



ideias de  
negócios

# Como montar uma food bike



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**

Germana Magalhães

**Projeto Gráfico**

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

[www.staffart.com.br](http://www.staffart.com.br)

## Sumário

1. Apresentação .....	1
2. Mercado .....	2
3. Localização .....	10
4. Exigências Legais e Específicas .....	12
5. Estrutura .....	20
6. Pessoal .....	21
7. Equipamentos .....	23
8. Matéria Prima/Mercadoria .....	26
9. Organização do Processo Produtivo .....	29
10. Automação .....	33
11. Canais de Distribuição .....	34
12. Investimento .....	35
13. Capital de Giro .....	38
14. Custos .....	40
15. Diversificação/Agregação de Valor .....	45
16. Divulgação .....	47
17. Informações Fiscais e Tributárias .....	50
18. Eventos .....	52
19. Entidades em Geral .....	55
20. Normas Técnicas .....	61
21. Glossário .....	64
22. Dicas de Negócio .....	68
23. Características .....	71
24. Bibliografia .....	73
25. Fonte .....	78
26. Planejamento Financeiro .....	78

## Sumário

27. Soluções Sebrae .....	78
28. Sites Úteis .....	83

## 1. Apresentação

*Food bike é um novo modelo de negócio de comida de rua. Associado ao conceito de “food truck”, é mais simplificado na sua operação e com menor investimento.*

Food Bike, é um novo modelo de negócio, que compõe a oferta de comida de rua, e está associada ao conceito de “Food Truck”, sendo um modelo mais simplificado na sua operação e menor investimento.

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, 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 Bike”, como é conhecida atualmente, traz uma série de inovações para este mercado. O estigma de comida barata, de baixa qualidade comumente oferecida nas ruas, começou a mudar na primeira década deste século, as food bikes surgiram com a mesma agregação de valor e muitas vezes atuando em parceria com os food trucks em ambientes públicos e privados.

Este movimento ganhou força no início de 2014, e esta em processo de acomodação no mercado. 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 Bikes” podem ser encontrados em todo o Brasil.

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 Bike” está inserido no mercado da alimentação fora do lar, segmento que em 2014 movimentou R\$ 140 bilhões segundo o Ibope Inteligência.

O segmento de alimentação fora do lar representa 9% dos pequenos negócios no Brasil, nos últimos anos apresentou crescimento de forma consistente, de acordo com dados da ABIA, em 2014 a taxa média foi de 14,7% ao ano, já congregava cerca de 1,2 milhões de pontos de venda, dos mais diversos portes e gêneros, sendo 93% caracterizados por empreendimentos familiares e de pequeno porte. Superou \$60 bilhões em faturamento e representou 2,4% do PIB (Produto Interno Bruto).

Entretanto, depois de uma década fazendo reajuste de valores acima da inflação, o segmento está sendo impactado pela crise econômica. A diminuição das classes A, B e C, estimado pela FGV em 11 milhões até 2017, já gera queda no mercado em termos reais. Segundo o Painel Nacional de FoodService, 61% dos empresários já reportam queda de faturamento no primeiro semestre de 2016. A projeção da ABIA para 2016 foi de uma retração de 1,9% no segmento. Ainda de acordo com o painel do Food Service, 81,7% dos empresários atribui a queda de resultado à diminuição do movimento.

Contudo, os fatores culturais que levaram a população a aumentar o consumo de alimentos fora de casa não mudaram. Para o IBGE, a falta de tempo para o preparo da comida em casa pode ser um dos principais fatores a incentivar a manutenção do foodservice.

Dentre as diversas modalidades que competem no segmento, como restaurantes, padarias, lanchonetes e carrinhos de cachorro quente, as Food Bike estão entre as opções com maiores taxas de crescimento.

