ideias de negócios

# Como montar um food truck

EMPREENDEDORISMO

# Expediente

**Presidente do Conselho Deliberativo**

Robson Braga de Andrade – Presidente do CDN

**Diretor-Presidente**

Guilherme Afif Domingos

**Diretora Técnica**

Heloísa Regina Guimarães de Menezes

**Diretor de Administração e Finanças**

Vinícius Lages

**Unidade de Capacitação Empresarial e Cultura Empreendedora**

Mirela Malvestiti

**Coordenação**

Luciana Rodrigues Macedo

**Autor**

Joaquim Fernandes de Alvarenga Neto

**Projeto Gráfico**

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

# Sumário


1. Apresentação ..... 1
2. Mercado ..... 2
3. Localização ..... 7
4. Exigências Legais e Específicas ..... 8
5. Estrutura ..... 15
6. Pessoal ..... 18
7. Equipamentos ..... 20
8. Matéria Prima/Mercadoria ..... 23
9. Organização do Processo Produtivo ..... 26
10. Automação ..... 30
11. Canais de Distribuição ..... 32
12. Investimento ..... 33
13. Capital de Giro ..... 36
14. Custos ..... 38
15. Diversificação/Agregação de Valor ..... 42
16. Divulgação ..... 44
17. Informações Fiscais e Tributárias ..... 46
18. Eventos ..... 50
19. Entidades em Geral ..... 57
20. Normas Técnicas ..... 63
21. Glossário ..... 68
22. Dicas de Negócio ..... 71
23. Características ..... 74
24. Bibliografia ..... 75
25. Fonte ..... 78
26. Planejamento Financeiro ..... 78

# Sumário

27. Soluções Sebrae ..... 78

28. Sites Úteis ..... 79

# 1. Apresentação

*Estilizados e adaptados, os veículos tornaram-se opção de negócio e trazem uma série de inovações para o comércio ambulante de alimentação e gastronomia.*

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

Os Food Trucks, como são conhecidos os veículos estilizados e adaptados para produzir e servir refeições nas ruas, tornaram-se uma opção de negócio para quem pensa em investir no mercado da alimentação e gastronomia no Brasil.

O termo “Food Truck” e a forma como os alimentos são comercializados nesta modalidade foi importado dos Estados Unidos. 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.

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.

Embora o comércio ambulante de comida de rua não seja um conceito novo, a modalidade “Food Truck”, como é conhecida atualmente, traz uma série de inovações para este mercado.

O estigma de comida barata, de baixa qualidade oferecida pelos Food Trucks começou a mudar na primeira década deste século, principalmente a partir da crise econômica de 2008 nos Estados Unidos.

A crise enfrentada por americanos e europeus levou muitos restaurantes a fecharem suas portas. Sem opção, alguns chefs investiram na velha modalidade de fazer comida na rua, agregando valor e oferecendo pratos requintados, de alta gastronomia, a um custo menor que praticado em um restaurante.

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.

Alguns empreendedores Brasileiros com acesso a estas cidades também gostaram da ideia e trouxeram o conceito para o Brasil. O movimento por aqui ganhou força no início de 2014.

Inicialmente, a cidade de São Paulo se destacou pelo pioneirismo nesse setor, com muitos empreendedores copiando o modelo de sucesso visto fora do país. A iniciativa se repetiu em outros estados e hoje os Food Trucks podem ser encontrados no Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba, Porto Alegre, Salvador e Belo Horizonte entre outras cidades.

Para aumentar as chances de sucesso, o empreendedor deve realizar pesquisas de mercado e elaborar um plano de negócios. Para a construção deste plano, consulte o Sebrae mais próximo.

## 2. Mercado

O modelo de negócio “Food Truck” está inserido no mercado da alimentação fora de casa. Segmento que em 2014 movimentou R$ 140 bilhões segundo o Ibope Inteligência.

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. Em um levantamento feito pela empresa de pesquisa Mintel, que perguntou a 1,5 mil pessoas como elas planejavam gastar algum dinheiro extra que receberiam neste ano – 28% responderam "comer fora". Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a alimentação fora de casa consome, em média, 31,1% do total de gastos das famílias brasileiras.

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. Nos Estados Unidos, uma análise do Instituto de pesquisa IBISWorld sobre o setor de venda de comida de rua, aponta que o segmento de Food Trucks foi o que mais cresceu entre os anos de 2008 a 2012: de 15%, passou a responder por 37% das receitas do setor. O segmento onde está inserido o "Food Truck" também inclui barracas, traillers (reboque que se atrela a veículos, com espaço e equipamento próprio) e vendedores ambulantes de comida pronta.
Esta tendência deve se repetir também no mercado Brasileiro, pois os Food Trucks atendem vários requisitos em alta na preferência dos consumidores, como variedade, qualidade, preço, praticidade e lazer.

A tendência é que o mercado da alimentação fora de casa continue crescendo nos próximos anos, mas com taxas menores devido ao momento econômico. Segundo Donna, da ECD, as expectativas de crescimento para os próximos anos giram em torno de 11%, levando em conta desafios como a inflação sobre os preços dos serviços e dos alimentos.

Crescimento do setor no Brasil

| Ano | Valor (em R$ bilhões) | Crescimento anual |
|---|---|---|
| 2013 | 116,55 | 15,57% |
| 2012 | 100,85 | 14,71% |
| 2011 | 87,92 | 16,22% |
| 2010 | 75,65 | 16,44% |
| 2009 | 64,97 | 11,56% |
| 2008 | 58,24 | 15,79% |
| 2007 | 50,30 | 15,90% |
| 2006 | 43,40 | 12,44% |

Fonte: ABIA

ENTRADA NO MERCADO

As pesquisas apontam para oportunidades de crescimento e retorno para empreendedores do ramo. No entanto, a decisão de entrar no mercado e investir em um Food Truck deve ser bem pensada e planejada.

O investimento inicial varia de acordo com o modelo e tamanho do veículo, equipamentos instalados, estilização e estratégia de crescimento. Em São Paulo, empresas especializadas cobram desde R$20mil a R$350mil para a transformação de veículos em Food Trucks. Além da opção de se iniciar do zero, também já existem franquias no mercado. Segundo Reinaldo Messias, consultor do Sebrae/SP, um negócio do tipo pode precisar de até 400 mil reais de investimento.

RENTABILIDADE

As margens de lucro e o retorno no investimento variam de acordo com o posicionamento de preços, custos operacionais e volume de vendas. Abaixo, alguns empresários do ramo relatam sobre a rentabilidade de seus negócios.

Zeca Amaral, chefe de cozinha, proprietário do Food Truck "Cozinha com Z", relata, em entrevista ao canal G1 (globo.com, 19/04/2015), que o investimento em seu Food Truck foi de R$200 mil e ele chega a servir cerca de 200 refeições em quatro horas, com um faturamento de R$ 4 mil por dia.

O empresário Reinaldo Zanon, proprietário da franquia Food Truck "Los Cabrones", em reportagem publicada no Diário da Manhã em 22/01/2015, explica que o valor do investimento na franquia é de aproximadamente R$ 67 mil, e que o faturamento pode chegar a R$ 45 mil mensais, com lucro líquido de 20% a 35%.

A nutricionista Bruna Gomes, em reportagem à Veja São Paulo, diz que investiu R$80

mil em churros, guloseima muito popular em Santos, sua cidade natal. Hoje ela administra e põe a mão na massa nos dois carrinhos da "Chucrê: Churros Gourmet" e vende uma média de 800 doces por domingo.

Outro relato em reportagem da mesma revista, é a do negócio especializado em vinhos Los Mendozitos, dos amigos André Fischer, Danilo Janjacomo e Ariel Kogan. Suas lojas sobre rodas, com um valor de investimento em torno de R$50 mil, equipadas com três adegas para 33 garrafas cada uma, atendem a festas fechadas e feiras gastronômicas quase todos os dias em São Paulo e Rio de Janeiro. A bebida pode ser adquirida em taças (10 a 16 reais) ou garrafas (55 a 85 reais). Por mês, eles abastecem o estoque com 2.500 unidades trazidas da região de Mendoza, na Argentina. São vendidas pelo menos noventa por evento.

BARREIRAS E CONCORRÊNCIA

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.

No entanto, existem outras restrições, além das financeiras, a serem consideradas antes de entrar no negócio, como: Canais de distribuição, Licenças Municipais e 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). 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.

Hoje, questões legais e de uso dos espaços públicos restringem a exploração da atividade nas ruas das cidades. A cidade de São Paulo foi a primeira no Brasil a elaborar e aprovar, em 2014, leis para regulamentar a exploração de vias públicas pelos Food Trucks - a Lei Municipal 15.947/13 e Decreto Municipal 55.085/14, que regulariza o comércio de comida de rua e a emissão do Termo de Permissão de Uso (TPU). Anteriormente, as leis só existiam para o comércio de cachorro quente, pipoca e churros. Hoje, ela regulamenta o comércio de alimento nos Food Trucks, barracas, carrinhos, quiosques, trailers e tabuleiros.

