



# DICAS DE COMO FAZER MARMITAS FIT E TURBINAR SUAS VENDAS





## **Cada vez mais o público se preocupa com a alimentação saudável e ter opções com valor agregado no cardápio atrai mais consumidores**

A pandemia de covid-19 levou a população em geral a se preocupar mais com a saúde, principalmente na alimentação. Comer bem e de forma balanceada para ter uma melhor imunidade, ou apenas para ser mais saudável, criou um novo nicho de mercado no setor de bares e restaurantes com ou pratos ou as marmitas fit.

Mesmo que muitos ainda trabalhem em home office, a correria do dia a dia faz com que comprem marmitas congeladas, prontas para o consumo ou que, ao irem aos estabelecimentos, escolham pratos saudáveis. Nesse sentido, é importante que o restaurante tenha a opção no cardápio como forma de atrair mais clientes e aumentar a lucratividade, mesmo que não seja especializado nisso.

Quem deseja entrar nesse ramo ou ampliar as opções aos clientes precisa tomar alguns cuidados.





## Cuidado nas compras

Ter bons fornecedores é determinante para qualquer negócio, seja para garantir a qualidade dos produtos, para evitar a falta de itens ou para reduzir custos. Outra questão importante é não fazer compras em quantidade elevada, para não ter desperdício.

No caso de marmitas fit, é importante trabalhar com produtos da estação, que são mais baratos e sustentáveis. Comprar legumes e verduras orgânicos também é um ótimo argumento de venda para o estabelecimento.





## Público-alvo

As marmitas fit se popularizaram ainda antes da pandemia, principalmente entre pessoas que buscavam ganhar massa magra em academias ou mesmo como forma de emagrecimento. Ao longo do tempo, ganhou adeptos dos mais diversos, o que significa que não basta ter apenas uma opção desse tipo de prato.

Saber os hábitos de consumo das regiões em que o restaurante atende é determinante, nesse sentido. Se é uma região de academias, de universitários ou de escritórios, tudo faz diferença.

O ideal é contar com o acompanhamento de uma nutricionista, que possa elaborar o cardápio e informar o valor nutricional aos consumidores. A partir de então, é possível oferecer pratos de baixas calorias, ou com poucos carboidratos, ou ainda vegetarianos, com proteína vegetal.





## Cardápio

Balancear os alimentos que vão a um prato saudável e dar saciedade ao consumidor é importante em uma marmita fit. Mais ainda, deve-se pensar na variedade do cardápio para evitar que o cliente passe a trocar de estabelecimentos para não enjoar do tempero.

É importante usar alimentos de todos os grupos e privilegiar itens assados ou cozidos, além de saladas cruas ou cozidas. As proteínas animais devem ser com menor teor de gordura ou com gorduras saudáveis, como ômega 3. Também é possível usar proteínas vegetais como tofu ou de soja para compor o prato ou exclusivamente, para consumo de vegetarianos.

Ovos, vegetais e legumes, leguminosas, cereais frutas e sementes também devem fazer parte do prato. Com isso em mente, é preciso ir além do arroz com feijão. Panquecas de brócolis, lasanha de beringela, couve-flor grelhada, farofa de banana com castanhas são algumas opções criativas e que colocam um holofote sobre a marmita fit.





## Embalagens

Diferenciar o tipo de embalagem de outros tipos de pratos também é uma estratégia que agrega valor ao produto. É comum que saladas da marmita fit, por exemplo, sejam em maior quantidade do que em marmitex tradicional. Assim, muitos entregam uma boa variedade em um pote plástico e transparente, com molho separado.

No entanto, é preciso atenção para que pratos quentes se mantenham aquecidos durante a entrega. Por isso, muitas vezes as marmitas fit custam um pouco mais para o cliente, que enxerga essas vantagens.





## Treinamento

Um preparo de um alimento mais saudável inclui usar uma quantidade menor de óleo, por exemplo. Ainda, muitos consumidores preferem comprar um kit de marmitas congeladas para a semana.

Assim, capacitar a equipe para boas práticas de gastronomia saudável, para congelamento e para a oferta desses pratos aos clientes, além do já citado acompanhamento nutricional, garantem a fidelidade do cliente.





## Combos

O consumidor que faz a compra antecipada espera um desconto, mas a estratégia de vender combos de marmitas fit para a semana ou mês contribui para a garantia de de capital de giro e uma previsão de quantas vendas serão feitas. Isso vale para pratos congelados, entregues em kits, ou para consumo no dia, que podem ser feitos com cupons, por exemplo.