

Comida vegetarianiana é opção de alimentação e negócio

Existem cerca de 60 restaurantes deste tipo na cidade de São Paulo. A busca por um estilo de vida mais saudável atrai outros públicos além dos adeptos da dieta sem carne e abre oportunidades para empreendedores

GISELE TAMAMAR

gisele.tamamar@grupoestado.com.br

Ser vegetariano vai muito além da ideia de só comer salada. Para romper esse estereótipo, os restaurantes que seguem tal opção alimentar se esforçam para apresentar cardápios variados e saborosos a fim de atender um público exigente. Na capital, existem cerca de 60 restaurantes vegetarianos e um grande potencial de crescimento, na avaliação da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB).

Tanto que a entidade criou em setembro o Departamento de Restaurantes e Comércio Vegetariano para tornar o vegetarianismo mais acessível e desenvolver o empreendedorismo na área. São realizadas reuniões a cada dois meses para a troca de ideias.

“É um público que vem crescendo. Não só de vegetarianos, mas de pessoas que buscam um consumo saudável e consciente”, diz o coordenador do departamento, Eduardo Elias Farah, também dono do Bistrô e Restaurante Natural Anna Prem, na Aclimação.

Com a experiência como empresário, Farah explica que 70% dos clientes não são vegetarianos, mas estão em busca de uma alimentação saudável e um menor consumo de carne. Por isso, o público dos restaurantes vegetarianos não se limita às pessoas que seguem apenas essa dieta.

A diretora do Centro de Altos Estudos de Propaganda e Marketing da ESPM, Lívia Barbosa, confirma a tendência de se comer menos carne, seja por motivos éticos, morais, ambientais ou de saúde. “A grande tendência para os próximos anos é o consumo de alimentos que consigam reunir praticidade, prazer e sensorialidade tornando a busca por qualidade de vida o foco do consumidor contemporâneo”, acredita.

O que motivou a assistente administrativa, Priscila Paulino, de 23 anos, a tomar a decisão de não comer mais carne aos 13 anos foi um vídeo sobre o uso de animais para consumo humano. “Fiquei chocada com as imagens e informações. Quando eu contei para minha família, eles até deram risada”, relata a assistente, que chegou a engordar oito quilos quando optou pela dieta ovolactovegetariana porque não se alimentava bem e comia apenas massas.

Depois de ir a uma nutricionista



Há dez anos sem comer carne, Priscila Paulino sente falta de alternativas mais sofisticadas



O chef Augusto Pinto, dono dos restaurantes Goa e Yam: gastronomia vegetariana

e adequar sua dieta, ela passou a comer em restaurantes vegetarianos com frequência, mas ainda sente falta de locais mais sofisticados, com cardápios exclusivos. “Tenho vários amigos vegetarianos e também simpatizantes. Sempre procuramos locais diferentes para conhecer.”

Uma das opções na cidade é o Goa, em Pinheiros. O proprietário Augusto Pinto, hoje vegetariano, cresceu comendo muita carne, já que o pai trabalhou durante 30 anos em uma churrascaria.

Mas até ele abrir o restaurante em 2004, trabalhou com publicidade, morou seis anos na Europa tocando violão no metrô e trabalhando como garçom, vendeu sanduíches nas ruas de São Paulo,

DIFERENÇAS

» **Ovolactovegetarianos: não comem carne, mas a dieta inclui ovos, leite e derivados**

» **Lactovegetarianos: não comem carne e nem ovos, mas a dieta inclui leite e derivados**

» **Vegetarianos: não consomem alimentos de origem animal**

» **Vegano: é um estilo de vida. Além de ser vegetariana, a pessoa não consome qualquer tipo de produto de origem animal, como roupas de couro, lã ou seda. Ela também não frequenta zoológicos ou circos com bichos e não usa cosméticos e produtos de higiene que tenham sido testados em animais**

foi produtor cultural e chegou a investir em um restaurante de comida internacional, que fechou dois anos depois.

“Resolver para a cozinha e colo-

car em prática minha vivência gastronômica da Europa no Goa”, conta. A ideia deu certo e o restaurante registra faturamento mensal bruto de R\$ 70 mil. O empresá-

rio e chef também divide seu tempo com o restaurante Yam, que abriu recentemente na Vila Madalena, onde também busca aprimorar seu conceitos gastronômicos. “Quem quiser entrar nesse negócio tem que se informar sobre finanças e administração, não é só porque gosta do assunto”, diz.

“Existe uma tendência de pessoas que buscam uma alimentação mais saudável; muitos restaurantes já se adaptaram a essa realidade e adicionaram opções saudáveis ao cardápio. Abrir um estabelecimento vegetariano é mais uma opção de negócio”, afirma o gerente-executivo da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel-SP), Marcos Brozina.

