

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

Etec ALCIDES CESTARI

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO E FOOD TRUCKS

Dhiovana Vitoria Machado¹

Isis Beatriz Pissuti²

Marcelo Danilo Gonçalves³

Pedro Amidami Rosa⁴

Rafael Terças⁵

Resumo: O presente artigo infatiza o empreendedorismo e um novo negócio que está na moda atualmente, o food truck.

Empreendedorismo é basicamente assumir riscos e começar algo totalmente novo ou revitalizar e inovar dentro de uma ideia existente, no food truck, que é de forma simplificada um restaurante sobre rodas, isto não é diferente, pois tem como fundamento uma ideia simples, mas de uma maneira que faça parecer novo.

Esse tipo de negócio vem ganhando popularidade e adeptos no mercado, que pode estar em vários lugares e proporciona aos seus clientes comidas rápidas e de maneira fácil.

No Brasil em 2014, esta estabilidade apareceu em São Paulo e logo esse sucesso se expandiu para o resto do território nacional.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empresa. Food truck.

¹ Discente do curso Técnico em Administração, na Etec Alcides Cestari

² Discente do curso Técnico em Administração, na Etec Alcides Cestari

³ Discente do curso Técnico em Administração, na Etec Alcides Cestari

⁴ Discente do curso Técnico em Administração, na Etec Alcides Cestari

⁵ Discente do curso Técnico em Administração, na Etec Alcides Cestari

1. INTRODUÇÃO

O trabalho expressa a relação entre o empreendedorismo e a expansão dos food trucks no mercado atual, que é uma das opções viáveis para melhorar a situação em tempos de crise, contando com o contexto histórico de ambas as partes e o desenvolvimento dos mesmos durante os anos.

De forma geral o empreendedorismo é de suma importância para os food trucks e qualquer outro tipo de negócio, pois dele vem a inovação e a estrutura necessária para manter e expandir seu negócio.

Devido ao mercado no ramo alimentício apresentar o crescimento e o aumento de popularidade dos food trucks, ocorreu a dúvida de que algo aparentemente comum poderia ser mesmo uma inovação e um bom investimento por se manter em alta.

O mercado de alimentação fora de casa vem apresentando crescimento expressivo nos últimos anos, isto ocorre por conta de que a vida dos brasileiros está cada vez mais distante das comidas caseiras, por isso optam por uma refeição que está ao seu alcance. O food truck é boa opção onde os clientes poderão encontrar variedades de alimentos, e ainda uma boa oportunidade para o empreendedor abrir seu primeiro restaurante ou expandir um já existente, precisando de pouco capital inicial e tendo bons retornos.

Boa parte da população conhece e sabe o que é um food truck, porém não a conhece por esse nome, entendem que ele é algo mais sofisticado e caro, e não algo como um simples carrinho de cachorro quente que também é considerado um Food Truck.

Com o empreendimento nesta área, a sociedade tem a oportunidade de driblar a crise financeira e de proporcionar novos empregos, desde o processo de criação e adaptação do veículo, até o momento da venda no próprio food truck. Este estabelecimento pode servir de renda extra para o dono e os trabalhadores, pois o principal horário de funcionamento é a noite e nos finais de semana, onde é uma ótima opção de socialização e lazer.

No trabalho foi utilizada a pesquisa de campo e bibliográfica, na pesquisa de campo teve-se como fonte uma parte da população monte altense, já na

bibliográfica obteve-se com a ajuda de diversos autores da área administrativa e empreendedora, sendo os principais Chiavenato e o Instituto Sebrae.

Presidente do Instituto Chiavenato e conselheiro do CRA/SP, Idalberto Chiavenato é reconhecido e prestigiado pela excelência de seus trabalhos em Administração e em Recursos Humanos, não só pela sua produção e contribuição literária, mas principalmente pela influência na definição e aplicação de modernos e inovadores conceitos administrativos aplicados às organizações bem-sucedidas. (INSTITUTO CHIAVENATO, 2016)

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte[...]. Há mais de 40 anos, atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. (SEBRAE, 2016)

O artigo estruturasse na forma de cinco capítulos:

Capítulo I – Disserta sobre o conceito de empreendedorismo e sua importância e necessidade para a administração da vida pessoal e empresarial.

Capítulo II – Aborda ideias básicas e conselhos para iniciantes que pretendem abrir uma empresa e crescer em uma vida empresarial.

Capítulo III – Demonstra como montar uma empresa passando pelas fases de concepção, validação e implantação.

Capítulo IV – Explica que em períodos de crise, pode favorecer o empreendedor com inovação, criatividade e oportunidades em seguimentos que não estavam sendo explorados.

Capítulo V – Descreve conceito histórico, mercado e estratégias que são importantes para o desenvolvimento do Food Truck, e como conquistar seu espaço no mercado atual.

Portanto, para entender esses fatos e saber colocá-los em prática inicia-se então o conteúdo acima descrito, desde a sua origem até os dias atuais.

2. CONCEITO DO EMPREENDEDORISMO

“O termo “empreendedor” - do francês entrepreneur - significa aquele que assume riscos e começa algo inteiramente novo.” (CHIAVENATO, 2012).

O empreendedorismo reflete a prática de criar ou revitalizar negócios e proporciona a energia que move a economia, alavanca as mudanças e transformações, produz a dinâmica de novas ideias, cria empregos e impulsiona talentos e competências.(CHIAVENATO, 2012 pág.8).

Ainda segundo Chiavenato (2012), o empreendedor tem uma visão ampla das oportunidades e a localiza rapidamente aproveitando-as sem que elas sejam previstas, antes que outros “aventureiros” o façam.

O autor ainda diz que o empreendedor não é somente um fundador de novas empresas, mas o construtor e impulsionador de novos negócios, que é a pessoa que dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

Intraempreendedorismo é uma prática utilizada por funcionários dentro da empresa que trabalham, que é basicamente analisar cenários, criar ideias, inovar e buscar novas oportunidades para as suas organizações explica Periard (2010).

O intraempreendedorismo que grandes organizações estão pretendendo desenvolver em seus quadros funcionais diz que estes não são donos do negócio, mas que possuem um espírito empreendedor idêntico e a dedicação deve ser direcionada ao negócio da empresa explica Chiavenato (2012).

Caetano (2015) afirma que é nos momentos de altos e baixos que as pessoas enxergam saídas para ganhar o mercado com a inovação necessária para serem o diferencial competitivo.

2.2 História do empreendedorismo

Segundo o site Portal Educação (2013), o conceito “empreendedor” teve seus primeiros indícios no século XVII, onde os empreendedores tinham um acordo contratual com o governo para realizar a produção de seus produtos.

Richard Catillon(1680-1734) foi um importante escritor e economista da época sendo considerado um dos criadores do termo empreendedorismo, diferenciando o empreendedor do capitalista (Portal Educação, 2013).

De acordo com o site, no final do século XIX e o começo do XX, os empreendedores começaram a ser confundidos com os administradores, sendo analisados meramente pelo ponto de vista econômico, como aqueles que apenas organizam uma empresa, que não é o caso do empreendedor.