O TPU é obrigatório para quem deseja explorar o comércio de alimentos nas ruas da cidade e seu custo anual corresponde a uma porcentagem do valor de mercado oficial do metro quadrado do quarteirão onde o negócio estiver instalado, tomando-se como base a área utilizada. Em São Paulo, o custo mínimo será de R$192,65 por ano. As licenças são limitadas e para conseguir uma o interessado deve percorrer o processo estabelecido pela prefeitura. Em caso de haver mais de um interessado no mesmo ponto, a licença será definida por sorteio.

As prefeituras de outras cidades do país também estão seguindo o modelo de São Paulo para regulamentar a exploração dos espaços públicos. Além das permissões

municipais, existem também exigências da Vigilância Sanitária e de formalização da atividade como pequena empresa ou microempreendedor Individual.

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, e, em alguns casos, pagar um aluguel. Existem diversas opções neste modelo como, por exemplo, a participação em eventos gastronômicos, eventos corporativos (como feiras de negócios e festas empresariais), eventos em shopping centers, festas de aniversário, casamentos e food parks.
A opção por atuar em espaços privados, como em estacionamentos ou galpões, ocorre também pelas facilidades oferecidas pelos organizadores, como segurança e infraestrutura (banheiros, mesas comunitárias, limpeza). Em troca disso, o empreendedor paga um aluguel que pode variar entre 100 a 500 reais por dia. Um exemplo deste tipo de local é o Butantan Food Park em São Paulo - o primeiro ambiente criado para os restaurantes móveis, localizado na zona oeste da capital paulista, com 1.400 metros quadros e 16 vagas para vans, 13 para barracas e seis carrinhos. O espaço é revezado diariamente. Para comercializar no Food Park, é necessário passar por uma entrevista prévia e pagar uma taxa por dia utilizado.

Existem também as “feirinhas gastronômicas”, que operam no mesmo modelo do Food Park. Em São Paulo, segundo reportagem publicada por Mariana Oliveira e Meriane Morselli na Veja São Paulo em 02/10/2014, seis dessas feirinhas e food parks somados, oferecem mais de 130 pontos de venda de comida e chegam a atrair aproximadamente 20.000 pessoas nos finais de semana. Esta tendência também já é vista em outras cidades como Vitória, Brasília, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte entre outras.

Como a demanda do público consumidor por estes tipos de evento é grande, e a oferta de espaços para os Food Trucks limitada, atualmente existem filas e alto custo para se conseguir os melhores espaços. Com o tempo, a tendência é que a oferta e procura de espaços se equilibre. No entanto, alguns eventos, de maior popularidade e possibilidade de retorno, continuarão sendo disputados.
Outra questão a se considerar é que, apesar de fugir dos custos de um restaurante, os donos de food trucks precisam estar prontos para lidar com outros desafios. Vários fatores como chuva, frio e calor, podem atrapalhar o negócio. O empreendedor deve estar pronto para isso.

Fornecedores
Adquirir um Food Truck dentro das normas do DENATRAN é uma exigência para quem deseja investir no negócio. Existem empresas especializadas em adaptar os veículos às normas e customizar os equipamentos de acordo com as necessidades do negócio e o empreendedor deve procurar uma próxima a sua região.

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. Atualmente, em algumas oficinas de São Paulo, quem quiser um Food Truck pode ter que esperar até 5 meses.

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.

Concorrência

O empresário de um Food Truck compete não somente com a concorrência direta, mas também com outros tipos de estabelecimentos. Segundo Percival Maricato, presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) em entrevista a Conexão SEBRAE-SP, somente no Estado de SP, são 140 mil estabelecimentos competindo no segmento. São restaurantes, bares, lanchonetes, padarias, bancas de hot dog e pastel, disputando a preferência dos consumidores.

Esses estabelecimentos variam de forma e tamanho, caracterizando uma concorrência pulverizada e sem o domínio expressivo de uma única empresa. Existe espaço para uma grande variedade de ofertas, que vão desde restaurantes e padarias requintadas, onde o investimento é alto, até carrinhos ambulantes, de baixo investimento inicial, servindo comida barata.

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.

ESTRATÉGIAS PARA COMPETIR

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. Segundo Reinaldo Messias, do Sebrae/SP, é preciso ter no preço, além dos pratos, um atrativo. ”Não pode ser caro, já que não está oferecendo as mesmas vantagens de um restaurante, como garçom, e tem que fazer uma coisa mais criativa, uma comida boa, de qualidade, com preço justo”.

Se a estratégia escolhida for preço baixo, o empreendedor deve ficar atento às margens. A equação financeira para o sucesso de bares e restaurantes não pode ser justa demais e não pode comprometer o lucro. A margem de lucro deve oscilar entre 10% e 20% da receita.
José Carmo Vieira, também consultor do Sebrae-SP, em reportagem ao Diário do Comércio Negócios, ensina que para quem deseja abrir um Food Truck, é preciso escolher bem o cardápio. “O empreendedor tem de se diferenciar de comidas de rua comuns”, diz Vieira.

A estratégia de diferenciação começa no cardápio e se estende à estilização dos veículos. Este posicionamento é facilmente observado pela variedade de Food Trucks presentes nas feirinhas gastronômicas. Nelas são encontrados Food Trucks oferecendo desde cachorro quente e acarajé gourmet à comida mexicana, peruana e

italiana, hambúrgueres e doces, entre outras delícias. Todos em veículos pra lá de estilizados que vão desde bicicletas até verdadeiros caminhõezinhos com cozinha industrial completa.

Ainda como estratégia de diferenciação, existe também as franquias - que ganham força com cardápios bem posicionados e identidade de marca. As franquias são opção para quem deseja crescer o seu negócio, franqueando seu Food Truck, e também para quem deseja entrar no ramo. A escolha de cardápio e posicionamento deve ser bem pensada. O empreendedor deve pesquisar seu mercado e evitar as ofertas que já estão saturadas.

Quanto à estratégia de canais, o empreendedor pode se especializar em eventos fechados, como festas de aniversários, casamentos, eventos corporativos ou feiras gastronômicas e focar seus esforços. Com o foco, o empreendedor terá melhor conhecimento da logística, dinâmicas, clientes e relacionamentos no segmento, favorecendo, assim, a sua competitividade.

## 3. Localização

Por ser um restaurante sobre rodas, o Food Truck pode se deslocar entre pontos comerciais diferentes. No entanto, na prática, dependendo do nicho de atuação, a liberdade de movimento é restrita e o Food Truck terá que operar em um local fixo.

Se a estratégia for operar nas ruas das cidades, o proprietário deverá concorrer à pontos/endereços previamente definidos pela prefeitura. Caso este seja contemplado com a licença, deverá instalar seu Food Truck apenas no local licenciado.

Existe também a possibilidade de instalar o equipamento em local privado, como estacionamentos de lojas ou food parks, ou operar em eventos de curta duração em locais diversos.

Ao optar por instalar seu Food Truck em um espaço público ou privado fixo, o empreendedor deve considerar alguns fatores. Abaixo, listamos alguns deles para ajudar na escolha:
- Avalie o fluxo e hábitos das pessoas no local. Os locais devem apresentar grande concentração e trânsito de pessoas com hábitos de alimentação fora do lar nas redondezas. Uma alternativa pode ser a instalação em estacionamento de lojas comerciais ou próximo a centros empresariais onde já existe um fluxo de pessoas que demandam pela alimentação de rua. Outra opção é próximo a locais de lazer como parques e casas noturnas;
- Verifique se há demanda por mais opções de alimentação e se há saturação nos pontos já existentes;
- Busque locais de fácil acesso, próximo a estações de transporte público ou com disponibilidade de estacionamento;
- Considere se existe fluxo de automóveis no local e seu Food Truck será visível aos

potenciais clientes que passam pelas vias;
- Verifique a concorrência próxima e considere seu diferencial. Você irá oferecer algo diferente? Como irá competir?
- Avalie as condições sanitárias e de segurança no entorno. Como os Food Truck podem ocupar espaço nas ruas, é importante saber se o entorno é agradável e seguro para os clientes. Excesso de ruído, poeira ou sujeira irá prejudicar o negócio. Também, a proximidade de banheiros é fundamental, principalmente para o uso dos funcionários durante o período de trabalho;
- Considere a proximidade de uma cozinha central para dar apoio ao Food Truck durante os horários de operação;
- O ponto onde será instalado o Food Truck irá influenciar a sua visibilidade. No entanto, pontos comerciais com menor visibilidade podem ser compensados com estratégias de marketing;
- Entenda como o custo da licença ou do aluguel irá influenciar suas margens de lucro e avalie se haverá demanda suficiente para garantir suas margens de lucro.

## 4. Exigências Legais e Específicas

Para registrar uma empresa, a primeira providência é contratar um contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa. Este profissional irá auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Para legalizar a empresa, é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições e registros.

