

Marmitta *fit*, a escolha prática e saudável

Fit lunch box, the practical and healthy choice

Cristina Laranjeira
Geisse Martins

Submetido em: 31/03/2023
Aprovado em: 01/03/2023
Publicado em: 04/04/2023
DOI: 10.51473/rcmos.v2i2.501

Resumo

A população brasileira de obesos com idade superior a 20 anos mais que dobrou no período entre 2003 e 2019, aumentando o risco de doenças cardiovasculares. Os hábitos alimentares inadequados dos pais podem ocasionar obesidade nos filhos. As mulheres obesas sofrem discriminação para conseguir emprego e ganham menos que as mulheres magras. A obesidade é uma epidemia e pode ocasionar diversos tipos de câncer, sendo que o da mama é um dos mais difíceis de ser tratado pelos efeitos do sobrepeso. As pessoas utilizam a comida como forma compensatória de reduzir a ansiedade, levando ao sobrepeso e obesidade. O apoio dos médicos, da família, dos amigos e das empresas pode contribuir para a redução da obesidade. Para as empresas, o investimento em comida saudável resultará em funcionários mais engajados e com menos absenteísmo e problemas de saúde. A demanda por marmittas *fit* cresceu nos últimos dois anos pela praticidade e pode ser uma alternativa viável, principalmente, para contribuir para as mudanças de hábitos das pessoas acima do peso e para as mulheres com jornada dupla, tendo que trabalhar, cuidar dos filhos e lidar com as tarefas domésticas, dentre elas, limpar e cozinhar. Para o sucesso nas vendas da comida saudável é recomendável a divulgação em locais frequentados por pessoas preocupadas com a saúde e a estética (academias, clínicas de estética, salões de beleza etc.) mas, sobretudo, nas redes sociais e nos canais de relacionamento. A presente pesquisa deste *paper* utilizou como metodologia uma revisão bibliográfica com abordagem qualitativa.

Palavras-chave: Obesidade. Praticidade. Saúde. Tecnologia. Clientes.

Abstract

The Brazilian population of obese people over 20 years of age more than doubled in the period between 2003 and 2019, increasing the risk of cardiovascular diseases. Inadequate eating habits of parents can lead to obesity in children. Obese women suffer discrimination to get a job and earn less than thin women. Obesity is an epidemic and can cause several types of cancer; and breast cancer is one of the most difficult to treat due to the effects of overweight. People use food as a compensatory way to reduce anxiety, leading to overweight and obesity. The support of doctors, family, friends and companies can contribute to the reduction of obesity. For companies, investing in healthy food will result in more engaged employees and less absenteeism and health problems. The demand for fit lunchboxes has grown in the last two years due to its practicality and can be a viable alternative, mainly to contribute to changes in the habits of overweight people and women with double shifts, having to work, take care of children and deal with the household chores, including cleaning and cooking. For successful sales of healthy food, it is recommended to advertise in places frequented by people concerned with health and aesthetics (gyms, aesthetic clinics, beauty salons, etc.) but mainly on social networks and relationship channels. The present research of this paper used as methodology a bibliographic review with a qualitative approach.

Keywords: Obesity. Practicality. Health. Technology. Customers.

1. Introdução

Segundo resultado da pesquisa realizada pelo IBGE (2020), com 108 mil domicílios brasileiros, entre 2003 e 2019, a população de obesos superior a 20 anos de idade mais que dobrou, passando de 12,2% para 26,8% (mulheres: de 14,5% para 30,2% e homens: de 9,2% para 22,8%). Na faixa etária entre 25 e 39 anos ultrapassou 50%, sendo mais elevada para os homens (58,3%) do que para as mulheres (57%).

Para o cardiologista do Incor (Instituto do Coração do Hospital das Clínicas da FMUSP), Pedro Augusto Bastos, o sobrepeso continua sendo fator de risco para doenças cardiovasculares, mesmo que as pessoas obesas mantenham uma vida saudável com exercícios físicos e boa alimentação, portanto, é importante envidar esforços para a redução real de peso (Hart, 2021).