23. Empreendedorismo no Brasil

O SEBRAE (2015) divulgou a pesquisa mundial do GEM (Global Entrepreneurship Monitor) onde o Brasil ficou em primeiro lugar sendo o país mais empreendedor do mundo.

“Os brasileiros comemoram tal feito como se tivéssemos ganhado uma competição internacional, já que nosso país destacou-se perante nações mais desenvolvidas economicamente, como os Estados Unidos, por exemplo.” (SEBRAE, 2015)

O Brasil continuou entre as primeiras posições dos países mais empreendedores, mas mesmo em primeiro lugar é considerado um país em desenvolvimento, pois as pessoas que estão empreendendo ainda investem pouco em inovação, comprovado também pelo estudo apresentado pela do GEM (Dornelas, 2015).

3. PASSOS BÁSICOS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA

O site da revista Exame (2013) com a ajuda de Mauricio Galhardo, especialista financeiro e sócio da Praxis Business, Bento Alves da Costa Filho, coordenador do CBA Gestão de Negócios do Ibmecc/DF, e Alessandro Saade, professor de Empreendedorismo da Business School São Paulo, mostra algumas recomendações para abrir a pequena empresa.

Para que as documentações da abertura do negócio estejam todas corretas, aconselha-se alinhar com um contador, ele poderá recomendar qual será o melhor sistema tributário para o seu empreendimento. Para Saade o profissional também, pode ajudar o empreendedor a montar um cronograma com os dias de pagamento dos impostos e informar o melhor dia do mês para fazer um balanço (REVISTA EXAME, 2013).

Alinhar com um advogado pode auxiliar o empresário a elaborar o contrato social e outros documentos da empresa, mostrando também até quando vai a responsabilidade da empresa. Além disso para Bento (2013) é importante estar a par da legislação trabalhista para que a equipe da empresa esteja regularizada.

Registrar a marca pode parecer um investimento alto no começo, mas é uma vantagem para a empresa a longo prazo, podendo a empresa quando se consolidar ter uma outra empresa com o mesmo nome, tendo que ser mudado, Afirma Galhardo. Abrir um site com informações básicas sobre a empresa faz bem para a imagem do negócio, mesmo que não tenha planos para montar um portal robusto termina Galhardo (REVISTA EXAME, 2013).

“O sucesso de um negócio é fruto de um bom planejamento. E, ao abrir uma empresa é preciso estar com as finanças em dia para não levar nenhum susto.” (REVISTA EXAME, 2013).

“As pessoas são muito otimistas quando abrem o negócio e acham que já têm uma clientela”, diz Galhardo (REVISTA EXAME, 2013)

Para o especialista, é recomendável ser um pouco conservador com relação ao estoque inicial e pecar pela falta e não pelo excesso. Além disso, é preciso que o empresário tenha dinheiro no caixa para pelo menos três meses sem lucro (REVISTA EXAME, 2013).

4. COMO MONTAR UMA EMPRESA

De acordo com Rezende (2014) existe três passos essenciais para a construção de uma empresa: concepção, validação e implantação.

Segundo o autor, na fase de concepção é preciso questionar os motivos dos quais estão levando as pessoas a abrirem novas empresas, quais as ideias de negócios mais empreendedoras e como testar a viabilidade da implantação dessas ideias.

Mais do que o próprio dinheiro, a flexibilidade do tempo passou a ser uma das vantagens, pois com isso Rezende (2014) conta que escolheu trabalhar no seu próprio negócio, o que permitiu realizar seus objetivos pessoais e profissionais. Por último Rezende (2014) chega à conclusão de que quando você conhece as

razões do empreender, fica mais fácil chegar a decisão de escolher a ideia para implementar.

Seguidamente o autor descreve a fase da validação, ele diz que mesmo querendo ter logo o negócio não se pode pular essa etapa, porque com ela se deixará pra trás as falsas informações que se cultivava a respeito do negócio.

“A validação testa o interesse e a aceitação da sua oferta. É através da validação que você será capaz de saber se vale à pena ou não implantar definitivamente uma ideia de negócio.” (REZENDE, 2014).

Posteriormente Rezende (2014) explica a fase da implantação, ela funciona como um teste para o negócio, pois aparecerá arestas que precisarão ser aparadas em cada um dos determinados pontos de contato, como os clientes, os fornecedores, as entregas, as cobranças, o faturamento, a contabilidade e outras áreas. O autor ainda diz que a próxima tarefa a ser feita é desenhar o modelo de negócio que seja viável para execução.

Após a conclusão de todas as fases, Rezende (2014) apresenta o modelo de negócio para criar uma escala:

- Onde pode-se expor esse produto para atrair mais clientes?
- Qual a capacidade atual de produção?
- É fácil contratar mais gente para produzir mais?
- Quais serão os canais de venda do produto?
- Como não “ficar na mão” de um só canal de venda ou fornecedor?

Rezende (2014) diz que um plano B é necessário para o caso de um canal de vendas não tiver retorno, e também aponta o processo de compra de insumos e venda de produtos, e de nomear cada uma das partes das relações externas e internas.

O autor conclui que agora é o momento de estudar esses conteúdos para não somente criar a empresa, mas de construir e desenvolver o seu futuro empresarial.

“Você precisa conhecer os seus motivos para empreender além do simplesmente ganhar dinheiro para poder começar a conceber a sua ideia de negócio” (REZENDE, 2014).

5. CRISE

Para Navarro (2015) na crise podem surgir algumas das melhores

oportunidades para se empreender, e um desses fatores é que ela permite a prática da criatividade para a exploração de alguns novos mercados que antes não estavam sendo explorados ou não existiam.

Negócios que ofereçam produtos mais baratos ou mesmo sem uma estrutura de vendas tão robusta também estão em alta, como food trucks, que oferecem comida de qualidade e mais barata. Outros exemplos são as lojas de carros usados, já que o carro novo ficou mais caro, e brechós e lojas de roupas usadas. (NAVARRO, 2015)

Navarro (2015) cita que uma outra forma de aproveitar a crise para empreender é com relação a concorrência, pois é possível conquistar parte do mercado dos concorrentes, especialmente quando o empreendedor previu e se planejou para enfrentá-la.

Caso outras empresas estejam despreparadas, elas provavelmente irão se deparar com necessidades de corte de gastos e diminuição em investimentos, isso pode acabar possibilitando a compra de um negócio de algum concorrente e assim a expansão do seu, opina Navarro(2015).

Navarro(2015) cita algumas empresas que estão superando e confirmando que esse pode ser um bom momento para empreender:

- A General Motors que está utilizando a crise como oportunidade de investimento de 13 bilhões de reais para trazer e lançar uma nova remessa de carros novos para o Brasil;
- A Ambev que no segundo trimestre de 2015 teve um aumento de cerca de 27% no seu lucro líquido, algumas estratégias são o investimento em cervejas mais caras e de linhas exclusivas como as artesanais;
- A CVC que está aproveitando a crise atual para continuar a investir em promoções e pacotes de viagens mais baratos, o que significou em 20% de aumento de passagem vendidas em relação a 2014.

