

IT'S FIT ESPAÇO GASTRONÔMICO: O SUCESSO ATRAVÉS DE TRANSFORMAÇÕES, ADAPTAÇÕES E CRESCIMENTO

Vitória Regina Brunelli Jung – Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC
Danielle Rios Garcia – Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Resumo

O presente trabalho traz a trajetória da empresa It's Fit Espaço Gastronômico Ltda., situada na zona sul de São Paulo, em uma área predominantemente residencial e comercial, cujo propósito central é promover transformações positivas por meio da oferta de alimentação saudável. A jornada da empresa teve início há mais de oito anos, operando inicialmente em um espaço dentro de uma academia localizada no Itaim Bibi. Durante a pandemia, a empresa enfrentou diversos desafios, culminando na inauguração de uma nova unidade. Para se manter financeiramente e operacionalmente viável, a empresa precisou adotar medidas de reinvenção ao longo desse período. Em 2022, em busca de aprimoramento, a It's Fit Espaço Gastronômico entrou em uma consultoria especializada do Sebrae, visando ajustar seus controles internos. Por meio do Programa Ali Produtividade, a empresa conseguiu priorizar ações de suma importância, anteriormente negligenciadas devido às demandas operacionais excessivas. A elaboração de fichas técnicas conciliado com um marketing estratégico foram implementados com o objetivo de alcançar e fidelizar mais clientes mesmo com uma equipe enxuta. Com isso, a empresária conseguiu aumentar o faturamento da empresa, mesmo enfrentando sazonalidades, pandemia, mudança de local, redução de equipe e quebra de sociedade. Vivenciando na prática os ganhos com a implantação das fichas técnicas.

PALAVRAS-CHAVE: Alimentação. Controles. Organização. Finanças.

IT'S FIT GASTRONOMIC SPACE: SUCCESS THROUGH TRANSFORMATION, ADAPTATION, AND GROWTH

Abstract

This paper presents the trajectory of It's Fit Espaço Gastronômico Ltda., located in the southern region of São Paulo, in an area that is predominantly residential and commercial, whose main purpose is to promote positive transformations through the offer of healthy food. The company's journey began more than eight years ago, initially operating inside a gym located in the Itaim Bibi district. During the pandemic, the company faced several challenges that culminated in the opening of a new unit. To remain financially and operationally viable, the business had to adopt reinvention measures throughout this period. In 2022, seeking improvement, It's Fit Espaço Gastronômico joined a specialized consultancy from SEBRAE aimed at adjusting its internal controls. Through the ALI Productivity Program, the company was able to prioritize key actions that had previously been neglected due to excessive operational demands. The implementation of technical data sheets combined with a strategic marketing plan was carried out with the goal of reaching and retaining more customers, even with a lean team. As a result, the entrepreneur managed to increase the company's revenue despite seasonality, the pandemic, relocation, staff reduction, and partnership dissolution. The experience demonstrated the tangible benefits achieved through the implementation of technical data sheets.

KEYWORDS: Food service. Controls. Organization. Finance.

Edição

Sistema revisado por pares

Recebido: 03/06/2025

Revisado: 17/06/2025

Aceito: 24/06/2025

INTRODUÇÃO

A empresa denominada It's Fit Espaço Gastronômico é um negócio de pequeno porte com sede em São Paulo/SP, fundada em setembro de 2015. As operações da empresa iniciaram com os sócios: a empresária Talita e o empresário Tiago, ambos, com o mesmo objetivo de proporcionar uma alimentação saudável, orgânica sempre que possível, sustentabilidade ao meio ambiente através de embalagens biodegradáveis e conceitos ecológicos, além de praticidade aos clientes. A história deles iniciou-se dentro de uma academia localizada na Zona Sul de São Paulo, com a missão de promover a saúde por meio de uma alimentação saudável e prazerosa aos clientes. Desde então, a empresa tem conquistado uma base sólida de clientes e desenvolvido uma forte fidelização.

No entanto, os sócios enfrentaram desafios devido às limitações do espaço sublocado na academia. Com apenas 10 lugares e restrições quanto à variedade de produtos e pedidos, os empresários viram a necessidade de expandir para realizar plenamente sua visão. Em 2018, decidiram abrir um segundo espaço, no Brooklin, na Zona Sul. O processo não foi isento de obstáculos, especialmente quando a academia que sublocavam fechou, tendo que rescindir o contrato e sair do local. Isso exigiu uma reinvenção para manter o propósito da empresa.