## ENTRADA NO MERCADO

O investimento inicial varia de acordo com o modelo e adaptações da bicicleta, equipamentos instalados, estilização e estratégia de crescimento. Em São Paulo,

empresas especializadas cobram desde R\$ 5mil a R\$22mil para uma food bike adaptada e customizada. Há também possibilidade de encontrar modelos já prontos e disponíveis por valores menores, que podem chegar até R\$1.000,00( esta opção, sendo realmente bem simples), tudo dependerá do que se pretende investir e qual a proposta do negócio. A decisão de entrar no mercado e investir em uma Food Bike deve ser bem pensada e planejada.

## 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.

Uma empresa bem planejada com boa gestão pode ganhar em média por mês R\$ 4.000,00, esse valor pode variar de acordo com o produto e operação da Food Bike.

A servidora pública Alexandra Muniz Duarte, visando compor a sua renda em momento de crise, empreendeu em uma food bike, definiu como produto o cupcake, seu faturamento chega à até R\$250,00 por dia com a "Cupcleta" em Teresina, segundo reportagem publicada no [cidadeverde.com/em](http://cidadeverde.com/em) 29/08/15, 07:22.

A chef confeitadeira Viviane Ávila, de Campinas (SP), é um exemplo de quem produzia e comercializava em casa e decidiu investir R\$ 5 mil para comprar sua primeira Food Bike. Logo começou a participar de eventos de comida de rua e, como o negócio deu certo, comprou a segunda bicicleta, mais compacta, mas repleta de acessórios charmosos (investiu R\$ 1.500). “Antes, eu vendia 70 pedaços de cheesecake por mês. Com as bikes, vendo 140 fatias por final de semana”, conta. Viviane não revela valores, mas diz que seu faturamento aumentou 25%. (reportagem para <http://anamaria.uol.com.br/> em 24/09/2015 - 10:00).

“Danilo Tanaka, por exemplo, era fotógrafo, mas viu que trabalhar com comida de rua ia ser bem mais rentável do que a fotografia. Quando foi pesquisar o mercado de food truck, também achou que era muito caro para investir. Aí resolveu montar o negócio em uma bicicleta. Ele vende hambúrguer, que ele mesmo prepara em casa. E para vender nas ruas de São Paulo, ele também teve que fazer um curso de manipulação de alimentos. E o empresário conseguiu um ponto privilegiado: no calçadão da Avenida Paulista, lotado de trabalhadores famintos na hora de almoço.”  
<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2015/07/baixo-investimento-e-atrativo-para-montar-negocio-com-food-bike.htm>, atualizado em 12/07/2015, 08h14.

## BARREIRAS E CONCORRÊNCIA

Este modelo de negócio tem despertado interesse de quem quer empreender, devido demandar baixo investimento e apresentar retorno em curto. Os riscos acabam sendo menores também. A boa notícia é que tanto as barreiras de entrada com a de saída são baixas, é preciso ficar atento, pois esse ambiente pode chamar a atenção de muitos empreendedores e a concorrência precisa ser identificada e prevista na hora de montar seu negócio.

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

Para iniciar um negócio, é necessário constituir empresa e obter concessão da prefeitura e da vigilância sanitária, que irão avaliar e autorizar. Para operar, os Food Bikes podem se instalar 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. É preciso atender a legislação municipal para ocupação em ambientes públicos.

Por isso, antes de investir no negócio, o empreendedor deve se informar sobre como proceder para regularizar seu Food Bike, obter as licenças em seu município e, também, sobre os custos deste processo.

Em espaços privados deve-se 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.

Vários fatores como chuva, frio e calor, podem atrapalhar o negócio. O empreendedor deve estar pronto para isso.

## Fornecedores

O tempo de produção de uma Food Bike é de 20 a 40 dias. 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. Existem Food Bike já montadas no mercado disponível para compra, que demandam apenas a inclusão da identidade visual do seu negócio.