Crise é crise, e esse é um momento complicado, por isso nessa hora é importante olhar além do mal, de forma cuidadosa e bem planejada para serem maneiras de aproveitar e fortalecer seus negócios e talentos conclui Navarro (2015).

6. FOOD TRUCK

6.1 Conceito

Food truck é um tipo de restaurante sobre rodas. Traduzindo ao pé da letra, é um “caminhão de comida”. Basicamente, é um veículo que

pode ser um caminhão de pequeno porte, ou uma van, ou ainda uma kombi, equipado com uma cozinha, onde os chefs preparam e vendem porções pequenas de comida rápida, estilo gourmet, para as pessoas que estão passando na rua, a um preço bem atrativo. (UNIVERSO FOOD TRUCK, 2015)

“O Food Truck aparece como uma oportunidade de abrir um primeiro restaurante, ou expandir um já existente, com relativamente baixo investimento inicial e bons retornos.” (SEBRAE,2015).

6.2 História do Food Truck

A história do Food Truck começa há muito tempo atrás, por volta de 1860. Segundo referências, em 1866, no Texas, USA, Charles Goodnight já transportava alimentos e utensílios, em um caminhão militar adaptado, para servir refeições a tocadores de rebanho que viajavam por milhas para manejar o gado. (SEBRAE,2015).

Já para o site da revista Época(2014), o primeiro Food Truck surgiu no ano de 1872, na cidade de Providence, nos Estados Unidos, o dono Walter Scott vendia tortas e sanduíches para trabalhadores de fábricas, até o começo do ano 2000, os Food Truck ainda carregavam o estigma de comida barata, de baixa qualidade, porém isso mudou com a crise econômica de 2008, que levou muitos restaurantes a fechar suas portas.

O mercado aceitou bem a ideia e logo grandes filas eram vistas ao redor dos Food Trucks na cidade de Nova York. Este boom atraiu a atenção de empreendedores ao redor do mundo e o conceito se espalhou tanto pela necessidade de vencer a crise, como pela oportunidade de negócio. Hoje, Food Trucks são encontrados nos principais centros urbanos, como Londres, Paris, Berlim e Tóquio, servindo comida étnica, local e gourmet, de qualidade, a um custo acessível. (SEBRAE,2015)

De acordo com o site da revista Época(2014), no ano de 2014 a febre chegou ao Brasil, só em São Paulo, mais de 300 empreendedores pediram autorização para estacionar seus food trucks, o sucesso se repete em outros estados.

Segundo o site Empreendedores Web(2015), a moda dos food trucks ganhou um grande impulso com a publicação da lei 15.947/2013 da prefeitura de São Paulo em maio de 2014 que regulamentou a venda de alimentos em barracas, carrocinhas e veículos automotores.

Com o passar dos anos, outras alternativas para servir alimentos de forma itinerante foram sendo desenvolvidas. Carrinhos de churros, pipoca e cachorro quente, operados por ambulantes em regiões de grande movimento de pessoas são hoje parte da paisagem urbana. (SEBRAE,2015).

6.3 Como abrir um Food Truck

Para Nogueira (2014), estes são os 10 mandamentos para quem quer iniciar seu food truck:

Segundo ele, o primeiro mandamento é ter experiência no mercado de comida, saber cozinhar, limpar e gerenciar pessoas. Servir bem as pessoas irá determinar se você tem perfil no ramo de food truck.

O autor diz que o segundo mandamento é definir seu conceito, o conceito de seu food truck e de seu cardápio. Você pode até adicionar e até modificar seu conceito inicial ao decorrer do tempo, mas não confunda seu cliente com muita coisas na inauguração.

Para ele, o terceiro mandamento é pesquisar sobre a legislação de sua cidade, não entender como seu município regula o mercado de food trucks pode levar seu negócio rapidamente a bancarrota, essa pesquisa também irá lhe informar sobre quanto tempo irá demorar e quanto irá custar para operar com ele legalizado.

No terceiro mandamento, Nogueira (2014) diz que é necessário ter um plano de negócio, pois para ter um negócio bem sucedido é necessário muito planejamento, essa ferramenta irá ajudá-lo a operar e fazer seu negócio prosperar.

Ainda segundo o autor, o quinto mandamento diz que liderar e supervisionar seu negócio é importante, estar sempre envolvido em tudo, pois um food truck, como a maioria dos negócios exige um proprietário presente.

O autor diz no sexto mandamento que é importante ter capital de giro, as surpresas surgem enquanto seu food truck não der o lucro esperado. Tenha capital para mantê-lo por algum tempo.

Como sétimo mandamento, Nogueira (2014) diz para selecionar seus fornecedores, analisar cada um deles e criar parcerias baseadas em qualidade, e não apenas em preço.

No oitavo mandamento, o autor diz que é importante treinar antes de abrir seu negócio, treine seus empregados para que eles aprendam seu conceito, maneira de direcionar seu negócio e só inaugure depois de alguns pequenos testes com amigos em pequenos lugares.

No penúltimo mandamento, o autor diz para não temer o fracasso, pois para ter sucesso você deve acreditar em si mesmo e enfrentar riscos, faça isso com amor.

E no último mandamento, Nogueira (2014) diz que você mesmo deve criar seu décimo mandamento, pois somente você sabe o que é necessário para iniciar seus negócio de food truck.

6.4 O Mercado de Food Truck

O mercado da alimentação fora de casa vem apresentando crescimento expressivo nos últimos anos. Os principais motivos relacionados a este crescimento são: as mudanças no estilo de vida dos brasileiros, que hoje dedicam mais tempo ao trabalho fora de casa do que ao preparo dos alimentos; e a associação da comida fora de casa ao lazer[...] (SEBRAE,2015).

“Dentre as diversas modalidades que competem no segmento, como restaurantes, padarias, lanchonetes e carrinhos de hot dog, os Food Trucks estão entre as opções com maiores taxas de crescimento.” (SEBRAE,2015).

6.5 Espaços privados

“Para iniciar um negócio, é necessário constituir empresa e obter concessão da prefeitura e da vigilância sanitária, que irão avaliar e autorizar o uso do equipamento (veículo).” (SEBRAE,2015).

De acordo com o site do SEBRAE (2015), adquirir um Food Truck dentro das normas do DENATRAN é uma exigência para quem deseja investir no negócio.

Para operar, os Food Trucks podem ser instalados em ruas e avenidas das cidades ou em espaços privados, como lotes de estacionamentos (pagos ou não), food parks (espaços comerciais destinados ao aluguel de vagas para Food Trucks) e eventos. (SEBRAE,2015)

O TPU (Termo de Permissão de Uso) é obrigatório para quem deseja explorar o comércio de alimentos nas ruas da cidade. Por isso, antes de investir no negócio, o empreendedor deve se informar sobre como proceder para regularizar seu Food Truck, obter as licenças em seu município e, também, sobre os custos deste processo. Já para operar em espaços privados não é preciso o TPU, apenas atender às normas da Vigilância Sanitária e fiscais. (SEBRAE,2015).

