



---

## DIABETES: DESAFIO X OPORTUNIDADE

Área de concentração: **Gestão Gastronômica**

**Djenane de Souza Guimarães.** Administradora. MBA em Gestão Gastronômica e Hoteleira pelo Senac Minas. [nane.djenane@gmail.com](mailto:nane.djenane@gmail.com)

**Rachel Sant'Anna Murta.** Publicitária e Arquiteta. Especialista em Comunicação e Gestão Empresarial. Mestre em Turismo e Meio Ambiente.  
[rachel.santannamurta@gmail.com](mailto:rachel.santannamurta@gmail.com)

Barbacena (MG), 2018.

---

### Introdução

Chovia torrencialmente naquela tarde de dezembro de 2011, na pacata cidade de Barbacena (MG). O clima cinzento dava contornos a um mau presságio. Coração de mãe e coração de pai não se enganam, principalmente o de mãe, que funciona como um radar.

Pois bem, naquela mesma tarde, Lígia, mãe de duas lindas meninas, foi ansiosamente ao hospital buscar o resultado dos exames de sangue de sua filha caçula, pois suspeitavam que algo de errado estivesse ocorrendo. De repente, o diagnóstico: diabetes. Sim, isso mesmo, a caçula Larissa, aos sete anos de idade, era portadora de *diabetes mellitus* do tipo 1 (DM1). Parecia que o mundo desabou sobre a cabeça daquela mãe. Uma emoção incontida tomou conta de sua face, como se a chuva que caía lá fora estivesse saindo de seus olhos. O céu cinzento expressava sua mais profunda dor.

Muitas perguntas sem respostas e tanto a aprender em meio a pouco tempo para agir. Era o fator psicológico da criança e dos pais; era a rotina na aplicação de insulinas e medições de glicemias, e havia um ponto crucial: a alimentação. No início

o açúcar foi totalmente excluído da dieta de toda a família, tendo a mãe que passar a produzir alimentos zero açúcar. Para que a menina não tivesse a vida social abalada, a mãe preparava um “*kit diet*”, que era composto por *cupcake* e brigadeiros zero açúcar. Os aniversários de Larissa também foram repaginados. Os convidados, pelo menos naqueles dias, comeriam como ela - tudo zero açúcar.

Lígia começou a perceber a carência de oferta de produtos de fabricação mais artesanal na cidade, fosse em padarias, cafeterias e lanchonetes ou mesmo em estabelecimentos mais sofisticados. Quando encontrava, os mesmos não possuíam nenhuma especificação quanto aos ingredientes e valores nutricionais, principalmente no tocante aos carboidratos. Essa foi uma das primeiras dificuldades para uma alimentação fora de casa.

O organismo da menina, funcionando como um laboratório, começou a dar sinais de que, mesmo seguindo a dieta tradicional fornecida pela nutricionista, algo mais precisaria ser feito. Já não bastava substituir o açúcar por adoçante, deixar de ingerir determinadas frutas ou usar produtos integrais e produtos de baixo índice de gordura. Dar ênfase aos carboidratos foi essencial, visto que os mesmos se transformam em glicose. Alguns alimentos, mesmo sendo “*diet*” possuem elementos na formulação que elevam a glicemia tanto quanto o açúcar. Isso foi sendo comprovado pela prática, sendo preciso fazer constantes ajustes nas doses de insulinas e várias tentativas para regularizar as glicemias. Mais um desafio: algum paradigma teria que ser quebrado.

Após pesquisar muito, conversar com pais de outras crianças, assistir a palestras, Marcelo, o pai de Larissa, chegou a um estudo sobre alimentação Low Carb (baixa ingestão de carboidratos), o qual chamou a atenção por tratar do mecanismo de ação do hormônio insulina que está diretamente ligado à ingestão dos diversos tipos de carboidratos e como eles são processados pelo organismo. No caso de Larissa, em que o pâncreas não produz insulina, os pais precisaram passar a fazer o papel do órgão (papai e mamãe pâncreas), ao calcular carboidratos e ajustar as doses de insulina de ação ultrarrápida em cada alimentação.

Se já era complicado encontrar alimentação zero açúcar, imagine agora também com baixo carboidrato. Em cada desafio surgido, uma urgência a ser superada. A mãe, mais uma vez, visualizou a necessidade e a oportunidade de ocupar esse vácuo sentido no mercado. Percebeu aí também uma tendência, pois a demanda por produtos funcionais segue crescendo cada vez mais, seja por disfunções alimentares ou auxílio na perda de peso.

