

## Comércio informal de doces: desafios para os jovens universitários empreendedores

*Informal sweets trade: challenges for young university entrepreneurs*

*Comercio informal de dulces: desafios para los jóvenes universitarios emprendedores*

Maria Eliza Assis dos Passos | [mariaelizapassos@hotmail.com](mailto:mariaelizapassos@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-8953-8258>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Letícia Ferreira Tavares | [leticiaferreira@nutricao.ufrj.br](mailto:leticiaferreira@nutricao.ufrj.br)

<https://orcid.org/0000-0001-5205-2994>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

José Antônio Dias de Brito | [jjbdias5@gmail.com](mailto:jjbdias5@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-3353-3578>

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.



Recebimento do artigo: 23-junho-2021

Aceite: 18-outubro-2021

PASSOS, M. E. A.; TAVARES, L. F. e BRITO, J. A. D. Comércio informal de doces: desafios para os jovens universitários empreendedores. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n.2, p. 84-97, dez. 2021.

## RESUMO

O objetivo do presente estudo foi caracterizar o perfil socioeconômico e investigar os principais desafios enfrentados pelos comerciantes informais de alimentos participantes de um evento gastronômico realizado na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Os 27 empreendedores da 7ª edição do “Circuito de Doces”, realizada em 2018, participaram da pesquisa. A maioria era do sexo feminino (81%), com idade média de 23 anos, aluno da universidade (78%), morador da zona norte da cidade do Rio de Janeiro (70%) e com renda individual de até um salário mínimo (56%). As principais dificuldades apontadas pelos comerciantes foram: manipulação de alimentos, falta de estrutura adequada no local de produção, gestão financeira, divulgação do negócio e planejamento estratégico. O evento “Circuito de Doces” aparece como uma forma de dar suporte, impulsionar as vendas, dar visibilidade e possibilitar o crescimento desses pequenos empreendedores. O presente estudo serviu de base para formulação de intervenções específicas para este público que ocorrerão na forma de cursos de capacitação vinculados a ações de extensão universitária.

**Palavras-chaves:** Gastronomia; Serviços de alimentação; Comerciante informal; Empreendedorismo; Doce.

## ABSTRACT

The objective of the present study was to characterize the socioeconomic profile and investigate the main challenges faced by informal food traders participating in a gastronomic event held at the Federal University of Rio de Janeiro. The 27 entrepreneurs from the 7th edition of the “Circuito de Doces”, held in 2018, participated in the survey. The majority were female (81%), with an average age of 23, university student (78%), resident of the North Zone part of the city of Rio de Janeiro (70%) and with an individual income of up to one minimum wage (56%). The main difficulties pointed by traders were: food handling, lack of adequate structure at the place of production, financial management, business disclosure and strategic planning. The “Circuito de Doces” event appears as a way to support, boost sales, give visibility and enable the growth of these small entrepreneurs. The present study served as a basis for formulating specific interventions for this audience that will take place in the form of training courses linked to university extension actions.

**Keywords:** Gastronomy; Food services; Informal trader; Entrepreneurship; Sweet.

## RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue caracterizar el perfil socioeconómico e investigar los principales desafíos que enfrentan los comerciantes informales de alimentos que participan en un evento gastronómico realizado en la Universidad Federal de Río de Janeiro. Participaron de la encuesta los 27 emprendedores de la 7ª edición del “Circuito de Doces”, realizado en 2018. La mayoría eran mujeres (81%), con edad promedio de 23 años, universitarias (78%), residente de la zona norte de la ciudad de Río de Janeiro (70%) y con una renta individual de hasta un salario mínimo (56%). Las principales dificultades identificadas por los comerciantes fueron: manipulación de alimentos, falta de estructura adecuada en el lugar de producción, gestión

financiera, divulgación comercial y planificación estratégica. El evento "Circuito de Doces" surge como una forma de apoyar, impulsar las ventas, dar visibilidad y posibilitar el crecimiento de estos pequeños emprendedores. El presente estudio sirvió de base para formular intervenciones específicas para esta audiencia que se desarrollarán en forma de cursos de capacitación vinculados a acciones de extensión universitaria.

**Palabras claves:** Gastronomía; Servicios alimentarios; Comerciante informal; Emprendimiento; Dulces.

## INTRODUÇÃO

As mudanças no estilo de vida, causadas pelo excesso de atividades e pela falta de planejamento e organização do tempo, acarretaram alterações na alimentação do dia a dia (OPAS, 2019). Houve aumento do consumo de alimentos fora de casa e opções de comidas rápidas, práticas e de baixo custo que estão presentes em todo o mundo, em especial nos grandes centros urbanos (RODRIGUES et al., 2014; ABRAHALE et al., 2019; JESUS, 2020). Destaca-se nesse cenário a comida de rua que compreende uma opção viável para parte da população diante do modo de vida urbano contemporâneo (CARDOSO et al., 2009).