Mesmo em meio às reformas, tiveram que se adaptar ao fechamento da loja na academia, optando por serviços de delivery. A empresária pessoalmente entrava em contato com os clientes, apresentando as opções disponíveis e garantindo entregas sustentáveis feitas de bicicleta. Analisando que essa maneira estava inviável, Talita implementou os planos alimentares semanais, cardápios diferentes toda semana com entrega uma vez na semana, dando tempo livre para continuação da obra durante a semana, fora dos dias de produção de alimentos.

Apesar das dificuldades, em 10 de dezembro de 2020, a empresa oficialmente abriu suas portas para atendimento ao público enfrentando os desafios da pandemia. Vivendo o cenário de lockdown, em 2021, o estabelecimento teve que se reinventar novamente, oferecendo uma variedade de serviços, desde entregas de marmitas e planos alimentares até fornecimento de hortifruti orgânicos aos clientes, buscando manter-se ativo.

Após essa jornada desafiadora, as atividades da empresa começaram a se normalizar em 2022 e 2023, embora com algumas limitações, especialmente devido ao novo padrão de trabalho adotado pela maioria das empresas e escritórios, que passaram a operar na modalidade home office ou híbrido.

Durante o acompanhamento do Sebrae junto ao programa ALI Produtividade, os empresários enfrentaram desafios devido à sobrecarga na operação. Com aumento no volume de pedidos e uma equipe limitada, lidaram com a necessidade de organizar os processos e inserir as fichas técnicas dos pratos. Por isso, se viram no seguinte dilema: como alcançar e fidelizar novos clientes mantendo o padrão de qualidade com uma equipe enxuta?

CONTEXTO E DILEMA

A empresa

A Empresa IT'S FIT é uma empresa especializada em alimentação saudável e orgânica, comprometida em oferecer opções nutritivas e saborosas visando a sustentabilidade do meio ambiente através de embalagens biodegradáveis para seus clientes. A empresa conta com os seguintes serviços:

Almoços executivos: A empresa oferece uma variedade de opções de almoços executivos saudáveis e equilibrados, especialmente desenvolvidos para atender às necessidades dos clientes que procuram refeições nutritivas durante a semana em meio a seu expediente de trabalho. Os pratos são cuidadosamente preparados com ingredientes frescos e orgânicos, garantindo não apenas qualidade, mas também um sabor excepcional. No mês de março de 2024, a empresa adotou um novo modelo de negócio para os almoços executivos, agora disponíveis mediante reserva a partir de um horário específico (via WhatsApp ou aplicativo da loja), visando proporcionar um atendimento ainda mais eficiente e personalizado aos seus clientes.

Planos alimentares personalizados: Para clientes que desejam uma abordagem personalizada em sua alimentação, a empresa oferece a elaboração de refeições conforme seus planos alimentares personalizados. Com base nas necessidades nutricionais e objetivos individuais de cada cliente, seguindo as orientações do profissional de saúde especializado (nutricionista, nutrólogo, endócrino), os planos alimentares são cuidadosamente elaborados para atender às necessidades específicas de cada indivíduo. Além disso, a IT'S FIT estabelece parcerias com nutricionistas para enriquecer ainda mais a experiência e promover a saúde e o bem-estar de seus clientes.

Pacotes de refeições refrigeradas: Com uma quantidade mínima de pedidos, a empresa se compromete a elaborar refeições personalizadas de acordo com a solicitação do cliente e seguindo o cardápio disponível na loja. Essa opção é ideal

para clientes que desejam conveniência e praticidade, pois podem solicitar suas refeições sob medida e receber prontas para consumir, mantendo a qualidade, o frescor e os padrões nutricionais estabelecidos pela IT'S FIT.

Eventos - Food Bike/IT'S FIT Under Two Wheels: A IT'S FIT também oferece serviços de eventos especiais, como o Food Bike/IT'S FIT Under Two Wheels. Esses eventos são uma oportunidade única de experimentar alimentos saudáveis e deliciosos em ambientes diferenciados, como parques, feiras e eventos corporativos. A Food Bike da IT'S FIT oferece uma variedade de opções de lanches saudáveis, ideais para eventos ao ar livre.

