

UNICESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ
CAMPUS CURITIBA
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE
CURSO DE GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO

O NUTRICIONISTA EMPREENDEDOR:
ESTUDOS DE CASO NA ÁREA DA NUTRIÇÃO

ELIZIANE ZACARIAS SCHNEIDER
FABRÍCIO FIORANI SCHUNEMANN

CURITIBA – PR

2022

ELIZIANE ZACARIAS SCHNEIDER
FABRÍCIO FIORANI SCHUNEMANN

**O NUTRICIONISTA EMPREENDEDOR:
ESTUDOS DE CASO NA ÁREA DA NUTRIÇÃO**

Artigo apresentado ao curso de graduação em Nutrição da UniCesumar – Centro Universitário de Maringá como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel(a) em Nutrição, sob a orientação da Profa. Ma. Ana Lúcia Cardoso Ribeiro.

CURITIBA – PR

2022

ATA DE DEFESA PÚBLICA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos 09 dias do mês de novembro de 2022,
às 19H10 horas, em sessão pública na sala 29 BLOCO 02 da
UniCesumar (Curitiba), na presença da Banca Examinadora presidida pelo(a) Professor(a)
Ana Lúcia C. Ribeiro e
composta pelos examinadores:

1. Denise Maria Gomes
2. Ana Paula Garcia Sumardis dos Santos
3. _____

o(a) aluno(a) Fabícius Schunemann e Eliziane C. Zgonies Schmidt
apresentou o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado:

O nutricionista empreendedor: estudos de caso na área da
nutrição

como requisito curricular indispensável para a integralização do Curso de Bacharelado em
nutrição. Após reunião, a Banca Examinadora deliberou e decidiu pela
aprovação do referido trabalho, divulgando o resultado formalmente ao
aluno e demais presentes e eu, na qualidade de Presidente da Banca, lavrei a presente ata
que será assinada por mim, pelos demais examinadores e pelo aluno.



Presidente da Banca Examinadora

Denise Maria Gomes

Examinador 01

Ana Paula Garcia

Examinador 02

Fabícius Schunemann Kauf

Acadêmico (s)

O NUTRICIONISTA EMPREENDEDOR: ESTUDOS DE CASO NA ÁREA DA NUTRIÇÃO

Eliziane Zacarias Schneider
Fabrício Fiorani Schunemann

RESUMO

Segundo o Conselho Federal de Nutricionistas (2021) existem mais de 155.000 nutricionistas atuantes no Brasil. Estas atuações estão subdivididas em grandes áreas como alimentação coletiva, nutrição clínica, saúde coletiva, docência, indústria, nutrição esportiva, marketing e outros. Estes dados nos levam a um mercado em constante expansão para o nutricionista. O empreendedorismo é algo que vai além de assumir riscos e começar algo novo, ele exige também força de vontade, persistência, comprometimento, inovação e paixão pelo que faz. Ele pode ser praticado por qualquer um desde que esteja atento às oportunidades e disposto a correr riscos de negócio. O objetivo deste estudo é explorar diferentes possibilidades de mercado em que o nutricionista (profissional de múltiplas atuações e qualificações) pode atuar e mostrar através de estudos de caso habilidades e características inerentes ao empreendedor dessa área. Através de entrevistas online e presenciais foram constituídos 6 (seis) estudos de caso, trazendo histórias de empreendedorismo realizadas no campo de atuação da Nutrição e apresentam oportunidades que o mercado oferece à profissão de nutricionista, assim como as dificuldades, competências desenvolvidas e sucessos encontrados, inspirando profissionais de nutrição que resolvam empreender no mercado.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Nutricionista, Autonomia Profissional

THE ENTREPRENEURIAL NUTRITIONIST: CASE STUDIES IN THE AREA OF NUTRITION

ABSTRACT

According to the Nutritionists Federal Council (2021) there are more than 155,000 nutritionists working in Brazil. These activities are subdivided into large areas such as collective feeding, clinical nutrition, collective health, teaching, industry, sports nutrition, marketing, and others. This data leads us to a constantly expanding market for the nutritionist. Entrepreneurship is something that goes beyond taking risks and starting something new, it also requires willpower, persistence, commitment, innovation, and passion for what you do. It can be practiced by anyone as long as they are aware of opportunities and willing to take business risks. The target of the study is to explore different market possibilities in which the nutritionist (a professional with multiple skills and qualifications) can operate, and to show through case studies the skills and characteristics inherent to the entrepreneur in this area. Through online and face-to-face interviews, 6 (six) case studies were constituted, bringing entrepreneurship stories carried out in the field of Nutrition and presenting opportunities that the market offers to the nutritionist profession, as well as the difficulties, skills developed and successes found, inspiring nutrition professionals who decide to undertake in the market.

Keywords Entrepreneurship. Nutritionist. Professional Autonomy.

1 INTRODUÇÃO

O termo empreendedorismo (*entrepreneur*), segundo HISRICH & PETERS (2004) teve sua origem na França e significa “aquele que assume riscos e começa algo novo”. Para MARTINS (2013) ser empreendedor exige também força de vontade, persistência, comprometimento, inovação e paixão pelo que faz. Uma outra definição vemos na afirmativa de LUMPKIN & DESS (1996 apud MARTINS 2013): que o empreendedorismo está associado a um indivíduo ou grupo que desenvolve novas combinações em algo já existente, envolvendo três dimensões do processo empreendedor: o risco, a inovação e a proatividade.

Baseado no estudo de NETO de 2018, para um indivíduo empreender e para que o empreendedorismo aconteça é necessário que se descubra uma oportunidade de negócio, que ele seja estudado nos seus pormenores (como mercado, riscos, oportunidades, pontos fortes e fracos) e colocado em prática (ação), e, além dos estudos de negócio, existe um fator que é a realidade deste empreendedor, suas vontades, medos, características já intrínsecas e a se desenvolverem.

Sabe-se ainda que para o empreendedor ser bem-sucedido ele não deve apenas saber como criar seu próprio empreendimento, deve saber como gerir seu negócio, mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado para obter retornos significativos de seus investimentos. Sendo assim, administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio são fatores essenciais de sucesso. Isso requer do perfil empreendedor ousadia, coragem para estudar um nicho do mercado, analisar todas as variáveis que possam oferecer riscos ao projeto, estar preparado para planos de contingência e mesmos diante de cenários incertos, arriscar e acreditar nas prospecções de seus estudos (CHIAVENATO, 2012). Entretanto GARTNER em 2001 já afirmava que estudar o empreendedorismo e suas características não levam a uma teoria abrangente dos campos de atuação, isto porque não há teoria de empreendedorismo que consiga dar conta da diversidade e complexidade deste fenômeno.

No período da pandemia do SARS-COV-2 (2019-2020) apresentaram-se mudanças na dinâmica da economia devido às restrições de distanciamento social, as quais tinham como o principal objetivo minimizar a disseminação do vírus a fim de preservar a vida. Segundo o SEBRAE (2021), empresas de diversos setores sofreram impacto com a diminuição das atividades e com as necessidades de adequação às novas exigências da saúde. Ainda informa que o setor da alimentação gera milhões de empregos em cerca de 1,4 milhão de negócios e

corresponde a 2,7% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, com um faturamento de 176 bilhões de reais em 2018. A pandemia proporcionou a oportunidade de surgirem novos negócios e foi além disso, apresentando novas formas de atendimento no campo da nutrição: o atendimento on-line (Teleatendimento) o qual foi instituído pela Resolução Nº 666/2020 (BRASIL, 2020).