Segundo a Organização Mundial de Saúde (WHO, 1996), comidas de rua são definidas como: alimentos e bebidas preparados e/ou vendidos nas ruas e outros lugares públicos para consumo imediato ou consumo posterior sem processamento adicional ou preparação, o que inclui frutas frescas e vegetais para consumo imediato.

Para Chakravarty e Chanet (1996):

As comidas de rua podem ser classificadas em três categorias: alimentos preparados em fábricas pequenas ou em escala caseira e levados para a barraca de comida de rua para venda; alimentos preparados na casa do vendedor e levados para a barraca de comida de rua para venda; e alimentos preparados na própria barraca de comida de rua e vendidos.

Apesar de serem relevantes nos países em desenvolvimento, os comerciantes ambulantes de alimentos estão presentes por todo o mundo, bem como a comida de rua (JESUS, 2020). A venda de alimentos nas ruas normalmente está relacionada com a preservação da cultura tradicional, certos tipos de alimentos e culinárias (AMSON, 2005; TAYLOR et al, 2000). No Brasil, por exemplo, em cada estado há um "carro-chefe", o tacacá no Pará, a tapioca no Rio Grande do Norte, o queijo de coalho em Pernambuco, o acarajé na Bahia, o espetinho no Rio de Janeiro e o cachorro-quente em São Paulo (GERMANO et al, 2000 *apud* CARDOSO et al., 2009).

A venda informal de alimentos segue a lógica também dentro dos *campi* universitários. A necessidade de alimentação no espaço de estudo e de obtenção de renda para os gastos necessários dentro da faculdade influenciam o surgimento desse tipo de comércio nas universidades (SOUSA et al., 2013). Nonato (2013) relatou que na Universidade Federal de Uberlândia o consumo dos alimentos produzidos por comerciantes ambulantes que trabalham no ramo informal de alimentos é uma prática comum.

Esse comércio, presente dentro e fora das universidades, apresenta faces contraditórias: ao mesmo tempo em que permite para uma parcela da população acesso ao trabalho, renda e melhor qualidade de vida, também pode torná-la vulnerável e vítima do próprio desconhecimento quanto aos cuidados higiênicos com os alimentos, passíveis de transmitirem diversos patógenos, colocando em risco a saúde dos consumidores (CARNEIRO et al., 2014; CARDOSO et al., 2009).

Por isso, é importante o estudo do ambiente alimentar universitário considerando a existência dos comerciantes ambulantes nos *campi*, devido à escassez de dados relativos a este tipo de atividade. Os resultados de estudos que abordem esse tema poderão ser utilizados como subsídios para a sugestão e criação de mecanismos de intervenção, assim como minimizar ou anular os agravos à saúde da comunidade universitária e auxiliar na capacitação desse grupo de comerciantes. Sendo assim, o objetivo deste estudo foi caracterizar o perfil socioeconômico e investigar os principais desafios enfrentados pelos comerciantes informais de alimentos participantes de um evento gastronômico realizado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

## MÉTODOS

A pesquisa realizada foi de natureza quantitativa, de caráter descritivo e exploratório, desenvolvido junto aos comerciantes informais de alimentos participantes da 7ª edição do evento "Circuito de Doces" realizado no Centro de Ciências da Saúde (CCS) do campus da Cidade Universitária da UFRJ em 2018.

O estudo foi constituído por censo dos comerciantes informais que participaram do evento. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário próprio. O pré-teste foi realizado durante a 6ª edição do "Circuito de Doces". O questionário final foi composto de 24 perguntas, incluindo questões de múltipla escolha e abertas, abordando características sociodemográficas, vínculo com a universidade, curso ou setor de trabalho, local de residência, tempo no ramo de alimentação, se o negócio era ou não formalizado, renda individual, dificuldades no cotidiano e nas áreas de produção e manipulação de alimentos, gestão financeira, gestão de pessoas, marketing e planejamento estratégico.

O questionário aplicado foi preenchido pelos participantes do evento sem interferência dos pesquisadores, que foram previamente treinados. Os dados foram tabulados e analisados com a utilização do programa Excel® (Microsoft Office, versão 2016).

## RESULTADOS

O total de 27 comerciantes informais participaram do estudo. A maioria era do sexo feminino (81%), com idade média de 23 anos, solteira (89%) e estudante da universidade (78%). Os expositores eram moradores da Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro (70%), Baixada Fluminense (22%), Zona Oeste (7%) e outros locais (1%).