1) Consulta comercial: antes de realizar qualquer procedimento para abertura de uma empresa deve-se realizar uma consulta prévia na prefeitura ou administração local. A consulta tem por objetivo verificar se no local escolhido para a abertura da empresa é permitido o funcionamento da atividade que se deseja empreender. Outro aspecto que precisa ser pesquisado é o endereço. Em algumas cidades, o endereço registrado na prefeitura é diferente do endereço que todos conhecem. Neste caso, é necessário o endereço correto, de acordo com o da prefeitura, para registrar o contrato social, sob pena de ter de refazê-lo. Órgão responsável: · Prefeitura Municipal, Secretaria Municipal de Urbanismo.

2) Busca de nome e marca: verificar se existe alguma empresa registrada com o nome pretendido e a marca que será utilizada. Órgão responsável: Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples) e Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI).

3) Arquivamento do Contrato Social/Declaração de Empresa Individual. Este passo consiste no registro do contrato social. Verificam-se, também, os antecedentes dos sócios ou empresários junto a Receita Federal, por meio de pesquisas do CPF. Órgão responsável: Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples).

4) Solicitação do CNPJ. Órgão responsável: Receita Federal.

5) Solicitação da Inscrição Estadual. Órgão responsável: Receita Estadual

6) Alvará de funcionamento, ou de licença, e Registro na Secretaria Municipal de Fazenda. O Alvará de licença é o documento que fornece o consentimento para empresa desenvolver as atividades no local pretendido. Para conceder o alvará de funcionamento a prefeitura ou administração municipal solicitará que a vigilância sanitária faça inspeção no local para averiguar se está em conformidade com a Resolução RDC nº 216/MS/ANVISA, de 16/09/2004. Órgão responsável: Prefeitura ou Administração Municipal, Secretaria Municipal da Fazenda.

7) Solicitar enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher anualmente a Contribuição Sindical Patronal);

8) Fazer cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;

9) Normas Municipais de Comércio Ambulante. O comércio ambulante não é necessariamente ilegal. É, em sua maioria, um negócio organizado, licenciado e bem fiscalizado. Como vendedor de “comida de rua”, você é classificado como “Vendedor ambulante de produtos Alimentícios” e pode se inscrever como Empreendedor Individual através do site do Governo Federal chamado Portal do Empreendedor. Através desta modalidade simplificada você terá que pagar taxa de INSS e mais e de ICMS. Isto é fixo e pago mensalmente através de um boleto que você pode gerar no próprio site (http://www.portaldoempreendedor.gov.br). Para abrir um Food Truck o empreendedor precisa de licença de ambulante, ou de um Termo de Permissão de Uso (TPU), e se for exigência da prefeitura de seu munícipio, um alvará. Pode acontecer de o município exigir inspeção e normas do equipamento que o empreendedor irá utilizar, por isso sempre mantenha os alimentos em temperatura adequada e seu veículo higienizado para evitar possíveis problemas. Para informar-se vá até a prefeitura do seu município.

10) Verificar outras licenças e registros necessários. Considerando licenças para o veículo, junto ao DENATRAN.

A atividade dos Food Trucks deve ser totalmente regularizada, desde aspectos sanitários, liberação da prefeitura, dos bombeiros, bem como Departamento Nacional de Trânsito, Denatran. Nesse último, há necessidade de homologar as modificações no veículo por meio de laudo do Inmetro.

As condições dos veículos em si, manutenção programada e preventiva para manter o caminhão adequado para rodar pelos eventos e ruas, instalação de gás e rede elétrica de forma a não representar riscos aos que trabalham e aos clientes que visitam são aspectos fundamentais e exigem atenção do proprietário. Qualquer adequação e customização deverá ser realizada em oficina que conheça as regras da Anvisa e do Detran, para que o trabalho seja efetuado segundo as diretrizes legais.

A instalação de energia elétrica, gás e produtos químicos, se não for corretamente planejada e executada, poderá representar riscos ao proprietário e colaboradores que trabalharão no caminhão, assim como para os clientes que estarão próximos aos Trucks no momento das vendas.

Para a transformação ou fabricação de veículos para o setor de Food Truck é necessário seguir as orientações do Detran do município onde o veículo irá trabalhar. A empresa contratada para adequar o veículo para ser uma cozinha móvel deverá ter o Certificado de Adequação à Legislação de Trânsito (CAT) e o comprovante de capacidade técnica operacional do Inmetro (CCT). A característica original do veículo pode ser alterada/modificada ou transformada, desde que concedida a Autorização Prévia (Lei nº 9503 de 23/09/97, Art. 98) pelo DETRAN-CIRETRAN. Em qualquer tipo de alteração em relação à fabricação, faz-se necessária a emissão de um novo CRV (Certificado de Registro de Veículo) pelo DETRAN-CIRETRAN.

Vale lembrar que a autorização prévia deverá ser solicitada antes de qualquer modificação do veículo. O proprietário deverá apresentar diversos documentos – originais e cópias - no Detran do município em questão. Em São Paulo, o site www.detran.sp.gov.br orienta o passo a passo.

11) Regularizar o estabelecimento junto ao Corpo de Bombeiros Militar;

Os trabalhos realizados no sistema de Food Trucks, cozinhas móveis, se enquadram como eventos temporários e, devido a esse fato, devem seguir normas de prevenção e proteção contra incêndios. Por lei, todos os eventos temporários devem possuir um PPCI (Plano de combate contra incêndio). No Brasil, o Corpo de Bombeiros desenvolve suas atividades segundo regras municipais e estaduais com o foco na adequação dos eventos.

13) ANVISA- Agência Nacional de Vigilância Sanitária

O Food Truck, por exercer comércio de produtos alimentícios, é a atividade sujeita ao regime de fiscalização sanitária. A fiscalização sanitária é obrigatória na fabricação de alimentos, por força do disposto no Decreto - Lei nº 986, de 21 de outubro de 1969, Resolução - RDC/ANVISA nº 216, que instituiu o Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação e Portaria nº 326 da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde, de 30 de Julho de 1997. É indispensável que o empreendedor solicite informações detalhadas, sobretudo de ordem higiênico sanitária, junto à autoridade sanitária municipal, antes de iniciar a atividade do empreendimento.

A fabricação de alimentos pelo Food Truck pode sujeitar o empreendimento à responsabilidade técnica. Neste caso, fica evidenciada a necessidade de consulta prévia à Vigilância Sanitária, no intuito de se verificar a exigência de profissional devidamente inscrito no Conselho de Classe, como o Responsável Técnico. É preciso obter alvará de licença sanitária, adequando às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). Em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, já em âmbito estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde (quando for o caso).

As principais exigências legais aplicáveis a este segmento são:

- Lei nº 6.437, de 20.08.77 e alterações posteriores - configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas e a necessidade da responsabilidade técnica;

- Lei nº 12.389 de 11 de Outubro de 2005 - dispõe sobre a doação e reutilização de gêneros alimentícios e de sobras de alimentos e dá outras providências;

- Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - o Estatuto da Criança e do Adolescente proíbe a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas dentre outros itens;

- Resolução RDC nº 91, de 11 de maio de 2001 - aprova o Regulamento Técnico: Critérios Gerais e Classificação de Materiais para Embalagens e Equipamentos em Contato com Alimentos, constante do Anexo desta Resolução;

- Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004 - dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação;

- Resolução RDC nº 218, de 29 de julho de 2005 - dispõe sobre Regulamento Técnico de Procedimentos Higiênico-Sanitários para Manipulação de Alimentos e Bebidas preparados com Vegetais;

- Portaria nº 326/97 - Regulamento Técnico sobre as Condições Higiênico- Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos;

- Portaria nº 185 de 13/05/1997 - Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Peixe Fresco (Inteiro e Eviscerado);

- Portaria nº 1.428/93 - Regulamento Técnico para Inspeção Sanitária de Alimentos. A manipulação e a montagem de cardápios alimentares devem ser realizadas por profissionais tecnicamente qualificados. Poderão ser encontrados na Resolução CFN n.º 218, de 25 de março de 1999, do Conselho Federal de Nutricionistas (CFN), os critérios da Responsabilidade Técnica exercida pelo nutricionista, seu compromisso profissional e legal na execução de suas atividades, compatível com a formação e os princípios éticos da profissão, visando à qualidade dos serviços prestados à sociedade. Destaca-se a Resolução CFN nº 378, de 28 de dezembro de 2005, que dispõe sobre o registro e cadastro de Pessoas Jurídicas nos Conselhos Regionais de nutricionistas e dá outras providências. Essa legislação federal pode ser complementada pelos órgãos estaduais e municipais de vigilância sanitária, visando abranger requisitos inerentes às realidades locais e promover a melhoria das condições higiênico- sanitárias dos serviços de alimentação. Em alguns Estados e Municípios, os estabelecimentos que produzem e/ou manipulam alimentos somente podem funcionar mediante licença de funcionamento e alvará expedido pela autoridade sanitária competente. A vistoria no estabelecimento segue o código sanitário vigente e é feita pelos fiscais da prefeitura local.