A resolução do Conselho Federal de Nutricionistas (CFN) nº 600 de 25 de fevereiro de 2018 (BRASIL, 2018) traz a definição das áreas de atuação do nutricionista e suas atribuições, assim como parâmetros voltados a efetividade dos serviços prestados à sociedade. Nela são definidas as grandes áreas como Nutrição em Alimentação Coletiva, Nutrição Clínica, Nutrição em Esportes e Exercício Físico, Nutrição em Saúde Coletiva, Nutrição na Cadeia de Produção, na Indústria e no Comércio de Alimentos e Nutrição no Ensino, na Pesquisa e na Extensão. Nota-se de forma global que o nutricionista é um profissional de ampla atuação não só na saúde como na área comercial e industrial, com desenvolvimento necessário do perfil gestor-organizacional com característica inata de um empreendedor em potencial.

Segundo o CFN são 158.803 nutricionistas no Brasil (dados de fevereiro de 2021) e no mesmo ano o Brasil chegou a 213,3 milhões de habitantes (IBGE, 2021). Se fizermos uma divisão direta estes dados nos dizem que no Brasil existe 1 nutricionista para cada 1.343 pessoas, aproximadamente. Ainda com dados do CFN (2021), existe uma distribuição destes profissionais nas grandes áreas de atuação, sendo elas: Alimentação Coletiva (30,8%), Nutrição Clínica (30,4%), Saúde Coletiva (17,7%), Docência (11,4%), Outros (3,3%), Indústria (2,63%), Nutrição Esportiva (2,5%) e Marketing (1,3%).

Observa-se ao longo dos anos uma concentração deste profissional nas áreas de alimentação coletiva e nutrição clínica, mas desde 2012 já se identificavam novas configurações no mercado de trabalho do nutricionista (NÓBREGA, 2012), mostrando a conversão do profissional focado na saúde para um profissional mais organizacional, com conhecimentos específicos na área de gestão e uma ampliação de competências.

O objetivo deste estudo é realizar uma pesquisa exploratória de mercado, observando a área de empreendedorismo mais especificamente de pessoas que decidiram seguir esse caminho (do empreendedorismo na área da nutrição), com intuito de apresentar como resultado estudos de caso inspiradores na nutrição, assim como as características e perfis importantes a serem desenvolvidos.

2 MATERIAL E MÉTODOS

2.1 OBJETIVOS E PROPOSIÇÃO DO ESTUDO

Essa seção tem por objetivo delinear o percurso metodológico utilizado para o desenvolvimento desta pesquisa, demonstrando as etapas, métodos e procedimentos de coleta e análise dos dados. Quanto ao método de pesquisa utilizada, configura-se como uma pesquisa exploratória/qualitativa, que não requer o uso de análises estatísticas, na qual o pesquisador adere a utilização de coleta de dados para análise e obtenção de resultados de modo a verificar a realidade e relação do objeto prescrito (GIL, 2008).

A Figura 1 ilustra a delineação metodológica do presente estudo:

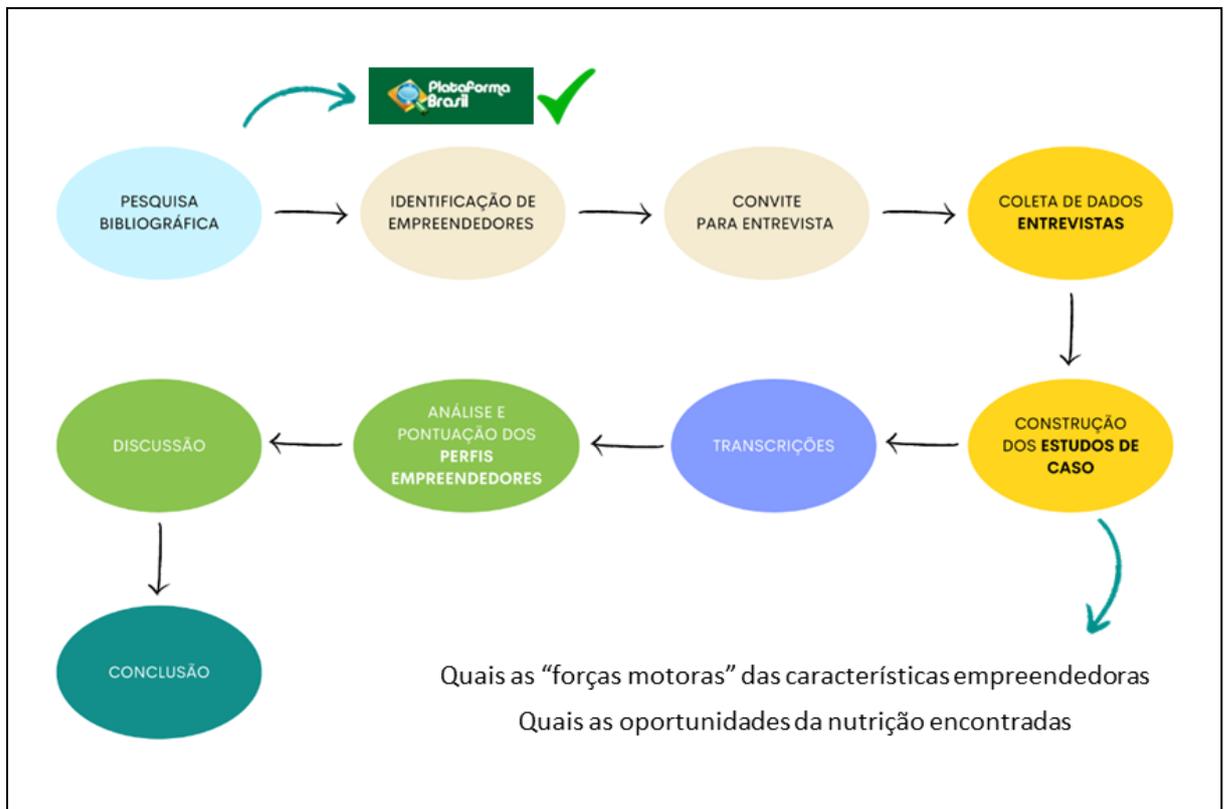


Figura 1 – Delineação metodológica. Fonte: os autores (2022).

Sendo assim a proposição final da metodologia foi identificar as “forças-motoras” das características empreendedoras e identificar oportunidades na nutrição advindos dos estudos de caso.

2.2 METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

Na primeira fase foi realizada uma pesquisa bibliográfica nas áreas de empreendedorismo, inovação e nutrição empreendedora para embasamento teórico. Foram pesquisadas sobre empreendedorismo em publicações científicas, assim como perfis características de empreendedores de sucesso, dados de nutricionistas que empreendem no mercado, como realizar estudos de caso e como seriam realizadas a seleção destes profissionais. A partir disso definiu-se que seriam realizadas a busca por profissionais empreendedores que atuassem em um negócio de sucesso.

Foi montado o projeto da presente pesquisa e submetido ao Comitê de Ética e Pesquisa à Plataforma Brasil, a fim de alinhar o andamento correto do estudo. Assim que aprovado iniciou-se o convite aos empreendedores, realização da entrevista para coleta de dados, construção dos estudos de caso (identificando perfis e características empreendedoras), finalizando com a discussão e conclusão do projeto.

2.2.1 Plataforma Brasil

De acordo com a resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde, que define as diretrizes e normas reguladoras das pesquisas envolvendo seres humanos, o projeto foi submetido à Plataforma Brasil e direcionado ao Comitê de Ética em Pesquisa da Unicesumar, para apreciação ética, com parecer de aprovação, sob o CAAE 60295822.1.0000.5539.