A renda individual de 56% dos participantes era de até um salário mínimo/mês, sendo que dessa renda, 40% era proveniente do negócio no ramo da alimentação. Outros proventos relatados foram "ajuda dos pais e responsáveis" (33%) e "bolsas" (30%), como de acesso e

permanência, auxílio, iniciação científica e extensão. A situação econômica dos participantes do "Circuito de Doces" pode ter influenciado o surgimento dos negócios em questão, auxiliando na produção de renda e, desta forma, no caso dos universitários, facilitando a manutenção na universidade.

Além disso, destaca-se que os alunos do Curso de Gastronomia contemplavam 19% da amostra, evidenciando, também, o empreender em função da qualificação que possuem na área. Alunos do curso de Arquitetura e urbanismo (11%), Química (11%) e Nutrição (7%), dentre outros, participaram da edição do evento.

O tempo de existência do negócio variou entre os participantes, de "menos de um ano" (40%) a "mais de oito" (11%), trabalham em seus negócios em média 5,5 horas/dia e 74% é informal ou não-regulamentado, caracterizado por não terem o negócio em questão legalizado.

Questionados sobre as razões pelas quais esses vendedores trabalham no ramo informal de alimentos, destacaram-se "ser independente" e "identificação com a atividade" (Tabela 1).

**Tabela 1.** Razões pelas quais os participantes da 7ª edição do "Circuito de Doces" trabalham no ramo informal de alimentos. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018.

Razões para trabalhar no ramo	%*
Ser independente (ganhar meu próprio dinheiro)	67
Identificação com a atividade	59
Ajudar nas despesas de casa	41
Adquirir experiência	33
Custear/ pagar meus estudos	26
Mercado formal de trabalho saturado	19
Sustentar minha família (esposo/a, filhos/as etc.)	15

\*Os participantes puderam escolher mais de uma opção de resposta.

Os motivos destacados para "escolher vender doces" foram: demanda do mercado consumidor (59%), seguido da habilidade técnica (52%), gosto pessoal (52%), baixo custo para produção (41%) e oportunidade (4%). Como a grande maioria dos participantes do estudo trabalha sozinha, 78% não possuía dificuldades com relação à gestão de recursos humanos em seu negócio, 7% apresentava dificuldade em treinamento de pessoal e 3% relatou existência de conflitos entre funcionários e problemas para motivar os funcionários em época de baixas vendas.

Estipular a validade dos produtos vendidos é um entrave para grande maioria (74%). Com relação a gestão financeira do negócio, o obstáculo mais vivenciado pelos empreendedores foi "separar as finanças pessoais e a do negócio" (52%), seguido pela dificuldade de calcular o custo dos produtos (30%). Com relação ao planejamento estratégico "elaborar um plano de vendas" não é uma tarefa fácil para 33% dos vendedores avaliados, porém, o mesmo percentual relatou não possuir dificuldade no quesito planejamento

estratégico. As principais dificuldades enfrentadas pelos participantes do "Circuito de Doces" estão descritas na tabela 2.

**Tabela 2.** Desafios enfrentados pelos participantes da 7ª edição do "Circuito de Doces".  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018.

<b>Manipulação e produção de alimentos</b>	<b>%*</b>
Estipular a validade do produto	74
Dúvidas sobre manipulação de alimento	67
Falta de estrutura no local de produção	54
Dúvidas na escolha da matéria prima	41
Não possui dificuldades	41
Dificuldade de armazenamento da matéria prima ou dos produtos	26
Definir fornecedores	22
Padronização do produto	22
<b>Gestão financeira</b>	
Separar as finanças pessoais e do negócio	52
Calcular o custo exato dos produtos	30
Estipular o preço	22
Calcular o lucro	22
Não possui dificuldades	22
Calcular o quanto se gasta e o quanto se ganha	19
Calcular o quanto deve ficar no caixa	7
Desconhecimento de gestão financeira	4
<b>Planejamento estratégico</b>	
Não possui dificuldades	33
Dificuldade de elaborar um plano de vendas	33
Dúvida de como criar um plano de negócios	22
Dificuldades de escolher pontos de venda	19
Dificuldade em elaborar um cardápio	7
Centralização de tarefas	4

\*Os participantes puderam escolher mais de uma opção de resposta.

## DISCUSSÃO

O evento “Circuito de Doces” é uma oportunidade para novos empreendedores do ramo de alimentação. O ambiente universitário é propício para o desenvolvimento do evento que permite diversificar as opções de escolhas alimentares para comunidade acadêmica e contribui para atividades pautadas no princípio da indissociabilidade entre o ensino, a pesquisa e a extensão.

Foi possível caracterizar os empreendedores informais de alimentos e identificar os principais desafios encontrados por eles relacionados a manipulação e produção de alimentos, gestão financeira e planejamento estratégico. Destaca-se que o questionário utilizado no estudo foi desenvolvido pelos pesquisadores e passou por etapa de pré-teste e ajustes, mas não foi realizado estudo de validação do instrumento. Acredita-se que esta limitação não tenha interferido nos resultados encontrados. Além disso, este é um estudo de abrangência local que reflete o perfil dos vendedores informais de alimentos de um centro universitário do Rio de Janeiro e não do setor como um todo.