12) Código de defesa do consumidor. Além de todos esses procedimentos, é muito importante lembrar que essa atividade exige o conhecimento do Código de Defesa do Consumidor- Lei nº. 8.078/1990. As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC foi instituído pela Lei n. 8.078, em 11 de setembro de 1990, com o objetivo de regular a relação de

consumo em todo o território brasileiro, na busca do reequilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor, seja reforçando a posição do primeiro, seja limitando certas práticas abusivas impostas pelo segundo.

É importante que o empreendedor saiba que o CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final. A fim de cumprir as metas definidas pelo CDC, o empreendedor deverá conhecer bem algumas regras que sua empresa deverá atender, tais como: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestadas, cláusulas contratuais consideradas abusivas, responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços, os prazos mínimos de garantia, cautelas ao fazer cobranças de dívidas.

## 5. Estrutura

A estrutura física para operar um Food Truck irá variar de acordo com o tipo do negócio e dos pratos servidos. Ele pode ser dimensionado para apenas armazenar e comercializar comidas prontas ou para processar e comercializar comidas cruas ou semi-prontas.

Os Food Trucks podem ser montados em trailers, vans, peruas e em pequenos caminhões e operar em locais permitidos dentro das leis de zoneamento. As tradicionais peruas ambulantes têm em média 3 m de comprimento e os caminhões cerca de 6 m.

É fundamental adaptar o preparo dos alimentos para uma cozinha pequena. O ideal é procurar oficinas especializadas para desenvolver o projeto e a montagem dos veículos. Essas oficinas irão adaptar os projetos às restrições do DENATRAN e do INMETRO e podem aconselhar sobre as melhores alternativas.

A estrutura básica do Food Truck pode ser simples para abrigar os equipamentos, uma área de preparo dos alimentos, um balcão de atendimento e serviço, e área de caixa. É importante separar o manuseio dos alimentos do dinheiro.

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.

O empresário deve estar atento também à infraestrutura do entorno. Apesar de não ser de propriedade do estabelecimento, ela irá influenciar no desempenho do negócio. Por isso, o empreendedor deve procurar espaços que ofereçam maior comodidade ao seu cliente, como a presença ou a possibilidade de se colocar mesas e cadeiras, sombra e banheiros.

A disposição dos aparelhos no entorno deve favorecer a visibilidade do Food Truck e também o acesso dos clientes à área de serviço, inclusive para portadores de

necessidades especiais. O balcão de atendimento deve ter dimensões corretas para permitir o contato do chef com o cliente e favorecer a visão do preparo dos alimentos, demonstrando a organização e higiene da cozinha.

O espaço interno precisa ter amplitude para permitir a presença do chef e ajudante e a movimentação durante o preparo e serviço dos alimentos. O layout dos equipamentos como geladeira, forno e fogão deve prever boa acessibilidade para não dificultar o serviço durante os picos de atendimento e a cozinha, bem como a estocagem, deve obedecer à legislação sanitária vigente.

As paredes externas e internas, livres de equipamento, devem ser usadas para a comunicação visual da proposta do negócio e dos itens de cardápio - despertando no cliente a vontade de degustar os produtos. Cuidado com excessos e poluição visual. Ao planejar a comunicação visual deve-se levar em conta o valor agregado, ou seja, os atributos de valor escolhidos. A iluminação interna e externa também deve ser planejada para potencializar o poder de atração e contribuir para a boa impressão do Food Truck.

A área externa, quando existente e administrada pelo próprio Food Truck, deve conter equipamentos de fácil montagem e desmontagem, como cadeiras e mesas dobráveis, e de fácil limpeza, manutenção e transporte. A disposição das mesas e cadeiras deve respeitar espaço suficiente para o trânsito das pessoas. Deve ser previsto também a disposição de lixeiras de fácil acesso pelos clientes e também pelos ajudantes.

Apesar dos Food Trucks não oferecerem banheiros, a instalação em locais com banheiros próximos pode favorecer o negócio. Os banheiros também são importantes para o uso dos funcionários durante o expediente.

## 6. 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.

As atividades do cozinheiro serão relacionadas ao manuseio e preparo dos alimentos dentro dos padrões estabelecidos; o atendente de balcão (em alguns casos o próprio cozinheiro) é responsável pela anotação e solicitação interna dos pedidos, organização do atendimento e entrega dos pedidos aos clientes; o caixa exerce as operações de cobrança; e o gerente a administração do negócio, controle de estoque de mercadorias, compras e logística, contato com fornecedores e pagamento de contas entre outras.

O modelo de operação do Food Truck exige uma proximidade entre o dono, ou operadores do negócio, e o cliente. Devido a esta proximidade, o empreendedor deverá considerar questões como cordialidade, equilíbrio emocional, capacidade de identificar as necessidades dos clientes, agilidade e presteza no atendimento, ao escolher seus colaboradores. As pessoas procuram mais do que simplesmente uma boa comida, elas querem também se divertir e serem bem atendidas. Pequenos detalhes como bom humor, vestimentas adequadas e educação nos tratos pessoais, podem contribuir para que o cliente retorne e indique o estabelecimento a outras

pessoas.

É importante, também, que todos os envolvidos no negócio sejam treinados e capacitados para seus cargos, desde os cargos ligados a produção e atendimento até os administrativos. Os cozinheiros devem ser conhecedores do preparo ideal dos alimentos. Os colaboradores e atendentes devem conhecer bem o cardápio e as características de cada produto, sua história, origem, fatores nutricionais e forma de preparo. Também é preciso conhecer técnicas de manejo dos alimentos e cuidados com higiene e limpeza, tanto pessoal quanto das instalações. Técnicas de atendimento ao cliente e técnicas de gestão também devem fazer parte da busca pelo conhecimento.

O Sebrae oferece um conjunto de instrumentos para capacitar empreendedores e profissionais. É indicado ao empreendedor procurar o Sebrae mais próximo para buscar apoio no que diz respeito às estratégias que podem ser adotadas para gestão e capacitação de pessoas em seu negócio.

O investimento em capacitação, além de promover a qualificação e desenvolvimento dos integrantes da equipe de trabalho, também irá favorecer um ambiente propício ao desempenho de todas as atividades e contribuir para que o negócio alcance sua sustentabilidade econômica. Também, deixará as pessoas mais satisfeitas e realizadas com sua atuação profissional, fortalecendo a relação entre empregado e empregador e ajudando na retenção de pessoal.

Ainda, para ajudar com a retenção de bons colaboradores, é recomendável a adoção de uma política de retenção de pessoal, oferecendo incentivos e benefícios financeiros. Assim, o empreendedor poderá diminuir níveis de rotatividade e obter vantagens como a diminuição de custos com recrutamento, seleção, demissões e treinamento de novos funcionários.

O empreendedor também deve fornecer uniforme e EPIs (equipamentos de proteção individual) que atendam às especificidades legais e em volume que permita aos colaboradores fazerem as devidas trocas durante a jornada semanal.

Outra questão sobre as contratações é a legislação. As contratações devem pautar-se na Legislação Trabalhista e na Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores no Comércio. É recomendado consultar um profissional contabilista local para verificar procedimentos adequados para contratação de pessoas.

## 7. Equipamentos

Um Food Truck deve conter em seu projeto um bom layout e um conjunto de equipamentos para o pleno desenvolvimento de suas atividades. A posição e a distribuição dos itens de projeto são importantes para a integração dos serviços a serem executados e devem ser planejadas para causar boa impressão nos clientes.

O primeiro equipamento a ser considerado é o veículo. Os projetos podem ser

desenvolvidos para veículos novos ou usados, para vans, furgões e trailers rebocáveis e existe grande variedade nas opções de montagem. A maioria dos veículos é equipada com fogão e geladeira industrial, compartimento de gás, um tanque para detritos, um exaustor e um reservatório para armazenar água com capacidade para 50 litros. Existem outros opcionais como fornos elétricos e micro-ondas, chapa e fritadeira, vitrine, compartimentos para utensílios, que podem ser adaptados mediante a necessidade do negócio.

A cozinha completa deve prever o aproveitamento ideal e máximo dos espaços e os equipamentos devem ser instalados segundo as normas de segurança e exigências legais, pois estarão montados em um veículo em movimento e devem ter travamentos adequados. A montagem de um Food Truckleva em média até 60 dias. O ideal é consultar uma empresa especializada.

Além dos equipamentos para a cozinha do Food Truck, dependendo do local de instalação, o empreendedor deverá adquirir:

- Mesas e cadeiras;

- Utensílios de cozinha (panelas, talheres, tabuleiros, pratos, copos toalhas, porta guardanapos, facas de corte especial)

- Máquina registradora;

- Emissor de Cupom Fiscal;

- Telefone móvel

- Computador;

- Ar-condicionado.