## Concorrência

O empresário de uma Food Bike compete não somente com a concorrência direta, mas também com outros tipos de estabelecimentos. Segundo dados do cnae, somente no Estado de SP, são 140 mil estabelecimentos competindo no segmento. São restaurantes, bares, lanchonetes, padarias, bancas de cocho quente e pastel, disputando a preferência dos consumidores. É preciso observar também mini mercado e lojas de conveniência que também podem influenciar no seu negócio, pois também ofertam alimentos que podem concorrer com o seu.

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 uma Food Bike, precisa se aperfeiçoar, pois enfrenta muita competição.

## ESTRATÉGIAS PARA COMPETIR

Para competir no mercado de Food Bike, o empresário poderá adotar estratégias de preço, diferenciação, foco em nicho de mercado, ou uma combinação entre elas. 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.

A escolha do produto a ser ofertado deve ser definido e seus custos bem calculados, para depois realizar a precificação.

A estratégia de diferenciação começa pelo produto e se estende à estilização da bicicleta. Este posicionamento é facilmente observado pela variedade de Food Bike presentes nas feirinhas gastronômicas. Nelas são encontrados Food Bike oferecendo desde guloseimas, como brigadeiros, bolos até vinhos e espumantes. Há quem se organize para ofertar toda uma refeição com sobremesa em 2 rodas.

Ainda como estratégia de diferenciação, existe também as franquias - que ganham força com produtos bem posicionados e identidade de marca. As franquias são opção para quem deseja crescer o seu negócio, franqueando seu modelo de negócio, e também para quem deseja entrar no ramo. A escolha do produto 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 negócio sobre rodas, é possível haver deslocamento entre pontos comerciais diferentes. No entanto, na prática, dependendo do nicho de atuação, a liberdade de movimento é restrita e a Food Bike poderá operar em um local fixo.

Se a estratégia for operar nas ruas das cidades, o proprietário deverá observar a legislação de rua do município, optando por seguir o que é definido aos ambulantes ou aos Food Truck, uma vez que a food bike, para fins de operação, tem características que podem atender as 2 regras, e há cidades que tem legislação diferenciada.

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 sua Food Bike 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 sua Food Bike 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 as Food Bike podem ocupar espaço nas ruas, é importante saber se o entorno é agradável e seguro para os clientes e para o seu negócio. 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 necessidade de reabastecimento de produtos durante os horários de operação, uma vez que existe limitação de armazenamento de produto em uma bicicleta;

- O ponto onde será instalado a Food Bike 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

Antes de formalizar o seu negócio, escolha entre empreender sozinho e ter um ou mais sócios. Caso decida atuar individualmente, você pode se cadastrar como MEI (microempreendedor individual), com ocupação de “vendedor ambulante de produtos alimentícios”, cuja CNAE é 5612-1/00.

Os requisitos do MEI são: ter faturamento anual de até R\$60mil, contratar no máximo um funcionário e não poder abrir filial. Se optar por ter sócios, você precisará construir a empresa (micro ou pequena) na forma de sociedade. Todos os tipos de empresa (inclusive o MEI) precisam de CNPJ, mas outras obrigações variam. Consulte um contador.

Microempreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser um microempreendedor individual, é necessário faturar no máximo até R\$ 60.000,00 por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. O MEI também pode ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria. A Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, criou condições especiais para que o trabalhador conhecido como informal possa se tornar um MEI legalizado. Entre as vantagens oferecidas por essa lei está o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilita a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais.

Além disso, o MEI será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL). Assim, pagará apenas o valor fixo mensal de R\$ 45,00 (comércio ou indústria), R\$ 49,00 (prestação de serviços) ou R\$ 50,00 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo. Para mais informações acesse: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>.

Caso opte por ser uma micro 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 Estadual6) 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 município, 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) 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.

11) 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 nº 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 uma Food Bike irá variar de acordo com o tipo do negócio e dos produtos ofertados. Ela pode ser dimensionado para apenas armazenar e comercializar comidas prontas ou para processar e comercializar comidas cruas ou semi-prontas.

A estrutura básica de uma Food Bike pode ser simples para abrigar os equipamentos e uma área de preparo dos alimentos. É importante separar o manuseio dos alimentos do dinheiro.