É um ramo muito desafiador, pois exige constantes pesquisas para que tudo seja produzido corretamente, assim como especificação nutricional fidedigna; estocagem correta e prazo de validade seguro. Os insumos para confeccionar os alimentos também são de alto custo, como, por exemplo, uso de farinhas de sementes oleaginosas em substituição às farinhas de trigo, milho e amido; óleo de coco ou de palma em substituição aos óleos vegetais de soja, algodão, milho, cártamo, canola, e outros óleos vegetais similares compostos de gorduras poli-insaturadas processadas, o que lhes deixa propensos à oxidação e à produção de radicais livres quando exposto ao calor e à luz.

Outro desafio sentido seria criar uma forma de apresentação que fosse atrativa aos olhos, gerando ao mesmo tempo o desejo de consumo, quebrando o preconceito quanto a alimentos mais saudáveis não serem saborosos. Pensando nisso, alguns testes já foram realizados e aprovados tanto pela filha quanto por pessoas próximas à família.

Lígia constatou um aumento de demanda, bem como a carência de oferta no segmento a um público com dieta restritiva como uma oportunidade de negócio, porém segue com algumas indagações sobre a viabilidade de um empreendimento:

*- Qual percentual do público-alvo estaria interessado em optar por produtos de baixo carboidrato, e em contrapartida pagar pelos benefícios, visto que são produtos mais caros que os convencionais?*

*- Será que os investimentos serão coerentes com o retorno por se tratar de um mercado segmentado e os recursos para abrir o próprio negócio são restritos?*

*- Sendo os recursos restritos, qual seria a melhor opção de canal de distribuição dos produtos?*

- Até que ponto seu desafio de vida pode ser encarado como uma oportunidade de empreendimento?

### **Escrevendo um novo capítulo da vida**

Os dias iam passando, num clima de muita insegurança e incerteza sobre o futuro. Hora de reajustar as velas e mudar o rumo da vida, cujo lema passou a ser: UM DIA DE CADA VEZ!

Lígia e Marcelo, com muita responsabilidade, seguiam aprendendo sobre o poder da resiliência, dispostos a enfrentar e encontrar juntos soluções para o bem-estar e o crescimento saudável e feliz da menina Larissa.

Até então, todas as idas ao consultório médico eram de rotina. Mas a partir daquele dia tudo mudou. Saíram de lá bombardeados de informações sobre cuidados e dicas da médica e da nutricionista. Foram direto aos supermercados para ver e conhecer os produtos zero açúcar. Começaram a ter outra perspectiva sobre os alimentos. Os rótulos passaram a ser consultados detalhadamente e muitos elementos ali eram desconhecidos, o que gerava dúvidas. Eles atentaram para as dicas da nutricionista, que o importante era a descrição “Zero Açúcar” e não a palavra “*diet*”. Viram que havia bastantes opções de industrializados, mas os preços eram exorbitantes. Começaram a pensar nas famílias menos providas de recursos financeiros e com pouco acesso às informações sobre os devidos cuidados com a diabetes.

E foi com essa realidade que se depararam na Associação dos Diabéticos de Barbacena, quando participaram pela primeira vez de palestras. Lígia percebeu que havia muito mais crianças diabéticas do que imaginava. A preocupação e a dúvida das mães eram sempre com relação à alimentação. Notou, então, que eram as mesmas dela.

Conversou naquele dia com algumas mães para saber como faziam sobre a alimentação. A maioria tinha dificuldades, ou porque os alimentos eram caros, ou

porque as crianças queriam o convencional, ou porque não encontravam os produtos na cidade facilmente, ou porque não confiavam neles.

*“Opa! Não confiam? Não encontram? Como assim?” - pensou Lúgia.*

A dificuldade de que falaram foi a que ela mesma sentiu de cara. O mercado não estava enxergando essa demanda. Veio daí então seu primeiro *insight*:

*“Nossa, quem sabe não está aí minha oportunidade de atuar?”*

### **De olho no mercado**

Bem, como relatado, Lúgia começou a ter uma visão mais minuciosa e apurada sobre o assunto. O que até então havia vindo como desafio começou a ser visto como oportunidade. Sendo assim, começou a se perguntar por que as pessoas não tinham percebido a oportunidade ainda. Foi então à pesquisa de campo.

