teórica que baliza os temas, esses componentes exigem dinamismo e interatividade, com caráter pragmático, estando ao final da linha o cliente, com exigências complexas e únicas, enquanto que se torna proeminente a aquisição de atitudes e competências empreendedoras por parte dos discentes como importante fator diferenciador para o atual mercado de trabalho (COSTA e GALINA, 2016). Distingue-se, assim, a força propulsora do ensino do empreendedorismo no meio acadêmico, ao valer-se de práticas pedagógicas adequadas.

Diante de tal panorama, o presente trabalho buscou, a partir de experiências docentes e ações discentes, verificar comparativamente o desempenho de discentes do curso de bacharelado em Nutrição da Faculdade de Ciências da Saúde do Trairi (FACISA) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), durante o processo de simulação de criação de um negócio do segmento de Alimentos & Bebidas, realizados a partir de diferentes metodologias na educação empreendedora (EE).

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

A temática sobre o empreendedorismo remonta os séculos XIII e XIX, desde então, este fenômeno e suas relações tem sido alvo de intensos debates. Profissionais e pesquisadores buscam entender o fenômeno do empreendedorismo e suas conexões em diversos contextos como economia e sociedade, organizações e ambiente organizacional, setor público e privado, dentre outros (IZUKA e MORAES, 2015).

A expressão empreendedorismo é originária da língua inglesa “*entrepreneurship*” que significa fazer algo ou empreender. Sublinha-se que as intensas influências advindas da psicologia e sociologia podem ter contribuído para a polissemia do termo (OLIVEIRA, 2012). Para Dolabela (1999), “empreendedorismo envolve qualquer forma de inovação que tenha uma relação com a prosperidade da empresa”. Hisrich et al (2009, p.30) conceitua o empreendedorismo como:

“o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal”.

Ressalta-se que o empreendedorismo é invariavelmente reconhecido como um elemento essencial para o crescimento econômico, geração de empregos e da inovação (GOMEZ-ARAÚJO; BAYON, 2017). Etzkowitz (2013) enfatiza os benefícios do empreendedorismo ao transformar ideias em ações, como o desenvolvimento social, enfrentamento de desigualdades e produção de riquezas. Assenta-se sobre duas principais teorias: a teoria econômica que busca a compreensão do papel do empreendedor e o impacto da sua atuação na economia, tendo como principais autores Cantillon, Say e Schumpeter, e a teoria comportamentalista, com o expoente McClelland, que objetiva ampliar o conhecimento sobre motivação e o comportamento humano (BAGGIO e BAGGIO, 2014).

Enfatiza-se também a imagem do empreendedor, conceituado por Drucker (1992) como “o indivíduo capaz de vislumbrar oportunidades em situações que outros não percebem”. Já para Dornelas (2008), além de detectar oportunidades, os empreendedores são determinados, dinâmicos e otimistas; capazes de exercer liderança e formar equipes; apresentam bom networking, são organizados e capazes de assumir riscos calculados.

Neste sentido, a figura do empreendedor se destaca como importante agente para o crescimento econômico, inovação e produtividade de uma nação. No Brasil, a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) em 2016, representada por empreendedores nascentes e novos, chegou a 19,6% (GEM, 2017). Destaca-se, ainda, que a taxa de empreendedores por oportunidades – composta por empreendedores capazes de identificarem uma chance de negócio ou um nicho de mercado, empreendendo mesmo havendo alternativas de emprego e renda – chegou a 57,4% nos pais (GEM, 2017).

Diante do exposto, depreende-se que uma sociedade caracterizada por profundas transformações, em que novas demandas surgem em todos os campos de atuação do mundo do trabalho, o indivíduo empreendedor destaca-se por romper com os moldes tradicionais, criando novos modelos, processos e demais inovações.

A convicção de que a capacidade empreendedora é inata ao ser humano foi paulatinamente substituída pela ideia de que é possível ensinar o processo empreendedor a qualquer pessoa. Neste sentido, é possível inferir que o ensino superior tem incorporado a promoção do empreendedorismo como uma nova função (ALMEIDA e CHAVES, 2015).

Evidencia-se que a Educação Empreendedora (EE) persegue, sobretudo o desenvolvimento da criatividade, geração de inovações e o senso de responsabilidade. Portanto, a EE é tida imprescindível nas instituições de ensino superior (IES) (LIMA et al, 2014). Tal aspecto, converge com as características intrínsecas ao mundo do trabalho, em que se exigem competências e habilidades específicas para o desempenho requerido pelas organizações e, portanto, sublinha-se a importância da educação empreendedora nos currículos de cursos variados (OLIVEIRA; MELO e MUYLDER, 2016).