A área externa, quando existente e administrada pelo própria Food Bike, deve conter equipamentos de fácil montagem e desmontagem, como banquinhos, 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.

Apesar dos Food Bike 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.

Com relação ao acesso a lixeiras, caso seja possível, colocar uma próxima a bicicleta, ou se posicionar próxima de uma lixeira pública pode facilitar a sua operação.

## 6. Pessoal

A composição da equipe de trabalho irá depender da estrutura, do volume de atendimento e do que é vendido na Food Bike. Basicamente, ela deverá ser composta por um funcionário (caso tenha), para operar a bicicleta que fará as atividades de: cozinheiro (caso precise), atendente, caixa e administrador do negocio.

As atividades do cozinheiro serão relacionadas ao manuseio e preparo dos alimentos dentro dos padrões estabelecidos; podem ser exercidos na cozinha de preparo ou pré-preparo ( de acordo com o modelo de operação e produto escolhido), ou na bicicleta.

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( cuidado com o manuseio do alimento e o

contato com o dinheiro;

Para administração do negócio é necessário o controle de estoque de mercadorias, compras e logística, contato com fornecedores e pagamento de contas entre outras.

O modelo de operação de uma Food Bike propicia 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 os produtos 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.

Caso tenham 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.

Lembrando que o MEI possibilita a contratação de um funcionário. Ver mais detalhes no item Exigências Legais e Específicas.

## 7. Equipamentos

Uma Food Bike 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 aos clientes.

O primeiro equipamento a ser considerado é a bicicleta. Os projetos podem ser desenvolvidos para bicicletas novas ou usados, existe uma variedade nas opções de montagem. Os equipamentos a serem adaptados na bicicleta são diretamente relacionados ao produto carro chefe do negócio, geralmente é composto de um depósito que pode ser térmico ou não. É possível adaptar desde uma simples cesta até uma chapa para fazer sanduiches.

Além dos equipamentos acoplados à bicicleta, dependendo do local de instalação, o empreendedor poderá adquirir:

- Mesinhas, bancos ou cadeiras;

- Utensílios de atendimento e embalagens (talheres, tabuleiros, pratos, copos, toalhas, porta guardanapos, facas de corte especial)

- Calculadora;

- Telefone móvel;

- Máquina de cartão de crédito;

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 da Food Bike de forma eficiente e eficaz.

Além dos equipamentos instalados na Food Bike, poderá haver a necessidade de montagem ou uso 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 da necessidade de capacitação para manusear 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.

## 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 frequência 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.

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.

Atualmente, 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.

Procure realizar boas parcerias com fornecedores da matéria prima principal do seu negócio. Identifique os produtos de custo mais alto para gastar energia de negociação e tempo de pesquisa. Faça o equilíbrio entre preço e qualidade. A escolha de como adquirir os insumos pode gerar diferencial competitivo ao seu negócio.

## 9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo em um Food Bike depende da sua oferta. Existem Food Bike que só comercializam produtos prontos e outros que assumem tarefas de preparo ou montagem dos produtos.

A seguir, de modo padrão e macro, seguem as etapas envolvidas no processo produtivo em um Food Bike, 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 produto irá orientar as operações e processos produtivos.

Geralmente uma Food Bike oferece um cardápio composto, essencialmente, por um produto carro chefe e suas variações. A possibilidade de pequenas variações, como recheios e molhos, permite a formação de uma clientela variada.

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 produto oferecido, identificando possibilidades de oferecer outras opções.

## COMPRA DE 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. É recomendável que o planejamento de compra seja realizado de acordo com a agenda da operação do estabelecimento. Principalmente se houver mudanças na rotina. Cada evento ou local onde a bicicleta for realizar suas vendas pode prever uma compra e estoque diferenciado.