6.6 Fornecedores

“É importante que o empreendedor interessado em investir no negócio levante os fornecedores em sua região e os prazos de entrega para elaborar o seu planejamento.” (SEBRAE, 2015)

6.7 Concorrência

Com a concorrência direta, o empresário irá disputar, além da preferência dos consumidores, os melhores pontos públicos e privados. Por isso, quem atua no ramo, e deseja investir em um Food Truck, precisa se aperfeiçoar, pois enfrenta muita competição. (SEBRAE, 2015)

6.8 Estratégias para competir

O site SEBRAE (2015) diz que para competir no mercado de Food Truck, o empresário poderá adotar estratégias de preço, diferenciação, foco em nicho de mercado, ou uma combinação entre elas.

O site também diz que a estratégia de diferenciação começa no cardápio e se estende à estilização dos veículos. Ainda como estratégia de diferenciação, existe também as franquias, que ganham força com cardápios bem posicionados e identidade de marca.

“Com o foco, o empreendedor terá melhor conhecimento da logística, dinâmicas, clientes e relacionamentos no segmento, favorecendo, assim, a sua competitividade.” (SEBRAE, 2015)

6.9 Estrutura

O tempo de produção de um Truck é de 30 a 40 dias, mas, devido o aumento da demanda pela atual popularidade, a fila de espera é grande nas oficinas, nos dias atuais em São Paulo quem quer ter um Food Truck pode esperar até 5 meses declara o site do SEBRAE (2015).

“Vários fatores como chuva, frio e calor, podem atrapalhar o negócio. O empreendedor deve estar pronto para isso.” (SEBRAE, 2015).

Segunda o SEBRAE (2015) as estruturas para se operar algum tipo de Food Truck irá variar de acordo com cada tipo de negócio, podendo ser montado e estruturado somente para armazenar e/ou comercializar comidas já prontas, ou mesmo para servir comidas cruas ou semi-prontas.

Trailers, vans, peruas e até pequenos caminhões podem operar dentro dos locais permitidos por lei, e é fundamental adaptar uma cozinha pequena para o preparo dos alimentos, além do local de armazenagem dos equipamentos, do balcão de atendimento e do caixa, sendo importante e obrigatório separar o manuseio do dinheiro dos alimentos diserta o site SEBRAE (2015).

Quando a opção estratégica for pela diferenciação e atendimento a uma clientela mais exigente, a necessidade de um projeto de design mais bem definido para o veículo e a agregação de produtos e serviços pode resultar em uma estrutura mais complexa. (SEBRAE, 2015).

Para o SEBRAE (2015) é interessante ter o espaço entorno de Food Truck bem organizado, limpo e confortável, pois apesar de não ser propriedade do estabelecimento, ele influenciará na comodidade e na opinião dos clientes, ter um local onde tenha a presença de mesas e cadeiras, e se possível um banheiro serão um diferencial.

Uma boa iluminação interna e externa deverá ser planejada pra impulsionar o poder de atração e de atenção nas pessoas, além de passar uma boa impressão ao seu Food Truck para os consumidores, explica o site do SEBRAE (2015).

6.10 Pessoal

A composição da equipe de trabalho irá depender da estrutura, do volume de atendimento e do que é vendido no Food Truck. Basicamente, ela deverá ser composta por cozinheiro, atendente de balcão e áreas externas (quando existentes), auxiliar de cozinha e caixa, sendo que este último pode exercer também a função de gerente do estabelecimento. Tanto o cozinheiro quanto o auxiliar de caixa/gerente pode ser o próprio empreendedor. (SEBRAE, 2015)

Alguns simples detalhes contribuem para que o cliente volte e que indique a conhecidos o seu negócio, explica o SEBRAE (2015), alguns desses seria o bom humor, tratamento com educação e roupas adequadas.

6.11 Equipamentos

De acordo com o site do SEBRAE (2015) o Food Truck deverá contar em seu projeto um *layout* bem desenvolvido e um conjunto de equipamentos para o bom desenvolvimento das atividades. A distribuição e posição dos itens são importantes e devem ser planejadas, pois deverá passar uma boa impressão.

Para o site do SEBRAE (2015), dependendo do local de sua instalação, o empreendedor deve adquirir equipamentos como: mesas e cadeiras, utensílios de cozinha, máquina registradora, emissor de cupom fiscal, telefone móvel, computador, entre outros.

6.12 Matéria prima/Mercadoria

O estoque deverá ser mínimo, pois dessa maneira o impacto é menor na alocação do capital de giro. Esse estoque mínimo deve ser calculado se baseando no número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos para a sua empresa, argumenta o site SEBRAE (2015).

Os principais fornecedores dessas matérias primas são os revendedores e distribuidores de alimentos frescos, resfriados e secos, como sacolões, feiras livres, cooperativas de agricultores, frigoríficos, e as indústrias de embalagens, principalmente plástica e de papel. Os fornecedores devem ser escolhidos com base nos prazos de entrega, na qualidade dos produtos, na presteza no atendimento, na capacidade de inovar e resolver problemas e no desenvolvimento de soluções específicas. (SEBRAE, 2015)

Para o SEBRAE (2015) a compra de folhas poderá ser realizada diariamente, a compra de frutas e de legumes pode ser em dias alternados, e as bebidas em geral sendo semanais, estes podem ser alterados de acordo com a demanda, os produtos congelados e refrigerados precisaram ser armazenados imediatamente logo após a compra.

6.13 Planejamento do cardápio

“A escolha do cardápio irá orientar as operações e os processos produtivos.”
(SEBRAE,2015)

A seleção do cardápio terá como base o custo, a praticidade, a demanda, o acesso às matérias primas, entre outros fatores. É preciso conferir as opiniões e as sugestões junto aos clientes para o cardápio oferecido, identificando possibilidades de oferecer novas opções cita o site do SEBRAE (2015).

6.14 Compra de mercadorias (matéria primas e insumos)

[...] Diariamente, o empreendedor deverá certificar-se de que todos os itens do cardápio estão disponíveis e de que a cozinha central (quando existente) e o Food Truck estão em perfeitas condições de higiene. É recomendável que a verificação de estoque seja feita ao longo do dia e logo após o fechamento do estabelecimento, quando também será feita a limpeza. No dia seguinte, a rotina prosseguirá com a realização das compras necessárias, com posterior recepção (se for o caso) e armazenagem dos produtos. Produtos não

perecíveis ou congelados poderão ser comprados dentro de prazos maiores. (SEBRAE, 2015)

6.15 Armazenagem e controle de estoques

As dependências onde se guardam alimentos, sejam refrigeradas ou não, devem ser limpas no mínimo duas vezes por semana, quando não é possível fazê-lo todos os dias. Na geladeira, todos os alimentos devem ser conservados tampados, e periodicamente deve-se retirar dali alimentos velhos, se houver [...](SEBRAE, 2015).

Os prazos de validade dos alimentos devem ser cuidadosamente observados, completa a página virtual do SEBRAE (2015).

6.16 Atividades no Food Truck

Antes da abertura do seu Food Truck o site SEBRAE (2015) indica verificar os níveis de estoques de alimentos, bebidas e gás, abastecer o veículo com os insumos necessários para seu funcionamento, limpar o ambiente interno e externo, e preparar o caixa com troco.