A substituição da tradicional refeição caseira por comida preparada por empresas e profissionais especializados em alimentação saudável, pode ser uma alternativa na reeducação alimentar, contribuindo para a redução do peso e sobra de tempo para a prática regular de exercícios físicos.

O presente trabalho teve como metodologia a revisão bibliográfica com uma abordagem qualitativa e objetivou avaliar os benefícios em substituir a alimentação tradicional por marmitas *fit*, com foco principal em pessoas com sobrepeso e mulheres com muitas atribuições diárias.

2 A preocupação alimentar e a obesidade

2.1 Obesidade infantil

Pesquisa realizada pela Península *Medical School* na Inglaterra, revelou que o comportamento e hábitos alimentares inadequados dos pais pode ser fator determinante na obesidade dos filhos, podendo ocasionar diabetes, doenças cardiovasculares, cânceres, além de morte prematura na vida adulta. Cabendo a conscientização dos pais, a procura de apoio de profissionais especializados para a reprodução de hábitos alimentares saudáveis aos seus filhos e incentivo para a prática de exercícios regulares (Rauen, 2021).

Figura 1: Obesidade infantil



2.2 Mulheres obesas são menos contratadas e remuneradas

A pesquisa realizada pela *Vanderbilt University* com 10 mil americanas, concluiu que as mulheres que estavam acima do peso ganhavam salários menores em comparação àquelas que detêm corpo mediano, ou são magras, uma diferença média de sete dólares por hora. Além da remuneração reduzida, as mulheres com sobrepeso têm dificuldade de aceitação e de empregabilidade pelo mercado de trabalho e têm mais chances de conseguirem empregos que demandem esforço físico e pouca interação social (Gasparini, 2015).

Figura 2: Mulheres obesas

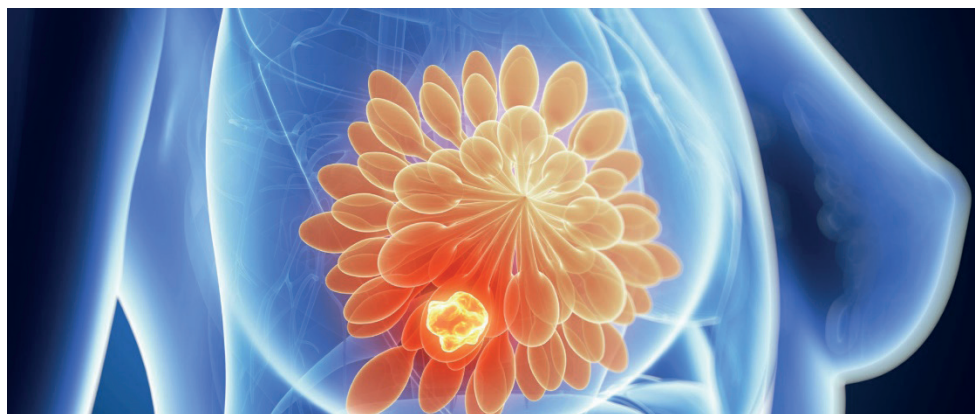


Fonte: Elaborada pelos autores, 2023.

3.3 Obesidade e o câncer de mama

A obesidade já é considerada uma epidemia e pode ocasionar vários tipos de câncer, dentre os quais, o da mama é um dos mais difíceis de ser tratado por conta dos efeitos negativos do sobrepeso. Há uma relação próxima entre a obesidade e o câncer de mama, pois o tecido adiposo (geralmente inflamatório), produz hormônios que, em excesso, contribuem para o desenvolvimento da doença, principalmente nas mulheres obesas, sedentárias e na menopausa. A prática de exercícios físicos regulares e a manutenção do peso com alimentação adequada, são fundamentais para a diminuição do risco da doença (Rauen, 2021).

Figura 3: Câncer de mama



Fonte: Elaborada pelos autores, 2023.

2.4 Comer por ansiedade

O consumo exagerado de alimentos hipercalóricos (doces, chocolates, salgadinhos, refrigerantes, bebidas alcoólicas etc.), pode estar associado ao alto nível de ansiedade e de estresse, o que pode aumentar as chances de processos inflamatórios e impactar no sistema nervoso central e/ou desencadear problemas de saúde mental como a depressão (Guerra, 2022).