Um dos serviços-chave da IT'S FIT é sua capacidade de oferecer opções alimentares saudáveis e orgânicas sem comprometer o sabor. Isso atrai clientes que valorizam uma dieta equilibrada e consciente, sem abrir mão da experiência gastronômica durante o expediente de trabalho.

Já a estrutura organizacional da IT'S FIT é adaptada às necessidades e ao porte da empresa, refletindo sua natureza de pequeno porte e seu foco na eficiência operacional. Embora a estrutura possa variar ao longo do tempo com o crescimento e desenvolvimento da empresa, há um padrão de estrutura:

1. Proprietária e Líder Principal: A empresa recentemente passou por uma mudança significativa em sua estrutura organizacional. Anteriormente, havia outro sócio além da empresária Talita. Hoje, Talita continua desempenhando um papel crucial na definição da visão, estratégia e direção da empresa, enquanto também lidera a produção das refeições oferecidas aos clientes.

2. Setor de Atendimento: Este setor é composto por profissionais dedicados ao atendimento ao cliente, encarregados de gerenciar todas as atividades desde o salão até a cozinha.

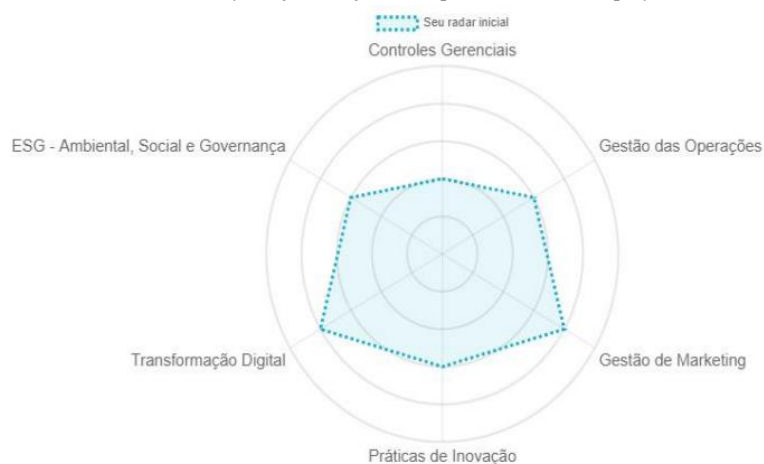
3. Equipe de Cozinha: Profissionais qualificados pelo planejamento, coordenação e preparação das refeições, além de cuidar de todo o processo de manipulação dos alimentos e organização da cozinha e estoque.

Ao aderir ao Projeto ALI - Produtividade, foi realizado um diagnóstico inicial, denominado Radar de Inovação, que verifica o grau de maturidade da empresa, relativo à gestão da inovação e organizacional. Sendo uma empresa há alguns anos ingressada no mercado, o Radar detectou alguns pontos como: controle gerenciais, operações, inovação, ambiental social e governança a serem melhorados (Figura 1).

A partir deste diagnóstico inicial realizado, a IT'S FIT conseguiu identificar áreas de oportunidades para estabelecer um plano de ação com objetivo de melhorar sua maturidade empresarial. Uma das métricas avaliadas foi o indicador de produtividade do trabalho, que inicialmente estava em R\$3.912,51. Esse indicador é calculado a partir da diferença entre o faturamento e os custos variáveis, dividido pelo número de pessoas ocupadas na empresa.

Neste contexto, a padronização dos produtos oferecidos pela empresa IT'S FIT é fundamental para garantir a satisfação dos clientes. Isso é evidenciado em sua variedade de serviços, incluindo almoços executivos, planos alimentares personalizados, pacotes de refeições refrigeradas e eventos especiais. A padronização assegura que cada refeição seja preparada com ingredientes frescos, orgânicos e seguindo padrões nutricionais estabelecidos, proporcionando qualidade, sabor excepcional e consistência.

Figura 1 - Radar de Inovação (inicial) da empresa It's Fit Espaço Gastronômico



Fonte: Sistema ALI – SEBRAE (2022).