“Durante o funcionamento: atender os clientes; preparar os pedidos na cozinha; manter limpo e arrumado o balcão e demais itens da instalação; fechar as contas com rapidez, receber e emitir as notas fiscais.” (SEBRAE, 2015)

“Fechamento do estabelecimento: fechar e conferir o caixa; conferir o estoque; limpar o ambiente; lavar todos os utensílios e guardá-los; recolher o lixo; fechar o Food Truck.” (SEBRAE, 2015)

6.17 Automação

O site do SEBRAE (2015) diz que o ideal é que o empreendedor saiba investir em automação visando facilitar toda a sua área de gestão operacional, estocagem e também o controle da área administrativa e financeira.

Existem diversos sistemas informatizados (pacotes de software) que podem auxiliar o empreendedor na administração do seu Food Truck. São várias as opções, que podem ir de softwares, caixas eletrônicos, impressoras para preenchimento automático de cheques, até impressoras de notas fiscais nos caixas esclarece o site do SEBRAE (2015).

6.18 Canais de distribuição

Com a preferência dos consumidores de Food Trucks em consumir refeições de qualidade com mais praticidade, no geral essas vendas são realizadas no próprio Food Truck explica SEBRAE (2015).

Também é possível distribuir os produtos por serviço de delivery à residências e escritórios comerciais, acionado por telefone, internet, e-mail e serviços móveis de contato. É possível utilizar um serviço próprio de motoboy (ou bicicleta para evitar a emissão de CO2 e mostrar a proposta de sustentabilidade do empreendimento) ou contratar uma empresa especializada. Trata-se de um canal de distribuição interessante para ampliar as vendas e divulgar o Food Truck. (SEBRAE, 2015)

Independente das estratégias de distribuição adotadas o empreendedor deve ficar atento que o cliente receba um produto de qualidade e no momento adequado, acrescenta o site do SEBRAE (2015).

6.19 Investimento

O investimento inicial em um Food Truck dependerá de alguns fatores, dentre eles: do modelo de veículo escolhido, do tipo de produto que se deseja trabalhar, do local de atuação, e da escolha pelo desenvolvimento próprio ou aquisição de franquia. (SEBRAE, 2015).

Em geral, diz o site do SEBRAE (2015), que para a abertura de um Food Truck, deve estimar-se o valor de investimento considerando os seguintes itens: custos de abertura de empresa como as taxas pagas para registro e alvará; custo do veículo; custo para adaptação do veículo; equipamentos de tecnologia; maquinário; móveis para o entorno (se necessário); e capital de giro inicial para aportar os gastos antes do início das vendas, como contratação de funcionários, compra de estoque inicial, materiais de propaganda e marketing, pagamento do primeiro aluguel do local de instalação (ou TPU).

Um valor médio estimado para abertura de um Food Truck requer um investimento inicial em aproximadamente de R\$ 165.000,00, isto é apenas uma estimativa de investimento inicial, pois os equipamentos a serem adquiridos para a montagem de um Food Truck têm preços bastante variados, de acordo com o site do SEBRAE (2015).

“Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa.” (SEBRAE, 2015)

Segundo o site SEBRAE (2015) o capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações

de caixa. O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, sendo eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC). Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro.

Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa, diz o site.

“[...]é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro.” (SEBRAE, 2015)

Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa. Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem menores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). (SEBRAE, 2015).

Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros. Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão. (SEBRAE, 2015).

É importante que o novo empresário calcule adequadamente sua necessidade de capital de giro, pois se isso não ocorrer, a empresa poderá muito cedo adquirir dívidas e dificuldades financeiras, diz o site SEBRAE (2015)

Sugere-se reservar, especialmente no início das atividades do Food Truck, um valor em torno de 3 meses de reposição de estoques e despesas estimadas até que se faça um giro necessário e a empresa possa completar o ciclo operacional. Outra forma de se estimar o capital de giro do início do negócio é considerar um valor em torno de 15% do capital inicial investido. (SEBRAE, 2015)

6.20 Custos

“Os custos de uma empresa, e neste caso de um Food Truck, são todos os gastos, ou desembolsos mensais, realizados na produção dos bens ou serviços prestados.” (SEBRAE, 2015)

Para o site do SEBRAE (2015), os custos fixos são os que não variam de acordo com o volume de vendas, como aluguel, salários administrativos,

mensalidade de contador e internet, e pagamento de mão de obra, embora possa variar, considera-se fixo.

O site do SEBRAE (2015) dá um exemplo de plano mensal de custos fixos:

(1 proprietário), Salários (2 colaboradores), comissões e encargos: R\$7.000,00

- Água, combustível, telefone e acesso a internet: R\$ 800,00
- Aluguel (considerando instalação em food park): R\$ 2.000,00
- Produtos para higiene e limpeza do veículo e funcionários: R\$ 300,00
- Recursos para manutenções preventivas e corretivas: R\$ 300,00
- Assessoria contábil: R\$ 780,00
- Seguros: R\$ 150,00
- Material de uso geral (escritório: papel, caneta, outros): R\$ 150,00;
- Serviços de terceiros: R\$ 200,00.
- Propaganda e publicidade da empresa: R\$ 400,00

TOTAL CUSTOS FIXOS MENSAIS: R\$ 12.080,00

Segundo o site do SEBRAE (2015), os custos variáveis são os que variam proporcionalmente, de acordo com o aumento ou a diminuição do volume de negociações de seu food truck. Um exemplo de custo variável são os impostos sobre as vendas.

O site do SEBRAE (2015) exemplifica um plano mensal de custos variáveis:

Tributos, impostos (considerando opção Simples Nacional), contribuições e taxas: R\$3.000,00;

- Aquisição de mercadorias e embalagens: R\$ 12.000,00
- Despesas financeiras e com vendas: R\$ 300,00
- Despesas com transporte e frete: R\$ 700,00
- Tarifa Administradora Cartões de Crédito: R\$ 450,00
- Despesas com gás e insumos: R\$ 300,00

TOTAL VARIÁVEIS: R\$ 16.750,00

6.21 Diversificação de ideias e agregação de valor

O site do SEBRAE (2015) diz que oferta algumas ideias como opções de pratos e serviços inovadores, estratégias de promoção, além de praticas relacionadas a sustentabilidade, que só irão agregar valor, se o cliente não se sentir enganado com falsa propaganda, ajudam a se diversificar dos demais food trucks.

O site ainda diz que produtos inovadores agregam valor ao negócio, à medida que se oferece alimentos que ajudam na saúde do cliente, ou até mesmo com texturas, formatos e sabores inusitados, tendo assim um diferencial para os consumidores. Coisas como essas geram benefícios para o negócio, como o marketing boca a boca.