A quantidade de móveis e equipamentos deverá ser definida conforme o porte do negócio, a estrutura e espaço escolhidos, de forma a garantir o funcionamento do Food Truck de forma eficiente e eficaz.

Além dos equipamentos instalados no Food Truck, poderá haver a necessidade de montagem de uma cozinha de apoio em local fixo. Nesta cozinha, o empreendedor poderá contar com equipamentos de armazenagem de alimentos e de pré-processamento dos itens de cardápio, tais como: geladeira e freezer; fogão industrial; multiprocessador de alimentos; espremedor de frutas para sucos; forno de micro-ondas; liquidificador industrial; balança eletrônica e material de escritório em geral.

O empreendedor deverá consultar os fabricantes dos equipamentos para conhecer o tempo de obsolescência de cada um deles e identificar a possibilidade de adquirir equipamentos de segunda mão em bom estado. É importante estar atento para o consumo de energia dos equipamentos.

Vale lembrar que os colaboradores devem ser capacitados para manusearem os equipamentos adequadamente, minimizando-se a chance de acidentes no ambiente de trabalho. Ainda, se necessário, é fundamental disponibilizar e orientar o uso de EPI – equipamento de proteção individual. É indicado que o empreendedor analise a aquisição de equipamentos de segurança, como alarmes e câmeras, e a contratação de seguro para o Food Truck.

## 8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Obs.: Quanto maior for a freqüência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

A matéria prima para o preparo de alimentos no Food Truck irá depender dos itens de cardápio. As principais matérias primas para as atividades de fabricação de alimentos são frutas, verduras, vegetais, carnes, farináceos, laticínios, condimentos, óleos, gorduras, ingredientes e aditivos como corantes e aromatizantes, e embalagens para envolver os produtos prontos.

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.

É importante avaliar e verificar se os fornecedores escolhidos seguem as determinações da ANVISA e do Ministério da Agricultura, em relação à manipulação e conservação dos produtos. Também é importante conhecer os produtos para identificar possíveis alterações em seus aspectos e condições para o consumo humano.

Faz parte deste trabalho realizar pesquisas de mercado a fim de desenvolver parcerias com fornecedores que melhor atenda às suas necessidades. 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.

Verificar a disponibilidade destes fornecedores em âmbito nacional assim como regional, possibilitando desta forma que o empreendimento conte com matérias primas frescas, sem necessidade de manutenção de grandes estoques, e soluções variadas e personalizáveis de embalagens para seu produto acabado.

Os produtos congelados e refrigerados devem ser armazenados imediatamente após a compra. Evite a aquisição de produtos com embalagens amassadas, estufadas, enferrujadas, trincadas, com furos ou vazamentos, rasgadas, abertas ou com outro tipo de defeito. As embalagens devem ser limpas antes de abertas e os ingredientes que não forem totalmente consumidos devem ser armazenados em recipientes limpos e identificados com o nome do produto, data da retirada da embalagem original e prazo de validade após a abertura. Produtos com prazo de validade vencido não devem ser utilizados.

A compra de folhas pode ser diária, a compra de frutas e legumes pode ser em dias alternados e a compra de bebidas em latas e garrafas pode ser semanal, de acordo com o consumo. Produtos não perecíveis ou congelados podem ser adquiridos em prazos mais elásticos (lembre-se do espaço de armazenamento que tem). Muitos distribuidores oferecem o serviço de delivery, o que traz mais conforto e agilidade ao processo produtivo.

Desde a redução da inflação com o plano real, as empresas que fornecem refeições têm optado por diminuir o volume e aumentar a frequência de compras para administrar melhor os estoques e diminuir o capital parado em mercadorias. Com isso, é possível reduzir a área de estoque e armazenamento refrigerado.

Considerando-se que a percepção do cliente sobre o produto gira em torno da qualidade do alimento preparado agregando questões como variedade de sabores, praticidade e preço a ser pago pelo produto, os cuidados do empresário vão desde decisões internas, como escolha dos fornecedores e design das embalagens, passando pelo processo produtivo como o cuidado na manipulação dos alimentos, à supervisão dos serviços e atendimento ao cliente. Todo este ciclo é que agregará valor ao negócio e fará com que a escolha do cliente seja pelo produto de sua fabricação ou de um concorrente.

## 9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo em um Food Truck depende da sua oferta. Existem Food Trucks que só comercializam produtos prontos e outros que assumem tarefas de preparo e produção de refeições.

A seguir, de modo padrão e macro, seguem as etapas envolvidas no processo produtivo em um Food Truck, desde a aquisição de matéria prima até o serviço ao cliente, juntamente com uma breve descrição das tarefas em cada etapa.

PLANEJAMENTO DO CARDÁPIO

A escolha do cardápio irá orientar as operações e processos produtivos.

Apesar de um Food Truck poder oferecer um cardápio variado, um estabelecimento desta natureza deve trabalhar com um cardápio composto, essencialmente, por um produto carro chefe e suas variações.

Ao mesmo tempo em que este perfil de cardápio restringe a fatia de consumidores àqueles apreciadores do produto, a possibilidade de pequenas variações no prato principal, como recheios e molhos, permite a formação de uma clientela variada.

A seleção do cardápio, juntamente com a qualidade dos produtos, é de grande importância para o sucesso de um Food Truck. É fundamental que ele seja bem planejado, considerando-se diversos aspectos tais como: custo, praticidade, demanda, acesso às matérias primas, dentre outros fatores. É preciso conferir junto aos clientes a satisfação com o cardápio oferecido, identificando possibilidades de oferecer outras opções.

COMPRA DE MERCADORIAS (MATERIAS PRIMAS E INSUMOS)

Embora o sistema de trabalho varie de um estabelecimento para outro, algumas rotinas são comuns a todos eles. 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.

ARMAZENAGEM E CONTROLE DE ESTOQUE

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. Os prazos de validade dos alimentos devem ser cuidadosamente observados. Para maiores informações consulte a Resolução RDC nº. 216 - Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação da ANVISA.

ATIVIDADES INTERMEDIÁRIAS DE PREPARO DOS ALIMENTOS

Em alguns casos, devido às restrições físicas no Food Truck, os alimentos deverão ser pré-processados em uma cozinha central. Nesta cozinha, os alimentos serão descascados, picados, separados em porções ideais, pré-cozidos, embalados e armazenados para serem posteriormente terminados no Food Truck.

ATIVIDADES NO FOOD TRUCK

Antes da abertura ao público: verificar os níveis de estoques de alimentos, bebidas e gás; abastecer a Food Truck com os insumos necessários para seu funcionamento; limpar o ambiente e mantê-lo limpo; 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.

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.

ATIVIDADES DE APOIO E ADMNISTRATIVAS

Além do processo produtivo, o empreendedor deverá cuidar das atividades administrativas e de apoio. Serão de sua responsabilidade o pagamento de fornecedores, levantamento de novos fornecedores, contratação de funcionários, divulgação do negócio, planejamento, e controle dos resultados para assegurar o retorno no capital investido.

O Sebrae mais próximo pode ser consultado para busca de informações sobre planejamento e gestão do seu negócio.

## 10. Automação

O nível de automação não é tão expressivo no processo produtivo, isto porque, ele é basicamente manual. O ideal é que o empreendedor invista em automação visando dinamizar toda a sua área de gestão operacional, estocagem e também para o controle da área administrativa e financeira.

Existem diversos sistemas informatizados (pacotes de software) que podem auxiliar o empreendedor na gestão do seu Food Truck. São várias as opções, que podem incluir além do software, caixas eletrônicas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, etc. Caso o empreendedor queira deixar esta opção para um segundo momento será necessário que os controles sejam executados provisoriamente em planilhas eletrônicas construídas segundo as necessidades do empreendedor e exigências do negócio.

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, incluindo a manutenção. Adicionalmente, deve verificar a sua conformidade em relação à legislação fiscal municipal, estadual e federal, a facilidade de suporte e atualizações oferecida pelo fornecedor.

Ainda, deve verificar se o aplicativo possui funcionalidades tais como: controle dos dados sobre faturamento/vendas; gestão de caixa e bancos (conta corrente), controle do estoque e validade de produtos; organização de compras e contas a pagar; emissão de pedido a cozinha; controle de taxa de serviço; lista de espera; relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento do Food Truck.

Caso haja interesse, o empreendedor pode verificar as seguintes opções nos sites www.baixaki.com.br ou www.superdownloads.com.br:

• Bom Apetite 4.0.

• Dataprol Gourmet Máster 4.121.

• Food Pay Live.

• Gerenciamento integrado de Lanchonete, Restaurante, Pizzaria e Delivery 2.0.

• LM Delivery.

• Onbit S2 Comanda.

• Plexis POS 2.8.8.36

• Restaurante 1.1.

• SCL – Sistema para Controle de Lanchonetes 3.0.

• Sigebar – Sistema de Gerenciamento de Bares e Restaurantes.