Os vendedores de doces participantes da pesquisa refletem a realidade dos locais que residem, que são regiões geograficamente localizadas em áreas econômicas da cidade consideradas de baixa renda e reverberam a realidade de muitos jovens: desemprego e trabalhos/empregos com durações curtas e intermitentes e trabalho informal (SOUZA, 2020; MARQUES, 2020).

Entre as características da vida na contemporaneidade neoliberal, identificamos o desenvolvimento de habilidades e competências que tornam os sujeitos empreendedores de si mesmos e que, ao se assumirem como tal, são capazes de superar dificuldades relacionadas a falta de emprego, educação e saúde (LOUREIRO et al., 2021). Isso reafirma o descrito por Bulgacov e colaboradores (2011), sobre a atividade empreendedora, a depender das características e das condições, pode, por um lado, garantir realização, e por outro, vulnerabilidade. No contexto atual da economia brasileira, o empreendedorismo aparece como fator primordial para o desenvolvimento econômico, principalmente entre os jovens brasileiros (CEZARINO; GARCIA, 2021) cuja participação em ações empreendedoras tem aumentado e via pela qual eles têm ingressado no mercado de trabalho. Para entender essa trajetória é preciso analisar detalhadamente para compreender as características e condições dessas atividades empreendedoras (BULGACOV et al., 2011).

Embora alguns autores vejam o empreendedorismo como uma escolha dicotômica, levando em consideração apenas a relação entre oportunidade e necessidade, algo que todos concordam é que a busca pela independência é uma característica dos empresários da nova geração (ZAMBON, 2021; VALE et al., 2014). Para Beltrami e Verschoore (2021) empreender tem sido a escolha profissional de um número crescente de pessoas, sejam elas motivadas por necessidade em função de contexto econômico, ou por oportunidade. Vale e colaboradores (2014) relataram que o desejo de ser independente geralmente está relacionado com outros motivos: insatisfação com o emprego, necessidade de complementar a renda familiar e flexibilidade do horário de trabalho. Dados que vão ao encontro dos nossos, visto que desejam a independência e se deparam com a necessidade de auxiliar tanto com os gastos dentro da universidade quanto da própria família.

O funcionamento dentro do campus universitário se assemelha às grandes cidades, onde o consumo de comida nas vias públicas é influenciado muitas vezes pela falta de tempo ocasionada pelo acúmulo de atividades. Tal prática fortalece o serviço informal de alimentos que, além de isenção de impostos, oferece baixo custo ao consumidor (MOREIRA da SILVA et al., 2011; SOUSA et al., 2013) e, talvez por isso, seja tão atrativo para a comunidade universitária.

Segundo Perez e colaboradores (2016), um dos alimentos mais consumidos pelo público universitário é o doce, que gera, mais do que outros alimentos, emoções positivas aumentando a motivação por consumi-los, tão logo sejam lembrados ou estejam disponíveis ao alcance da mão, ou seja, ingeri-los é recompensador (SAWAYA, FILGUEIRAS, 2013; PREVIATO, 2018). A rotina, muitas vezes estressante dentro da universidade, pode ser amenizada por um alimento doce que traz bem-estar e conforto, um atrativo aos estudantes, cuja demanda foi reconhecida pela amostra estudada.

Os serviços de alimentação devem adotar procedimentos de boas práticas a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias do alimento preparado (BRASIL, 2004). As dificuldades apresentadas pelos participantes do "Circuito de Doce" corroboram com as apontadas por Nonato (2013), Monteiro (2015) e Lima et al (2017) que o comércio informal de produtos alimentícios pode acarretar sérios problemas para os consumidores, devido, entre outros fatores, às inadequações e à dificuldade de controle da qualidade higiênico-sanitária dos alimentos

Todas as pessoas comprometidas no processo de comercializar alimentos em vias públicas precisam conhecer e adotar as boas práticas de manipulação, como forma de garantir a produção de alimentos seguros, que atendam às regras de qualidade higiênico-sanitárias e de qualidade do produto (MONTEIRO, 2015). Apesar disso, segundo Carneiro e colaboradores (2014), nem sempre as determinações legais de controle sanitário são seguidas pelos manipuladores do comércio informal de alimentos. Lobo e colaboradores (2015) reconhecem que o comércio informal de alimentos possui caráter social, permitindo emprego e renda, entretanto, a qualidade do alimento é comprometida pelo desconhecimento sobre higiene e manipulação adequada de alimentos, sendo necessárias ações educativas e de fiscalização.