2.2.2 Estudo de Caso

Yin (1944) define o estudo de caso como “uma inquisição empírica que investiga um fenômeno no seu ambiente natural, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são bem definidas” tendo como objetivos “explorar, descrever ou explicar” (apud FERNANDES, 2012). Ainda pela definição de PONTE (2006) os estudos de caso são “investigações que se assumem como particularista, isto é, que se debruça deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe ser única ou especial, pelo menos em certos aspectos, procurando descobrir a que há nela de mais essencial e característico e, desse modo, contribuir para a compreensão global de um certo fenômeno de interesse”.

2.2.3 Perfil Empreendedor

Utilizou-se a proposta de SCHMIDT & BONHENBERGER (2009) para a definição de 8 perfis empreendedores baseado nos pontos: autoeficácia, capacidade de assumir riscos calculados, planejador, detecta oportunidades, tenha persistência, seja sociável, com inovação e liderança. A partir disso e a fim de apoiar a criação de itens de medição qualitativa, realizou-se uma marcação empírica e perceptiva dos perfis com base nas entrevistas, com o intuito de elencar os perfis mais evidentes.

- “1. **Auto Eficaz (AE):** é a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida.
2. **Assume Riscos calculados (AR):** pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto.
3. **Planejador (PL):** pessoa que se prepara para o futuro.
4. **Detecta Oportunidades (DO):** habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante.
5. **Persistente (PE):** capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto.
6. **Sociável (SO):** grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional.
7. **Inovador (IN):** pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.
8. **Líder (LD):** pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo. (SCHMIDT & BONHENBERGER, 2009).”

2.2.4 Características Empreendedoras

Segundo NETO (2018) o empreendedor de sucesso pode possuir traços que os levam o ao sucesso, com características que podem tanto estar intrínsecas quanto serem desenvolvidas. Então foram elencadas as 16 (dezesesseis) características empreendedoras propostas por DORNELAS, 2017 (apud NETO, 2018) e assinaladas a fim de confirmar se estas características são percebidas e encontram-se presentes. As características e suas definições podem ser visualizadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Características dos empreendedores de sucesso

Características	DEFINIÇÃO
Visionários	Possuem visão de futuro e habilidade para implementar suas aspirações.
Sabem tomar decisões	Sabem tomar decisões oportunas e as implementam de imediato.
São indivíduos que fazem a diferença	Agregam valor aos produtos e/ou serviços que disponibilizam aos clientes
Sabem explorar ao máximo as oportunidades	São curiosos e atentos às informações que as transformam em conhecimentos para aproveitar em seus negócios
São determinados e dinâmicos	Comprometem-se com suas ações e as implementam
São dedicados	São pessoas comprometidas com seus valores e seus encargos
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	Paixão pelo que fazem é o combustível para superar as dificuldades e enfrentar os riscos. Acreditam em seus objetivos e conseguem vender ideias.
São independentes e constroem o próprio destino	Querem criar algo novo liderar a conquista de seus objetivos. Naturalmente contam com o apoio de parceiros, superiores e membros da equipe.
Ficam ricos	Acreditam que o dinheiro não seja o objetivo principal.
São líderes e formadores de equipes	Sabem que a liderança é fundamental. Também sabem, muito bem, formar e liderar equipes. Possuem humildade de buscar ajuda em áreas que não dominam. Possuem capacidade de identificar e atrair talentos.
São bem relacionados (networking)	São habilidosos em identificar e construir redes de relacionamento, a fim de entregá-las na formação de parcerias, no relacionamento como os clientes, no contato com fornecedores
São organizados	Para atingir os objetivos do negócio, sabem captar e alocar pessoas, recursos tecnológicos e financeiros
Planejam, Planejam e Planejam	Com base na visão do negócio, os empreendedores planejam suas ações e as atualizam conforme o aprendizado ao longo da execução dos planos
Possuem conhecimento	Possuem capacidade de aprender continuamente pelo estudo teórico e pela prática. Não se restringem a aprender por conta própria. Buscam os conhecimentos necessários pelo autoaperfeiçoamento em cursos, com outras pessoas

Assumem riscos calculados	Esta, talvez, seja uma das características mais evidentes do empreendedor. Ele possui capacidade para identificar o risco de modo a gerenciá-lo, a fim de ter chances reais de sucesso.
Criam valor para sociedade	Usam sua criatividade para melhorar a vida das pessoas, pela geração de empregos, inovação, oferta de bens e serviços.

Fonte: Dornelas, 2017

2.3 IDENTIFICAÇÃO DE EMPREENDEDORES

Foram realizadas pesquisas na internet e por indicação verbal a fim de encontrar negócios de sucesso criados por empreendedores da nutrição. Na internet foram realizadas pesquisas no Google, Instagram e Facebook com as palavras-chave: “Nutrição”, “Negócios”, “Empresas de Nutrição”, “Nutricionistas Empreendedores”, “Empreendimentos Nutricionais”, “Nutricionistas de Sucesso”.

Os resultados foram sendo catalogados para envio de convites para entrevistas. Não se fez nenhuma distinção quanto ao negócio dos empreendedores identificados na pesquisa, bastando por critério principal estar com um negócio nas áreas exploradas pela nutrição.

2.4 FORMA DE COLETA DE INFORMAÇÕES E EVIDÊNCIAS

A forma para coleta de informações foi a de entrevistas, onde foram definidos três modos: presencial, reunião *on-line* e formulário do *Google Forms*.

Foram criadas e enviadas cartas-convite aos empreendedores previamente catalogados, informando as formas de entrevista e ficando à disposição para marcação de data, hora e forma que o empreendedor tivesse disponível para realizá-la.

2.5 ENTREVISTAS

Foram enviadas no total 35 (trinta e cinco) cartas-convites para empreendedores, entre homens e mulheres, destes 14 (quatorze) retornaram de forma a se desculpar por não terem tempo ou disponibilidade para entrevista, 15 (quinze) não devolveram resposta e 6 (seis) confirmaram – escolhendo a forma, marcando data e hora para entrevista.

Após aceitação e colaboração de 6 (seis) empreendedoras foram realizadas as entrevistas. No presente estudo indicaremos as empreendedoras

A entrevista *on-line* via *Google Forms* contou com perguntas-chave para conhecimento da história empreendedora das entrevistadas, sendo composta por 14 (quatorze) perguntas (Apêndice A). As entrevistas via reunião *on-line* e presenciais tiveram tempo entre 40 e 65 minutos, onde cada entrevistada ficou à vontade para contar toda a sua trajetória de empreendedora e para balizamento de repostas foram sendo executadas as perguntas do questionário *on-line*.

2.6 CONSTRUÇÃO DOS ESTUDOS DE CASO

“A essência de um estudo de caso é tentar esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: o motivo pelo qual foram tomadas, como foram implementadas e com quais resultados (SCHRAMM, 1971).”

A fim de organizar as informações coletadas e descrevê-las no formato relatório de caso, as entrevistas foram transcritas e reorganizadas pela seguinte estrutura:

1. Breve História – Formação e história de vida / empreendedora percorrida;
2. Empreendimento atual – Descrição do negócio atual;
3. Como surgiu a ideia do negócio;
4. Pontos positivos e negativos de empreender – segundo o entrevistado;
5. Visão futura de negócio;
6. Ensinaamentos a futuros empreendedores – para cada entrevistado foi solicitado de forma livre que desse uma mensagem a futuros empreendedores com base em sua vivência.

2.7 REALIZAÇÃO DA PONTUAÇÃO DE PERFIL E CARACTERÍSTICAS DE SUCESSO

Para cada estudo de caso realizou-se a classificação e a pontuação perceptiva com base nas entrevistas, conforme descritos no item 2.2.1 e 2.2.2.