Contudo, os valores do ensino no Brasil não sinalizam para o empreendedorismo,

estando voltados para a formação tradicional de profissionais aptos a buscar emprego no mercado de trabalho (público ou privado), deixando o emprego como central na formação da sociedade (DOLABELA, 1999), negligenciando o empreendedorismo como alternativa de carreira, geralmente associando essa iniciativa a atividades de alto risco. (LUMERTZ e VENZKE, 2017). Ademais, os ensinamentos de gestão no país enfatizam a grande empresa em detrimento às peculiaridades dos pequenos negócios, o que demonstra a incipiência da relação universidade-empresa, indispensáveis na formação de empreendedores (DOLABELA, 1999, p.35). Ressalta-se, portanto, a importância devida das universidades e de seu corpo docente na utilização de variadas estratégias de ensino com o intuito de possibilitar o desenvolvimento das competências e capacidades dos discentes no sentido de desenvolver atitudes empreendedoras e promover uma efetiva formação empreendedora (OLIVEIRA; MELO e MUYLDER, 2016).

As diversas mudanças econômicas e sociais da contemporaneidade ocasionaram constantes alterações em diversos segmentos da sociedade, com o surgimento de novos formatos de negócios (LIMA et al, 2014). No caso do segmento de serviços, tais formatos relacionam-se diretamente com as transformações urbanas, por estarem associadas a questões específicas de localização, diversidade e ampliação da oferta para atender uma demanda crescente e diversificada (PIGATTO e NISHIMURA, 2012).

Neste cenário, o segmento de alimentação situa-se no ponto intermediário entre o setor de serviços e o setor de bens de consumo. Nesse segmento predominam empresas de pequeno e médio porte, que atuam em atividades destinadas ao consumidor final. A dimensão e sua importância na economia nacional podem ser medidas a partir dos números gerados no ano 2017:

(...) forneceu 12 milhões de refeições/dia, movimentou 19 bilhões de reais, ofereceu 210 mil empregos diretos, consumiu diariamente um volume de 7 mil toneladas de alimentos e representou para os governos uma receita de 2,5 bilhões de reais entre impostos e contribuições (ABERC, 2017)

Ressalta-se que em 2016 os empreendedores de empresas nascentes que criaram seu negócio por necessidade se empenharam em “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (29,3%), “Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada” (9,3%) e “Serviços ambulantes de alimentação” (6,9%) (GEM, 2017).

Quanto às áreas de atuação do nutricionista, observa-se que a área da alimentação coletiva concentra a maior parte das iniciativas empreendedoras (74%), somando-se as subáreas de consultoria em UAN, indústrias e empresa e de gastronomia (VASCONCELOS e CALADO, 2011). Para Jacinto e Ribeiro (2015) o destaque do setor de alimentação deve-se ao “baixo investimento inicial necessário, da alta capilaridade deste tipo de negócio e ainda da flexibilidade de horários que o mesmo pode permitir”.

Contudo, apesar de se mostrar um setor preferencial dos empreendedores, existem dificuldades associadas a este tipo de negócio, especialmente no primeiro

ano de funcionamento, e também relacionado a um cenário não lucrativo vivenciado pelo setor em 2016. A pesquisa GEM (2016) apontou que os novos empreendedores ligados ao setor de alimentação, apresentaram-se imbuídos do desejo de apresentar ao mercado algo capaz de criar valor ao cliente, permitindo-o se diferenciar em relação ao mercado. Kotler (2011) destaca que o marketing empreendedor é original da criatividade impulsionadora, aliada à força de reverter situação, sendo este capaz, de mesmo sem recursos financeiros e humanos adequados, usar ferramentas do marketing como: propaganda, pesquisa de mercado e análise do comportamento do cliente para promover seus produtos e/ou serviços e, conseqüentemente, a empresa.

As estratégias de marketing “são meios e métodos que a empresa deverá utilizar para atingir seus objetivos” (Dornelas, 2008, p. 138), que se referem ao composto de Marketing: praça, produto, preço e propaganda. Dentre esses compostos, o marketing voltado à Nutrição engloba: a diferenciação física do produto, a abordagem nutricional na divulgação, e a diferenciação do produto por meio do fornecimento de serviços complementares ao consumidor. Salienta-se que o nutricionista também pode auxiliar no desenvolvimento, implantação e avaliação de resultados das pesquisas de marketing, no lançamento ou análise de produto existente no mercado (FISBERG, DAN e CARSAVA, 2004).

3 | METODOLOGIA

O presente trabalho verificou de forma comparativa o desempenho dos alunos em dois momentos, antes e após a introdução de novo método de ensino na disciplina de “introdução ao empreendedorismo”. Trata-se de em uma pesquisa-ação (THIOLIENT,1994), descrita e vivenciada por docentes (observadores-participantes) no ensino da disciplina denominada *Introdução ao Empreendedorismo* ofertada no curso de Nutrição da Faculdade de Ciências de Saúde do Trairi (FACISA), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Thiollent (1994) aponta o papel do pesquisador universitário como um agente que observa o contexto teórico mais amplo, possibilitando a ampliação da consciência dos envolvidos, e participando da transformação das ações dos sujeitos e das práticas institucionais, ajudando a planejá-las.