Estudo realizado na Universidade Federal de Uberlândia concluiu que estabelecimentos comerciais, tanto os regulamentados quanto os não regulamentados, devem ser inspecionados de forma regular e periódica. Além disso, a oferta regular e permanente de cursos de capacitação em Boas Práticas de Fabricação de Alimentos é essencial para garantir a estabilidade da Segurança do Alimento e Nutricional no *campus* universitário, garantindo informações básicas para vendedores/manipuladores de alimentos e esclarecimento de dúvidas a respeito do tema (NONATO, 2013).

O comércio informal de alimentos pode ser entendido como uma realidade de dupla face: absorve um crescente número de sujeitos, favorecendo a geração de emprego, e alimenta parcela da população. Entretanto, constitui risco à saúde dos consumidores, já que os produtos comercializados podem ser facilmente contaminados com patógenos, devido às condições inadequadas do local de preparo, ausência de sistema de abastecimento de água tratada e falta de conhecimento sobre técnicas de manipulação higiênica por parte dos comerciantes (SANTOS et al., 2012). Moreira da Silva e colaboradores (2011) reforçam a importância dos



treinamentos, pois perceberam que os vendedores ambulantes de alimentos treinados de uma universidade do Ceará foram os que armazenavam os alimentos de forma correta. Outros estudos também apontaram a importância da qualificação como estratégia para sanar ou minimizar inadequações no âmbito higiênico sanitário no setor informal de comercialização de alimentos (CARNEIRO et al., 2014; SOUSA et al., 2013; MONTEIRO, 2015; LACERDA et al., 2016).

Além do conhecimento com relação à higiene dos alimentos, é importante para a sobrevivência dos negócios noções de gestão (BITTENCOURT; PALMEIRA, 2012). A adequada gestão financeira do empreendimento contribui para tomadas de decisões mais acertadas uma vez que haja implementação de ações para realização de planejamento, controle e avaliação que permitem maximizar os resultados econômicos e/ou financeiros (CAMARGO, 2020).

Segundo Bulgacov e colaboradores (2011), o jovem empreendedor que busca no empreender o atendimento das necessidades de geração de renda encontra, frequentemente, uma forte barreira determinada pelo nível de educação e pela falta de experiência em planejamento de negócios. Os resultados apresentados corroboram com estudo realizado por Bernardes e Miranda (2011), que ao avaliarem quatro pequenas empresas, observaram que três delas não possuem visão econômica definida e não utilizam nenhuma informação gerencial. Nesse estudo, a única preocupação descrita foi com o caixa, porém em uma visão de curto prazo.

A dificuldade na área da gestão de marketing, possivelmente, tem relação com o relato dos participantes do evento de não possuírem recursos financeiros (40%) suficientes para aplicarem na divulgação da marca. A falta de tempo (40%) para uma maior dedicação na explanação da marca também foi um relato presente, talvez pela maioria dos expositores serem alunos da universidade e pelo perfil dos cursos, em sua maioria, de turno integral.

Por serem serviços que comercializam alimentos, o cardápio possui papel importante na manutenção do negócio, cuja criação é fundamental e complexa, visto que deve atrair o cliente e ao mesmo tempo maximizar o lucro (TEICHMANN, 2009). Deve-se levar em consideração a capacidade produtiva do negócio, controlar o custo, de forma que itens de lucratividade variada possam equilibrar o fluxo de caixa (SANDEEP; VINTI, 2009) e, acima de tudo, observar a aceitação dos clientes. Felizmente, o cardápio não foi um item reconhecido como uma dificuldade pelos empreendedores avaliados, entretanto, efetuar um planejamento estratégico coerente foi reconhecido como um entrave por causa da centralização das tarefas, já que muitos entraram nessa empreitada por conta própria e trabalham sozinhos.

Para as empresas de pequeno porte e de gestão familiar, o planejamento estratégico é ainda mais essencial, pois auxilia na melhor maneira de utilizar suas capacidades, minimizando a perda de recursos e de energia em atividades, além de contribuir para a gestão e direcionar os esforços para identificação dos problemas existentes que impedem seu desenvolvimento. O planejamento estratégico procura estabelecer etapas para assegurar que a empresa monitore e defina seu papel dentro do ambiente competitivo (KUSTERS, 2019). Quando não se tem um plano estratégico para a condução dos negócios, fica difícil identificar as necessidades, oportunidades e o tempo necessário para iniciar a implementação das medidas com a devida antecedência. Por isso, é de extrema importância que se conheça o ambiente em que a empresa

está inserida, seus valores, sua visão, seus objetivos e a missão que se propôs a cumprir (CONSENTINO et al., 2011).