3 RESULTADOS

3.1 RESULTADO GERAL DAS ENTREVISTAS

Foram realizadas no total 6 (seis) entrevistas sendo 2 (duas) de forma online via *Google Forms*, 1 (uma) de forma presencial e 3 (três) de forma presencial reunião *on-line*.

As entrevistadas que retornaram e participaram do estudo foram todas do sexo feminino. O Quadro 2 mostra as empreendedoras entrevistadas, áreas do empreendimento e forma de entrevista realizada.

Quadro 2 – Empreendedoras entrevistadas, áreas do empreendimento e forma de entrevista realizada.

EMPREENDEDORA	ÁREA DO EMPREENDIMENTO	FORMAÇÃO	FORMA DE ENTREVISTA
Empreendedora 1	Educação	Nutricionista	Google Forms
Empreendedora 2	Consultoria para Profissionais, UAN e Marketing Digital	Nutricionista	Google Forms
Empreendedora 3	Doces Gourmet / Eventos	Nutricionista	Presencial
Empreendedora 4	Treinamentos e Consultoria em UAN	Nutricionista	Presencial <i>on-line</i>
Empreendedora 5	Indústria de Sucos Prensados a Frio	Nutricionista	Presencial <i>on-line</i>
Empreendedora 6	Educação / Escritora	Nutricionista	Presencial <i>on-line</i>

Fonte: os autores (2022)

3.2 ESTUDO DE CASO 1 – Empreendedora 1

Entrevista realizada *on-line* via *Google Forms*.

3.2.1 Breve História

A Empreendedora 1 tem 59 anos, formada em nutrição há 35 (trinta e cinco) anos pela UFPR, é mestre em Nutrição Clínica pela *New York University*, doutora em Ciências Médicas - Nefrologia pela UFRS com diversas especializações na área. Coordena o setor de nutrição em uma fundação de saúde, chefia o serviço de nutrição clínica em uma clínica, diretora de

um instituto de educação e saúde o qual leva seu nome e é presidente de uma empresa de soluções estéreis.

3.2.2 Empreendimento Atual

Fundou um Instituto de Educação e Saúde em 1987 que hoje faz parte de um grupo educacional, o qual possui 4 (quatro) cursos de especialização lato sensu, 18 (dezoito) cursos técnicos profissionais de extensão e treinamentos on-line.

3.2.3 Como surgiu a ideia de negócio

Sua trajetória empreendedora teve início em uma empresa de manipulação de nutrição parenteral, que devido à contaminação de alguns lotes produzidos foi interdita. Após estes episódios resolveu investir em seus sonhos na área da educação, iniciando a empresa de cursos online, a qual virou o Instituto de Educação e Saúde que leva seu nome.

3.2.4 Pontos positivos e negativos de empreender

Aponta como maior dificuldade na época da primeira empresa a busca da causa, o atendimento de revisão de testes microbiológicos de estoque, área física, equipamentos, manipuladores, monitoramento de pacientes e clientes, atendimento da vigilância sanitária e da imprensa. Onde trabalhar com manipulação de nutrição parenteral traz riscos iminentes diários, principalmente na contaminação da matéria-prima.

Entende que o “risco é esperado na atividade, porém, nunca calculado da maneira que pode ocorrer, em nível financeiro e emocional”.

3.2.5 Visão futura de negócio

Afirma que existem muitas áreas em que a nutrição tem grandes perspectivas, como por exemplo, o envelhecimento da população. Há uma grande oportunidade para o empreendedorismo da nutrição em assistência, produtos e serviços, assim como na alimentação e suplementos, seja em nível local e global.

3.2.6 Ensinaamentos a futuros empreendedores

Para os novos nutricionistas empreendedores diz: “Conhecer o mercado que deseja empreender, traçar planos de curto, médio e longo prazo, e persistir. A persistência é o maior diferencial para alcançar sucesso.”

3.3 ESTUDO DE CASO 2 – Empreendedora 2

Entrevista realizada *on-line* via *Google Forms*.

3.3.1 Breve História

A Empreendedora 2 é nutricionista formada há 12 (doze) anos na cidade de Blumenau-SC. Possui experiência profissional em cozinha industrial, padaria, cozinha hospitalar, consultoria para empresas, mentoria para profissionais e marketing digital. Diz que sempre se identificou com a área de UAN (Unidades de Alimentação e Nutrição).

3.3.2 Empreendimento Atual

Empreende na área de consultoria em Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN), presta serviço para empresas, e, mentoria para profissionais, empresas e instituições de ensino da área de forma *on-line*.

3.3.3 Como surgiu a ideia de negócio

Não foi possível identificar.

3.3.4 Pontos positivos e negativos de empreender

Aponta que a maior dificuldade atualmente é o tempo, principalmente para conciliar os trabalhos de consultoria com as atividades no restaurante.

Como ponto positivo largar tudo para ir estudar na Europa foi um combustível para que fizesse seu planejamento financeiro e conseguisse além do conhecimento, organizar melhor a sua empresa.

3.3.5 Visão futura de negócio

Não houve resposta.

3.3.6 Ensinaamentos a futuros empreendedores

Deixa para os novos nutricionistas empreendedores a frase: “Apesar das dificuldades, não desista dos seus sonhos e lembre-se sempre do seu propósito de quando começou”.

3.4 ESTUDO DE CASO 3 – Empreendedora 3

Entrevista realizada de forma presencial.

3.4.1 Breve História

A Empreendedora 3 é atriz de teatro e nutricionista formada pela UFPR, aprimorou seus conhecimentos como *Chef Pâtissérie* pelo Centro Europeu e SENAC, atualmente está se especializando em Planejamento e Gestão de Negócios, visando o desenvolvimento contínuo da empresa.

3.4.2 Empreendimento Atual

Um ateliê de doces que completa 11 (onze) anos em 2022. Seu cardápio traz diversidade e criatividade com doces e bolos para todas as comemorações, casamentos, eventos sociais e corporativos.

3.4.3 Como surgiu a ideia de negócio

Em 2011, sua mãe chegou em casa com a ideia de fazer brigadeiros gourmet, era um momento em que estes doces estavam em alta no mercado. Relata que ela já chegou com todos os ingredientes e a ideia em casa. Então elas fizeram as receitas, experimentaram (“ficou uma delícia”). Começaram a levar para o trabalho e oferecer, até para que eles ajudassem em algumas despesas em casa e com o teatro. Algumas pessoas começaram a

encomendar. O momento contribuiu para uma aproximação familiar. Começaram a reinvestir os lucros e o negócio começou a crescer, mesmo que informalmente. O feedback das pessoas que consumiam seus doces foi um combustível para o negócio continuar evoluindo. Como ela diz “uma lata de leite condensado foi virando uma caixa de leite condensado” até o momento em que a demanda já estava fazendo com que ela não tivesse mais tempo para o teatro (estudo e produção no contraturno). Em uma demanda de fornecimento para FIEP, foram realizar o curso “Bom Negócio” e criou uma MEI, iniciando um CNPJ para a necessidade de fornecimento de nota fiscal. Decidiu fazer em seu TCC um estudo administrativo de gestão voltado do seu negócio de doces.

3.4.4 Pontos positivos e negativos de empreender

Relatou que durante o início do empreendimento, uma dificuldade na faculdade durante o TCC, referente ao olhar cultural das pessoas: “como uma futura nutricionista está criando um negócio de doces”. Dentre os pontos negativos ainda informa a dificuldade de encontrar pessoas comprometidas e no que tange aos desafios administrativos de negócio.

Dos pontos positivos relata que hoje conseguiu evoluir financeiramente ao ponto de comprar o seu local de produção, planejar novas metas, tem bons equipamentos e se consolida a cada dia no mercado.