## 11. Canais de Distribuição

Devido à preferência dos clientes de Food Trucks em consumir refeições de qualidade com praticidade, em geral as vendas são realizadas no próprio Food Truck. Isto exige a presença do Food Truck em um ponto comercial (público ou privado) de fácil acesso e um bom atendimento aos clientes, que podem consumir os produtos no entorno do próprio veículo, ou, se preferirem, embalá-los para viagem.

Também é possível distribuir os produtos por serviço de delivery à residências e escritórios comerciais, acionado por telefone, internet, email 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.

Sejam quais forem as estratégias de distribuição adotadas o empreendedor deve atentar para assegurar que o cliente receba um produto de qualidade e no tempo adequado.

## 12. 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.

Em geral, 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).

Devido ao grande número de variáveis envolvido, sugerimos a elaboração de um Plano de Negócio, onde os recursos necessários, em função dos objetivos estabelecidos, poderão ser determinados com maior segurança.

Dica - Consulte o Sebrae mais próximo e acesse mais informações sobre Plano de Negócios no link http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/vou-abrir/consulte-a-via bilidade/plano-de-negocio >

Dentro de padrões médios, podemos estimar que um Food Truck requeira investimento inicial em torno de R$ 165.000,00, alocados nos seguintes itens:

- Aquisição de veículo (novo): R$ 70.000,00

- Adaptação do veículo, equipamentos e utensílios para a administração do processo produtivo: R$ 70.000,00

- Despesas com abertura da empresa e procedimentos legais: R$ 2.500,00

- Estoque inicial de mercadorias e embalagens: R$ 10.000,00

- Divulgação inicial: R$ 3.000,00

- Despesas iniciais (um mês) com diversos (aluguel de ponto ou TPU, contador, telefone, funcionários): R$ 8.000,00

É essencial que o empreendedor faça uma reserva de capital para eventuais desembolsos e imprevistos. Também, é necessário calcular adequadamente a necessidade de capital de giro.

Importante: Esta é apenas uma estimativa de investimento inicial, pois os equipamentos a serem adquiridos para a montagem de um Food Truck têm preços bastante variados, considerando que podem ser modelos mais modernos, novos ou usados (desde que nas condições de conservação exigidas pela legislação sanitária).

A quantidade, variedade e origem dos produtos a serem adquiridos para venda também interferem nos custos iniciais. O tamanho da equipe de trabalho será outro fator de interferência.

Essas questões devem ser analisadas criteriosamente, pois influenciam diretamente no montante de investimento inicial e também nos custos. Conforme apresentado neste tópico, existe uma série de fatores que devem ser considerados para calcular o investimento na montagem de um Food Truck. A identificação do valor real do investimento só será possível com a elaboração do plano de negócios.

# 13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa.

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, são 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. Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, 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.

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).

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.

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.

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.

A necessidade de capital de giro deve ser acompanhada e atualizada permanentemente, pois sofre continuamente o impacto das diversas mudanças ocorridas no negócio e no mercado de forma geral.

O empresário, também, deve evitar a retirada de valores além do pró- labore estipulado, pois, no início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio.

ATENÇÃO: Este cálculo deve ser feito de maneira mais criteriosa quando da elaboração do Plano de Negócios, para o qual o empreendedor pode buscar orientação no Sebrae mais próximo.

# 14. 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 e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados.

De forma ampla, os custos mensais de operação de um Food Truck podem ser estimados dentro de dois grupos principais, sendo os custos fixos e os custos variáveis.

Os fixos, como aluguel ou TPU, mensalidade do contador, salários administrativos, mensalidade internet, não variam de acordo com o volume de vendas. Os variáveis, como impostos sobre vendas, valores a serem pagos aos fornecedores, variam proporcionalmente ao aumento ou diminuição do volume de negociações efetuadas no Food Truck.

Os custos no Food Truck podem ser estimados considerando os itens abaixo:

CUSTOS FIXOS

- Pagamento de mão de obra. Embora a mão de obra ligada às operações possa variar, iremos considera-la como custo fixo a fim de exercício. Pró- labore (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

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

Lembramos que estes custos são baseados em estimativas para um Food Truck de médio porte. É preciso que o empreendedor pesquise os custos considerando a realidade do empreendimento que está iniciando, avaliando, por exemplo, estrutura e equipe necessária, local, enquadramento tributário, entre outros aspectos que interferirão fortemente nos custos da empresa.

Aconselhamos ao empresário que queira abrir um negócio dessa natureza a elaboração de um plano de negócio com a ajuda do Sebrae do seu estado no sentido de estimar os custos exatos do seu empreendimento conforme o porte e os produtos oferecidos.

Algumas dicas para uma gestão eficaz dos custos são:

- Negociar para comprar pela melhor relação custo x benefício;

- Evitar gastos desnecessários;

- Manter equipe de trabalho treinada para evitar desperdícios;

- Fazer uma gestão eficaz dos estoques;

- Controlar criteriosamente os custos;

- Calcular adequadamente os preços de venda.

## 15. Diversificação/Agregação de Valor

Algumas ideias de diversificação em relação aos demais Food Trucks podem tanger o aspecto da diferenciação do veículo, oferta de opções inovadoras de pratos, estratégias de promoção, atendimento diferenciado, oferta de serviços adicionais, além de práticas relacionadas à sustentabilidade.

A diferenciação do Food Truck ser explorada a partir da diversificação temática do veículo com temas étnicos, regionais, gourmets, esportivos, cinematográficos, por exemplo, deixando que a imaginação do empresário e as sugestões de um profissional especialista na área de design encontrem uma solução que agrade ao público alvo.

O oferecimento de produtos inovadores pode agregar valor ao negócio à medida que se pode oferecer desde alimentos funcionais, que colaborem com a saúde dos clientes, até pratos de texturas, formatos e sabores inusitados, promovendo assim o elemento surpresa para os consumidores. Ações nesse sentido podem gerar uma das mais eficientes formas de promoção, o marketing “boca a boca”.

Outra forma criativa de se posicionar no mercado é através da utilização de canais de venda que propiciem ainda mais comodidade e praticidade ao consumidor final como, por exemplo, o atendimento de pedidos via internet através de um portal de compras do Food Truck ou encomendas por telefone que possibilitem o serviço de entrega expressa em domicílio e escritórios.

A parceria com outros estabelecimentos comerciais pode favorecer ambos os lados – ao ocupar o estacionamento de uma loja, o Food Truck ganha pelo uso do espaço e o lojista pela atração de clientes para o estabelecimento.

Para o ramo de prestação de serviços de alimentação, um fator decisivo para a escolha por um ou outro estabelecimento tange a qualidade e pessoalidade no atendimento ao cliente. Dessa forma, os atendentes devem ser treinados para saber lidar com os clientes, sabendo ouvir, interpretar o desejo de cada indivíduo, dar sugestões, enfim, fazer de tudo para que o cliente se sinta valorizado e satisfeito com o atendimento.

A oferta de serviços adicionais ao bem tangível e ao atendimento prestado no momento da compra dos produtos no Food Truck pode passar a posicionar o empreendimento de fornecedor de produtos alimentícios a um propiciador de soluções e experiências. O Food Truck pode passar a atuar servindo seus produtos em festas e eventos, montagem de cestas ou kits para presentes, e a realização de almoços privados, por exemplo.

A questão da agregação de valor através do posicionamento sustentável ou social da empresa pode ser o tema foco das ações de marketing do Food Truck, porém a sustentabilidade econômica somente ocorrerá se os clientes realmente receberem e perceberem o valor do produto pelo qual estão pagando, sem que sejam enganados com falsa propaganda.

O consumidor deve entender que a empresa é sustentável e estar disposto a pagar um preço possivelmente diferenciado para que as ações da empresa sejam efetivas não só sócio como também economicamente.

## 16. 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.

O próprio design do Food Truck e a sua exposição em vias de passagem do público alvo já servem como peça de divulgação de grande eficácia. O design deve ser explorado para valorizar os diferenciais no negócio, sua posição temática e os produtos chefes.

Grande parte da divulgação começa pela própria qualidade dos produtos e serviços oferecidos. A apresentação dos pratos, higiene nas instalações, embalagens e atendimento reforçam a boa impressão na cabeça do consumidor. É importante lembrar que a propaganda boca a boca é fator de fortalecimento das marcas e a melhor forma de tornar-se conhecido no mercado.

Lançar promoções combinadas (por exemplo: lanche+suco), e criar programas de fidelidade com descontos são outras opções de divulgação. Neste último caso, estabelecer convênios e parcerias de descontos com empresas existente na redondeza, pode auxiliar na formação de uma clientela cativa.

A divulgação precisa ser permanente, sempre prezando pela criatividade e qualidade do material produzido. Oferecer amostras grátis na venda para degustação, inovar nos formatos e nos sabores e ter embalagens para viagem personalizadas, que permitam que os alimentos permaneçam frescos por mais tempo, complementam algumas opções de divulgação do produto.