E para quem pretende investir

no setor de restaurantes, ele dá algumas dicas. É importante fazer uma pesquisa sobre a lei de zoneamento, verificar no local como o público-alvo se comporta quanto à proposta do restaurante, além de verificar a facilidade de estacionamento e problemas de barulho em relação à vizinhança. ■

Serviço

A próxima reunião do Departamento de Restaurantes da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) está marcada para o dia 8 de novembro, às 20 horas, no Restaurante Apfel Jardins. Os interessados devem entrar em contato pelo site da SVB: www.svb.org.br

Dieta balanceada também tem mercado

Quem não quiser investir diretamente no mercado vegetariano pode optar em abrir um negócio ligado a alimentação saudável. É o que fez o empresário Eduardo Azevedo, 54 anos, a partir de uma ideia do sobrinho Guilherme Sodré, ligado em esportes e comida natural. O Desfrutti começou com uma pequena loja, em 2004, e hoje conta com sete unidades, todas próprias.

O cardápio da rede é composto por wraps quentes e frios, crepes salgados e doces, saladas, sanduíches naturais, grelhados, sucos, vitaminas, energéticos, cremes e saladas de frutas. “A movimentação de clientes não fica restrita apenas ao horário de almoço e jantar, mas também registramos vendas à tarde porque oferecemos diversas opções no cardápio”, afirma. No momento, o empresário não tem planos de abrir franquias, mas não descarta a possibilidade.

Franquias

O mercado também conta com franquias com foco na dieta balanceada. De acordo com o consultor

PONTO

500 MIL REAIS

é o preço de um local de 50 metros quadrados em um shopping center em São Paulo

de marketing do Sebrae-SP, Rosendo de Sousa Júnior, as franquias oferecem mais segurança do que uma empresa que começa do zero.

“Compra-se o nome, uma estrutura já preparada, tem apoio na formalização do negócio, treinamento, consultoria. Corre-se menos risco, mas também paga-se mais caro”, destaca o consultor.

O sócio da rede Wraps, Marcelo Ferraz, percebe o movimento tan-

to de pessoas interessadas em alimentação saudável como de empresários interessados em investir nesse setor. Mas em sua avaliação, morou seis anos na Europa tocando violão no metrô e trabalhando como garçom, vendeu sanduíches nas ruas de São Paulo,

O aquecimento do mercado imobiliário também está presente nos estabelecimentos comerciais. “O custo de um ponto é muito alto. Um local de 50 metros quadrados em um shopping em São Paulo custa R\$ 500 mil”, exemplifica. Para driblar os altos custos, Ferraz sugere alternativas, como lojas fast casual (loja de rua com mesinhas), postos de gasolina e shoppings de rua.

A Salad Creations é outra opção de franquia. Criada nos Estados Unidos, chegou no Brasil em 2007 e conta com 15 unidades. A expectativa é de mais sete lojas até o fim do ano. Já a Seletti iniciou o projeto de expansão da rede este ano com o formato de franquias. A empresa espera fechar 2010 com 20 lojas e um faturamento em torno de R\$ 10 milhões. ■

FRANQUIAS

WRAPS

» Rede de restaurantes de comida saudável. Os wraps são “sanduíches enrolados”, que na releitura ganharam ares requintados: migraram do guardanapo para o prato e passaram a envolver ingredientes ao mesmo tempo sofisticados e saudáveis

» Tem nove unidades

» Taxa de franquia: R\$ 80 mil

» Capital para instalação: a partir de R\$ 450 mil

» Capital de giro: R\$ 80 mil

» Tempo médio de retorno: 24 a 36 meses

» www.wraps.com.br

GO FRESH

» Rede de fast food saudável - cliente escolhe carboidrato, grelhado e salada

» Tem três unidades

» Taxa de franquia: R\$ 40 mil

» Capital para instalação: a partir de R\$ 150 mil

» Capital de giro: R\$ 40 mil

» Tempo médio de retorno: 24 a 36 meses

» www.gofresh.com.br

SELETTI

» Rede de fast food saudável

» Tem sete unidades próprias em São Paulo

» Taxa de franquia: R\$ 45 mil

» Investimento inicial: entre R\$ 340 e R\$ 360 mil

» Taxa de propaganda: 2% do faturamento bruto

» Previsão de retorno do investimento: em média, de 24 meses a 36 meses

» Faturamento mensal bruto médio das lojas: R\$ 105 mil

» Lucro médio mensal: aproximadamente 15%

» Tamanho de loja em shopping: de 30 a 35 metros quadrados

» www.seletti.com.br

SALAD CREATIONS

» A rede oferece mais de 40 opções de ingredientes frescos para

elaboração do prato em saladeiras, 15 tipos de molhos, opções de complemento como queijos e carnes, wraps, sopas e cookies

» Tem 15 lojas

» Investimento para abertura de loja (com reforma, equipamentos e primeiro estoque): a partir de R\$ 250 mil

» Para abertura de quiosque: em torno de R\$ 130 a R\$ 150 mil

» Capital de giro: R\$ 20 mil

» Taxa de franquia: R\$ 45 mil

» Retorno do investimento: 24 a 36 meses

» Faturamento médio por unidade: cerca de R\$ 80 mil por mês

» São necessários 12 funcionários para o funcionamento da loja e uma área mínima para instalação de 30 metros quadrados ou 12 metros quadrados para quiosques

» www.saladcreations.com.br

*os valores de investimento não incluem despesas com o ponto comercial