3.4.5 Visão futura de negócio

Vê o mercado de eventos em alta atualmente – parte disso devido a demanda represada pela pandemia, relata ter cancelado e reagendado muitos contratos. Sua qualidade de produto manteve as pessoas indicando o seu negócio mantendo-o em ascensão orgânica. Expandir seu negócio para atender mais e na mesma qualidade.

3.4.6 Ensinaamentos a futuros empreendedores

Encarar as dificuldades como degrau e aprendizado. “Pensar fora da caixa: sou muito de fazer diferente, então fuja da caixinha para o que vocês pensarem em fazer e façam, pois pode ser que ali vocês vão se encontrar, a vida é muito curta para ficar atrás do computador, a vida passa rápido então fuja dos protocolos e busque seu sonho”.

3.5 ESTUDO DE CASO 4 – Empreendedora 4

Entrevista realizada via reunião *on-line*.

3.5.1 Breve História

A Empreendedora 4 é formada em nutrição pela UFPR, atualmente é mestranda em Alimentação e Nutrição pela UFPR. Durante a graduação realizou estágios extracurriculares em restaurantes comerciais, padarias, pizzarias, hamburguerias, onde identificou sua vocação dentro da área de UAN (Unidades de Alimentação e Nutrição) desenvolvendo seu *know-how* em consultoria.

3.5.2 Empreendimento Atual

Sua empresa é de Consultoria e Treinamento em Nutrição, localizada em Curitiba, presta serviços desde pequenos a conceituados restaurantes do Paraná.

3.5.3 Como surgiu a ideia de negócio

No início da carreira trabalhou prestando consultoria para restaurantes na cidade de Ponta Grossa-PR e Curitiba-PR. O aumento da demanda de clientes em Curitiba fez com que ela optasse por deixar as demandas de Ponta Grossa-PR. Neste momento os estabelecimentos de Ponta Grossa-PR gostavam muito do seu trabalho e seu desligamento se fez com o compromisso de treinar profissionais nestes locais e supervisionar o trabalho deles, e desta forma permaneceu por 4 anos.

Já em Curitiba-PR teve a oportunidade de firmar contrato com uma rede de pizzarias, sendo a nutricionista responsável. Este contrato já dura 10 anos. Ao passar do tempo a empresa pela qual ela prestava seus serviços finalizou contratos que estavam sob sua responsabilidade. A qualidade de seus serviços levou a oportunidade de continuar com alguns contratos. Entretanto com a oportunidade e exigência de novas empresas possuírem fornecedores formalizados, fez com que ela formalizasse a empresa atual em 2017, atuando em consultoria e treinamento. Permanece com o negócio até hoje e encontra-se em projeto de expansão.

3.5.4 Pontos positivos e negativos de empreender

Dentro da consultoria cria-se um vínculo com o proprietário e funcionários dos estabelecimentos o que é positivo e negativo ao mesmo tempo. Positivo pelo vínculo de confiança, trabalho, dedicação, responsabilidade e qualidade dos trabalhos e negativo pois quando a demanda por novas consultorias se apresenta, existe uma certa dificuldade de treinar as pessoas para trabalhar em seu lugar com as características que o cliente está acostumado.

Treinar colaboradores que atendam as expectativas da empresa é um processo gratificante pois como consequência a empresa cresce de forma orgânica – por indicações – e dentro deste ramo é algo corriqueiro e presente. Em todo este processo relata que existe dificuldade de encontrar pessoas comprometidas a aprender e crescer com o negócio.

3.5.5 Visão futura de negócio

Solidificar ainda mais a empresa no mercado, principalmente para expandir e prospectar mais clientes. A área de consultoria continua bastante promissora.

3.5.6 Ensinaamentos a futuros empreendedores

“Acredite em você: para qualquer escolha tenha disciplina e comprometimento.”

“O mais importante é acreditar em você, no seu potencial e saber que nada vem fácil – no processo da busca por um objetivo futuro as dificuldades são maiores do que as facilidades”.

3.6 ESTUDO DE CASO 5 – Empreendedora 5

Entrevista realizada via reunião *on-line*.

3.6.1 Breve Biografia

A Empreendedora 5 formou-se em Nutrição em 2013 na cidade Blumenau-SC. Sua ideia inicial era trabalhar em clínica - com compulsão e transtornos alimentares – entretanto, com a experiência trazida pelos estágios extracurriculares, descobriu que trabalhar com higiene, manipulação do alimento e procedimentos industriais era algo que a agradava bastante. Fez diversos estágios em empresas como consultora – padarias e *superstores*. Após

formada ingressou na área industrial de alimentos que foi onde se encontrou na profissão. Fez especialização em Química Industrial para atuar com mais competência na área, até o momento que decidiu explorar o mercado com sua própria indústria de alimentos.

3.6.2 Empreendimento Atual

Sua trajetória como empreendedora inicia-se quando ela e uma colega iniciam a produção de “marmitas fit”. Com o crescimento do negócio resolveram vender a empresa para um investidor. Depois disso abriu juntamente com sua sócia uma indústria e comércio de alimentos, voltada a produção de sucos naturais prensados. A empresa já forneceu seus produtos em redes varejistas, entretanto durante a pandemia reavaliaram a relação entre custo-benefício pois muitas pessoas estavam procurando a empresa para fazer *private label*. Esta percepção de valor, qualidade do produto e visão, levaram a se reposicionar no mercado. Esta decisão fez com que o faturamento crescesse 300% e hoje 95% da produção é voltada nesta modalidade, os outros 5% são voltados à venda direta para pessoas físicas.

3.6.3 Como surgiu a ideia de negócio

A Empreendedora 5 sempre demonstrou interesse pela técnica de sucos prensados a frio. Após a venda do negócio de marmitas fit, iniciou o plano de negócios da empresa, estruturando tipos de sucos, sabores, procedimentos, legislação e registros necessários para funcionamento. Foi então que um amigo a apresentou para sua atual sócia, que vinha com uma bagagem internacional referido a sabores e combinações de chás, assim como a vontade de investir em um negócio promissor uniram forças.

3.6.4 Pontos positivos e negativos de empreender

Aponta como maior dificuldade conquistar posicionamento no mercado e o processo de vendas.

Dos pontos positivos aponta que empreender é fazer com amor o que gosta.

3.6.5 Visão futura de negócio

Elenca que quer apostar em outros tipos de negócios voltados para alimentação natural e saudável, expandindo seus investimentos.

3.6.6 Ensinaamentos a futuros empreendedores

Aponta como principal importância o “Autoconhecimento”, pois demorou muito para entender o quanto ele impacta positivamente a vida profissional. Começou a buscar autoconhecimento e entender seus pontos fortes e suas fraquezas.

3.7 ESTUDO DE CASO 6 – Empreendedora 6

Entrevista realizada via reunião *on-line*.

3.7.1 Breve Biografia

Empreendedora 6 é graduada em Agronomia e Administração de Empresas pela *Agro Paris Tech* (França) no ano de 1987. Após um período maternal, seu interesse pela nutrição fez escolher uma nova graduação e se formou em Nutrição no ano de 2003 (*Diplôme d'État de Diététicien*) da *Académie Aix-Marseille* (França) – diploma este que foi revalidado aqui no Brasil pela Universidade de São Paulo (USP) em 2006. Possui especialização em Doenças Alimentares e Nutrição (*Spécialisation en Maladies de la Nutrition et Diététique*) na *Université de Rennes I* (França). Aqui no Brasil, em 2010, fez doutorado pelo departamento de endocrinologia de uma universidade. Atualmente é coordenadora de um projeto de genética onde estuda a genética do transtorno alimentar.