6.22 Divulgação

“Há várias formas de divulgar os produtos e atrair clientes para um Food Truck. No entanto, os esforços de marketing devem ser adequados ao orçamento da empresa e ao público-alvo.” (SEBRAE, 2015)

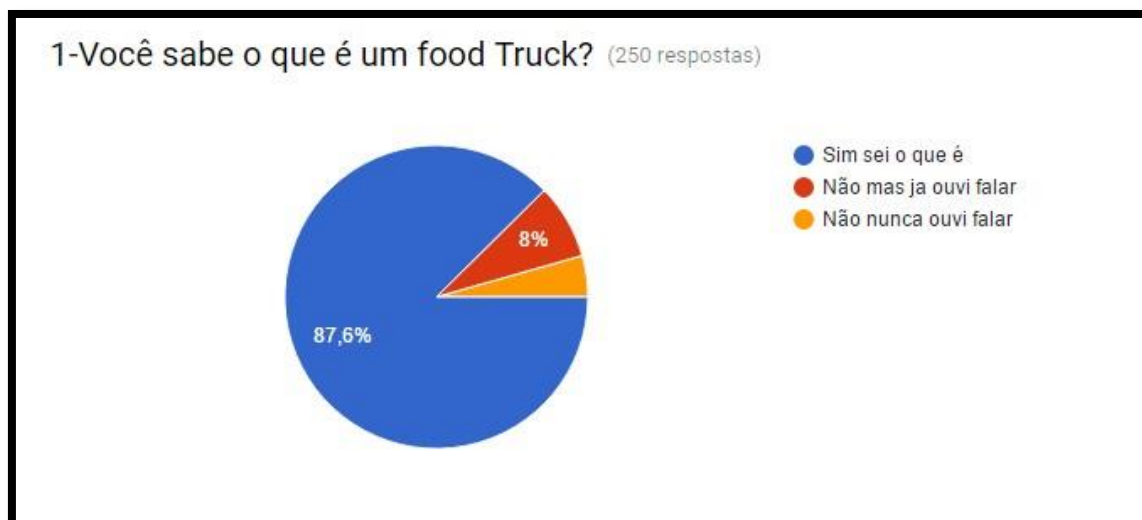
De acordo com o site do SEBRAE (2015) a divulgação começa pela qualidade tanto dos produtos, quanto dos serviços que são oferecidos. Apresentar qualidade gera boa impressão na cabeça de seu consumidor, lembre-se sempre de que a propaganda boca a boca, fortalece a marca e a torna conhecida no mercado.

Para o site SEBRAE (2015), unir-se com outros empresários para diminuir o custo de sua divulgação é uma boa alternativa, como por exemplo fazer folhetos com a divulgação de vários estabelecimentos de um mesmo lugar.

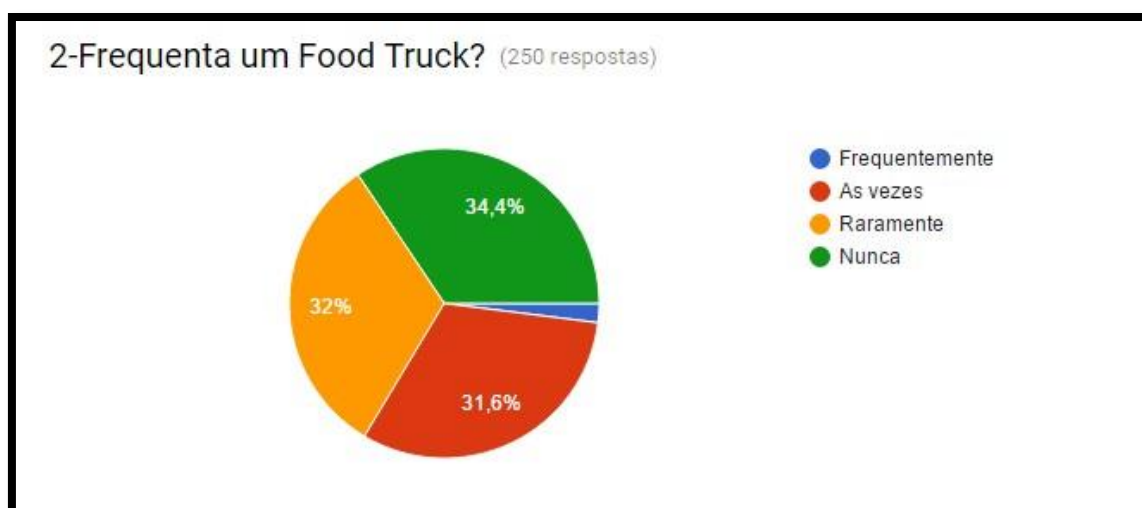
O site do SEBRAE (2015), sugere também, como alternativa de divulgação oferecer brindes personalizados e no caso de serviço delivery, a entrega de cardápios sempre atualizados.

7. PESQUISA DE CAMPO

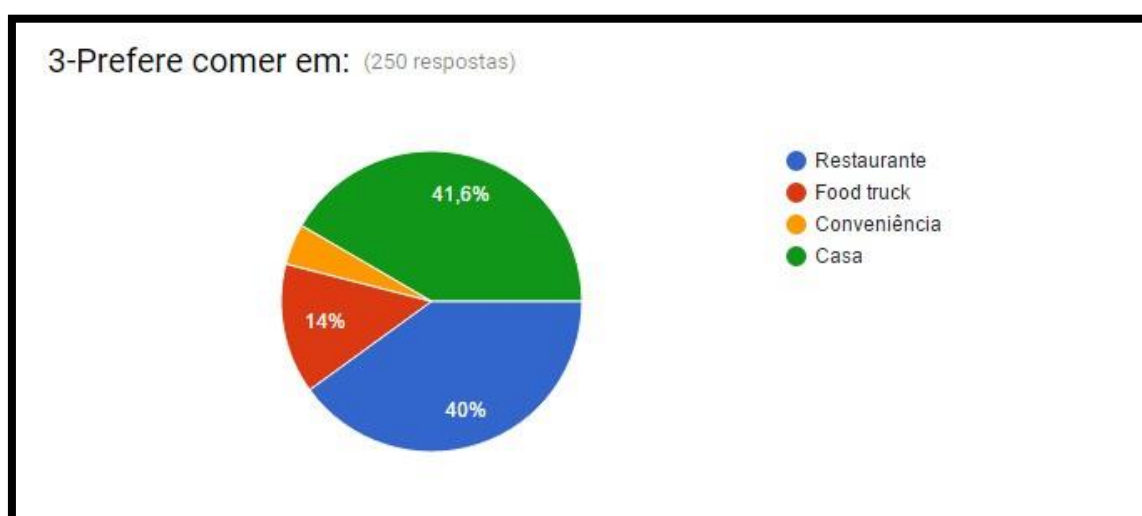
Para comprovar os itens descrito neste artigo realizou-se uma pesquisa de campo quantitativa por meios virtuais, onde os entrevistados expuseram suas opiniões e conhecimentos sobre food trucks e seus derivados. Apresenta-se abaixo os resultados obtidos.