Ela sabia que a dificuldade maior quanto à alimentação era quando estava fora de casa com a filha. Se quisesse fazer uma refeição, por exemplo, teria opção? Ou teria que passar longe dos estabelecimentos para evitar que Larissa sentisse vontade? Fato inevitável, pois a menina conhecia os lugares. Sempre que iam comer fora de casa, ao chegar aos locais, pedia o cardápio e perguntava:

- *Vocês trabalham com algum alimento que seja “diet”?* - perguntou em uma cafeteria da cidade.

- *Não, senhora! Apenas temos refrigerantes zero, sucos sem adição de açúcar e cafés.*

E assim foi em todos os estabelecimentos como lanchonetes, cafeterias, restaurantes etc. Um dia resolveu indagar a proprietária de uma lanchonete:

- *Por que vocês não trabalham com produtos zero açúcar, como bolos, pães, biscoitos ou outras opções? Minha filha é diabética e não encontrei nada que ela pudesse comer aqui. Assim como ela, há várias pessoas na mesma situação!*

*- Fica muito caro e quase ninguém procura para comprar. Uma vez, uma moça fez biscoitos e pediu para eu colocar aqui para vender. Eu deixei, mas só saiu um pacote.*

Lígia logo perguntou:

*- Mas tinha CNPJ? Havia rótulo com a especificação dos ingredientes e a composição nutricional? Data de fabricação e de validade?*

*- Não! Só uma etiqueta dizendo que era diet. A nossa nutricionista realmente me alertou quanto ao fato da falta de CNPJ e de informações nutricionais. Até por isso optei por não oferecer mais. Preferi não arriscar.*

Lígia agradeceu pela atenção dispensada e saiu pensativa sobre a dificuldade da empresária em oferecer produtos específicos. E assim seguia com sua constatação. Até que um dia, sem nada esperar, entrou em uma padaria e observou uma prateleira onde havia produtos sem adição de açúcar do tipo caseiro (bolos, pães, rosquinhas). Embora feliz em sentir a possibilidade de levar algo diferente para casa, frustrou-se novamente, pois faltavam as especificações nutricionais e os ingredientes utilizados. Só dizia que era de coco, avelã, amêndoas e de queijo. Será que aquilo tudo era realmente sem adição de açúcar? Resolveu então sondar a balconista:

*- Boa tarde! Por favor, estes produtos são feitos aqui mesmo na padaria?*

*- Sim, senhora! Tem um pessoal aí que sempre compra. Quando não tem, eles reclamam - disse a balconista.*

*- São fabricados no mesmo local que os produtos normais?*

*- São sim! Mas fazem em horários diferentes e em dias específicos.*

*- Quem compra? - Lígia perguntou.*

*- Ah, geralmente gente que diz que não pode com açúcar, ou que fala que isso não engorda.*

*- Obrigada, moça!*

Lígia não teve coragem de levar. Seria um tiro no escuro. Para a rotina de Larissa, ter informações fidedignas sobre o tipo e a quantidade de carboidratos sempre foi e será fator preponderante para controlar sua glicemia (contagem de carboidratos e quantidade de insulina a aplicar para correção). Logo pensou:

*Aqui tem o ponto, tem o produto, tem quem compre, mas faltam as especificações. Será que essa prática é legal? E, ainda, as pessoas acham mesmo que por ser diet não engorda...*

O que era uma ideia para Lígia passou a se tornar uma fonte de pesquisa.

### **O perigo por trás da falta de informação nutricional**

Tudo que foi exposto até o momento foram observações e constatações percebidas pela família logo nos primeiros dias da mudança na rotina, porém, ainda que de forma empírica, o perigo real para a saúde de Larissa foi vivenciado no primeiro evento social de que participaram.

Poucas semanas após o diagnóstico aconteceu o casamento do tio de Larissa, em Belo Horizonte. Na verdade, os pais da menina achavam que não seria uma boa experiência porque estava tudo muito recente. Mas como seriam padrinhos e pelo fato de o noivo ser o irmão de Lígia, acharam por bem e por consideração arriscarem.