A atividade de empreender é experimental e como bem descrito por Bulgacov e colaboradores (2011), empreender é um processo de aprendizagem que, por meio da prática, transforma as identidades e as habilidades dos indivíduos para participar do mundo, para mudar tudo ou alguma coisa, para mudar a si próprios. Apesar de todas as dificuldades apresentadas pelos empreendedores estudados, vale destacar a importância deles no meio universitário. Para Almeida (2013), orientar alunos universitários em como abrir uma empresa faz com que se sintam mais preparados nessa empreitada assim como para o mercado de trabalho.

O comércio informal de alimentos no *campus* da Cidade Universitária da UFRJ surge como uma forma de auxiliar grupos de menor poder aquisitivo a permanecerem na universidade e custear os estudos e despesas pessoais e como ponto de partida na ação de empreender. O evento “Circuito de Doces” aparece como uma forma de dar suporte e impulsionar as vendas desses empreendedores que fazem parte da comunidade universitária, dar visibilidade e possibilitar o crescimento do negócio.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das técnicas possuídas na produção dos doces e do apreço pelos produtos vendidos, os vendedores avaliados possuem variadas dúvidas e dificuldades na administração do negócio. Sendo assim, programas de capacitação para os comerciantes informais universitários de alimentos são uma necessidade, objetivando aumentar a compreensão deste público sobre temas como manipulação de alimentos e legislação sanitária, gestão financeira, gestão de marketing e planejamento estratégico.

Capacitar esse público significa apoiar o empreendedorismo dentro da universidade, garantir de alguma forma um aumento na segurança alimentar dos consumidores dos produtos comercializados e, acima de tudo, possibilitar a manutenção desses negócios no ramo de alimentação. Esse movimento de capacitação ajudará a movimentar a economia do *campus*, gerando oportunidade de obtenção de renda para muitos e garantindo um serviço de qualidade para o público universitário.

Os resultados deste estudo serviram de base para formulação de intervenções específicas para este público que ocorreram na forma de cursos de capacitação vinculados a ações de extensão universitária. Desta forma, contribuindo com o tripé formado pelo ensino, pesquisa e extensão que constitui o eixo fundamental da universidade brasileira.

## REFERÊNCIAS

ABRAHALE, K., SOUSA, S., ALBUQUERQUE, G., Padrão, P., & Lunet, N. Street food research worldwide: a scoping review. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 32(2), 152-174. 2019. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30311276/> Acesso em: 20 fev. 2021.

ALMEIDA, G. O. **Valores, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos**. Tese de Doutorado. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Fundação Getúlio Vargas. Brasil, 2013. Disponível em <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/11281>>. Acesso em: 27 fev 2021.

AMSON, G. V. **Comércio ambulante de alimentos em Curitiba: perfil de comerciantes e propostas para programa de boas práticas higiênicas na manipulação de alimentos**. Dissertação de M.Sc., Universidade Federal do Paraná. Curitiba: Brasil, 2005. Disponível em: <<https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/34220/R%20-%20D%20-%20GISELE%20VAN%20AMSON.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 19 fev 2021.

BERNARDES, D. P. G.; MIRANDA, L. C. Quatro Histórias da Utilização de Informação Econômico-Financeira nas Micro e Pequenas Empresas: lições para futuros empreendedores. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v.5, n.3, p. 84-98, 2011. Disponível em: <<http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/231>>. Acesso em: 10 fev 2021.

BELTRAMI, F.; VERSCHOORE, J. R. O Papel das Aceleradoras na Evolução das Startups. **Teoria e Prática em Administração**, p.1-13, 2021. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/profile/JorgeVerschoore/publication/348521769\\_O\\_Papel\\_das\\_Aceleradoras\\_na\\_Evolucao\\_das\\_StartupsThe\\_Role\\_of\\_Accelerators\\_in\\_the\\_Evolution\\_of\\_Startups/links/6001e8e745851553a04921dc/O-Papel-das-Aceleradoras-na-Evolucao-das-Startups-The-Role-of-Accelerators-in-the-Evolution-of-Startups.pdf](https://www.researchgate.net/profile/JorgeVerschoore/publication/348521769_O_Papel_das_Aceleradoras_na_Evolucao_das_StartupsThe_Role_of_Accelerators_in_the_Evolution_of_Startups/links/6001e8e745851553a04921dc/O-Papel-das-Aceleradoras-na-Evolucao-das-Startups-The-Role-of-Accelerators-in-the-Evolution-of-Startups.pdf)>. Acesso em: 18 fev 2021.

