

DA CRIAÇÃO AO ALIMENTO: 4 “Ps” DO MARKETING NUTRICIONAL DO PRODUTO, PREÇO, PRAÇA E PROMOÇÃO ATÉ A COMPOSIÇÃO DOS ALIMENTOS

Vanessa Vasconcelos Fonseca¹

Angela Marta de Souza²

Aline Cristina Teixeira Mallet³

Dados de Identificação

Disciplina: Composição Química dos Alimentos

Profa. Responsável: Vanessa Vasconcelos Fonseca

Período: 1º e 2º períodos de 2025

Curso: Nutrição

Objetivo(s) da Ação

Elaborar um produto do zero, com rotulagem, utilizando os 4 “Ps” do Marketing: produto, preço, praça e promoção, na escolha dos ingredientes, receita e “divulgação” do produto, com direito à degustação dos grupos que desejarem.

O objetivo é “defender” o melhor produto e fazer votação entre os mesmos de qual produto seria “lançado” no mercado. Cada aluno defende sua proposta, com a formação de equipe para pesquisa, formulação de acordo com a legislação e produtos já existentes. Eles escolhem os ingredientes inovadores, pesquisam a rotulagem nutricional de produtos similares, já existentes, além de legislações vigentes. Quando tudo estiver caracterizado ocorre a apresentação do seminário em sala de aula. A Prof^a. Vanessa Vasconcelos Fonseca responsável pela disciplina, avaliará o envolvimento do grupo e inovação dos ingredientes apresentados.

¹ Doutora em Ciência dos Alimentos (UFRJ), docente do UGB-FERP.

² Especialista em Nutrição Clínica (UNIFOA), docente do UGB-FERP.

³ Doutora em Ciência dos Alimentos (UFLA), docente do UGB-FERP.

Conteúdos Trabalhados

Alguns dos conteúdos trabalhados em sala de aula foram no formato de estudo de casos, apresentação oral, seminário e visita à biblioteca para conhecer os livros da área:

- Alimentos: Conceituação, classificação, composição química centesimal dos alimentos: PROTEÍNAS;
- Alimentos: Conceituação, classificação, composição química centesimal dos alimentos: CARBOIDRATOS;
- Alimentos: Conceituação, classificação, composição química centesimal dos alimentos: LIPÍDIOS;
- Alimentos: Conceituação, classificação, composição química centesimal dos alimentos: MACRO E MICRONUTRIENTES e carências nutricionais;
- Guia alimentar da população Brasileira, discussão observando rótulos.
- Alimentos funcionais.

Procedimentos:

1º passo: Acolhimento e apresentação da disciplina pois temos alunos de primeiro período recém-chegados à instituição.

2º passo: Descrição da prática do nutricionista e das disciplinas que são pré-requisitos para as outras; apresentação do Plano de Ensino; cronograma da disciplina de Composição Química de Alimentos, com visita da Coordenadora na sala de aula.

3º passo: Discussão oral do conteúdo e visita à biblioteca para apresentação dos livros e das áreas de atuação do nutricionista. Elaboração de folder sobre carências nutricionais e suas fontes.

4º passo: Sorteio dos alimentos funcionais para pesquisa e elaboração de um produto inovador com pesquisa dos 4 “Ps” do marketing e público alvo.

5º passo: Apresentação oral dos trabalhos, defesa dos produtos e ingredientes inéditos, apresentação de rotulagem nutricional e degustação dos grupos que desejarem. Por fim, votação e pesquisa de mercado de quem compraria o produto.

6º passo: Considerações finais da profa. Dra. Vanessa Vasconcelos, com dicas, comentários e correções e avaliação do grupo e degustação (se houver).

Resultados

Muitas são as áreas promissoras na nutrição. Recentemente, em 2021, o Conselho Regional de Nutrição (Sistema CFN), reconheceu e regulamentou a área de Nutrição e Fitoterapia; e Nutrição e alimentos funcionais. O principal destaque vai para os alimentos com compostos bioativos com alegação de propriedades funcionais, pois oferecem resultados positivos na saúde da população e são amplamente divulgados na mídia (CFN, 2024; CFN 2021, Calixto, 2019).

Vasconcelos (2002) descreve o avanço da Nutrição no Brasil e a atuação do profissional Nutricionista, com grande consolidação no mercado de trabalho. Tal expansão foi impulsionada por um processo contínuo de especialização, que resultou no aprimoramento das competências técnico-científicas do nutricionista.

No cenário atual, observa-se um crescimento expressivo da profissão, possibilitando a ampliação e o aprofundamento de diversas áreas de atuação. Dados oficiais indicam que, no segundo semestre de 2023, o país contava com 202.903 nutricionistas registrados nos 11 Conselhos Regionais de Nutrição, o que corresponde a um aumento aproximado de 94% no número de registros quando comparado ao ano de 2014 (CFN, 2023).

Segundo o CFN (2002), o nutricionista em sua prática clínica, pode prescrever compostos bioativos aprovados pela ANVISA, de acordo com a Resolução RDC nº 2, de 7 de janeiro de 2002 (Colato, 2028).