A noiva, muito preocupada com a situação da menina, pediu ao *buffet* contratado que preparasse um bolo *diet*. Assim foi feito. Porém, como sempre, ninguém sabia sobre as informações nutricionais, mas a menina queria comer o bolo que a Tia Tati mandou fazer para ela.

Os pais, seguindo as recomendações da médica, fizeram a medição da glicemia antes que a menina comesse e aplicaram insulina de ação ultrarrápida de forma imprecisa, pois não tinham ideia sobre a quantidade de carboidratos contidos em cada fatia de bolo. Até então estava tudo bem. Porém depois de algum tempo, Larissa começou a apresentar sintomas como dores de cabeça e fortes dores no

abdômen. Os pais fizeram novamente a medição e a glicemia da menina estava 580mg/dl (miligramas por decilitro – unidade de medida usada em referência aos níveis glicêmicos).

Foi grande o desespero dos pais, com o primeiro evento social e as consequências causadas pelo alimento. Os pais, tomados por um grande sentimento de culpa, conseguiram contornar a situação sem que a menina precisasse ficar internada em algum hospital. Novamente Lígia constatou, agora na prática, a seriedade quanto à produção de alimentos destinados a quem possui restrição alimentar. O mercado não está preparado para esse público, falta conhecimento. Viu pelo ocorrido que não era uma falha apenas de Barbacena. Em Belo Horizonte sentiu a mesma dificuldade, ou seja, as pessoas estão realmente desprotegidas pelo mercado. Em conversa com o esposo Marcelo, Lígia disse:

*- Amor, sobre o ocorrido... já que não podemos impedir Larissa de frequentar festas, vamos ter que passar a produzir “kits diet” para que ela possa levar, pois ama as festinhas com as amigas.*

*- Sim, você tem razão, Lígia! Poderemos assim calcular os carboidratos, pesar corretamente os ingredientes e ainda pesquisar os que se adaptam melhor a ela.*

*- Eu acho que, se der certo, podemos até comercializar - disse Lígia.*

*- Calma, não é tão simples assim e é muito sério. Tem um longo caminho a ser percorrido por aí - ponderou Marcelo.*

*- Mãos à obra! Vamos pesquisar - complementou Lígia.*

### **Buscando conhecimentos**

Lígia foi em busca de cursos de culinária para que pudesse se especializar. Alguns ela fez em Barbacena e outros em Belo Horizonte. Encontrou boas opções, mas novamente esbarrou na falta de profundidade nas questões sobre as informações nutricionais, ou seja, as preparações não continham açúcar, mas apresentavam carboidratos consideráveis. Se a rotina de Larissa exigia a contagem de carboidratos, logicamente, é aí que está a chave de tudo: a relação carboidrato X insulina.



Lígia e Marcelo constataram então que as dietas prescritas de forma tradicional já não eram mais suficientes e eficientes para o controle glicêmico. Partiram para uma incansável busca de pesquisas que fossem convincentes de forma a equilibrar a alimentação a partir de seu efeito no organismo, com base na ingestão dos carboidratos, já que a cura para diabetes tipo 1, até então, parece ser algo intangível.

Esse processo de busca durou muito tempo, pois os estudos eram sempre muito parecidos. Até que um dia, Marcelo se deparou com uma pesquisa que dizia o seguinte:

A incapacidade das recomendações atuais de controlar a epidemia de diabetes, a falha específica das prevalecentes dietas de baixo teor de gordura para melhorar a obesidade, risco cardiovascular, ou a saúde geral e os relatos persistentes de alguns efeitos secundários graves de medicamentos para a diabetes comumente prescritos, em combinação com o contínuo sucesso das dietas de baixo carboidrato no tratamento de diabetes e síndrome metabólica sem efeitos colaterais significativos, aponta para a necessidade de uma reavaliação das orientações dietéticas [...]. A gravidade da diabetes sugere que temos provas suficientes de diferentes tipos para reavaliar as nossas recomendações atuais para o tratamento.<sup>1</sup>

“Reavaliação das orientações dietéticas”: frase de efeito para Marcelo, que ficou empolgado e começou a pesquisar mais a fundo, principalmente porque Larissa, naquele período, estava apresentando quadros de descontrole nas glicemias. Lígia já estava desanimada e com medo do futuro. Desencadeou na época um processo de depressão, por sentir-se impotente.