Além disso, essa abordagem permite atender às necessidades específicas de cada cliente, promovendo a saúde, o bem-estar e a fidelização dos clientes. Sendo assim, a padronização dos produtos através de ficha técnica e análise de custos é

essencial para manter a qualidade, a confiança dos clientes e a posição da empresa como referência em alimentação saudável e orgânica.

O mercado da alimentação saudável

De acordo com informações do Sebrae (2022), historicamente, os alimentos têm sido utilizados tanto na prevenção quanto no tratamento de enfermidades, além de serem atualmente considerados essenciais para a promoção de uma vida mais saudável. Com o aumento contínuo na demanda por alimentos associados ao bem-estar e à qualidade de vida, emergem novas oportunidades de mercado para aqueles interessados em entrar ou expandir no setor alimentício. O interesse dos brasileiros por alimentos saudáveis, já em crescimento, foi intensificado pela pandemia de Covid-19 (SEBRAE, 2022). Em 2020, as vendas desses produtos – que englobam desde opções sem glúten ou de baixo teor de sódio até alimentos orgânicos certificados – alcançaram a marca de R\$ 100 bilhões no Brasil, conforme dados da Euromonitor Internacional (2020) (SEBRAE, 2022).

No contexto regional, o mercado de alimentação saudável em São Paulo/SP reflete essas tendências nacionais, com uma demanda crescente por empresas como a IT'S FIT, que oferecem opções de alimentação saudável e orgânica à população. A presença da IT'S FIT neste mercado representa uma oportunidade estratégica para elevar os padrões de gestão e alcançar resultados mais satisfatórios no dia a dia do mercado de alimentação saudável.

A sazonalidade de faturamento é um fenômeno que afeta diversas regiões e setores da economia, e a região do Brooklin em São Paulo, onde está localizada a IT'S FIT não é exceção. Este bairro, conhecido por sua dinâmica empresarial e residencial, experimenta variações de faturamento ao longo do ano, influenciadas por diversos fatores, incluindo eventos locais, feriados, e mudanças sazonais no comportamento do consumidor.

Nesse contexto, mesmo com a alimentação saudável sendo um setor em crescimento, fatores como a sazonalidade da região podem influenciar na constância de vendas e faturamento da IT'S FIT. Essas oscilações podem dificultar a gestão do negócio, principalmente junto às contratações de colaboradores e o seu treinamento para garantir a padronização dos produtos. Isso pode ocasionar insatisfações a partir de sobrecargas pontuais ao longo do dia, semana ou meses. Nessa situação, os sócios se viram no seguinte dilema: como alcançar e fidelizar novos clientes mantendo o padrão de qualidade com uma equipe enxuta?

SOLUCIONANDO O DILEMA

Para solucionar esse dilema desenvolveu-se um plano de ação focado em aumentar a produtividade mesmo diante dessa carga de trabalho intensa. Essas alterações exigiram ajustes e uma abordagem flexível para garantir a competitividade e a excelência nos serviços prestados. Diante desse cenário desafiador, a empresa reconheceu a necessidade de ajustar suas fichas técnicas para aprimorar suas estratégias e tornar-se mais produtiva e lucrativa.

Ação I - Implantação das fichas técnicas e padronização dos pratos (área: Controles Gerenciais e Operacionais)

As fichas técnicas são documentos detalhados que descrevem todos os aspectos relacionados à preparação de um prato, incluindo ingredientes, quantidades, métodos de preparo e apresentação. Ao padronizar essas informações, o restaurante assegura que cada prato seja reproduzido de forma idêntica, independentemente de quem o prepare. Essas fichas técnicas são essenciais para várias áreas de gestão dentro da empresa.

A implantação de fichas técnicas e a padronização dos pratos são estratégias essenciais na gestão das operações de uma empresa. Por meio desse processo, busca-se garantir consistência na qualidade dos pratos servidos, além de otimizar a eficiência operacional. A gestão de um restaurante pode apresentar desafios significativos. No entanto, ao abordar a padronização de receitas, nota-se que a implantação de fichas técnicas permite assegurar que cada prato seja preparado de maneira consistente. Isso contribui para manter a qualidade, quantidade e o sabor esperado pelos clientes.

Essa abordagem não apenas eleva a qualidade dos pratos oferecidos, mas também facilita o treinamento da equipe de cozinha, pois fornece instruções claras e objetivas. Além disso, as fichas técnicas permitem um melhor controle de estoque e custos, auxiliando na gestão financeira do estabelecimento.