Realizou-se no período compreendido entre os semestres de 2016.1 e 2017.2, período no qual a disciplina é oferecida às turmas do curso de nutrição, pela instituição, e contou com a participação de duas turmas distintas, com uma média de 30 alunos. Para efeito de pesquisa, as mesmas foram denominadas turmas A e B, ministradas por dois docentes sob a coordenação de um outro da instituição.

Foi selecionada para o estudo, a atividade de culminância da disciplina de *Introdução ao Empreendedorismo*, qual seja, a simulação da abertura de uma empresa, onde buscou-se comparar e analisar o desempenho dos alunos à luz de distintos

métodos utilizados na educação empreendedora, utilizando a pesquisa documental com consulta ao sistema de gerenciamento acadêmico, a partir do plano de ensino e diário de classe utilizado, apoiado nas reflexões dos professores nas reuniões de ensino e planejamento e avaliação das atividades da disciplina.

A referida disciplina faz parte do rol de disciplinas optativas do curso de Nutrição da Faculdade de Ciências de Saúde do Trairi (FACISA), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), que possui entrada anual de 40 alunos. Detentora de uma carga horária teórico-prática de 45 horas (30 horas teóricas e 15 práticas). É ofertada no terceiro semestre do curso e está contida na área de Gestão em Alimentação Coletiva, sendo coordenada e ministrada por docentes com conhecimento especializado na área. A oferta de disciplinas optativas permite ao discente escolher entre as áreas da Nutrição aquela em que buscará se aprofundar, considerando suas vocações, dando à estrutura curricular uma flexibilização necessária.

O plano de ensino da disciplina de empreendedorismo contém uma sequência de conteúdos programáticos que contempla temas relativos aos conceito e evolução histórica do empreendedorismo, perfil e papel do empreendedor, focos da atuação empreendedora, análises de oportunidades e desafios e o processo empreendedor. Quanto a metodologia didático-pedagógica, na primeira turma (A) observou-se práticas educativas norteadas por uma pedagogia tradicional, com predominância de ações de ensino centradas na transmissão de conhecimentos pelo professor ao aluno (exposições dialogadas, seminários, estudos de casos típicos). Na turma B apesar do modelo tradicional ainda ser predominante, houve inserção de metodologias ativas, voltadas para a solução de problemas, utilizando-se experiências reais em diferentes contextos, como os casos de ensino e, inserção do método Canvas para a atividade de simulação de abertura de um novo negócio.

A disciplina é subdividida em três unidades ao longo do semestre e o processo de avaliação de aprendizagem se dá através de prova escrita individual, trabalhos teóricos/práticos (individuais e em grupo). O cume da disciplina (turmas A e B) ocorre na terceira unidade onde o conteúdo e avaliação são direcionados para uma simulação da abertura e desenvolvimento de uma empresa do segmento de Alimentos & Bebidas. Convém salientar que essa disciplina é precedida de outra, também de carga horária semestral, denominada “Comunicação e Marketing”, onde é dado ênfase ao processo de comunicação, propaganda e atuação do marketing na Nutrição. Embora não tenha sido objeto de estudo nesta pesquisa, notificar sua existência se faz importante para a discussão dos itens de agregação de valor e o próprio planejamento de marketing que ocorre dentro do plano empreendedor ou modelo de negócios.

Dentre as metodologias aplicadas nas referidas disciplina, este estudo buscou avaliar a atividade de culminância, a simulação de abertura do negócio, onde tradicionalmente era conduzida pela elaboração do plano de negócios (Turma A), passando posteriormente a utilização do *Canvas* (Turma B).

O plano de negócios (PN) visava introduzir no aluno uma reflexão progressiva

sobre estruturação e planejamento de uma empresa e seu lançamento no mercado, levando-o a pensar nos aspectos: definição do negócio e perfil dos empreendedores envolvidos, análise de mercado (clientes, mix de produtos, concorrentes e fornecedores), plano de marketing (estratégias e compostos), investimentos necessários, análise financeira, despesas operacionais, receitas previstas e demonstrativo dos resultados. Mesmo sendo utilizado um modelo simplificado do PN, sugerido por Dolabela (1999) e embora essa metodologia tenha atendido aos objetivos da disciplina, havia uma reclamação, por parte dos alunos, da sua extensão e compreensão diante da carga-horária prevista nas disciplinas. Deste modo, foi introduzido, em 2017, a aplicação do *Business Model Canvas (BMC)*.