Bem, ainda assim a mãe sentia que jamais poderia se entregar às suas dores, precisava ajudar Larissa e dar atenção também para sua filha primogênita, Geovana.

Marcelo sempre foi pai e esposo zeloso e o alicerce da família, mas, naquele momento em especial, ele foi de extrema importância para trazer solução às dificuldades, sobretudo com suas pesquisas.

---

<sup>1</sup> FLEURY, Caio. *Dieta Low Carb e a Cura da Diabetes*. Disponível em: <http://primalbrasil.com.br/7296-2/>. Acesso em: 04 out. 2017.

Dia após dia se concentrou em estudar e descobriu que a chave de tudo se encontra na insulina.

- *Lígia, acho que agora veio a resposta para nossas perguntas. Encontrei alguns estudos que fazem relação da ingestão dos carboidratos absorvidos, após a digestão na forma de açúcares, e de forma geral acabam, ao final, todos produzindo o aumento da glicose no sangue e, portanto, da insulina. São comprovações baseadas em estudos clínicos randomizados – disse Marcelo.*

- *Sim! Mas e na prática? Como acontece?*

- *Na prática, isso quer dizer que temos que controlar o tipo e a quantidade de carboidratos ingeridos durante o dia. Quanto menos carboidratos (simples) nossa filha ingerir, de menos insulina ela precisará. Trata-se de uma dieta low carb.*

- *Por isso então que já observamos que os alimentos zero açúcar não dão resultado prático – concluiu Lígia.*

- *Isso mesmo! Os alimentos que contenham açúcar; qualquer coisa feita com farinha de trigo como pão, biscoitos, massas; cereais; carboidratos líquidos, como refrigerante comum, sucos de fruta; cerveja, e amidos como batata, arroz, milho e aveia têm alto índice glicêmico, portanto elevam a glicose rapidamente, conseqüentemente, há maior urgência de insulina. Por isso engordamos também, pois a ação da insulina altera o equilíbrio do tecido adiposo no sentido do acúmulo de gordura, além de outros efeitos relacionados à "síndrome metabólica". Na prática, adotar uma alimentação low carb significa que você come menos carboidratos e açúcares e incrementa o consumo de vegetais, gorduras boas e proteínas. Com menos carboidratos e mais gorduras na alimentação, garantimos maior saciedade e, com isto, uma perda de peso natural e sustentável. Low carb é um estilo de vida em que você come "comida de verdade", menos processada, menos industrializada e ganha mais saúde e qualidade de vida!*

- *Aí sim! Nossas suspeitas agora têm respaldo científico – Lígia comentou, feliz.*

- *Vamos partir para a prática, a começar por nós dois – disse Marcelo.*

O casal se dispôs a mudar o estilo de alimentação, para eles de forma radical e para as meninas de forma gradativa.

Foram em busca de receitas e dicas, colocando o plano em prática, e somaram suas ações às atividades físicas. Lígia começou até a praticar corrida, ajudando a afastar assim seus problemas com a depressão.

Lígia começou a criar pratos diferentes, testar receitas de bolos e pães utilizando farinhas de coco e de oleaginosas, tudo seguindo o critério de que, quanto menos rótulos os alimentos tiverem, melhor.

### **Buscando referências no mercado**

Lá no fundo, Lígia mantinha aquela pergunta que nunca quis calar:

*“E se eu fizer esses alimentos para comercializar?”*

A melhor forma foi começar a fazer buscas na internet sobre o assunto e percebeu que havia poucas referências de vendas. Mas encontrou algumas pessoas que comercializam bolos, pães e *cookies*, mas não em sua cidade. Encontrou alguns *sites* de vendas.

No ano de 2015, quando começou a mudança da alimentação em casa, observou pouquíssimas opções. O termo *low carb* ainda era pouco conhecido. Já agora em 2017, houve um aumento no número de empreendimentos nesse segmento.

Resolveu buscar informações com algumas pessoas que comercializam pães de diversos sabores, *muffins*, bolos e queijadinhas através de redes sociais. Uma delas foi a “ALECA” (fusão das palavras conceito “Alegria” e “Carinho”, principais ingredientes das receitas), em Santa Catarina, das irmãs Vanessa e Gládis.

Lígia entrou em contato com as empresárias e contou sua história. Pediu para que elas pudessem falar um pouco do negócio. Gentilmente, se dispuseram a responder algumas perguntas.

