



O Armazém Fit Store foi inaugurada recentemente no bairro Moinhos de Vento, em Porto Alegre  
FOTO: CLAITON DORNELLES /JC

## Busca pela vida saudável estimula o mercado fitness

Produtos naturais ganham os brasileiros

Luka Pumes e Giana Milani

© publicado em 08/08/2019 03:00  
atualizado em 08/08/2019 09:28



Marmitas, doces, pastas, sucos, shakes, sorvete, açaí e café. Até aí, tudo normal. Imagine, agora, que essa lista de delícias seja fit, sem lactose ou vegana. Os conceitos impulsionam negócios em muitos estabelecimentos pelo mundo e em Porto Alegre. O Armazém Fit Store, recém-inaugurado no bairro Moinhos de Vento, soma 10 mil itens, de 500 marcas diferentes.

Desodorante sem alumínio, sabonete facial e itens de tratamento capilar sem glúten completam o estoque. Tatiane Seibel, investidora que, há 16 anos, está à frente de uma empresa de instrumentos de medição localizada no Vale do Sinos, percebeu essa demanda saudável e resolveu apostar na franquia.

"Desde o ano passado, tinha a vontade de investir em um novo negócio. Surgiu a possibilidade do Armazém e vi com bons olhos", conta. A mudança de hábitos pessoal pesou também na hora da escolha do novo ramo. "Há uns três anos, melhorei bastante a minha alimentação. Por questão de saúde e também porque é uma tendência natural de querer e precisar se cuidar mais a partir da passagem do tempo. E comecei a gostar e a frequentar lugares com propostas mais saudáveis. Isso me fez bem. Foi o encontro de algo que já gostava com o desejo de empreender em outro segmento."

O Armazém se propõe a entregar aos consumidores não só o "comer melhor", mas também o "usar melhor". "Nosso cliente tem produtos mais orgânicos, como grãos, produtos da linha fit, cosméticos naturais e sem metais pesados, toda a linha para quem pratica esportes, muita opção para intolerantes à lactose e à glúten. A gente tem bastante variedade e quer trazer novidade. Aqui, há produtos que se vê em São Paulo ou em outros lugares de fora do Estado, e acabamos não encontrando em Porto Alegre", descreve a empresária.

O empreendimento não se limita a vender, pois existe um projeto para nutricionistas prestarem consultoria no segundo pavimento do local. Há, ainda, um espaço de convivência arborizado, nos fundos do imóvel. Além disso, uma espécie de minijardim pode ser ocupada para curtir o cardápio da cafeteria em contato com a natureza.



"Me apaixonei pela casa. Fizemos uma grande reforma, mas me atrai pela energia, pelo ambiente. Tu não podes ir todo dia para um lugar em que tu não te sentes bem. E o feedback das pessoas é bastante positivo. Sempre dizem



que se sentiram confortáveis aqui", afirma Tatiane, orgulhosa.

O empreendimento custou cerca de R\$ 700 mil até o momento. Ela acredita que o investimento é válido pelo público-alvo. "Esse mercado é um desafio, uma questão de cultura, de mudança de vida. Sendo novidade, é difícil, sempre. Mas, no nosso caso, é um diferencial o nosso público já ser receptivo a mudanças, a experimentar coisas novas. São pessoas que buscam um estilo de vida próprio", afirma. E os números indicam que a demanda é crescente.

Em 2018, a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) publicou uma pesquisa apontando que 80% dos brasileiros se esforçam para ter hábitos considerados mais saudáveis. Uma oportunidade de negócio que começa na alimentação.

### **ESucos: uma opção mais leve agora bem no Centro da Capital**



*Tiago, Carlos e Rodrigo percebem que mulheres são mais conscientes*

FOTO: MARCELO G. RIBEIRO/JC

A Rua dos Andradas, nas proximidades da Casa de Cultura Mario Quintana, é conhecida por ser uma zona boêmia do Centro Histórico. Além da concorrência pela cerveja mais gelada, há uma disputa entre estabelecimentos na venda de petiscos, lanches e à la minutas. Contrariando a lógica do entorno, um grupo de investidores decidiu instalar na região uma franquia da ESucos, restaurante focado no consumo de alimentos saudáveis.