O *Business Model Canvas (BMC)* constitui-se em uma ferramenta de gerenciamento estratégico, proposta inicialmente por Osterwalder e Pigneur (2010) que possibilita o desenvolvimento de modelos de negócio novos ou existentes. O conceito BMC visa auxiliar empresas distintas a descreverem seus modelos de negócios e estrutura-se a partir de quatro principais áreas: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira. O BMC era trabalhado em sala de aula de forma esquemática, conforme proposta dos autores que o criaram, visando facilitar a visão geral do projeto e simplificar seu uso.

Com o intuito de atingir a consecução dos objetivos propostos, o estudo verificou de forma comparativa o desempenho dos discentes nas duas turmas. Os projetos de negócio foram avaliados por professores do curso de nutrição e por convidados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), com experiência em consultoria na área de empreendedorismo, durante a finalização das disciplinas. Estes avaliaram as empresas propostas pelos alunos a partir da seguinte questão geradora de critérios: você investiria no negócio apresentado?

Foram verificados nove elementos no projeto elaborado pelos discentes distribuídos em quatro áreas do negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira, descritas no quadro 1.

ÁREA	DIMENSÕES	DEFINIÇÃO
Clientes	Segmentos de clientes	Descreve os distintos grupos de pessoas ou organizações que uma empresa busca alcançar, servir e criar valor.
	Relacionamento com os clientes	Descreve os tipos de relacionamento que uma organização pode adotar com seus segmentos de clientes específicos.
	Canais	Apresenta como uma empresa se comunica e alcança seus clientes a fim de realizar uma proposta de valor
Oferta	Proposta de valor	Descreve o pacote de produtos e serviços bem como quais valores são entregues aos segmentos de clientes

Infraestrutura	Recurso-chave	Descreve os recursos mais importantes para fazer um modelo de negócio funcionar
	Atividade-chave	Descreve as ações mais importantes que uma empresa deve tomar para fazer funcionar seu modelo de negócio
	Parcerias-chave	Descreve a rede de fornecedores e os parceiros que põem o modelo de negócio em execução
Viabilidade financeira	Fontes de renda	Representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada segmento de cliente
	Estruturas de custos	Descreve todos os custos envolvidos na operação de um modelo de negócio

Quadro 1 - Dimensões utilizadas na avaliação de desempenho dos projetos de negócios apresentados pelos discentes, FACISA/UFRN, 2016-2017

Fonte: Bonazzi, 2015

Além disso, os convidados e professores também fizeram pontuações a respeito da capacidade de negociação dos alunos - saber apresentar uma ideia (seu projeto) com motivação, transmitir e convencer terceiros da importância da sua visão e capacidade de realizá-la.

4 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados desse estudo nos abrem reflexões sobre o impacto desse ensino empreendedor, haja vista que o curso de nutrição da FACISA foi pioneiro em sua inserção em um curso da área da saúde na UFRN ao tempo que buscou discutir algumas das estratégias de ensino utilizadas pelos docentes e as ações discentes decorrentes, tanto durante o ensino, quanto fomentando atividades empreendedoras posteriores.

A disciplina de Introdução ao Empreendedorismo é ofertada no terceiro período do curso de Nutrição, de um total de 9 semestres para integralização regular da graduação, ou seja, se posiciona nos períodos iniciais, onde o aluno ainda não teve contato com áreas específicas da Nutrição. A literatura não é consensual ao definir o melhor espaço temporal para ministrar a disciplina.

O que se percebeu nesse estudo foi que os negócios propostos pelos alunos são carentes de maturidade principalmente sobre a infraestrutura e viabilidade financeira, o que pode ser atribuído também ao não conhecimento adquirido ainda pelas disciplinas de gestão, posteriores a essa. Em relação à oferta, percebeu-se que o pacote de serviços que os alunos buscam oferecer ainda não consegue definir o nicho de mercado real de oportunidade para implementação do negócio, sendo ainda frágil os valores que serão entregues aos clientes junto com o produto e/ou serviço, muito devido ao desconhecimento decorrente da fase inicial do curso das possibilidades de diferenciação e interação mercadológica entre empresa e clientes.

Shane (2012) coloca que a oportunidade consiste em uma probabilidade onde novos bens, serviços, matérias primas e métodos de organização podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior que o seu custo de produção. Entretanto, Mendonça e

Rossi (2017) baseado em Shane (2012) chamam a atenção para o fato de que ainda há pouco conhecimento de como os empreendedores identificam oportunidades, formulam ideias de negócio e as analisam, porém, concordam com Neck e Greene (2011) sobre a influência do processo dentro de sala de aula, realizada pelo educador, na motivação e estímulo para identificação de oportunidade, compreender quais são os recursos necessários e como obtê-los para implementar o negócio.