BITTENCOURT, M.; PALMEIRA, E. M. Gestão Financeira. **Revista Acadêmica de Economia**, n. 165, Jan, 2012. Disponível em [https://www.researchgate.net/profile/Eduardo\\_Palmeira/publication/239950540\\_GESTAO\\_FINANCEIRA/links/54db40bf0cf2ba88a68f8fdc/GESTAO-FINANCEIRA.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Eduardo_Palmeira/publication/239950540_GESTAO_FINANCEIRA/links/54db40bf0cf2ba88a68f8fdc/GESTAO-FINANCEIRA.pdf) Acesso em: 20 fev. 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC n. 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2004. Disponível em:<[https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2004/reso216\\_15\\_09\\_2004.html](https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2004/reso216_15_09_2004.html)>. Acesso em 18 fev. 2021.

BULGACOV, Y. L. M. *et al.* Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou a fuga da exclusão? **Revista de Administração Pública**, v. 45 n. 3. p. 695-720, 2011. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rap/v45n3/07.pdf>>. Acesso em: 28 fev 2021.

CAMARGO, E. S. F. **Gestão financeira para negócios em alimentação**. São Paulo: Editora Senac, 2020.

CARDOSO, R. C.V. *et al.* Comida de rua e intervenção: estratégias e propostas para o mundo em desenvolvimento. **Ciência & Saúde Coletiva**, v.14, n.4, p.1215-1224, 2009. Disponível em: <[https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232009000400027&script=sci\\_abstract&tlng=es](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232009000400027&script=sci_abstract&tlng=es)>. Acesso em: 16 fev 2021.

CARNEIRO, A. C. L. L. *et al.* Avaliação das condições higiênico-sanitárias durante a produção e comercialização de cachorro-quente, por vendedores ambulantes, no município de Belo Horizonte. **Higiene Alimentar**, v. 28, p. 67-72, 2014.

CEZARINO, M. S.; GARCIA, A. S. Jovem empreendedor: uma análise do perfil e das dificuldades encontradas por jovens empreendedores de Campanha - MG. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 1, p. 112-134, 2021. Disponível em: <<http://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/392>>. Acesso em: 24 fev 2021.

CHAKRAVARTY, I.; CHANET, C. Street Foods in Calcutta. **Food, Nutrition and Agriculture**, 1996. Disponível em: <<http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/W3699t/W3699to4.pdf>>. Acesso em: 19 fev 2021.

CONSENTINO, D. V. *et al.* Planejamento estratégico voltado para a gestão e desenvolvimento de uma empresa: Estocar Estofados Guarantã. 2011. **Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UNISALESIANO**, São Paulo. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/54017.pdf>>. Acesso em: 10 fev 2021.

GERMANO, M. I.S. *et al.* Comida de rua: prós e contras. **Higiene Alimentar**, v.14, n. 77, p. 27-33, 2000.

JESUS, A. C. C. **Ambiente alimentar de terminais rodoviários na região metropolitana do Rio de Janeiro**. Dissertação de M.Sc., Escola Nacional de Saúde Pública Sergio Arouca/Fundação Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro: Brasil, 2020.

KUSTERS, D. **Planejamento estratégico e de marketing**. São Paulo: Editora Senac, 2019.

LACERDA, L. A. *et al.* Aplicação das boas práticas de fabricação por vendedores ambulantes de churrasquinho e na comercialização da carne in natura em Cuiabá - MT. **Higiene Alimentar**. v.30, p. 27-31, 2016.

LOBO, L. N. *et al.* Perfil e discurso de trabalhadores de comida de rua no Recôncavo da Bahia, Brasil. **Revista Visa em Debate**. v.3, n.1, p.82-87, 2015. Disponível em:< <https://visaemdebate.incqs.fiocruz.br/index.php/visaemdebate/article/download/267/185/2255>>. Acesso em: 15 fev 2021.

LOUREIRO, C. *et al.* Competências e direito de aprendizagem: protagonismo e vulnerabilidade. **Cadernos Cedes**, v. 41, n. 114, p.99-109, 2021. Disponível em:< <https://www.scielo.br/j/ccedes/a/hM9JkTKx4FjkGzgSjtsbD8j/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 20 mai 2021.

MARQUES, A. P. P. Na Fronteira do mercado de emprego: jovens, trabalho e cidadania. **Trabalho, Educação e Saúde**, v.18, s.1, 2020. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S198177462020000400501&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S198177462020000400501&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 20 fev 2021.

MONTEIRO, M. A. M. Caracterização do comércio ambulante de alimentos em Belo Horizonte-MG. **Demetra**, v.10, n.1, p.87-97, 2015. Disponível em:< <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/view/13364/12216>>. Acesso em: 20 mai 2021.

MOREIRA DA SILVA, L. I. M. *et al.* Condições higiênico sanitárias do comércio de alimentos em via pública em um campus universitário. **Alimentos e Nutrição Araraquara**, v. 22, n. 1, p.

89-95, 2011. Disponível em:

<<http://200.145.71.150/seer/index.php/alimentos/article/viewArticle/1471>>. Acesso em: 10 fev 2021.