O marketing sensorial tem sido amplamente empregado pela indústria alimentícia como estratégia para influenciar as escolhas alimentares dos consumidores, por meio da estimulação de diferentes sensações alinhadas às ações de comercialização e aos objetivos institucionais das empresas. Diante da necessidade de mudanças nos comportamentos alimentares, vêm sendo estudados alimentos com alegações funcionais e comprometidos com a sustentabilidade, os quais podem despertar maior interesse entre indivíduos com maior preocupação em relação às questões ambientais e à saúde (Rodrigues e Paula, 2024).

Para a criação dos produtos, os acadêmicos receberam um artigo científico como base, tendo um ingrediente funcional ou um alimento para servir como “base” para a criação dos produtos inéditos. Com isso o intuito foi fomentar a curiosidade, a sustentabilidade, a inovação e o despertar científico na área de Ciências dos Alimentos.

Seguem abaixo os protótipos dos produtos criados, inéditos, com seus ingredientes, pelos acadêmicos do 1º e 2º períodos de Nutrição UGB na Disciplina de Composição Química dos Alimentos, da Profa. Dra. Vanessa Vasconcelos, nas Figuras 1 a 6 abaixo, respectivamente (apresentados em sala de aula nos grupos A, B, C, D, E e F).



Figura 1 - Grupo A: Barra de proteína utilizando o milho (de origem vegetal).



Figura 2 - Grupo B: Salsicha produzida com legumes



Figura 3 - Grupo C: Produzir um produto à base de peixe, o escolhido foi o Pirarucu (estimulando a diversidade brasileira)



Figura 4 - Grupo D: Pão de arroz, com sementes de chia, linhaça e abóbora .



Figura 5 - Grupo E: Brigadeiro funcional com chia, farinha de amendoim e açúcar de coco.



Figura 6 - Grupo F: Brigadeiro funcional com chia, farinha de amendoim e açúcar de coco

O marketing sensorial configura-se como uma estratégia adotada pelas empresas em um contexto marcado pela intensa exposição dos consumidores a múltiplas ações publicitárias que competem por sua atenção. Nesse sentido, a presente prática pedagógica teve como objetivo analisar de que maneira a experiência multissensorial pode exercer influência sobre o processo de decisão de compra dos futuros “consumidores”, leitura e estudo sobre a legislação dos alimentos funcionais e criação de alimentos trabalhando a sustentabilidade, preço, promoção, divulgação e trabalho em grupo para um resultado surpreendentemente gostoso.

Alguns produtos existem e foram degustados como o brigadeiro funcional de chia e o pão de arroz, com sementes de chia, linhaça e abóbora (que é uma receita caseira da vó de um acadêmico).

Referências

Calixto; J.B. The role of natural products in modern drug discovery. An Acad Bras Ciênc.n 91, 2019 Disponível em: <http://doi.org/10.1590/0001-3765201920190105> Acesso em 20 de dezembro de 2025.

Colalto, C. What phytotherapy needs: evidence-based guidelines for better clinical practice. Phytother Res. nº32(3):413-25, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/ptr.5977>. Acesso em 07 de dezembro de 2025.

CFN, 2002, Conselho Federal de Nutricionistas (Brasil). Resolução no 2, de 07 de janeiro de 2002. Aprova o regulamento técnico de substâncias bioativas e probióticos isolados com alegação de propriedades funcional e ou de saúde. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2002/rdc0002_07_01_2002_rep.html. Acesso em 20 de dezembro de 2025.

CFN, Conselho Federal de Nutricionistas (Brasil). Resolução no 689, de 04 de maio de 2021. Regulamenta o reconhecimento de especialidades em Nutrição e o registro, no âmbito do Sistema CFN/CRN, de títulos de especialista de nutricionistas. Disponível em: <http://sisnormas.cfn.org.br:8081/viewPage.html?id=689> acesso em 09/01/2026.

CFN, Conselho Federal de Nutricionistas (Brasil). Quadro estatístico do 2º trimestre/2023 - 01/04/2023 a 30/06/2023 - Pessoa Física Disponível em: <https://www.cfn.org.br/> Acesso em 20 de dezembro de 2025.

CFN, Conselho Federal de Nutricionistas (Brasil). Resolução no 778, de 05 de junho de 2024. Altera a Resolução CFN no 689, de 4 de maio de 2021, que regulamenta o reconhecimento de especialidades em Nutrição e o registro, no âmbito do Sistema

CFN/CRN, de títulos de especialista de nutricionistas. Disponível em <http://sisnormas.cfn.org.br:8081/viewPage.html?id=778> acesso em 09/01/2025.

Rodrigues, K. L; Paula, B, M, D. Sustentabilidade e saúde como estratégias de marketing sensorial: uma revisão narrativa. Revista Interface, V.12, nº1, 2024.

Vasconcelos; F.A.G. O nutricionista no Brasil: uma análise histórica. Rev Nutr. Vol.15(2): Pág.127-138, 2002.