3.7.2 Empreendimento Atual

A Empreendedora 6 é escritora e realiza cursos para profissionais de saúde, abordando a nutrição sob a ótica do comportamento alimentar.

3.7.3 Como surgiu a ideia de negócio

Insatisfeita com a cultura da nutrição quanto ao foco de dietas, começou a passar conhecimento a fim de combater este falso conceito através de redes sociais, televisão, jornais e revistas. Com estas aparições foi convidada a escrever um livro sobre o “Peso das Dietas” o qual trouxe mais visibilidade ao seu trabalho pela abordagem à forma de conduzir o paciente ao tratamento. Estes episódios trouxeram retorno de muitas pessoas, as quais demonstravam o quanto precisavam deste tipo de informação que ela passava. Uma autopercepção curiosa foi a quantidade de profissionais que buscavam ajuda para aprender esta nova forma de

atendimento. Foi então que lançou um método que leva seu nome – um treinamento para profissionais da saúde de forma presencial. Durante a pandemia da SARS-COV-2 (com a paralização das turmas presenciais) readaptou o método para continuar as aulas de forma *on-line*. Hoje realiza o treinamento nos dois formatos: *on-line* e presencial.

3.7.4 Pontos positivos e negativos de empreender

Quanto à autoria de livros, relata como dificuldade vender livros - apesar de ter vendido mais de 80 mil cópias – conclui que livros não geram lucro e sim visibilidade e autoridade.

O trabalho das redes sociais é um trabalho que exige uma demanda de tempo e dedicação e que muitos empreendedores iniciantes não imaginam - exigem investimentos diversos como em equipe e publicidade. O cenário atual das redes sociais deixou de ser orgânico como há alguns anos e encontra-se no momento com o caráter muito mais business – onde você investe pela visibilidade.

3.7.5 Visão futura de negócio

Afirma que está satisfeita com a consistência do seu posicionamento frente ao mercado que escolheu atuar, pois há mais de 10 anos fala de nutrição comportamental sem deixar que as influências externas - como discursos e interesses (farmacêuticos, de moda) influenciem na abordagem da linha e do tema comportamental, sem existência do terrorismo nutricional.

3.7.6 Ensinaamentos a futuros empreendedores

Deixa o ensinamento a futuros empreendedores como uma frase: “Empreender com ciência e consciência”.

3.8 ANÁLISE QUALITATIVA/PERCEPTIVA DE PERFIL EMPREENDEDOR

Foram então planilhadas as 6 (seis) entrevistas realizadas as análises perceptivas identificando o perfil empreendedor as qualidades de empreendedor de sucesso. Quando na entrevista a qualidade não fosse suficientemente identificada, foi assinalado “Não

identificado” e para aquelas evidentes, como “Identificado”. Os perfis podem ser visualizados no Quadro 2 e a as qualidades no Quadro 3.

Quadro 3 – Percepção do Perfil Empreendedor

EMPREENDEDOR	PERFIL EMPREENDEDOR							
	AE	AR	PL	DO	PE	SO	IN	LI
Empreendedora 1	SIM	--	--	SIM	SIM	SIM	SIM	--
Empreendedora 2	SIM	--	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	--
Empreendedora 3	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Empreendedora 4	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Empreendedora 5	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Empreendedora 6	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Legenda:								
AE – Auto Eficaz			PE – Persistente					
AR – Assume Riscos Calculados			SO – Sociável					
PL – Planejador			IN – Inovador					
DO – Detecta Oportunidades			LI – Líder					

Fonte: os autores (2022)

Observou-se que das 8 (oito) qualidades mencionadas todas as empreendedoras as apresentaram em algum momento de sua jornada, como Auto Eficaz, Assume Riscos Calculados, Planejador, Detecta Oportunidades, Persistente, Sociável, Inovador e Líder. Nota-se para o Quadro 3 e Quadro 4 a ausência de identificação do perfil para as Empreendedoras 1 e 2, pois através do questionário do Google Forms não foi possível identificar no formato de perguntas e respostas.

Quadro 4 – Percepção das Qualidades do Empreendedor de Sucesso

Características	Empr. 1	Empr. 2	Empr. 3	Empr. 4	Empr. 5	Empr. 6
Visionários	ID	ID	ID	ID	ID	ID
Sabem tomar decisões	ID	ID	ID	ID	ID	ID
São indivíduos que fazem a diferença	ID	ID	ID	ID	ID	ID

Sabem explorar ao máximo as oportunidades	NI	NI	ID	ID	ID	ID
São determinados e dinâmicos	NI	NI	ID	ID	ID	ID
São dedicados	NI	NI	ID	ID	ID	ID
São otimistas e apaixonados pelo que fazem	ID	ID	ID	ID	ID	ID
São independentes e constroem o próprio destino	ID	ID	ID	ID	ID	ID
Ficam ricos	ID	ID	ID	ID	ID	ID
São líderes e formadores de equipes	ID	NI	ID	ID	ID	ID
São bem relacionados (networking)	ID	ID	ID	ID	ID	ID
São organizados	NI	NI	ID	ID	ID	ID
Planejam, Planejam e Planejam	ID	ID	ID	ID	ID	ID
Possuem conhecimento	ID	ID	ID	ID	ID	ID
Assumem riscos calculados	ID	ID	ID	ID	ID	ID
Criam valor para sociedade	ID	ID	ID	ID	ID	ID
<p>Legenda: ID – IDENTIFICADO NI – NÃO IDENTIFICADO</p>						

Fonte: os autores (2022)

4 DISCUSSÃO

4.1 DOS MÉTODOS DE ENTREVISTA

Dos métodos de entrevista selecionados nota-se uma vantagem melhor no resultado das entrevistas ao vivo (on-line e presenciais) em relação ao formato on-line *Google Forms*. Tal fato deve-se a alguns fatores, entre eles a liberdade dada quanto ao diálogo presencial para os entrevistados, o direcionamento das questões importantes para o estudo e a criação, e, interpretação das perguntas do formulário on-line. Tal diferença entre a forma de coleta de dados fez com que alguns pontos não fossem bem explorados e localizados nas respostas do *Google Forms*. Quando identificada a dificuldade da coleta de dados pelo *Google Forms*, foi realizado contato com as empreendedoras, mas não se obteve retorno para melhoria da qualidade de coleta.

Mesmo assim, a metodologia desenvolvida no presente estudo pode suficientemente validar as características tanto de perfil empreendedor quanto de características de empreendedor de sucesso. Entretanto ela não consegue elencar um perfil ou uma característica isolada para definição de tipo ou de qualidade.

4.2 DA ANÁLISE DE PERFIL E CARACTERÍSTICAS DE SUCESSO

Todos os empreendedores mostraram-se auto eficazes, que assumem riscos calculados, que planejam, que detectam oportunidades, que são persistentes, sociáveis, inovadores e líderes. Tais perfis são demonstrados em maior ou menor ênfase no decorrer das suas histórias de vida e de negócio, sendo definidos a partir do momento que necessitam ser utilizados como postura, seja em determinado período de desafio, de sucesso, de busca a novas oportunidades, a resolução de problemas ou até mesmo ao enfrentamento de mercado.

Quanto às características do empreendedor de sucesso, também todos foram identificados nos entrevistados presenciais.

4.3 DAS NUTRICIONISTAS EMPREENDEDORAS

A Empreendedora 1 mostra-se uma empreendedora persistente e visionária pois sua história passa por momentos difíceis quando sua primeira empresa é interdita, mesmo assim a sua vontade de empreender a fez analisar o que realmente direcionava seus sonhos. Estudou e se planejou novamente para alcançá-lo criando o instituto de educação e saúde oferecendo

cursos on-line e posteriormente fazendo o seu negócio crescer e expandir. Mostra com isto que todas as características são necessárias para o devido andamento e sucesso do negócio.