NONATO, I. L. **Segurança alimentar e nutricional: capacitação em boas práticas, análise microbiológica e da composição centesimal de alimentos comercializados nos Campi Santa Mônica e Umuarama da Universidade Federal de Uberlândia**. Dissertação de M.Sc., Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia: Brasil, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/12785/1/SegurancaAlimentarNutricional.pdf>>. Acesso em: 23 fev 2021.

OPAS- Organização Pan-Americana de Saúde. Organização Mundial da Saúde. **Alimentação saudável**, 2019. Disponível em: < <https://www.paho.org/pt/topicos/alimentacao-saudavel>>. Acesso em: 18 mai 2021.

PEREZ, P. M. P. *et al.* Práticas alimentares de estudantes cotistas e não cotistas de uma universidade pública brasileira. **Ciência & Saúde Coletiva**, v.21, n.2, p.531-542, 2016. Disponível em:<[https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141381232016000200531&script=sci\\_abstract&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141381232016000200531&script=sci_abstract&tlng=pt)>. Acesso em: 02 fev 2021.

PREVIATO, H. D. R. A. **Associação entre neofobia alimentar, craving por doces e uso do alimento como recompensa e prazer com estado nutricional e escolhas alimentares em adolescentes**. Tese de Doutorado, Faculdade de Engenharia de Alimentos/Universidade Estadual de Campinas. Campinas: Brasil, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/333978>>. Acesso em: 19 mai 2021.

RODRIGUES, B. F. *et al.* O comércio de comida de rua no centro histórico de Salvador – BA: caracterização da oferta de alimentos e aspectos higiênico-sanitários. **Segurança alimentar e nutricional**, v. 21 n. 1, p. 347-358, 2014. Disponível em:

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8638932>. Acesso em: 26 fev 2021.

SANDEEP, M.; VINTI, D. *Application of Kasavana & Smith Menu Engineering Model to menu of a resort restaurant- A case study approach*. **Journal of Hospitality Application and Research**, v.4, n.1, p. 41-49, 2009. Disponível em:

<<http://www.publishingindia.com/GetBrochure.aspx?query=UERGQnJvY2h1cmVzfC82NC5wZGZ8LzYoLnBkZg==>>. Acesso em: 16 fev 2021.

SANTOS, M. P. *et al.* Características higiênicas sanitárias da comida de rua e proposta de intervenção educativa. **Revista Baiana de Saúde Pública**, v. 36, n.4, p. 885-898, 2012. Disponível em: <<http://files.bvs.br/upload/S/0100-0233/2013/v36n4/a3782.pdf>>. Acesso em: 27 fev 2021.

SAWAYA, A. L; FILGUEIRAS, A. "Abra a felicidade"? Implicações para o vício alimentar. **Estudos Avançados**, v.27, n.78, 2013. Disponível em:

<[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142013000200005](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142013000200005)>.

Acesso em: 22 fev 2021.

SOUSA, H. W. O. *et al.* Comércio ambulante de alimentos: condições higiênico-sanitárias e perfil de comerciantes ambulantes. **Revista TEMA**, v. 14, n. 20/21, 2013. Disponível em:

<<http://revistatema.facisa.edu.br/index.php/revistatema/article/view/166>>. Acesso em: 24 fev 2021.

SOUZA, R. L. Um breve comentário do mercado de trabalho do Brasil. **Revista de Ciencias Empresariales y Sociales**, v. 2, n. 3, 2020. Disponível em: <<https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/empresarialesysociales/article/view/764/801>>. Acesso em: 28 fev 2021.

TAYLOR, D. S. *et al.* Street Foods in America - A True Melting Pot. In: SIMOPOULOS, A.P.; BHAT, R.V. (Ed.). Street foods. **World Review of Nutrition and Dietetics**, v. 86, p. 25-44, Basel, Karger: 2000. Disponível em: <<https://www.karger.com/Article/Abstract/59732>>. Acesso em: 28 fev 2021.

TEICHMANN, I. M. **Cardápios: técnicas e criatividade**. 7ª ed. Caxias do Sul: **Educs**, 2009.

VALE, G. M. V. *et al.* Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n.3, art. 4, p. 311-327, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rac/v18n3/v18n3a05.pdf>>. Acesso em: 28 fev 2021.

WHO - World Health Organization. **Essential Safety Requirements for Street-Vended Foods**. Jul 1996. Disponível em: <<https://www.who.int/foodsafety/publications/street-vended-food/en/>>. Acesso em: 19 fev 2021.

ZAMBON, S. A. **O empreendedorismo e suas características comportamentais: uma análise da percepção da atitude empreendedora em teses publicadas no Brasil de 2007 a 2019**. Tese de Doutorado, – Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade/Universidade Federal de São Carlos. São Carlos: Brasil, 2021. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/14001>>. Acesso em: 19 mai 2021.