Não foi verificado neste estudo a transversalidade do tema empreendedorismo tratado na universidade ou no próprio curso, o objeto de análise se concentrou à disciplina de empreendedorismo ofertada no curso de nutrição, não sendo identificado se disciplinas posteriores convergiam seus conteúdos para a temática, aproveitando o conhecimento adquirido pelos alunos na disciplina de empreendedorismo. Contudo, a educação empreendedora deve possuir um caráter transversal onde a visão empreendedora, possa consistir em um direcionamento de possibilidades de acordo com suas habilidades e competências profissionais.

Outra questão relacionada que se levantou no estudo foi o fato de a disciplina ter sua oferta no rol de optativas, deixando ao aluno a livre escolha de cursá-la. Atualmente, a média de alunos matriculados é de 30, o que é um quantitativo excelente, pensando-se que o curso tem entrada anual de 40 alunos. Porém, a taxa de desistência da disciplina nos anos iniciais de oferta era considerável. Tal fato inquietou os docentes levando-os à procura por metodologias que pudessem envolver os alunos e despertar seu interesse em cursá-la.

Dentre as atividades propostas pela disciplina, como já mencionado nos materiais e métodos descritos para este estudo, detivemo-nos à análise da atividade de culminância, a simulação de abertura do negócio, verificando as estratégias adotadas por dois métodos de ensino, com ênfase nas experiências docentes e ações discentes. A disciplina foi incluída no currículo em 2009, com a primeira turma em 2010, onde o desenvolvimento do Plano de negócios perfazia toda a carga horária prática do componente curricular.

O plano de negócios, de forma geral, trata de um arquivo textual que contém a descrição detalhada e extensa de todas as áreas que envolvem a ideia do negócio e, de grosso modo, se destina a avaliar a capacidade do empreendedor em dar viabilidade ao negócio, muito voltado à ênfase financeira. Ferreira, Loiola e Godim (2017) identificaram que o plano de negócios para a criação de negócios faz parte da maioria dos cursos e programas de empreendedorismo no Brasil, no entanto, embora reconheça que algumas habilidades possam ser desenvolvidas nos alunos, Bae et al (2014) ressalta que este modelo de ensino deixa dúvidas quanto a efetividade no sentido de se deveria se focar mais na criação dos negócios ou no planejamento do negócio.

A elaboração do plano é demorada e requer conhecimento de muitas áreas técnicas da gestão, exaurindo a criatividade do aluno depositada no negócio em detrimento do detalhamento dos itens que necessita apresentar. Além disso, como

essa elaboração exige um trabalho de pesquisa e conhecimento de muitas variáveis, às vezes, o aluno acaba elaborando um dado tão fictício para sua ideia de negócio que fica longe do real.

Por outro lado, o cume da atividade prática decorrente apresentou vantagens. Lima et al (2014) aponta a necessidade de os cursos reforçarem a ideia de reserva de um componente prático que possa complementar o teórico, com um contexto ideal complementado por experimentação de ideias e contato com professores e profissionais externos à universidade com saber e experiência na área de empreendedorismo.

Neste sentido, entende-se que a atividade balizada na simulação de abertura dos negócios - lócus de apresentação do plano de negócios elaborado reconhece essa proposta, e se apoia nela, ao oportunizar ao aluno a exposição da sua ideia, diálogo e argumentação junto a professores, potenciais clientes e consultores da área. Apesar disso, é fato que a ênfase da avaliação continua sendo no plano, ou seja, muito mais na viabilidade do negócio em si do que no seu potencial empreendedor.

Já a aplicação do Canvas consistiu em um painel integrado que mostrava o funcionamento do negócio, buscando alinhar a expectativa de todos os envolvidos, evidenciando a maneira como o empreendimento iria criar, captar e distribuir valor ao cliente; de modo que essa proposta de valor atendesse e potencializasse o alcance dos objetivos. Os professores perceberam que o uso do método Canvas, facilitou a projeção de ideias pelos alunos, com foco na agregação de valor ao cliente e lacunas de mercado, abrindo um leque de possibilidades para cada uma delas.

Dados da *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (2011)*, que realiza um levantamento mundial sobre o espírito empreendedor de estudantes universitários em todo o mundo, inclusive Brasil, sugerem que a motivação para empreender entre discentes que cursaram disciplinas de empreendedorismo, é maior, conforme foi o método de ensino que tiveram no curso, uma vez que quanto mais próximos sentiram-se da prática, melhores avaliações tiveram sobre o tema, assim como foi observado no desempenho dos alunos desta pesquisa. Quando apresentados a um método que os aproximou da realidade de um empreendedor e um potencial negócio, os alunos apresentaram maior motivação, que possivelmente podem estar refletidas no desempenho geral da turma B, conforme verificado na tabela 1.