Figura 4: Ansiedade



Fonte: Elaborada pelos autores, 2023.

As pessoas utilizam a comida como forma compensatória de reduzir a ansiedade, desconfortos e angústias, no entanto, na maioria das vezes consomem alimentos não saudáveis levando ao sobrepeso e a obesidade. Nesses casos, é recomendável procurar profissionais da saúde e identificar possíveis gatilhos que podem estar levando a esse descontrole alimentar (Guerra, 2021).

2.5 As empresas podem contribuir para a mudança de hábitos dos funcionários

A obesidade é uma doença e requer apoio médico/nutricional, da família, dos amigos e, principalmente, das empresas, visto que os trabalhadores passam maior parte do tempo no ambiente de trabalho. A redução do estresse e do peso contribuem para o aumento da produtividade e dedicação ao trabalho, para a diminuição do absenteísmo e de gastos com a saúde (Pessoa, s.d.)

Pode existir potenciais profissionais em pessoas com sobrepeso. As empresas que não investirem em diversidade vão ficar para trás, além de correrem sérios riscos de processos em eventuais situações de preconceitos. Pesquisa realizada em 2017 pela Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística (Ibope) demonstrou que 92% dos brasileiros já sofreram com a gordofobia nas relações sociais e no ambiente de trabalho. No Brasil não há lei específica para tratar o tema, sendo interpretada nos trâmites do assédio moral. Quando ocorre humilhação, são avaliadas com base na injúria e no crime contra honra, previstos no Código Penal.

4

Uma alternativa a ser avaliada pelas empresas, é o fornecimento de alimentação saudável, balanceada e preparada por profissionais especializados, durante o período de trabalho, contribuindo para a reeducação alimentar dos colaboradores, a redução de peso e garantindo uma vida mais saudável e produtiva.

2.6 a praticidade das marmitas saudáveis

A demanda por marmitas *fit* cresceu nos últimos dois anos, impulsionada, pela pandemia da Covid-19, que trouxe restrições na prática de exercícios em academias e ao ar livre e por público preocupado com a saúde e a praticidade. Esse tipo de alimentação pode ser solicitado no momento da refeição (*La Carte*), geralmente nos aplicativos de comida (ex. *Ifood*, *Rappi*, *Uber Eats*, *99 Food*, entre outros) ou encomendado em combos maiores para garantir comida saudável por mais tempo (semanal, quinzenal e mensal), com custo reduzido (Diário de Curitiba, 2022).

É de extrema importância o empreendedor ou a empresa da comida saudável garantir que o cardápio divulgado como *fitness* cumpra os requisitos na prática, principalmente pela possibilidade de pessoas com restrições alimentares consumirem as marmitas e agravar algum problema preexistente de saúde. Para tanto, contratar nutricionistas para elaborar o cardápio ou realizar cursos com esses profissionais é fundamental para o preparo da alimentação nos padrões recomendados (Diário de Curitiba, 2022).

Para o emagrecimento e alimentação adequada/saudável é importante priorizar alimentos como ovos, peixes, carne, verduras, castanhas, legumes, frutas, grãos integrais e laticínios (UOL, 2022). No entanto, a preparação desses alimentos demanda tempo e dedicação, o que na maioria das vezes concorre com o dia a dia corrido de trabalho e estudo.

Principalmente a mulher possui jornada dupla, tendo que trabalhar, cuidar dos filhos e lidar com as tarefas domésticas, dentre elas, limpar e cozinhar. Realidade corroborada pelo relatório divulgado pelas Nações Unidas de que as mulheres realizam 2,6 vezes mais trabalho não remunerado do que os homens (Wilding, 2018). Principalmente pelo fator cultural, as tarefas domésticas e o preparo das principais refeições ainda permanecem a cargo das mulheres, dentre as quais, 76% são mães de crianças entre sete e 17 anos e trabalham fora (Brenton; Bower; Elliott, 2020).

Para aliviar os afazeres, principalmente, das mulheres, o consumo de marmitas *fit* pode ser uma alternativa, que além de reduzir o tempo gasto com a compra e preparo dos alimentos, favorece o consumo de alimentação balanceada por serem preparadas por profissionais especializados no assunto. Também, reduz o tempo dedicado a lavagem das louças e limpeza da cozinha, sobrando tempo com a família e para a prática de atividades físicas.