Segue abaixo algumas outras ideias para divulgar um Food Truck:

- Estabelecer sua presença na web, com a criação de site, blog, e atuação nas redes sociais, e anúncios;

- Inscrever seu Food Truck nos guias existentes e criar links e presença em aplicativos direcionados ao segmento. Alguns exemplos são o guia Food Truck nas ruas (www.foodtrucknasruas.com.br) e aplicativos encontrados no link http://canaltech.com.br/dica/apps/5-aplicativos-para-encontrar-food-trucks/

- Utilizar jornais, revistas, assessoria de imprensa e rádios comunitárias;

- Unir-se a outros empresários para diminuir custos de divulgação. Por exemplo, podem ser feitos folhetos com divulgação de diferentes estabelecimentos, da mesma rua ou bairro;

- Oferecer (ou vender promocionalmente) brindes personalizados, como canetas, camisetas, chaveiros, entre outros;

- No caso de oferecer serviço delivery, entrega de cardápios, renovando-os em caso de atualização;

## 17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de FOOD TRUCK, é entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5611-2/03 como a atividade de serviço de alimentação para consumo no local, com venda ou não de bebidas, em estabelecimentos que não oferecem serviço completo, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R$

3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/):

• IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);

• CSLL (contribuição social sobre o lucro);

• PIS (programa de integração social);

• COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);

• ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);

• INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 11,61%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) .

Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm ). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

• 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;

• R$ 1,00 mensais de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias.

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

• Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;

• Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

## 18. Eventos

Abaixo são listados eventos tradicionais no segmento:

Feira Internacional de Equipamentos, Produtos e Serviços para Alimentação Fora do Lar

Evento: 1ª edição em 2012

Cidade: São Paulo, São Paulo

Informações: (11) 3371-0900

E-mail: manstran@manstranfairs.com

Site: www.abraselspfoodserviceshow.c om.br

Fispal Tecnologia

Feira Internacional de Embalagens e Processos para as Indústrias de Alimentos e Bebidas.

Evento: Anual

Cidade: São Paulo

Informações: (11) 3598-7880

E-mail: visitante.ft@btsmedia.biz

Site: www.fispaltecnologia.com.br

Expo Parques e Festas

Feira Internacional de Produtos e Serviços para Parques Temáticos, Buffets e Festas Infantis

Evento: Anual

Cidade: São Paulo

Informações: 11 2226-3100

Email: sav@francal.com.br

http://www.expoparquesefestas.com.br

Evento Business Show

Grupo EventoFacil

Cidade: São Paulo - SP

Informações: (11) 3812-7363

Email: comercial@eventofacil.com.br

http://feiraebs.com.br/index.php

Feira Internacional da Panificação, Confeitaria e do Varejo Independente de Alimentos - FIPAN

Evento: Anual

Cidade: São Paulo, São Paulo

Informações: (11) 3159-4223

E-mail: seven@sevenbr.com.br

Site: http://www.fipan.com.br

Feira Internacional de Alimentação Saudável, produtos Naturais e Saúde

Evento: Anual

Cidade: São Paulo, São Paulo

Informações: (11) 2226-3100

E-mail: atendimento@francal.com.br

Site: http://www.naturaltech.com.br

Congresso Internacional de Food Service

Evento: Anual

Cidade: São Paulo, São Paulo

Informações: (11) 3030-1383

E-mail: eventos@abia.org.br

Site: http://www.abia.org.br/cfs2012 /default.asp

Equipotel, Salão de Alimentos e Bebidas

Evento: Anual

Local: São Paulo - SP

www.equipotel.com.br

Fistur - Feira Internacional de Produtos, Serviços e Sustentabilidade para Gastronomia, Hotelaria e Turismo.

Evento: anual

Local: São Paulo-SP.

www.fistur.com.br

Congresso e Feira de Negócios em Supermercados

Evento: Anual

Cidade: São Paulo, São Paulo

Informações: (11) 3647-5300

E-mail: secretaria@eventosapas.com.br

Site: www.feiraapas.com.br

Feira de Produtos, Serviços e Equipamentos para Supermercados - EXPOSUPER

Evento: Anual

Cidade: Joinville, Santa Catarina

Informações: (48) 3223-0174

E-mail: contato@exposuper.com.br

Site: http://www.exposuper.com.br

# 19. Entidades em Geral

Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos – ABIA

Av. Brig. Faria Lima, 1.478 11º andar

CEP: 01451-001 - São Paulo – SP

Fone: (11) 3030-1353

www.abia.org.br

Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - ABRASEL

Sede Nacional: Rua Bambuí, 20 cj 102 – Serra

CEP: 30210-490 - Belo Horizonte - MG

Telefone: (31) 2512-1613

www.abrasel.com.br

Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA

Setor de Indústria e Abastecimento (SIA) - Trecho 5, Área Especial 57

CEP: 71205-050 – Brasília – DF

ANVISA ATENDE - 0800-642-9782

http://www.anvisa.gov.br

Instituto de Tecnologia de Alimentos – ITAL

Av. Brasil, 2.880 - Jardim Brasil

CEP: 13073-001 – Campinas - SP

(19) 3743-1700

www.ital.sp.gov.br

Ministério da Saúde – Biblioteca Virtual em Saúde

http://bvsms.saude.gov.br/php/ind ex.php

Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição – SBAN

Rua Pamplona, 1119, conj. 51 – Jardim Paulistano

CEP: 1405-000 – São Paulo – SP

(11) 3266-3399

www.sban.com.br

Sociedade Brasileira de Gastronomia e Nutrição - SBGAN

Av. Água Fria, 640 - Cj 03 - Bairro - -

CEP: 02332-000 - São Paulo - SP

Telefone: (11) 2978-8731

http://www.sbgan.org.br/

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Central de atendimento 0800 570 0800

www.sebrae.com.br

SENAI: PAS - Programa Alimentos Seguros

www.alimentos.senai.br

Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos – SBCTA

Av. Brasil, 2880 - Caixa Postal: 271

CEP: 13001-970 – Campinas - SP

Fone/Fax: (19) 3241.0527 - Fone: (19) 3241.5793

www.sbcta.org.br

Federação dos Trabalhadores nas Indústrias de Alimentação do Estado de São Paulo

Endereço: Rua Conselheiro Furtado, 987 – Liberdade. São Paulo, São Paulo

Cep: 01511-001

Telefone: (11) 3273-7300

Site: http://www.fetiasp.com.br/

Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de São Paulo – SINHORES/SP

Endereço: Largo do Arouche, 290 – República. São Paulo, São Paulo

Cep: 01219-010

Telefone: (11) 3327-2000

Site: www.sinhores-sp.com.br

Sindicato de Hotéis, Bares e Restaurantes do Rio

Endereço: Praça Olavo Bilac, nº 28 - 17º andar

Centro - 20041-010 Rio de Janeiro-RJ

Telefone: (21) 3231-6651

Site: www.sindirio.com.br

# 20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1.Normas específicas para um Food Truck

ABNT NBR 15635:2008 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais.

Esta Norma especifica os requisitos de boas práticas e dos controles operacionais essenciais a serem seguidos por estabelecimentos que desejam comprovar e documentar que produzem alimentos em condições higiênico sanitárias adequadas para o consumo.

ABNT NBR ISO 22000:2006 Versão Corrigida:2006 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos - Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos

Esta Norma especifica requisitos para o sistema de gestão da segurança de alimentos, onde uma organização na cadeia produtiva de alimentos precisa demonstrar sua habilidade em controlar os perigos, a fim de garantir que o alimento está seguro no momento do consumo humano.

ABNT NBR 14230:2012 - Alumínio e suas ligas - Embalagens descartáveis para alimentos - Pratos redondos números 4, 6, 7, 8 e 9.

Esta Norma especifica os requisitos para as embalagens descartáveis para alimentos do tipo prato redondo números 4, 6, 7, 8 e 9.

ABNT NBR 15074:2004 - Alumínio e suas ligas - Bandejas descartáveis para alimentos.

Esta Norma fixa os requisitos exigíveis para bandejas descartáveis para alimentos produzidas com folhas de alumínio e suas ligas.

ABNT NBR 15464-3:2007 - Produtos de papel para fins sanitários - Parte 3: Guardanapo de papel folha simples – Classificação.

Esta parte ABNT NBR 15464 define uma classificação para o guardanapo de papel folha simples de acordo com características técnicas de qualidade mensuráveis.

ABNT NBR 15464-4:2007 - Produtos de papel para fins sanitários - Parte 4: Guardanapo de papel folha dupla – Classificação.

Esta parte da ABNT NBR 15464 define uma classificação para o guardanapo de papel folha dupla de acordo com características técnicas de qualidade mensuráveis.

ABNT NBR 14865:2012 Versão Corrigida:2012 - Copos plásticos descartáveis

Esta Norma especifica os requisitos mínimos exigíveis para copos plásticos descartáveis destinados ao consumo de bebidas e outros usos similares.