Com a implementação das fichas técnicas, os cálculos dos custos de produção foram simplificados, permitindo que a empresária visualizasse os custos e identificasse oportunidades para reduzir o desperdício e otimizar o uso dos recursos disponíveis, tornando-a mais produtiva. As compras e o estoque também passaram por uma transformação, uma vez que as fichas técnicas possibilitam ajustar as compras, as necessidades de estoque de ingredientes e planejar as compras de forma mais eficiente. Isso evitou a falta de itens essenciais e reduziu os custos associados ao armazenamento de alimentos em excesso no estoque.

Essa padronização e adequação possibilitam estratégias que melhoram significativamente a experiência do cliente, assegurando a consistência no atendimento de suas expectativas. Essas práticas não apenas reforçam a imagem do restaurante como também intensificam sua posição competitiva no mercado. Foi com esse pensamento que a empresária decidiu realizar a revisão das fichas técnicas e a padronização dos pratos, a fim de fidelizar o cliente e atender a necessidade do cliente.

A empresa enfrentou desafios ao implantar fichas técnicas e padronizar os pratos, incluindo uma sobrecarga operacional inicial por parte dos responsáveis pela implantação (gestores e equipe da cozinha), além de contar com a necessidade de adaptação e treinamento da equipe. No entanto, os ganhos foram notáveis, com melhorias na padronização e qualidade dos alimentos, maior satisfação e fidelização dos clientes, aumento da eficiência operacional e benefícios financeiros a longo prazo. Apesar do esforço inicial, as estratégias de padronização trouxeram benefícios significativos, incluindo melhor controle de custos e otimização do tempo de preparação dos pratos. Essas mudanças contribuíram para melhorar a qualidade dos produtos, a satisfação dos clientes e a eficiência operacional da empresa.

A empresária vivenciou na prática a importância da implantação das fichas técnicas para garantir que os alimentos servidos no restaurante atendessem aos padrões de qualidade, custos e padronização, assegurando que chegassem à mesa do cliente conforme o esperado.

Ação II - Estruturar o marketing e ações de divulgação da empresa (área: Gestão de Marketing)

A Gestão de Marketing em um restaurante é um processo estratégico e operacional crucial que visa atrair e reter clientes, diferenciar o estabelecimento no mercado competitivo e construir uma marca forte e respeitada. Essa área de conhecimento abrange uma variedade de atividades, desde a análise de mercado e definição do público-alvo até o desenvolvimento e implementação de estratégias de comunicação e promoção eficazes.

Dentro deste contexto empresarial, foi realizada uma abordagem de marketing voltada para a divulgação digital, empregando vídeos e postagens no Instagram para destacar novidades no menu e alterações nas porções dos pratos. O propósito dessa estratégia é tanto atrair novos consumidores quanto cultivar a fidelidade dos já existentes (Figura 2).

Figura 2 - Publicação de stories no Instagram da empresa



Fonte: autores

Para aprimorar ainda mais essa estratégia, foi implementado um calendário de publicações mais estratégico, com o objetivo de melhorar a divulgação e promoção dos produtos e serviços da empresa. O lançamento do vídeo nas redes sociais resultou em um notável aumento no número de curtidas e pedidos dos novos pratos introduzidos. Além disso, foi colocado em prática uma iniciativa na qual os clientes que pedem determinado prato recebem uma cortesia, como uma mini salada ou uma porção pequena de frutas da estação.

Quando o contato foi retomado com a empresa para avaliar a produtividade final do Programa em maio de 2023, a empresária compartilhou que diversos eventos ocorreram durante esse período, destacando que o mês escolhido para a avaliação não foi particularmente favorável, influenciado pela ocorrência de dois feriados do mês de mensuração (abril). Considerando a localização do restaurante, em uma zona tanto residencial quanto comercial, a sazonalidade tem um impacto significativo nos resultados. A empresária apontou que, apesar desses desafios, o plano de ação como um todo auxiliou na organização da empresa e na implementação de medidas que anteriormente não saíam do planejamento.

A estratégia de marketing resultou em um aumento na fidelização dos clientes que se sentiram valorizados com as iniciativas implementadas pela empresa.