## Recebimento dos Insumos

Os insumos devem ser avaliados quantitativa e qualitativamente. Alguns critérios devem ser observados na avaliação dos produtos conforme portaria CVS – 6/99 da ANVISA:\* Data de validade e fabricação;\* Cor, aroma e textura dos alimentos;\* Condições das embalagens (precisam estar limpas e em bom estado);\* Condições do entregador (asseio, uniforme).

## 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 de uma Food Bike, 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 finalizados na Food Bike.

## ATIVIDADES NA FOOD BIKE

Para iniciar a operação, antes de atender o cliente: verificar os níveis de estoques de alimentos, bebidas e gás(quando tiver); abastecer a Food Bike 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; manter limpo e arrumado todos os itens da instalação; fechar as contas com rapidez, receber e emitir as notas fiscais. Ficar atento ao manuseio do dinheiro em conjunto com a manipulação do alimento. Usar e disponibilizar higienizadores como, por exemplo, álcool gel.

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 a Food Bike.

## ATIVIDADES DE APOIO E ADMINISTRATIVAS

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 funcionário (quando precisar), 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.

O Sebrae desenvolveu a cartilha “ cardápio de sucesso” que trata do processo de um restaurante. Ele está disponível no link:  
[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/cb4460b653b2600c58a378f38f92ef7a/\\$File/5837.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/cb4460b653b2600c58a378f38f92ef7a/$File/5837.pdf)

## 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 da sua Food Bike. Há opções de sistema de gestão gratuitos, como no caso do QIPU, <http://www.qipu.com.br/>.

## 11. Canais de Distribuição

Devido à preferência dos clientes de Food Bike em consumir refeições de qualidade com praticidade, em geral as vendas são realizadas na própria bicicleta. Isto exige a presença da Food Bike em um ponto comercial (público ou privado) de fácil acesso e um bom atendimento aos clientes, que podem consumir os produtos no entorno da bicicleta, 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, e-mail e serviços móveis de contato. Trata-se de um canal de distribuição interessante para ampliar as vendas e divulgar a Food Bike.

Um canal de comunicação interessante, uma vez o cliente fidelizado, é o whatsapp, que pode ser usado para adiantar pedidos e fazer encomendas.

Sejam quais forem às 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 de uma Food Bike dependerá de alguns fatores, dentre eles: do modelo de bicicleta 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 uma Food Bike, 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 da bicicleta;
- custo para adaptação da bicicleta;
- equipamentos de tecnologia;
- maquinário;
- e capital de giro inicial para aportar os gastos antes do início das vendas, como contratação de funcionário(caso tenha), compra de estoque inicial, materiais de propaganda e marketing, pagamento do primeiro aluguel do local de instalação.

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 uma Food Bike possa demandar investimento inicial entre: R\$ 5.500 a R\$ 33.0000, alocados nos seguintes itens:

- Aquisição de bicicleta (nova): R\$ 500 a R\$ 10.000

- Adaptação do bicicleta, equipamentos e utensílios para a administração do processo produtivo: R\$ 2.000 a 20.000

- Despesas com abertura da empresa e procedimentos legais: R\$ 500,00

- Estoque inicial de mercadorias e embalagens: R\$ 1.000

- Divulgação inicial: R\$ 500

- Despesas iniciais (um mês): R\$ 1.000,00

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 Bike 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. Se haverá funcionários 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 uma Food Bike. 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 Bike, 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 uma Food Bike, 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 uma Food Bike 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 na Food Bike.

Os custos na Food Bike 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 considerá-la como custo fixo a fim de exercício. Pró-labore (1 proprietário) comissões e encargos: R\$1.000,00

- Água, telefone e acesso a internet: R\$ 200,00

- Produtos para higiene e limpeza do veículo e funcionários: R\$ 50,00

- Recursos para manutenções preventivas e corretivas: R\$ 50,00

- Material de uso geral (escritório: papel, caneta, outros): R\$ 50,00;

- Propaganda e publicidade da empresa: R\$ 100,00

TOTAL CUSTOS FIXOS MENSAIS: R\$ 1.450

#### CUSTOS VARIÁVEIS

- Tributos, impostos (considerando opção MEI), contribuições e taxas: R\$50;