A Empreendedora 2 é organizada, planejada e dedicada. Mostra que para manter seu negócio de forma constante é preciso organização e dedicação, se adaptar de forma que os desafios aparecem. Seus riscos são calculados no planejamento e segue sua trajetória acompanhando seu gosto desde a faculdade, mantendo seu trabalho na consultoria de UAN.

A Empreendedora 3 mostra-se visionária, bem relacionada com fornecedores, colaboradores e clientes, otimista e apaixonada pelo que faz. Buscou conhecimento na área administrativa, mantendo planejamento, disciplina e equilíbrio emocional em cada passo de evolução empresarial. Isto faz com ela mantenha um empreendimento cada vez mais sólido em todos os sentidos de negócio. Para ela aprender com os desafios de forma inteligente são combustíveis para o sucesso – isto mostra-se quando ao alugar um apartamento para produção começou a incomodar os vizinhos pelo movimento de clientes buscando as encomendas, daí se planejou para alugar um ponto comercial focando suas energias não para o embate emocional, mas sim como um período de readaptação financeira e busca de um local melhor.

A Empreendedora 4 sabe tomar decisões e faz a diferença onde atua. Sua determinação em entregar um trabalho de qualidade evidencia o quão essencial é um nutricionista nas Unidades de Alimentação e Nutrição. É dinâmica na resolução de problemas e mostra-se uma líder formadora de equipes - sabe a importância de transmitir conhecimento e a necessidade do fazer certo, com isso tens através do treinamento a formação de equipes sólidas e comprometidas com os procedimentos e normativas que primam pela qualidade do trabalho que a destacam no mercado. É uma empreendedora muito bem relacionada com seus clientes, estabelecendo um importante quadro de *stakeholders* e *networking* ativo.

A Empreendedora 5 mostra-se dedicada àquilo que ama fazer. Sabe analisar e explorar as oportunidades de negócio que se apresentam. O bom posicionamento e definição dos valores sobre a sua marca e produtos, trazem assertividade no sucesso das decisões, isto mostra-se no período no qual fornecer para grandes varejistas não era tão bom para o negócio quanto fornecer diretamente para pessoas físicas e no formato *private label*. Cria valor para a sociedade oferecendo produtos selecionados e naturais, prezando pela saúde segurança do cliente.

A Empreendedora 6 é visionária e trouxe uma nova forma de fazer nutrição. Não se contentando com padrões engessados ou impostos pelas redes sociais. Importa-se em conhecer se determinada informação é boa ou não para a saúde das pessoas, mesmo que isso não traga valor econômico e sim valor para a sociedade. Com isso consolida seu negócio a longo prazo, fazendo “ciência com consciência”. Mudou a forma de visualizar a nutrição pois em um momento em que muitos nutricionistas insistiam em classificar os alimentos como bons ou ruins / engordam - não engordam, dietas baseadas apenas em cálculo de calorias, trouxe um novo olhar abrangente e humano entre nutrição e pessoas, o que transformou a forma de abordar a nutrição com base no comportamento, relacionamento do indivíduo com sua alimentação e sua complexidade individual como ser humano.

5 CONCLUSÃO

O que podemos concluir é que todos os empreendedores entrevistados acabam por desenvolver os perfis e as qualidades de maior ou menor intensidade levando em consideração vivência, conhecimento e meio ambiente em que estão inseridos e que, as habilidades e qualidades podem ser desenvolvidas de acordo com os desafios que se apresentam, tenham elas resultados positivos, onde a dificuldade é vencida, ou negativos, onde a dificuldade traz uma situação de derrota temporária e é utilizada como aprendizado para vitórias futuras.

A formação em nutrição das empreendedoras apresentou algumas brechas a serem preenchidas no quesito empreendedorismo pois mostra-se pertinente que mais pessoas optem por esta vertente. Isto pode ser explicado devido às DCN's (Diretrizes Curriculares Nacionais) para o curso de nutrição não englobar práticas de empreendedorismo como matérias obrigatórias. A inserção de aulas e atividades de empreendedorismo nas Instituições de ensino podem contribuir a longo prazo para a criação de novas empresas e conseqüentemente trazer uma redução de nutricionistas desempregados de nível superior. Daí a importância de se trabalhar e desenvolver a construção das habilidades e competências do empreendedor de sucesso durante a graduação, momento pelo qual surgem grandes ideias que podem ser transformadas em empreendimentos de sucesso, ou seja, havendo este suporte na graduação o processo pode tornar-se mais rápido para o alcance deste objetivo.

O nutricionista é um profissional de múltiplas atuações e pode explorar um mundo que vai além da sua formação básica sem sair das suas atribuições. O período da pandemia fez com que o mercado da nutrição se tornasse um dos mais promissores do mundo onde a preocupação com a saúde potencializou e ampliou o mercado.

Através da busca pela população para atingir a prevenção e tratamento de doenças, manutenção da saúde, melhores práticas alimentares, produtos menos industrializados e voltados à suas propriedades funcionais contribuiu para surgimento de novos negócios, os quais são implementados a cada dia. Sendo assim conclui-se que nutricionistas como profissionais empreendedores são imprescindíveis e devem estar preparados para identificar as novas oportunidades.

A presente pesquisa demonstrou algumas dificuldades, entre elas a Mostra-se necessário que o presente estudo seja continuado com mais especificidade nas áreas de atuação e em cenários atuais, meio ambiente favorável, viabilidades financeiras, estudos sobre mercados, vendas, clientes, legislações específicas e áreas da administração que podem ser exploradas por nutricionistas de forma competente.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Conselho Federal de Nutricionistas. **Resolução CFN nº 600/2018**. Dispõe sobre a definição das áreas de atuação do nutricionista e suas atribuições, indica parâmetros numéricos mínimos de referência, por área de atuação, para a efetividade dos serviços prestados à sociedade e dá outras providências. Disponível em: <https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/resolucoes/Res_600_2018.htm>. Acesso em 25/04/2022.

BRASIL. **Resolução n.º 666, de 30 de setembro de 2020**. Define e disciplina a teleconsulta como forma de realização da Consulta de Nutrição por meio de tecnologias da informação e da comunicação (TICs) durante a pandemia da Covid-19 e institui o Cadastro Nacional de Nutricionistas para Teleconsulta (e-Nutricionista). Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, ed. 190, seção 1, p. 122, 2 out. 2020.

CFN. Conselho Federal de Nutricionistas. **Perfil da Nutrição no Brasil**. 2021. Disponível em <<http://pesquisa.cfn.org.br/>>. Acesso em 27/02/2022.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. Barueri: Manole, 2012.

CONDE, A.; CONDE, S. R. **Nutricionista: O seu próprio empreendedor**. 128 p. São Paulo: Metha, 2007.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 6ª ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2017.

FERNANDES, J. C. C. **Empreendedorismo e Atitude Inovadora nas Empresas: Estudos de caso aplicados à hotelaria**. Dissertação de Mestrado em Ciências Empresariais. Instituto Politécnico de Setúbal. Escola Superior de Ciências Empresariais. Setúbal. 2012. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.26/4304>>. Acesso em: 22/08/2022.

GARTNER, W. B. *Is there na elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 25, n. 4m p. 27-39, 2001. Disponível em

<https://www.researchgate.net/publication/286225092_Is_There_an_Elephant_in_Entrepreneurship_Blind_Assumptions_in_Theory_Development>. Acesso em 19/09/2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Tradução de Lene Belon Ribeiro. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Estimativas de população. Estimativas 2021. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/downloads-estatisticas.html>>. Acesso em: 15/09/2022.