3. Marmitas *fits*

3.1 Distribuição das marmitas

É recomendável que as empresas de comida saudável divulguem as marmitas *fit*, principalmente em locais frequentados por pessoas preocupadas com a saúde e a estética, como academias, clínicas de estética, salões de beleza, entre outros (Marmitex de Sucesso, 2019).

5

A publicação nas redes sociais e canais de relacionamento pode ser o divisor de águas para o sucesso do negócio *fitness*, sendo poderosos os meios de comunicação com os clientes. Por meio do *marketing* digital é possível demonstrar aos consumidores os bastidores da produção, os valores da empresa, o posicionamento e a reputação da marca, assim como a responsabilidade social do produto saudável. O Whatsapp, o Facebook, o Youtube, o Instagram, o LinkedIn e o Tik Tok são as redes sociais mais utilizadas e conhecidas na atualidade, portanto, é importante a empresa pesquisar qual a melhor opção para adequar a comercialização

do seu produto *fit*, considerando, inclusive, as mídias mais utilizadas pela concorrência (Agência Sebrae de Notícias, 2021).

O sucesso do negócio digital também está atrelado a qualidade de conteúdos bem trabalhados para posicionamento de destaque nos buscadores ou anúncios patrocinados. *Blogs* com matéria relacionada ao que a empresa fornece, assim como a qualidade dos textos, das artes, dos *links*, dos vídeos (interativo e dinâmico), podem ser oportunidades para atrair e fidelizar potenciais consumidores. Outra vantagem de promover os produtos na *internet* é a possibilidade de mensuração dos resultados das ações de *marketing*, pois no decorrer dessas ações é possível analisar e calibrar as atividades para atingir resultados mais precisos e eficazes. Por meio das redes sociais, também é possível gerar relatórios com dados (idade dos clientes, o horário de maior participação, localidade, sexo - feminino/masculino) e outras informações preciosas sobre como os usuários interagem com o conteúdo divulgado, permitindo a criação de campanhas específicas que atinja diretamente o público almejado. Ferramentas gratuitas como o Google Analytics e Google Adwords possibilitam as empresas extraírem informações da audiência dos seus *sites*, o que favorece uma gestão contínua e adequações de estratégias de divulgação (Cambui, 2017).

Também, as visitas dos usuários nos *sites* podem ocorrer de forma orgânica ou paga. No tráfego orgânico (não pago) a busca por produtos/serviços acontece de forma natural/espontânea, enquanto que no pago, há investimento (pode ser baixo) pela empresa para a divulgação dos conteúdos aos consumidores de forma rápida e eficiente, o que pode ser uma estratégia favorável e barata na divulgação da comida saudável (Agência Sebrae de Notícias, 2021).

Ainda, a ferramenta *remarketing* é outra estratégia que pode contribuir na venda das marmitas *fit*, pois exhibe o produto em outros *sites* após algum visitante acessar o produto no *site/blog* e não efetivar a compra (Cambui, 2017).

3.2 Empreendedores de sucesso com a venda das marmitas *fit*

Os setores voltados à saúde, como academias, loja de suplementos e de comida saudável não param de crescer. Dois amigos (de 28 e 29 anos) inauguraram a *Light Chef*, um *e-commerce* de marmitas *fit* congeladas que cresceu e faturou R\$ 3 milhões em 2016. Decidiram, inicialmente, atender somente a grande São Paulo em razão de perecibilidade dos produtos. O cardápio é elaborado pela nutricionista da empresa, o que transmite maior credibilidade aos consumidores. A empresa conta com o apoio de 22 funcionários (*chefs*, nutricionista, administrativo e logística), focados em elaborar e entregar as comidas saudáveis aos clientes (Ecommerce de Sucesso, 2017).