- Aquisição de mercadorias e embalagens: R\$ 1.000 (este valor é variável, tem relação direta com o custo dos insumos do produto a ser comercializado)

- Despesas financeiras e com vendas: R\$ 50,00

- Tarifa Administradora Cartões de Crédito : R\$ 50,00

- Despesas com gás e insumos: R\$ 100,00

TOTAL VARIÁVEIS: R\$ 1.350

Lembramos que estes custos são baseados em estimativas para uma Food Bike 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;

- 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 às demais Food Bikes podem tanger o aspecto da diferenciação da bicicleta, oferta de opções inovadoras de produtos, estratégias de promoção, atendimento diferenciado, oferta de serviços adicionais, além de práticas relacionadas à sustentabilidade.

A diferenciação da Food Bike pode ser explorada a partir da diversificação temática da bicicleta 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 produtos com 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. É possível, por exemplo, o atendimento de pedidos via internet através de um portal de compras da Food Bike ou encomendas por telefone que possibilitem os serviços de encomendas ou entrega expressa em domicílio e escritórios.

A parceria com outros estabelecimentos comerciais pode favorecer ambos os lados – ao ocupar o estacionamento de uma loja, a Food Bike ganha pelo uso do espaço e o lojista pela atração de clientes para o estabelecimento. Outra parceria comum é com os Food Trucks, é possível complementar o atendimento ao cliente com esta união, um pode servir a refeição e o outro a sobremesa ou a bebida, por exemplo.

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 Bike pode passar a posicionar o empreendimento de fornecedor de produtos alimentícios a um propiciador de soluções e experiências. O Food Bike 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 de uma Food Bike. 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 uma Food Bike. No entanto, os esforços de marketing devem ser adequados ao orçamento da empresa e ao público-alvo.

O próprio design de uma Food Bike 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 o produto principal.

Grande parte da divulgação começa pela própria qualidade dos produtos e serviços oferecidos. A apresentação do produto, 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 (por exemplo: compre 3 e ganhe 1), 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 uma Food Bike:

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

- Inscrever sua Food Bike em guias existentes e criar links e presença em aplicativos direcionados ao segmento. Existem guias de Food Truck que podem ser utilizados pelas Food Bike também, esta associação é muito comum.

- 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;

## 17. Informações Fiscais e Tributárias

O negócio de Food Bike, é entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5612-2/00 como a atividade de serviço de “vendedor ambulante de produtos alimentícios”.

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

Site: [www.abraselspfoodserviceshow.com.br](http://www.abraselspfoodserviceshow.com.br)

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

Site: [www.fispaltecnologia.com.br](http://www.fispaltecnologia.com.br)

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

Site: <http://www.expoparquesefestas.com.br>

Evento Business Show

Site: <http://feiraebs.com.br/index.php>

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

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

Feira Internacional de Alimentação Saudável, produtos Naturais e Saúde

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

Congresso Internacional de Food Service

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

Equipotel, Salão de Alimentos e Bebidas

Site: [www.equipotel.com.br](http://www.equipotel.com.br)

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

Site: [www.fistur.com.br](http://www.fistur.com.br)

Congresso e Feira de Negócios em Supermercados

Site: [www.feiraapas.com.br](http://www.feiraapas.com.br)

Feira de Produtos, Serviços e Equipamentos para Supermercados - EXPOSUPER

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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://www.sebrae.com.br)

SENAI: PAS - Programa Alimentos Seguros

[www.alimentos.senai.br](http://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](http://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](http://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](http://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 Trânsito.

EPIs: Equipamentos de Proteção Individual.

Estilização: Ato ou efeito de estilizar.