O modelo de franquias ainda é novidade para a marca. Com sete lojas espalhadas pelo Rio Grande do Sul - sendo quatro em Porto Alegre -, apenas a unidade do Centro é administrada 100% pelos franqueados. "Acreditamos na

capacidade de entrar em uma estrutura que tem espaço para todos, que é o Centro", explica Rodrigo Picolli Catarino, um dos sócios.

O cardápio da E!Sucos conta com saladas, sanduíches, sorvetes, cafés quentes e gelados, dois tipos de tigela de açaí, entre outros itens. "Estamos preocupados em manter no nosso cardápio apenas o que se justifica estar nele. O que realmente tem motivo para estar ali. Aos poucos, vamos aprimorando", afirma Rodrigo.

Baseados no consumo take-away - chegar, pegar o alimento pronto e levar para comer em outro lugar -, o restaurante disponibiliza uma série de opções em uma prateleira refrigerada. Rodrigo explica que investir em alimentação saudável já fazia parte de seus planos há algum tempo.



"Quando decidimos pela marca, era um desejo meu e dos meus sócios apostar em alimentação mais saudável. Entendo que quem não se adaptou a esse tipo de alimentação vai se adaptar em um futuro próximo, vai trocar 'a



porcaria' por algo mais adequado."

Na E!Sucos, é possível observar que as mulheres estão mais atentas à saúde. "Se tu vieres aqui na hora do almoço e fizeres o exercício de olhar na tua volta, dá para perceber direitinho que o público feminino é de uns 90%."

Carlos Alberto Ribeiro é o sócio-operador da loja. Ele conta que a amizade com o grupo de investidores fez com que o escolhessem para tocar o negócio. "Sei que tenho competência e muita vontade de trabalhar, mas reconheço que nossa amizade desde a infância fez com que pensassem em mim. Disseram, aliás, que o investimento se justificava por uma ascensão minha. Eu não tinha direito de dizer não."

Junto a Carlos, o gastrônomo Tiago Larré é quem cuida da rotina da franquia. Tiago constata a importância de um cardápio versátil. "As saladas são muito ricas. Caprichadas mesmo. Os elementos são bem pensados, mas há uma liberdade para o cliente misturar conforme o gosto. Acho que faz bastante diferença."

Para o futuro, os empreendedores projetam novidades. "Vamos começar a aplicar algumas promoções para estimular as pessoas a caminharem duas quadras a mais. Pensamos em um carrinho de picolé sofisticado que possa estar no meio da Praça da Alfândega, por exemplo, ao meio-dia. Aos fins de semana, podemos levar para a orla", prevê Rodrigo.

### **Urban Farmcy provoca consumidores sobre educação alimentar**



*Tobias Chahan é um dos sócios do espaço gastronômico*

FOTO: MARCELO G. RIBEIRO/JC

A Urban Farmcy, em Porto Alegre (rua Hilário Ribeiro, 299), é um espaço gastronômico que já nasceu com a proposta de redefinir o futuro da alimentação. Em junho, a marca lançou um novo projeto: a Farmcy Academy, plataforma de expansão de conhecimento totalmente digital que reunirá mais de 100 horas de conteúdos produzidos com perspectivas de 80 autoridades do universo da alimentação e saúde, nacionais e internacionais. Além dessa novidade, foi desenvolvida uma série documental intitulada O que você vai comer amanhã?, cujo primeiro episódio está disponível aqui ([https://www.youtube.com/channel/UCqj-1coJQk8IXIGeSb4uQ\\_A](https://www.youtube.com/channel/UCqj-1coJQk8IXIGeSb4uQ_A)). O sócio da operação, Tobias

Chahan, começou nos negócios aos 17 anos, com a marca Empório Body Store.

### **GeraçãoE - Qual é a relação da Urban Farmcy com a alimentação saudável?**

**Tobias Chahan** - Em janeiro de 2015, quando o projeto nasceu, iniciamos uma jornada entre Europa e Estados Unidos. Foi uma imersão na atual matriz de oferta de consumo de alimentos, para entender do cultivo, do preparo. Até que, em 2017, lançamos a marca. Alimento sempre foi uma coisa muito presente na minha vida, então sempre estive próximo à cozinha. É uma paixão bastante antiga, e a vontade de empreender uma marca que também gerasse um valor socioambiental era antiga também. Foi a união das duas coisas.