A empresa *Levinho Fit* foi criada pela empreendedora Gisa Oliveira (39 anos), moradora da periferia da Zona Sul de São Paulo. O negócio foi iniciado com os únicos R\$ 200,00 que ela possuía na época e hoje fatura em média de R\$ 7 mil (bruto) por mês, com a venda de cerca de 40 *kits* (marmitas *fit* + suco natural). Ela começou vendendo para os amigos e conhecidos que gostam de atividades físicas, no entanto, 40% dos pedidos chegam pelas mídias digitais. O sucesso dela e de outros empreendedores que comercializam comida saudável ratificam o resultado da pesquisa realizada pelo Euromonitor Internacional, de que o Brasil é o quarto colocado no *ranking* de vendas de alimentos saudáveis, cujo mercado cresceu 98% entre 2014 e 2017 (Martinelli, 2018).

Já a empreendedora Monique Turqueti realizou cursos de capacitação em *marketing* digital no Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e com as estratégias das ferramentas de divulgação nas redes sociais, conseguiu vender 700 marmitas *fit* em um único dia. A consultora do Sebrae Ariadne Mecato

recomendou que Monique continue engajando o seu público-alvo nas redes sociais, com fotos atrativas, publicações constantes nos *stories* do Instagram e degustação no ponto de venda físico, visando manter e aumentar as vendas (Agência Sebrae de Notícias, 2020).

Conclusão

Preparar refeições recomendadas para uma vida saudável, demanda tempo para comprar, armazenar e cozinhar os alimentos, o que acaba concorrendo com os compromissos e as tarefas diárias.

Em razão disso, a demanda por marmitas *fit* vem crescendo, motivada por um público que busca praticidade e saúde ao mesmo tempo. A aquisição de comida saudável favorece o consumo de alimentação variada e balanceada, reduzindo o tempo dedicado ao preparo dos alimentos, lavagem de louças e limpeza da cozinha, possibilitando realizar atividades físicas regulares e permanecer mais tempo com a família.

Pode ser uma alternativa viável, principalmente, para as mulheres que trabalham e são responsáveis pelas tarefas domésticas e para as pessoas com sobrepeso ou obesas, como forma de reeducação alimentar.

O investimento e a disponibilização, pelas empresas, de alimentação saudável, provavelmente contribuirão para funcionários mais saudáveis e dedicados ao trabalho, além disso, favorece mudanças de hábitos que podem ser reproduzidos aos filhos dos colaboradores, ajudando na redução da obesidade infantil.

Os empreendedores de sucesso no mercado de comida *fit*, estão conseguindo alcançar e atender a demanda de diversos públicos, principalmente pela utilização das ferramentas e estratégias disponibilizadas pelo *marketing* digital.

A pesquisa revelou que a divulgação de conteúdos (vídeos, artes, *links* etc.) de forma clara e objetiva, assim como a gestão e a calibração contínua das campanhas, principalmente com base em dados de interação dos consumidores com os materiais já publicados, gerados/extraídos por ferramentas gratuitas como o Google Analytics e Google Adwords, podem ser oportunidades para atrair e fidelizar clientes.

Também, investir no tráfego pago e no *remarketing*, divulgando conteúdos aos consumidores com agilidade frente a concorrência, podem ser estratégias eficientes para atingir resultados mais precisos na comercialização do negócio *fit*.

Referências

Agência Sebrae de Notícias (2020). **Ela vendeu 700 marmitas fit em uma semana com estratégia no WhatsApp**. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Alimentacao/noticia/2020/02/ela-vendeu-700-marmitas-fit-em-uma-semana-com-estrategia-no-whatsapp.html>. Acessado em: 21 mai. 2022.

Agência Sebrae de Notícias (2021). **5 dicas para potencializar a gestão das redes sociais do seu negócio**. Disponível em: <https://exame.com/pme/5-dicas-para-potencializar-a-gestao-das-redes-sociais-do-seu-negocio/>. Acessado em: 20 mai. 2022.

7

Brenton, J.; Bower S.; Elliott, S. (2020). **Tempo para cozinhar é um luxo que muitas famílias não têm**. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/externo/2019/07/05/Tempo-para-cozinhar-%C3%A9-um-luxo-que-muitas-fam%C3%ADlias-n%C3%A3o-t%C3%AAm>. Acessado em: 20 mai. 2022.