	Turma A			Turma B		
	APR	APRN	REP	APR	APRN	REP
Taxa de aprovação	69,23%	7,69%	23,07%	96,77%	3,22%	0
Média	8,0	6,7	2,3	8,0	6,9	0
Desempenho global	≤ 7,0	< 7,0 > 5,0	≤ 3,0	≤ 7,0	< 7,0 > 5,0	≤ 3,0

Tabela 1 - Desempenho global de discentes em disciplinas de Empreendedorismo, Faculdade de Ciências da Saúde do Trairi, UFRN, 2016-2017

Nota: APR: Aprovado/APRN: Aprovado por nota/REP: Reprovado

Fonte: dados da pesquisa, 2017

Embora a aprovação, por média e por nota, tenha sido mantida nas duas turmas, conforme pode ser visualizado no desempenho das turmas na tabela 1, o percentual de alunos que alcançaram a nota satisfatória exigida para avaliação do desempenho global foi maior após a introdução do Canvas e também não houveram reprovados. Também é importante ressaltar que, embora esse dado não tenha sido captado fisicamente, pelo sistema acadêmico, no momento do estudo, os professores observaram que não houveram alunos desistentes (matrícula trancada por motivos diversos, dentre os quais, desinteresse para com a disciplina) na Turma B, o que não ocorreu na Turma A.

Ainda segundo dados de Lima et al. (2014), o ensino do empreendedorismo nas universidades, aliado a uma didática que permita ao aluno aperfeiçoar competências, explorar analiticamente as oportunidades, desenvolver proatividade e reforçar a criatividade e a capacidade de desenvolver ideias inovadoras, incentiva intenções empreendedoras nos alunos e aumenta as chances destes investirem em negócios.

Comparativamente a outras universidades do mundo, Suedekum e Miller (2011) encontraram que as disciplinas oferecidas no Brasil ainda convidam pouco os empreendedores para falar aos estudantes e não se concentram em atividades práticas. Isso é um fator de inovação e pioneirismo na FACISA/UFRN, haja vista a busca permanente por profissionais, inclusive ex-alunos que empreenderam seus próprios negócios, para relatos de caso, participação em aula, além de especialistas na área de empreendedorismo, *startup* para avaliar os projetos, favorecendo a ampliação da rede de contatos dos alunos.

Assim, foi verificado que o método tradicional não motivava os alunos o suficiente para a ação empreendedora, uma vez que a ênfase recai sobre a ideia do negócio ou sob o produto em si, com pouca análise das possibilidades e aspectos do mercado com incipiente visão de valor ao cliente e sobrevivência do negócio. Com a aplicação do método Canvas o foco saiu do produto e passou a dar ênfase no modelo de negócios. De acordo com os estudos de Hsu (2011), metodologias que permitem maior desenvolvimento de habilidades práticas, tomada de decisões e utilização de network, gera maior envolvimento dos alunos.

O projeto do negócio perpassou as duas disciplinas com maior associação após o Canvas. O aluno passou a projetar ideias, com foco na agregação de valor ao cliente e lacunas de mercado, abrindo um leque de possibilidades para cada uma delas. Diante dos resultados obtidos, é possível perceber a eficácia do uso do método na disciplina, uma vez que permite ao aluno aprender, segundo Krakauer et al. (2015), aliando os conceitos teóricos e práticos envolvidos no planejamento de um negócio.

Foi verificado que o método tradicional não motivava os alunos para a ação empreendedora, a ênfase recai sobre a ideia do negócio ou sob o produto em si, com pouca análise das possibilidades e aspectos do mercado com incipiente visão de valor ao cliente e sobrevivência do negócio. Com a aplicação do método Canvas o foco saiu do produto e passou a dar ênfase no modelo de negócios.

Ademais, é oportuno destacar que dentre os projetos apresentados pelos alunos, uma temática chamou a atenção dos avaliadores: o ecoempreendedorismo como valor depositados no negócio proposto. O projeto discente consistia em um empreendimento voltado para a comercialização *delivery*, de hortifrutigranjeiros orgânicos, minimamente processados. A proposta tinha como público-alvo, indivíduos que morassem sozinhos ou com poucas pessoas e tinha em seu cerne oferecer produtos regionais e de qualidade, utilizando embalagens sustentáveis. Fonseca et al. (2015) aponta o ecoempreendedorismo na contemporaneidade como requisito para impulsionar o desenvolvimento sustentável, que segundo ele ainda é embrionário no Brasil, reafirmando a necessidade da academia em buscar mais informações a respeito do tema.

Da mesma forma, o tema empreendedorismo social não apareceu nos projetos apresentados, o que pode indicar a necessidade de uma educação empreendedora que abarque o empreendedorismo e a inovação social, que possuem foco em alcançar também resultados e benefícios que contribuam com a esfera social, econômica e cultural, além do desenvolvimento do empreendedorismo tradicional, voltado para a criação, abertura e gestão de novos negócios. Preparar as universidades para dar à sociedade as respostas às novas demandas ainda representa um grande desafio (CLARK, 2006).