### **GE - Como está o interesse das pessoas por esse tipo de alimento?**

**Tobias** - Está cada vez maior. As pessoas estão mais conscientes da importância do alimento nas suas vidas, na saúde. De como o alimento pode, realmente, potencializar a saúde, prevenir doenças, dar qualidade de vida. A gente percebe que as pessoas estão mais conectadas, mais interessadas em relação ao alimento com saúde.

### **GE - Foi dessa percepção que vocês criaram o projeto?**

**Tobias** - Ao contrário. Criamos justamente por entender que as pessoas pouco pensavam sobre o alimento. Pouco se questionavam, para poder realmente gerar uma importância na cadeia. A informação é fundamental para que isso aconteça. Daí, surgiu O que você vai comer amanhã?, que tem como propósito entregar a expansão de conhecimento, para que a gente tenha mais informações para tomar as decisões. Expandir a consciência para tomar melhores caminhos.

### **GE - Como é o processo da Urban?**

**Tobias** - A Urban trabalha, basicamente, da origem ao consumo. Desenvolvemos e estimulamos a cadeia de produção de alimentos. Os produtos próximos, de maior diversidade, espécies, e trabalhamos na nossa operação a técnica de preparo que promova a energia vital. Estimulamos também o consumo de alimentos mais limpos, à base de plantas, sempre com essa busca de quebrar a imagem de que uma alimentação de alto valor nutricional não tem sabor. Eu diria que o sabor é uma das questões mais determinantes para nós quando pensamos em engajar pessoas.

### **GE - Há planos de abrir uma nova unidade?**

**Tobias** - Sim. Temos planos de expansão da Urban. Nesse momento, estamos focados na plataforma de conhecimento, que é a Farmcy Academy. Mas São Paulo é a expansão natural do negócio.

---

COMPARTILHE

---

SEJA O PRIMEIRO A COMENTAR

---



Nome (obrigatório)



Email (obrigatório)



Comentário...

**COMENTAR**

PUBLICIDADE

---

TEXTO RELACIONADOS

---



**Estudante cria leite para intolerantes à lactose**

(/\_conteudo/ge/noticias/2019/06/690606-estudante-cria-leite-para-intolerantes-a-lactose.html)



**Residencial atende deficientes intelectuais a partir de 18 anos**

(/\_conteudo/ge/noticias/2019/05/686137-residencial-atende-deficientes-intelectuais-a-partir-de-18-anos.html)

MOSTRE SEU NEGÓCIO

---





Assine (<https://www.jornaldocomercio.com/site/circulacao.php>)



Anuncie

(</index.php?id=/ge/anuncie/index.php>)

## SOBRE NÓS



Uma iniciativa empreendedora do Jornal do Comércio que se comunica com empreendedores movidos pela paixão, que estão em busca de ideias.

## MAPA

- Capa (</index.php?id=/ge/capa/index.php>)
- Notícias (</index.php?id=/ge/noticias/index.php>)
- Entrevistas (</index.php?id=/ge/entrevistas/index.php>)
- Artigos (</index.php?id=/ge/artigos/index.php>)
- Vídeos (</index.php?id=/ge/videos/index.php>)
- Networking (</index.php?id=/ge/mural/networking/index.php>)
- Oportunidades (</index.php?id=/ge/mural/oportunidades/index.php>)
- Sobre
  - Manifesto (</index.php?id=/ge/sobre/manifesto/index.php>)
  - Dados de empreendedorismo ([/index.php?id=/ge/sobre/dados\\_de\\_empreendedorismo/index.php](/index.php?id=/ge/sobre/dados_de_empreendedorismo/index.php))
  - Expediente (</index.php?id=/ge/sobre/expediente/index.php>)
- Newsletter ([/index.php?id=/ge/newsletter\\_assine/index.php](/index.php?id=/ge/newsletter_assine/index.php))

## CONTATO

Esperamos sugestões de conteúdos através de nossas redes sociais ou pelo nosso email:

[geracaoe@jornaldocomercio.com.br](mailto:geracaoe@jornaldocomercio.com.br)

🏠 Av. João Pessoa, 1282 - Farroupilha  
Porto Alegre - RS - CEP 90040-001

☎ (51) 3213-1300

✉ [geracaoe@jornaldocomercio.com.br](mailto:geracaoe@jornaldocomercio.com.br) (mailto: [geracaoe@jornaldocomercio.com.br](mailto:geracaoe@jornaldocomercio.com.br))

🌐 Jornal do Comercio (<https://www.jornaldocomercio.com>)



(<https://www.instagram.com/cejaofa/>)