- *Como surgiu a ideia de criar a ALECA?*

- Já éramos adeptas da alimentação low carb há algum tempo. Através de muitas pesquisas, percebemos o quanto é difícil encontrar opções de alimentos prontos nessa linha, principalmente o pão, que foi o primeiro produto desenvolvido e o maior desafio para quem restringe a ingestão de carboidratos. Iniciamos a produção dos pães para consumo próprio apenas, mas, depois do incentivo de familiares e amigos, começamos a comercializar. Nossa história como empreendedoras no ramo de alimentação é recente, nosso negócio surgiu como consequência de uma mudança no estilo de alimentação, focado principalmente na saúde e no bem-estar – responderam.

- Os produtos têm boa aceitação? E qual é o público que atingem?

- Na região têm, sim. Nosso público-alvo são as pessoas adeptas e interessadas em uma alimentação low carb. São pessoas que querem perder peso, diabéticos e todos que desejam uma alimentação saudável, sem aditivos químicos, sem açúcar, sem trigo ou outras farinhas refinadas.

- Como é feita a distribuição dos produtos?

- Por encomendas, distribuição em lojas especializadas. Promovemos também degustação e workshops em ambientes em que as pessoas possam ter interesse, sendo que, nestes locais, vendemos também nossos produtos, focando em produtos artesanais (pães de diversos sabores, muffins, bolos e queijadinhos) – comentaram.

- E as estratégias de marketing? – perguntou Lígia.

- No início a propaganda era boca a boca, mas hoje utilizamos dos canais da internet, bem como panfletos nos locais onde nosso público possa estar. Trabalhamos também com oficinas culinárias, que surgiram a partir de convites de nutricionistas e lojas parceiras que estão diariamente em contato direto com nosso público-alvo. Nesse projeto apresentamos as receitas práticas que facilitam o dia a dia de quem quer adotar esse estilo de alimentação, mas não sabe ainda por onde começar. Através de uma dinâmica que une teoria e prática, compartilhamos nossa experiência pessoal e mostramos que alimentação saudável é algo simples e saboroso, sem mistérios, nem bruxarias – disseram as empresárias.

- Qual é o maior desafio? – indagou Lígia.

- O custo dos insumos e criar formas para que as pessoas enxerguem o benefício proporcionado – responderam prontamente.

Lígia agradeceu os esclarecimentos e continuou com suas reflexões se valeria mesmo seguir com essa ideia, pois os recursos para investir são altos e um plano de ação muito bom teria que ser implementado para atingir o público certo de forma eficiente. Porém começou a pensar num caminho que não havia imaginado...cursos de culinária voltados para dietas restritas. Mais uma possibilidade!

Descobriu por pesquisas que a “ALECA” se encontra em uma região onde a abordagem sobre alimentação *low carb*, bem como os seguidores, é de bastante expressão – Região Sul do País.

O mercado de Barbacena, em contrapartida, é bem tradicional, a começar pelos médicos e nutricionistas. O que seria necessário fazer para conquistar o mercado local?

Consultou então se havia pessoas especializadas em Barbacena. Encontrou uma pessoa que confecciona pratos personalizados de acordo com dieta prescrita por nutricionista, trabalhando com dietas tradicionais e também *low carb*, mas não se trata de uma especialista, mas alguém que produz as refeições de acordo com o cardápio enviado pelo cliente, sem muitas pesquisas no que faz.

Lígia entrou em contato com um ex-professor, Felipe Leroy, que é também um empreendedor voltado para a gastronomia saudável.

*- Olá, professor Felipe! Estou pesquisando sobre empreendimentos gastronômicos voltados para dietas restritivas. Como você já abordou o assunto em sala de aula, poderia me auxiliar em alguns questionamentos, já que possui experiência?*

*- Sim, claro! Tenho a maior satisfação em poder aportar.*

*- Primeiramente, você acha que é uma área em que vale a pena investir?*

*- É uma ótima área para investir, porém o grande desafio é o despertar de consciência na vida das pessoas para o hábito alimentar. A indústria e os apelos mercadológicos nos induzem a consumir produtos bonitos, saborosos, satisfazendo emoções e expectativas, porém carregados de componentes nocivos à saúde em uma overdose de elementos presentes nos produtos como sódio, açúcares e farináceos advindos do trigo, os quais ajudam na estruturação dos alimentos.*