Embora os preditores contextuais para empreender sejam as famílias e a rede de amigos, segundo Ferreira, Loiola e Godim (2017), as quais operam como modelos a ser seguidos e como suporte no desenvolvimento do negócio, acredita-se que a disciplina oferecida durante a graduação reverberou um incentivo positivo nos alunos, pois, dentre aqueles que empreenderam negócios em Nutrição após o curso, identificou-se em 5 empreendimentos de ex-alunos que as propostas e adequações sugeridas durante a disciplina foram implementadas, de forma geral, o que pode sugerir um resultado empírico deste estudo. A utilização do Modelo de negócios, especialmente em empresas nascentes, torna dinâmico o planejamento, pois, com a identificação do cliente potencial, é possível analisar a proposição de valor e, como consequência, transformar esses dados em receita (OLIVEIRA e FERREIRA, 2011).

O ensino do empreendedorismo permite aos alunos envolvidos alternativas para abertura de um empreendimento, seja a estruturação de um negócio nascente ou reestruturação de um negócio que já exista, conforme pontua KRAKAUER (2015), uma vez que, por meio dos métodos utilizados há um estímulo a reflexão dos acerca de competências potencialmente úteis para um futuro empreendedor.

5 | CONCLUSÃO

É inquestionável a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico do Brasil e sua relação com a necessidade de incentivar e capacitar

universitários a empreender. Diante disso, tem-se ampliado a EE no ensino superior, dado a percepção que o estímulo a atitudes empreendedoras amplia as competências dos discentes e as oportunidades de trabalho, com inserção de novos métodos e ferramentas para dinamizar os processos e atender ao objetivo fim de um negócio: gerar valor ao cliente.

Quando devidamente estimulados com metodologias adequadas os discentes conseguem desenvolver melhor as competências e agregar resultados positivos nesse sentido, confirmados pelo desempenho nas propostas de negócios elaborados, o que confirma a importância de prepará-los para essa nova realidade de mercado.

Isto incita também a reflexão sobre a necessidade dos cursos voltarem sua forma de ensino à integração e interdisciplinaridade. Apesar de a transversalidade não ter sido estudada nesta pesquisa, a educação empreendedora deve possuir um caráter transversal e apoiar a formação de profissionais das mais diversas áreas, a fim de ampliar os conhecimentos dos discentes envolvidos e estimular o empreendedorismo ao que sugere novos estudos sobre o ensino empreendedor nas universidades.

REFERÊNCIAS

ABERC. **Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas**. Mercado Real. Ano de Referência 2017. Disponível em: <http://www.aberc.com.br/conteudo.asp?IDMenu=18> Acesso: 20 de jan de 2018

ALMEIDA, R. de C.; CHAVES, M. **Empreendedorismo como escopo de diretrizes políticas da União Europeia no âmbito do ensino superior**. Educ. Pesqui. [online]., vol.41, n.2, pp.513-526, 2015.

BAE, T. J. et al. ***The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review***. Entrepreneurship Theory and Practice, v. 38, n. 2, p. 217-254, 2014

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v.1, n.1, p. 25-38, 2014.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. Resolução CNE/CES nº5. **Institui Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Nutrição**. Ministério da Educação e Cultura. Brasil; 2001.

CANEVER, M. D. et al. **Empreendedorismo: por que alguns estudantes e não outros escolhem ser empreendedores?** Estud. pesqui. Psicol., v. 13, n. 1, p. 101-124, abr. 2013.

CLARK, B. **Pursuing the entrepreneurial University**. In: AUDY, J. L. N.; MOROSINI, M. C. (Org.). Inovação e Empreendedorismo na Universidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006