(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)

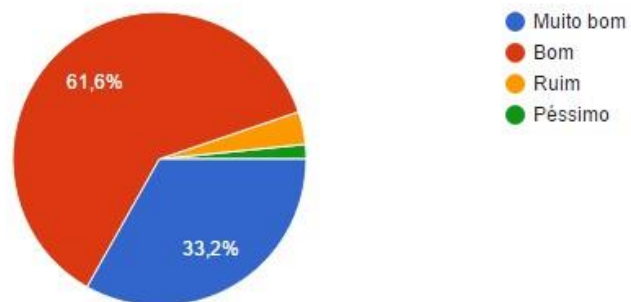


(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)



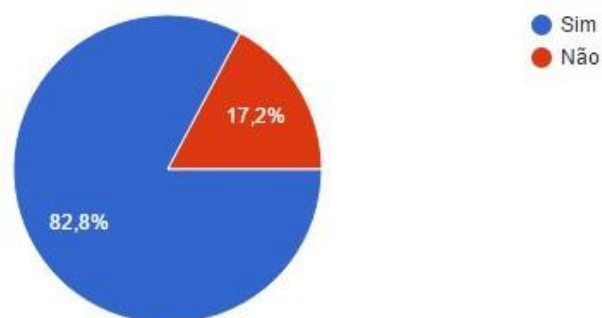
(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)

4-Considera ser um ambiente agradável para sair com amigos e familiares? (250 respostas)



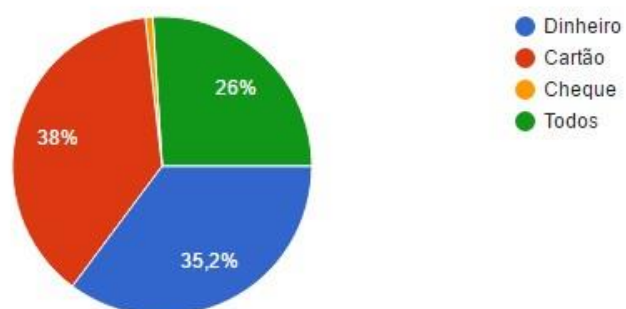
(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)

5-Você considera o food Truck uma inovação? (250 respostas)



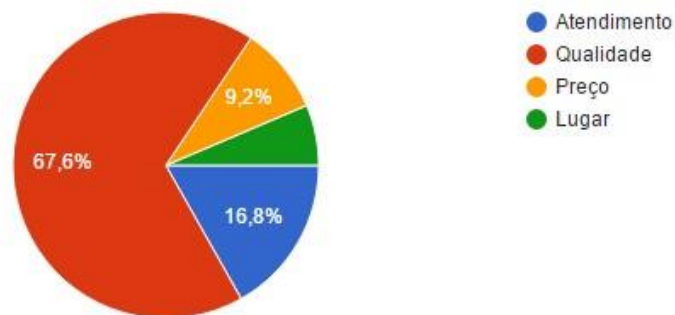
(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)

6-Em sua opinião quais as melhores formas de pagamento? (250 respostas)



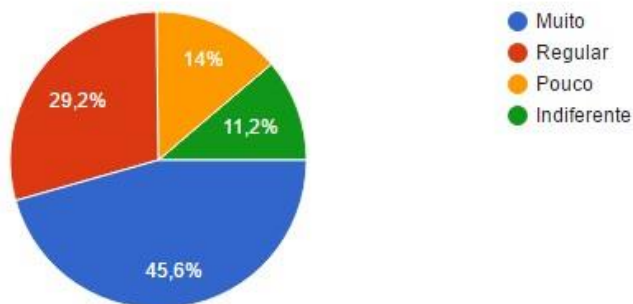
(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)

7-Qual o principal diferencial em uma empresa alimentícia? (250 respostas)



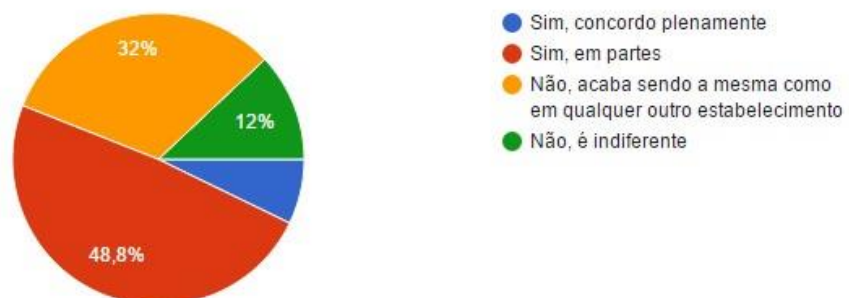
(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)

8-O design do Food Truck interfere na hora da compra? (250 respostas)

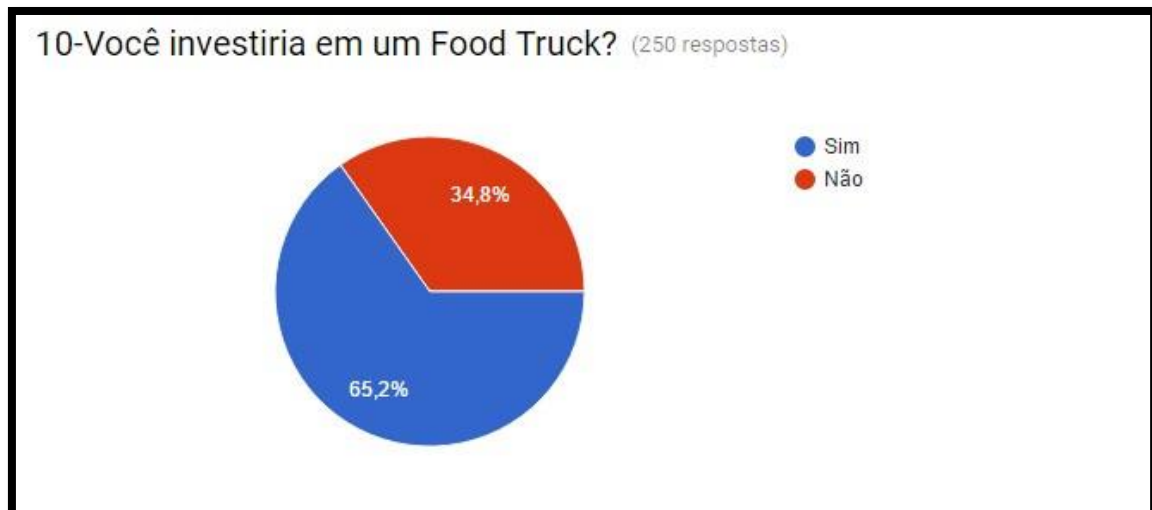


(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)

9-Por um Food Truck não ter um lugar fixo, pode prejudicar na higiene? (250 respostas)



(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)



(fonte: MACHADO; PISSUTTI; GONÇALVES; ROSA; TERÇAS)

ANÁLISE E CONCLUSÃO DOS DADOS:

Através da análise dos dados da pesquisa, teve-se conhecimento de que um grande número de pessoas sabe o que são os food trucks, porém elas não são consumidoras frequentes deste tipo de estabelecimento. Os mesmos entrevistados preferem comer em casa e/ou restaurante, porém consideram esse empreendimento um ambiente agradável para sair com familiares e amigos. As pessoas visam em primeiro lugar uma boa qualidade e logo em seguida um bom atendimento. No momento da escolha, segundo os dados, o ambiente do local também é importante porque interfere na higiene. Para a maioria dos entrevistados o food truck é uma inovação e uma boa opção para investimento.