LUMERTZ, C. R. **Empreendedorismo em Nutrição: Estudo Observacional do Perfil do Nutricionista Atuante no Mercado Empreendedor**. Trabalho de Conclusão do Curso de Nutrição da Faculdade de Medicina da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: 2015. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/127211>>. Acesso em: 15/06/2022.

LUMPKIN, G. T., DESS, G. G. *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*. *Academy of Management Review*, v. 21, n. 1, p. 135-172, 1996.

MARTINS, D. R. **Processo de Decisão e Empreendedorismo: Um estudo com empreendedores da Região Oeste de Santa Catarina**. 2013. 97f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Fundação Pedro Leopoldo, 2013. Disponível em <https://www.fpl.edu.br/2018/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2013/dissertacao_daiana_ransan_martins_2013.pdf>. Acesso em: 15/06/2022.

MESSIAS, J. C.; BARBI, K. B. S.; TEDESCHI, E. H.; LABARTHE, J. **El trabajo del profesional liberal de la salud en el contexto de pandemia COVID-19**. *Ciencias Psicológicas*, [S. l.], v. 16, n. 1, p. e-2364, 2022. DOI: 10.22235/cp.v16i1.2364. Disponível em: <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/cienciaspsicologicas/article/view/2364>. Acesso em: 15/09/2022.

NETO, W. B. M. N. **Empreendedorismo**. Centro Universitário de Maringá, Núcleo de Educação a Distância. 264p. Maringá-PR: Unicesumar, 2018.

NÓBREGA, A. B. do N.; GURGEL, F. F.; BRITO, L. M. P.; OLIVEIRA, P. W. **Competências Gerenciais do Nutricionista Gestor de Unidades de Alimentação Terceirizada**. *Revista RAUnP*. Ano IV, n2. Abr/set 2012. Disponível em: <<https://doi.org/10.21714/raunp.v4i2.289>> Acesso em: 18/06/2022.

PONTE, J. P. **Estudos de caso em educação matemática**. *Bolema*, 25: 105-132. 2006.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Artigo: 5 Soluções inovadoras para os negócios de alimentação durante a crise**. Por Cristina Mieko e Thiago Cunha. 02 de Fevereiro de 2021. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/5-solucoes-inovadoras-para-os-negocios-de-alimentacao-durante-a-crise,4d38d1e079a71710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 03/08/2022.

SCHMIDT, S.; BONHENBERGER, M. C. **Perfil empreendedor e desempenho organizacional**. *Revista de Administração Contemporânea* [online]. 2009, v. 13, n. 3, p. 450-467. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1415-65552009000300007>>. Epub 28 Jul 2009. ISSN 1982-7849. Acesso em: 25/09/2022

SCHRAMM, W. *Notes on case studies of instructional media projects*. *Working Paper, the Academy for Educational Development*, Washington, DC. 1971.

SOUZA, G. H. S. de et al. **Escala de Potencial Empreendedor: evidências de validade fatorial confirmatória, estrutura dimensional e eficácia preditiva**. *Gestão & Produção* [online]. 2017, v. 24, n. 2, p.324-337. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0104-530X3038-16>>. Acesso em: 19/06/2022.

YIN, R. *Case Study Research: Design and Methods*. (2ª ed). Thousand Oaks: SAGE Publications. 1994.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS – *GOOGLE FORMS*

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Nº do CAAE 60295822.1.0000.5539

Título do Projeto: O NUTRICIONISTA EMPREENDEDOR: ESTUDOS DE CASO NA ÁREA DA NUTRIÇÃO

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa cujo objetivo é explorar as possibilidades de empreendedorismo nas áreas da nutrição. Esta pesquisa está sendo realizada pelo curso de graduação em nutrição da faculdade Unicesumar-Curitiba.

Se você aceitar participar da pesquisa, os procedimentos envolvidos em sua participação são os seguintes: responder um questionário com as perguntas objetivas e/ou dissertativas ou de forma livre dentro do tema abordado através GoogleForms ou responder presencialmente em formato de entrevista.

Os possíveis riscos ou desconfortos decorrentes da participação na pesquisa são mencionar dados ou situações sigilosas e que em algum momento possa causar desconforto ou insegurança quanto a sua divulgação, porém estes dados, situações estarão protegidos e não serão divulgados, se solicitado pelo participante.

Os possíveis benefícios decorrentes da participação na pesquisa são a contribuição com o meio acadêmico através do relato de vivências, casos de sucesso ou de erros que possam levar o futuro empreendedor a trilhar seu caminho com melhor desempenho.

Sua participação na pesquisa é totalmente voluntária, ou seja, não é obrigatória. Caso você decida não participar, ou ainda, desistir de participar e retirar seu consentimento, não haverá nenhum prejuízo ao atendimento que você recebe ou poderá vir a receber na instituição.

Não está previsto nenhum tipo de pagamento pela sua participação na pesquisa e você não terá nenhum custo com respeito aos procedimentos envolvidos, cujos custos serão absorvidos pelo orçamento da pesquisa.

Se você aceitar participar da pesquisa, os procedimentos envolvidos em sua participação são os seguintes:

- a) aceitar participar da pesquisa eletronicamente, corresponderá à assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), o qual poderá ser impresso se assim o desejar ou guardado em seus arquivos;
- b) responder ao questionário on-line (o questionário será on-line e, portanto, respondido no momento e local de sua preferência) e/ou conceder entrevista por meio virtual em horário previamente combinado.

Além dos riscos da pesquisa, pondera-se que há riscos característicos dos meios eletrônicos, pois existem limitações que impedem os pesquisadores de assegurar a total confidencialidade e o potencial risco de violação de suas informações.

Caso ocorra alguma intercorrência ou dano, resultante de sua participação na pesquisa, você receberá todo o atendimento necessário, sem nenhum custo pessoal.

Os dados coletados durante a pesquisa serão sempre tratados confidencialmente. Os resultados serão apresentados de forma conjunta, sem a identificação dos participantes, ou seja, o seu nome não aparecerá na publicação dos resultados.

Caso você tenha dúvidas, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável Ana Lúcia Ribeiro, pelo telefone 41 3389-7000, com o pesquisador Eliziane Schneider, pelo telefone 41 98827-0565 ou com o Comitê de Ética em pesquisa da Unicesumar pelo telefone (44) 30276360 ramais 1345, ou no 5º andar do Bloco Administrativo, de segunda à sexta, das 8h às 17h.

Uma cópia deste termo pode ser solicitada por você a qualquer momento.

PERGUNTAS -----

1. Qual o seu nome e sua idade?
2. Há quanto tempo você se considera um empreendedor?
3. Qual a área do seu negócio?

4. Gostaria de dizer o nome do seu negócio?
5. Conte um pouco sobre a sua trajetória profissional.
6. Neste tempo de empreendedorismo, qual foi a sua maior dificuldade e como a superou?
7. Na sua opinião, qual foi o maior risco que você correu? Conte-nos se foi planejado e calculado.
8. Você pensa em investir em outras áreas que não a do seu negócio atual?
9. Qual a sua perspectiva de futuro para a área da Nutrição?
10. Existem áreas inexploradas na sua opinião, quais?
11. Se você pudesse dizer ou ensinar algo a futuros empreendedores nutricionistas, qual seria o seu ensinamento?
12. Você permite que a gente conte a sua história em nossa pesquisa?
13. Existe algo do que você nos contou que não gostaria que fosse publicado?
14. Qual seu empreendimento e gostaria que fosse divulgado?