Food Park: Em inglês 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 inglês 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 Bike;

- Pesquise e defina bem o conceito e os produtos do seu negócio. Esse posicionamento será seu grande diferencial. Evite opções saturadas ou de matérias primas de difícil acesso;
- Invista no design da bicicleta, no produto e no uniforme da equipe, sem perder de vista o cálculo de retorno do investimento;
- Fuja dos produtos de preparo complicado e opte por produtos 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, o primor do atendimento e o valor percebido;

- Faça pesquisa com os clientes para adequar serviços, produtos e preço às expectativas;
- Separe as atividades de preparação dos alimentos do recebimento do dinheiro para evitar a contaminação dos alimentos;
- Mantenha a área de atendimento sempre limpas 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;

- Se envolva em 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 gereencie 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 capacitação.

## 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 gosto pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio, mantendo-se atualizado sobre assuntos pertinentes do seu produto.
- 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: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Food-Truck:-uma-nova-tend%C3%Aancia>. Acesso em: 11 maio 2015.

SEBRAE. Food truck : Modelo de negócio e sua regulamentação. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/32748b6a9b2d815bb459a3574ca39872/\\$File/5335a.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/32748b6a9b2d815bb459a3574ca39872/$File/5335a.pdf). Acesso em: 11 maio 2015.

DIÁRIO INDÚSTRIA & COMÉRCIO. Food Trucks são tendências de negócio em 2015. Disponível em: <http://www.diarioinduscom.com/food-trucks-sao-tendencia-de-negocios-em-2015/>. Acesso em: 11 maio 2015.

MÁRCIA MAZZEI. JJ. Comida de rua é o negócio mais rentável de 2015. Disponível em: <http://www.jj.com.br/noticias-14225-comida-de-rua-e-o-negocio-mais-rentavel-de-2015>. Acesso em: 11 maio 2015.

Food Truck nas Ruas. 1º Guia de localização de Food Truck nas ruas. Disponível em: <http://www.foodtrucknasruas.com.br/comoterfoodtruck.html>. Acesso em 22 maio 2015.

SEBRAE. Conexão. Mercado apetitoso: Pequenos negócios lideram segmento de alimentação fora de casa e exploram novas tendências. Disponível em: [http://www.sebraesp.com.br/arquivos\\_site/noticias/revista\\_conexao/conexao43.pdf](http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/noticias/revista_conexao/conexao43.pdf). Acesso em: 11 maio 2015.

CAMILA LAM. Exame.com. 5 dicas para quem deseja investir em food truck. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/5-dicas-para-quem-deseja-investir-em-um-food-truck>. Acesso em: 11 maio 2015.

GUSTAVO SIMON. Folha de São Paulo. Conceito consolidado 'street food' fatura milhões de dólares nos Estados Unidos. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/comida/2012/09/1339442-conceito-consolidado-street-food-fatura-bilhoes-de-dolares-nos-estados-unidos.shtml>. Acesso em: 11 maio 2015.

THAIS FERREIRA. Diário do Comércio. Comida sobre rodas. Disponível em:  
[http://www.dcomercio.com.br/categoria/negocios/comida\\_sobre\\_rodas](http://www.dcomercio.com.br/categoria/negocios/comida_sobre_rodas). Acesso em: 11  
maio 2015.

PRISCILA ZUINI. Exame.com. Food truck vira opção de negócio gastronômico em SP.  
Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/food-truck-vira-opcao-de-negocio-gastrono-mico-em-sp>. Acesso em 11 maio 2015.

GLOBO.COM. Mercado de 'food trucks' é tendência de bom negócio para 2015.  
Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2015/01/mercado-de-food-trucks-e-tendencia-de-bom-negocio-para-2015.html>. 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:  
<http://vejasp.abril.com.br/materia/avaliacao-melhor-pior-feirinha-gastronomica-food-truck/> 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:  
<http://www.dm.com.br/economia/2015/01/novo-nicho-de-mercado-surge-em-goiania-sao-os-food-trucks.html>. Acesso em: 13 maio 2015.