Cambui, D. (2017). **O que é Marketing Digital e porque é importante para o sucesso do negócio?** Disponível em: <https://lamparinaweb.com.br/o-que-e-marketing-digital-e-porque-e-importante-para-o-sucesso-do-seu-negocio/>. Acessado em: 20 mai. 2022.

Ecommerce de Sucesso (2017). **Amigos faturam R\$ 3 milhões com marmitas fitness congeladas**. Disponível

em: <https://ecommercede sucesso.com.br/negocio-marmitas-fitness-insp1/>. Acessado em: 21 mai. 2022.

Martinelli, F. (2018). **Na periferia, ela investiu R\$ 200 em marmitas fit e fatura R\$ 7 mil por mês.** Disponível em: <https://mulherias.blogosfera.uol.com.br/2018/11/07/ela-investiu-200-reais-em-marmitas-saudaveis-e-fatura-7-mil-por-mes/>. Acessado em: 21 mai. 2022.

Diário do Curitiba - Jornalismo independente, ético, plural e democrático (2022). **O crescimento do mercado de marmitas fit em época de pandemia.** Disponível em: <https://diariodecuritiba.com/2022/01/12/267443-o-crescimento-do-mercado-de-marmitas-fit-em-epoca-de-pandemia/>. Acessado em: 19 mai. 2022.

Governo do Brasil (2020). **Pesquisa do IBGE mostra aumento da obesidade entre adultos.** Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/10/pesquisa-do-ibge-mostra-aumento-da-obesidade-entre-adultos>. Acessado em: 17 mai. 2022.

Gasparini, C. (2015). **Mulheres obesas ganham menos que homens obesos, diz estudo.** Disponível em: <https://exame.com/carreira/mulheres-obesas-ganham-menos-que-homens-obesos-diz-estudo/>. Acessado em: 19 mai. 2022.

Guerra, A. (2021). **Por que você está comendo sem parar?** Disponível em: <https://forbes.com.br/colunas/2021/06/arthur-guerra-por-que-voce-esta-comendo-sem-parar/>. Acessado em: 19 mai. 2022.

Guerra, A. (2022). **O que a alimentação tem a ver com saúde mental?** Disponível em: <https://forbes.com.br/forbessaude/2022/04/arthur-guerra-o-que-a-alimentacao-tem-a-ver-com-saude-mental/>. Acessado em: 19 mai. 2022.

Hart, R. (2021). **Gordo, mas saudável?** Nova pesquisa sugere que condicionamento físico não cancela efeito negativo da obesidade na saúde. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbessaude/2021/01/gordo-mas-saudavel-nova-pesquisa-sugere-que-condicionamento-fisico-nao-cancela-efeito-negativo-da-obesidade-na-saude/>. Acessado em: 18 mai. 2022.

Marmitex de Sucesso (2019). **Onde vender marmita fitness?** Disponível em: <https://marmitexdesucesso.com/page/9/>. Acessado em: 20 mai. 2022.

Pessoa, R. F. (s.d). **Por que investir em um programa de qualidade de vida na empresa?** Disponível em: <https://www.sesi-ce.org.br/blog/por-que-investir-em-um-programa-de-qualidade-de-vida-na-empresa/>. Acessado em: 19 mai. 2022.

Rauen, E. (2021). **Câncer de mama e a sua relação com a obesidade.** Disponível em: <https://forbes.com.br/colunas/2021/10/cancer-de-mama-e-a-sua-relacao-com-a-obesidade/>. Acessado em: 19 mai. 2022.

Rauen, E. (2021). **Qual a influência dos pais na obesidade infantil?** Disponível em: <https://forbes.com.br/colunas/2021/09/eduardo-rauen-qual-a-influencia-dos-pais-na-obesidade-infantil/>. Acessado em: 18 mai. 2022.

UOL – Universo Online S/A (2022). **UOL lança projeto com cardápios para alimentação saudável e emagrecimento.** Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/05/05/cardapios-para-emagrecer-divulgacao.htm>. Acessado em: 19 mai. 2022.

8

Wilding, M. (2018). **Como o trabalho emocional atinge as mulheres.** Disponível em: <https://forbes.com.br/carreira/2018/06/como-o-trabalho-emocional-atinge-as-mulheres/>. Acessado em: 20 mai. 2022.