*Exemplo típico é o café da manhã, em que você vê mais de trinta opções, porém os produtos apresentam os mesmos insumos: açúcares e farinhas de trigo – apresentados em diferentes composições, mas com a mesma base. Como vivemos numa rotina muito estressante, a alimentação vem sendo traçada numa zona de conforto muito grande, em que as pessoas optam por facilidades na hora de se alimentar.*

*- Em sua opinião, o que pode ser feito para modificar esse cenário?*

*- São muitos os desafios, mas tudo pode ser vencido por boas campanhas de marketing, workshops e palestras. Mas a população de massa terá que acordar para isso numa autogestão de vida, pois as pessoas estão adoecendo cada vez mais cedo e simultaneamente. O ideal é trabalhar em pequenos núcleos e fazer a diferença. Na sua região, a Associação de Diabéticos seria um bom caminho, onde você pode demonstrar uma nova proposta e fazer laboratórios – concluiu Felipe.*

Lígia agradeceu a atenção e ficou feliz com as respostas.

Dessa conversa assimilou pontos-chave: despertar a consciência das pessoas, em pequenos núcleos e Associação de Diabéticos. Mesmo porque ela sabe que na Associação de Diabéticos de Barbacena há um curso de culinária *diet*, mas com um foco diferente, apenas sem presença do açúcar.

Lígia, a partir de experiências compartilhadas, passou a ter alguns respaldos para interpretar o mercado no ramo de alimentação restritiva, mas logicamente sua intenção é fazer de forma segura, para que o negócio lhe seja rentável, mas que objetivamente atenda à expectativa de seu cliente em termos de benefícios para a saúde, ao mesmo tempo que envolva produtos saborosos.

Será que compensa abrir o próprio negócio, sabendo que está inserida em uma cidade de hábitos tradicionais? Como quebrar a barreira da tradição e fazer seu público entender que está comprando benefício? As pessoas estariam dispostas a pagar pelo preço que é, no mínimo, três vezes mais alto que o preço dos produtos tradicionais? Seria mais interessante realizar suas produções sob encomenda para evitar prejuízos, principalmente porque os custos com insumos são altos e as fontes de recursos de que disponibiliza são escassas? Ministrando cursos seria uma

estratégia interessante para fortalecer uma identidade antes de abrir uma loja, por exemplo?

Com base nesses questionamentos, Lígia vem procurando alinhar as informações obtidas, as dificuldades observadas com as suas expectativas. E segue o questionamento – Diabetes: desafio ou oportunidade?

## Resumo

O presente Caso para Ensino descreve uma situação real vivida por uma família na cidade de Barbacena (MG), relatando o drama de um diagnóstico de diabetes do tipo 1 ocorrido com a filha caçula, Larissa. Os pais, Marcelo e Lígia, diante da adversidade, tiveram que lidar com situações as quais jamais imaginaram passar, como aplicar insulinas, fazer controle glicêmico e lidar com alimentação restritiva. Lígia sempre procurou alternativas para elaborar o cardápio da filha seguindo as orientações da nutricionista. Porém a alimentação fora de casa tornou-se uma dificuldade, já que o mercado local quase não oferecia alternativas e, quando oferecia, não eram confiáveis. Ela passou a visualizar as deficiências do mercado como oportunidade de negócio. Logo, percebeu que os produtos com denominação zero açúcar não eram eficientes, alguns aumentavam a glicemia tanto quanto os que continham açúcar. O casal começou a perceber que a resposta para os problemas apresentados estava na ingestão dos carboidratos e na ação da insulina, chegando, por meio de pesquisas, ao estilo de alimentação *low carb* (baixa ingestão de carboidratos). Lígia, que já percebia no mercado a falta de oferta e de conhecimento sobre alimentação restritiva, segue hoje com sua inquietude sobre a oportunidade de negócio, porém depara com alguns questionamentos como: vale a pena empreender sabendo que terá que romper a barreira da tradição do hábito alimentar? Como obter rentabilidade mesmo com o alto custo dos insumos? Quais estratégias adotar para que o público reconheça os benefícios gerados à saúde? E qual é a melhor maneira de iniciar seu projeto?

Palavras-chave: Diabetes. Adversidade. *Low carb*. Oportunidade. Negócio.