COSTA, T.; GALINA, S. **A relação virtuosa entre empreendedorismo e capital social: um estudo em empreendimentos de turismo em espaço rural em Portugal e no Brasil**. TM Studies [online], vol.12, n.2, pp.57-69, 2016.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor – Entrepreneurship: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1992.
- DZIEKANIAK G; ROVER A. **Sociedade do conhecimento: características, demandas e requisito**. Revista de informação, v. 12, n.5, 2011.
- ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedorismo nas universidades brasileiras**. 2016. Disponível em: <https://endeavor.org.br/ambiente/empreendedorismo-nas-universidades-2014/>
- ETZKOWITZ, H. **Anatomy of the entrepreneurial university**. *Social Science Information*, Vol.52, n.3, pp.486–511, 2013
- FERREIRA, A. da S. M.; LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G. **Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura**. Cadernos EBAPE. v. 15, n. 2, 2017.
- FISBERG, M.; DAN, M. C. T.; CARSAVA, R. D. F. **Planejamento Estratégico de Marketing**. Revista Nutrição em Pauta, Dez/2004.
- FONSECA, S. M. M. et al. **Ecoempreendedorismo e competências empreendedoras: O caso ecoempreendedor transformador de resíduo em riqueza**. *Holos*, v.2, p 183-194, 2015.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil: 2016** \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco - Curitiba: IBQP, 2017.
- GOMEZ-ARAUJO, E.; BAYON, M. C. **Fatores socioculturais e o empreendedorismo dos jovens nas regiões rurais**. *Rev. bras. gest. Neg*, v. 19, n. 64, p. 200-218, abr. 2017
- HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009
- HSU, Y. **Engaging students' learning process in business management: A case study of activity based teaching**. *African Journal of Business Management*, V. 5, n. 25, 2011.
- ISOSAKI, M.; CARDOSO, E.; PERAZZOLO, E.; OMAKI, C. N. **Liderança para gestores de nutrição**. 1. ed. São Paulo: Atheneu, 2012. 161p.
- IIZUKA, E. S. D.; MORAES, G. H. S. M de. **Produção acadêmica em empreendedorismo no Brasil: Análise dos artigos aprovados nos eventos da ANPAD entre 2001 e 2012**. Administração: ensino e pesquisa: Rio de Janeiro, v. 16, n. 4, pp. 723–749, out/nov/dez/ 2015.
- JACINTO, P. A.; RIBEIRO, E. P. **Crescimento da produtividade no setor de serviços e da indústria no brasil: dinâmica e heterogeneidade**. *Economia Aplicada: Ribeirão Preto*, v.19, n.3, p. 401-427, 2015.
- KOTLER, P. **Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative**. *Journal of Marketing*. V. 75, No. 4, p. 132-135, 2011.
- KRAKAUER, P. V. C.; PORTO, M. C. G.; OLIVEIRA, C. S. M. O.; ALMEIDA, M. I. R. **Ensino de Empreendedorismo: Utilização do Business Model Generation**. *Revista de Administração e Inovação*, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 7-23, jan. /mar. 2015.
- LIMA, E., NASSIF, V. M. J., LOPES, R. M. A., SILVA, D. **Educação Superior em Empreendedorismo**

e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

LUMERTZ, C. R.; VENZKE, J. G. **Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística.** Edição Temática em Gestão, Internacionalização e Desenvolvimento. São Paulo: Centro Universitário Senac. V. 6, n. 6, setembro de 2017.

MOREIRA, N.; ALVES et al.. **A educação para o empreendedorismo em mediação: um estudo com estudantes universitários.** In A. M. C. Silva; M. L. Carvalho & L. R. Oliveira (Eds.), Sustentabilidade da Mediação, 2016.

MENDONÇA, M. M.; ROSSI, R. M. **O ensino do empreendedorismo nos cursos de pós-graduação lato sensu em gestão empresarial e gestão empreendedora.** Seminários de Administração. XX SemeAd, 2017.

NECK, H.; GREENE, P. **Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers.** Journal of Small Business Management, n.49, v.1, 2011. p.55-70.

OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M.C. DE O. L.; MUYLDER, C. F. de. **Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior.** Revista Administração em Diálogo, Vol.18, n.1, p.29-56, Jan/Fev/Mar/Abr 2016.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation.** New Jersey: Wiley. 2010.

PIGATTO, G.; NISHIMURA, J.R. **Perfil do empreendedor no serviço de alimentação de rua.** XXXII encontro nacional de engenharia de produção. Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social: As Contribuições da Engenharia de Produção Bento Gonçalves, RS, Brasil, 15 a 18 de outubro de 2012.

SHANE, S. Reflections on the 2010 AMR decade award: **Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research.** Academy of Management Review, v. 37, n. 1, p. 10–20, 2012.

SILVA, D. B.; HENZ, F.; MARTINS, S. N. **Pedagogia empreendedora na universidade: diversas percepções.** Signos: Lajeado, v. 38, n.2, pp. 40-45, 2017.

SILVA, J. F. da; PENA, R. P. **“Beá-Á-Bá” do Ensino em Empreendedorismo: Uma Revisão da Literatura sobre os Métodos e Práticas da Educação Empreendedora.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v.6, n.2, 2017; p. 372-401.

SOARES, N.T.; AGUIAR, A.C. de. **Diretrizes curriculares nacionais para os cursos de nutrição: avanços, lacunas, ambiguidades e perspectivas.** Rev Nutr. v. 23, n.5, 2010. p. 895–905.

SUEDEKUM, G.; MILLER, A. **Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras.** Endeavor Brasil. São Paulo: Endeavor, 2011.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação.** São Paulo: Cortez, 1994.

VASCONCELOS, F. A. G.; CALADO, C. L. A. **Profession of dietician: 70 years of history in Brazil.** Revista de Nutrição, v. 24, n. 4, 2011.p. 605-617.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-85107-93-2