EL GUIA LATINO. Orientações de como obter sua autorização para trabalhar com comida de rua em SP. Disponível em:  
<http://www.elguialatino.com.br/site/2014/05/orientacoes-de-como-obter-sua-autorizacao-para-trabalhar-com-comida-de-rua-em-sp/>. Acesso em: 13 maio 2015.

YOUTUBE. Programa Fique por Dentro: Passo a Passo para ter um Food Truck. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eAVKSZuGimk>. Acesso em: 14 maio 2015.

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2008-2013, em: <http://www.priberam.pt>. Acesso em: 05-06-2015.

SEBRAE. Ideias de Negócios. Como montar uma temakeria – Sushi em cone de alga. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-temakeria-%E2%80%93-Sushi-em-cone-de-alga#naveCapituloTopo>

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

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-um-restaurante-na-tural#naveCapituloTopo>

SEBRAE. Ideias de Negócios. Como montar uma lanchonete. Disponível em:  
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-lanchonete>

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>

Associação Paranaense das Food Bikes. <https://www.facebook.com/Foodbikecuritiba/>

Associação de FoodBikes do Rio de Janeiro. <https://www.facebook.com/acobirj/>

Associação Paulistana de Comida de Rua.  
<https://www.facebook.com/associacaopaulistanadecomidaderua>

## 25. Fonte

Não há informações disponíveis para este campo.

## 26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

## 27. Soluções Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos on line e gratuitos - Portal de Educação a Distância Sebrae -  
[www.ead.sebrae.com.br](http://www.ead.sebrae.com.br)

Para desenvolver o comportamento empreendedor

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado: <http://goo.gl/SD5GQ9>

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são uteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da

empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Iniciando um Pequeno e Grande Negócio - É um programa que orienta o empreendedor a organizar suas ideias e recursos e indica um roteiro com os principais aspectos a serem considerados no processo de abertura de um negócio. Como resultado, o IPGN orienta a elaboração de um plano de negócio - documento que tem como objetivo planejar detalhadamente a estruturação e abertura do negócio:  
<https://goo.gl/0bsQZg>

Começar Bem - Conjunto de soluções no formato de palestras, oficina, curso e outros recursos como cartilha, guia visual, aplicativo e vídeo. Acesse: <http://goo.gl/hMryck>

Para quem é MEI

O Microempreendedor Individual (MEI) tem faturamento anual bruto de no máximo R\$ 60 mil:

Negócio a Negócio – Programa de atendimento e orientação empresarial. Os agentes

de orientação empresarial realizam visitas a sua empresa e aplicam um diagnóstico de gestão básica. Com base neste levantamento, são sugeridas soluções para a melhoria do seu negócio: <http://goo.gl/2feRHN>

SEI (Sebrae para o Microempreendedor Individual) - Programa composto de soluções que trata de temas básicos para gestão e fortalecimento dos negócios:  
<http://goo.gl/tbcWXi>

Para quem já é empresário de microempresa

Soluções para empresas com faturamento bruto anual de, no máximo, R\$ 360 mil:

Na Medida - Programa que possui dez áreas de atuação com o objetivo de preparar o empreendedor para agarrar oportunidades e lidar com situações da gestão da empresa no dia a dia: <http://goo.gl/yBamAs>

Negócio a Negócio - Programa de atendimento e orientação empresarial. Os agentes de orientação empresarial realizam visitas a sua empresa e aplicam um diagnóstico de

gestão básica. Com base neste levantamento, são sugeridas soluções para a melhoria do seu negócio: <http://goo.gl/2feRHN>

Para quem já é empresário de pequena empresa

Soluções para empresas com faturamento bruto anual maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 3,6 milhões:

Sebrae Mais - Programa composto por conjunto de 16 soluções que são aplicadas conforme as necessidades da empresa. Reúne diversas modalidades de atuação, como consultoria individualizada por empresa, workshop, cursos, palestras, encontros e coaching: <http://goo.gl/jVYsIV>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado:

<https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte: <http://goo.gl/3kMRUh>

## 28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.