2.Normas aplicáveis na execução de um Food Truck

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

## 21. Glossário

ABRASEL: Associação Brasileira de Bares e Restaurantes.

ANVISA: Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

Boom: Palavra originada na língua inglesa. Refere-se a uma alta repentina.

Cardápio: Lista de pratos; Relação dos pratos de uma refeição.

CDC: Código de defesa do consumidor.

Chef: Palavra francesa. (palavra francesa). Cozinheiro principal que dirige um restaurante, geralmente conhecido pela boa cozinha.

Customizar: Adaptar às preferências do usuário.

Delivery: Palavra inglesa. Entrega. Associada ao serviço de entregas à domicílio.

DENATRAN: Departamento Nacional de Trânsito.

Design: Palavra inglesa. Disciplina que visa a criação de objetos, ambientes e obras gráficas.

DETRAN: Departamento Estadual de Transito.

EPIs: Equipamentos de Proteção Individual.

Estilização: Ato ou efeito de estilizar.

Food Park: Em inlgês Food significa “comida” e Park, “parque ou estacionamento”. O Food Park é um espaço comercial destinados ao aluguel de vagas para Food Trucks.

Food Truck: Em inlgês Food significa “comida” e Truck, “caminhão”. O “Food Truck” pode ser definido como veículo adaptado com cozinha móvel, de dimensões pequenas, sobre rodas, que transporta e vende alimentos de forma itinerante.

Gastronomia: Conjunto de conhecimentos e práticas relacionadas a cozinha, com arranjo das refeições e arte de saborear e apreciar iguarias.

Gourmet: Palavra francesa. Diz-se produto de elevada qualidade culinária. Pessoa que entende e preza pela qualidade e requinte culinário.

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

IBOPE: Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

INMETRO: Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia.

INPI: Instituto Nacional de Propriedade Intelectual.

Itinerante: Que muda de lugar ou exerce sua atividade ambulante.

Know-How: Palavra inglesa. Saber fazer.

Layout: Palavra inglesa. Modo de distribuição dos elementos em um determinado espaço ou superfície.

PPCI: Plano de combate contra incêndio.

Rentabilidade: Qualidade ou aptidão de gerar renda. Lucro provindo do exercício de atividade econômica.

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TPU: Termo de Permissão de Uso

# 22. Dicas de Negócio

Algumas dicas devem ser levadas em consideração para o sucesso da abertura e manutenção do negócio em questão:

- Pesquise a legislação local e entenda como seu município regula o mercado de Food Truck;

- Pesquise e defina bem o conceito e o cardápio. Esse posicionamento será seu grande diferencial. Evite opções saturadas ou de matérias primas de difícil acesso;

- Invista no design do veículo, no cardápio e no uniforme da equipe;

- Fuja dos cardápios de preparo complicado e opte por pratos sofisticados, mas de simples preparo e finalização;

- Deixe os alimentos preparados previamente para agilizar o atendimento e reduzir tempo de espera do cliente;

- Promova o bem estar e conforto dos clientes efetivos e potenciais, não esquecendo que o retorno destes ao estabelecimento ocorre pela qualidade dos produtos e de grande importância, o primor do atendimento;

- Faça pesquisa com os clientes para adequar serviços e produtos às expectativas;

- Separe as atividades de preparação dos alimentos do recebimento do dinheiro para evitar a contaminação dos alimentos;

- Mantenha a cozinha, mesas e balcão de atendimento sempre limpos e fique atento às regras de higiene e à apresentação dos funcionários;

- Se estruture para a flutuação da demanda e atendimento nos horários de pico;

- Dedique-se no que você está fazendo;

- Promova eventos gastronômicos em sua região, isso irá ajudar conquistar novos clientes e promover a cultura de comida de rua;

- Não se esqueça da saúde financeira do seu negócio. Provisione capital para manter a operação do negócio por pelo menos seis meses iniciais, e gerencie seu estoque;

- Selecione bem seus fornecedores, crie parcerias com eles, focando não só nos preços, mas na qualidade dos produtos e serviços;

- Dedique tempo para treinar sua equipe e faça que todos se sintam parte do negócio.

# 23. Características

No ramo de serviços de alimentação, o empreendedor precisa estar fortemente comprometido com a atividade em questão e também apresentar disposição para acompanhar a evolução dos hábitos culturais da população e as tendências da indústria alimentícia. Algumas características desejáveis ao empresário desse ramo são:

- Possuir alguma experiência no mercado da alimentação;

- Ter licença da categoria para dirigir o veículo;

- Ter gosto pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio, mantendo-se atualizado sobre assuntos pertinentes a sua cozinha para poder orientar funcionários e consumidores;

- Habilidade em assumir os riscos do negócio de forma calculada;

- Ter atitude e iniciativa para inovar e promover mudanças necessárias;

- Ter disposição e persistência para trabalhar durante sábados, domingos e feriados, bem como em dias de sol e de chuva;

- Habilidade de relacionamento com pessoas, boa comunicação e atendimento ao cliente;

- Capacidade gerencial para utilizar os recursos existentes de forma racional e econômica, identificando melhores produtos e fornecedores para a sua empresa, gerenciando estoques, produção e finanças;

- Independência, autoconfiança, liderança e gestão de pessoas.

## 24. Bibliografia

SEBRAE. Análise de tendências. Food truck: uma nova tendência. Disponível em: . Acesso em: 11 maio 2015.

SEBRAE. Food truck : Modelo de negócio e sua regulamentação. Disponível em: . Acesso em: 11 maio 2015.

DIÁRIO INDÚSTRIA & COMÉRCIO. Food Trucks são tendências de negócio em 2015. Disponível em: . Acesso em: 11 maio 2015.

MÁRCIA MAZZEI. JJ. Comida de rua é o negócio mais rentável de 2015. Disponível em: . Acesso em: 11 maio 2015.

Food Truck nas Ruas. 1º Guia de localização de Food Truck nas ruas. Disponível em: . Acesso em 22 maio 2015.

SEBRAE. Conexão. Mercado apetitoso: Pequenos negócios lideram segmento de alimentação fora de casa e exploram novas tendências. Disponível em: . Acesso em: 11 maio 2015.

CAMILA LAM. Exame.com. 5 dicas para quem deseja investir em food truck. Disponível em: . Acesso em: 11 maio 2015.

GUSTAVO SIMON. Folha de São Paulo. Conceito consolidado ‘street food’ fatura milhões de dólares nos Estados Unidos. Disponível em: . Acesso em: 11 maio 2015.

THAIS FERREIRA. Diário do Comércio. Comida sobre rodas. Disponível em: . Acesso em: 11 maio 2015.

PRISCILA ZUINI. Exame.com. Food truck vira opção de negócio gastronômico em SP. Disponível em: . Acesso em 11 maio 2015.

GLOBO.COM. Mercado de ‘food trucks’ é tendência de bom negócio para 2015. Disponível em:. Acesso em: 13 maio 2015.

MARIANA OLIVEIRA e MERIANE MORSELLI. Veja São Paulo. Testamos as feirinhas gastronômicas e os foods trucks de São Paulo. Disponível em: Acesso em: 13 maio 2015.

NAYARA REIS DA SILVA. Diário da Manhã. Novo nicho de mercado surge em Goiânia, são os Food Trucks. Disponível em: . Acesso em: 13 maio 2015.

EL GUIA LATINO. Orientações de como obter sua autorização para trabalhar com comida de rua em SP. Disponível em: . Acesso em: 13 maio 2015.

YOUTUBE. Programa Fique por Dentro: Passo a Passo para ter um Food Truck. Disponível em: . Acesso em: 14 maio 2015.

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2008-2013, em: . Acesso em: 05-06-2015.

SEBRAE. Ideias de Negócios. Como montar uma temakeria – Sushi em cone de alga.

Disponível em:

SEBRAE. Ideias de Negócios. Como montar um restaurante natural. Disponível em:

SEBRAE. Ideias de Negócios. Como montar uma lanchonete. Disponível em:

ESQUISA ADICIONAL

Para os interessados em se aprofundar na pesquisa de mercado, abaixo são listados os links para fontes de informações:

Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel).

http://www.abrasel.com.br/index.php

Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (ABIA)

http://www.abia.org.br/vs/inicio.aspx

Food Truck nas Ruas

http://www.foodtrucknasruas.com.br/

Associação Paulistana de Comida de Rua

https://www.facebook.com/associacaopaulistanadecomidaderua

Food Truck Carioca

http://www.foodtruckcarioca.com/#intro

Associação Porto-alegrense de Food Trucks

https://www.facebook.com/poafoodtruck

Associação Paranaense de Food Trucks

https://www.facebook.com/apfoodtrucks

Food Truck Florianópolis

https://www.facebook.com/apfoodtrucks

Food Truck BH

https://www.facebook.com/foodtruckbh

## 25. Fonte

Não há informações disponíveis para este campo.

## 26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

## 27. Soluções Sebrae

Não há informações disponíveis para este campo.

# 28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.