Conclui-se que, mesmo sem muito acesso, por não haver muitos estabelecimentos como este nessa região pesquisada, o food truck é um bom negócio para investir e tem um mercado promissor e crescente no Brasil, devido ao fato dele ser considerado uma inovação ele acaba chamando atenção e atraindo um público de investidores e consumidores.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os food trucks são basicamente um restaurante sobre rodas, que vendem porções pequenas de comida de maneira rápida e “gourmetizada”. E para as

peças, segundo a pesquisa de campo, é algo inovador e um bom investimento.

Por o food truck ser algo novo, o grupo no início das pesquisas do desenvolvimento ficou em dúvida se teria conteúdo suficiente para compor o artigo, e de ser um tema de fácil compreensão e aceitação para os leitores. Entretanto, com o passar das aulas, houve um grande índice de informações pesquisadas sobre o assunto que foi a base para o artigo, sendo uma influência para a continuidade com o tema escolhido.

O seu surgimento foi algo que gerou dúvidas, pois nas referências pesquisadas foram citadas duas datas com histórias diferentes, a primeira consta no site do SEBRAE e diz que a origem deste negócio ocorreu no estado do Texas, Estados Unidos, em 1866, já para a revista Época surgiu em 1872 na cidade de Providence, também nos EUA.

Após o término das pesquisas para este artigo, conclui-se que empreendedorismo é algo de suma importância para a criação ou aprimoramento de um negócio, como nos food trucks, que com boas estratégias e empreendedores qualificados e dedicados, estão se tornando cada vez mais populares no mercado atual.

Como já esperado, a pesquisa comprovou que o ambiente em que o estabelecimento está instalado, já que não possui lugar fixo, interfere em sua higiene, consequentemente isso irá afetar na atração do público e na qualidade dos produtos oferecidos.

Outro ponto importante, comprovado pelos entrevistados, é que além da qualidade, um bom atendimento é algo indispensável para a conquista e permanência dos clientes.

Para o grupo ficou definido que o marketing boca a boca às vezes é muito mais eficaz que anúncios, como em rádios, sites e panfletos, pois se espalha mais rápido e com a visão geral do público, marcando seu negócio, fortalecendo e tornando conhecida no mercado, e o mais importante, sendo forma gratuita de propaganda. Porém não se pode esquecer que os anúncios são também uma ótima forma para que uma marca chegue aos consumidores e possa se

expandir, pois haverá um investimento onde a empresa irá focar em suas virtudes, que talvez com o marketing boca a boca não terá o mesmo efeito.

Segundo os autores do artigo, a crise pode ser um momento decisivo para saber explorar ideias, despertando o espírito empreendedor e tendo a atitude de investir em algo, os food truck se encaixam neste parâmetro, pois estão em alta e chamam a atenção pelo seu design e um novo segmento no ramo alimentício.

O principal diferencial para se obter sucesso segundo os autores do artigo são ter criatividade para sempre estar em constante evolução, vontade e esforço para enfrentar as dificuldades que virão ocorrer, dominar o assunto trabalhado e saber aproveitar os momentos certos para tomar decisões.

Pelo Food Truck estar em alta hoje em dia e como muitas coisas saem de moda facilmente, este tem que ser bem explorado e aproveitado para que possa ser um investimento próspero e duradouro para o empreendedor.

ENTREPRENEURSHIP AND FOOD TRUCK

Abstract: This article emphasizes the entrepreneurship and a new business that is fashionable in nowadays, the food truck.

Entrepreneurship is basically take risks and start something totally new or revitalize and innovate within an idea existing in the food truck, in a simplified form is a restaurant on wheels, and this is not a different idea, it is based on a simple idea, but in a way that seems new.

This business has been gaining popularity in the market since it can be in several places and provides to the customer's food fast and so easy.

In the year 2014 in Brazil this fashion appeared in São Paulo and soon spread to all parts, doing this success expand to the rest of the country.

Keywords: Entrepreneurship. Business. Food truck.

REFERÊNCIAS

- CAETANO, Bruno. Página 5, Conexão, **Alternativas para driblar a crise**, julho-agosto 2015.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 1 ed. Editora Manole, 2012.
- DORNELAS, José. **Brasil é o país mais empreendedor do mundo, mas falta inovação**, 2015. Disponível em: <<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/colunistas/jose-dornelas/2015/04/06/brasil-e-o-pais-mais-empreendedor-do-mundo-mas-falta-inovacao.htm>>. Acesso em 16 set 2015.
- EMPREENDEDORES WEB. **Como montar um food truck**, 2015. Disponível em <<http://www.empreendedoresweb.com.br/como-montar-um-food-truck/>>. Acesso em 7 out 2015.
- ÉPOCA. **A invasão dos Food Trucks**, 2014. Disponível em <<http://epoca.globo.com/vida/vida-util/gastronomia-e-estilo/noticia/2014/09/invasao-dos-bfood-trucksb.html>>. Acesso em 7 out 2015.
- EXAME. **5 passos básicos antes de abrir uma empresa**, 2013. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/5-passos-basicos-antes-de-abrir-uma-empresa>>. Acesso em 7 out 2015.
- INSTITUTO CHIAVENATO. **A Contribuição do Professor Idalberto Chiavenato para a Administração**. 2016. Disponível em <<http://chiavenato.com/institucional/quem-e-idalberto-chiavenato.html>>. Acesso em 21 mai 2016.
- NAVARRO, Conrado. **Como a crise pode ser boa para o empreendedor?** 2015. Disponível em <<http://dinheirama.com/blog/2015/08/20/como-crise-pode-ser-boa-para-empreendedor-entenda-pratique/>>. Acesso em 4 nov 2015.
- NOGUEIRA, Cesar. **Como começar um food truck**, 2015. Disponível em <<http://facebook.com/FoodTruckNegocios/>>. Acesso em 4 nov 2015.
- PERIARD, Gustavo. **Intraempreendedorismo – Guia completo**. 2010. Disponível em <<http://www.sobreadministracao.com/intraempreendedorismo-guia-completo/>>. Acesso em 5 jul 2016.
- PORTAL DA EDUCAÇÃO. **A história do empreendedorismo**, Julho 2013. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/administracao/artigos/48798/a-historia-do-empreendedorismo>> Acesso em 16 set 2015.
- REZENDE, Marcos. **Como montar uma empresa em 3 passos e 4 meses**, 2014. Disponível em <<http://insistimento.com.br/como-montar-empresa/>>. Acesso em 7 out 2015.
- SEBRAE. **Empreendedorismo: Como montar um food truck**, 2015. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-um-food-truck>>. Acesso em 28 out 2015.
- SEBRAE. **Quem somos**. 2016. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos>. Acesso em 21 mai 2016.

UNIVERSO FOOD TRUCK. **O que é food truck?**, 2015. Disponível em
<<http://www.universofoodtruck.com.br/2015/03/o-que-e-food-truck.htm>>. Acesso em 27 fev
2016.