A implementação do Programa ALI na respectiva empresa iniciou no mês de setembro de 2022. Ao comparar o semestre anterior à implementação das soluções do programa (março a agosto de 2022) com o semestre seguinte (setembro de 2022 a fevereiro de 2023), notamos um aumento considerável de cerca de 10% no faturamento da empresa. Existe uma oscilação notável do faturamento da empresa devido à sazonalidade, então também foram analisados períodos semelhantes nos anos de 2022 e 2023, constatando um aumento de 22% no faturamento ao comparar os períodos de janeiro a agosto de 2022, anterior às implementações do Programa Ali, com o de janeiro a agosto de 2023.

No mês de referência (abril), quando realizado a mensuração do indicador de produtividade, a empresa experimentou uma diminuição no faturamento devido à presença de dois feriados, que afetaram consideravelmente o fluxo de clientes e as vendas. Além disso, houve uma ruptura na sociedade, o que influenciou algumas mudanças operacionais na empresa. Mesmo com esses desafios, a produtividade da empresa registrou queda de apenas 1%.

As estratégias de marketing digital, como vídeos e publicações no Instagram, foram eficazes para destacar as novidades no cardápio e aumentar o engajamento dos clientes. Oferecer cortesias também contribuiu para a fidelização e satisfação dos clientes. Após a implementação do Programa ALI houve aumento no faturamento da empresa apesar dos desafios sazonais e operacionais enfrentados pela empresa. A produtividade foi mantida com uma queda mínima, demonstrando a eficácia das estratégias adotadas.

Sendo assim, a estratégia de marketing adotada contribuiu para o crescimento da empresa, demonstrando a importância de adaptar-se às demandas do mercado e implementar ações que fortaleçam o relacionamento com os clientes, resultando em aumento nas vendas.

PARTICIPAÇÃO DO SEBRAE E DOS PARCEIROS PARA A SOLUÇÃO DO DILEMA

A empresária, durante a participação no Programa ALI, contou também com o apoio da consultoria financeira do SEBRAE. O objetivo principal era fornecer mais conhecimentos e ferramentas necessárias para uma gestão financeira mais eficiente, que pudesse otimizar recursos, reduzir custos e aumentar a lucratividade de sua empresa. A consultoria desempenhou o papel em auxiliar a empresária a organizar os gastos da empresa, tomar decisões estratégicas e reafirmou sua convicção de não abrir o café da manhã, o que poderia aumentar os gastos sem garantir ganhos certos como ela já deduzia e confirmando que o melhor era agregar opções na hora do almoço aumentando o ticket médio por atendimento. Além disso, a orientação incluiu a seleção de credores e o pagamento conforme as questões financeiras eram alinhadas. A participação no SEBRAE proporcionou à empresa um acesso a expertise financeira especializada, contribuindo para a formulação de estratégias mais eficazes, a fim de quitar dívidas e seguir evoluindo.

CONCLUSÃO

A IT'S FIT está em constante crescimento, impulsionada pela determinação da empresária em oferecer opções de alimentação rápida, prática, saudável, orgânica e sustentável. As iniciativas de marketing digital já demonstraram resultados notáveis e a empresária está confiante no potencial de expandir ainda mais o crescimento da empresa, buscando sempre inovação e produtividade. Durante os anos de 2022 e 2023, foram realizadas melhorias na gestão da empresa, e a perspectiva para 2024 é de frutificação, com a marca IT'S FIT sendo um propósito fundamental na vida da empresária.

Atualmente, a empresária continua a se aprimorar no nicho de mercado da empresa, dedicando-se ao estudo e desenvolvimento de um relacionamento sólido com os clientes. O objetivo da empresária é expandir a empresa e oferecer a melhor experiência possível aos clientes, mesmo diante de desafios e cenários difíceis. Após a quebra da sociedade, a empresária conseguiu se reinventar com um novo modelo de negócio, atendendo os clientes por meio de reservas e implementando estratégias de divulgação para serviços que antes não eram tão promovidos, como planos alimentares personalizados, pacotes de refeições refrigeradas e eventos com a Food Bike. Com isso, a empresária está dedicada a alcançar novos patamares de sucesso.

REFERÊNCIAS

Mercado de alimentação saudável, tendências e oportunidades. SEBRAE, 2022. Disponível em: . Acesso em: 28 de março de 2024.