

ESTUDO DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE FOOD TRUCK DE COMIDA JAPONESA NA REGIÃO DE CURITIBA

Fernanda Zatera¹

Julyane Fernandes Garcia²

Rafael Hatakeyama³

Antoninho Caron⁴

RESUMO

Nos últimos anos o consumo de refeições fora da residência familiar vem aumentando de forma substancial no Brasil. Muito se deve à falta de tempo das pessoas e por darem prioridade a outros aspectos, como: i/carreira profissional; ii/lazer e iii/comodidade. Baseado nisso, soluções que permitam que as pessoas tenham suas refeições saudáveis e com agilidade tendem a ser um diferencial nas grandes cidades. O objetivo do presente estudo é analisar a viabilidade econômica financeira da implantação de um *food truck* de comida japonesa em Curitiba e região metropolitana. A metodologia utilizada está ancorada em uma abordagem teórico-prática desenvolvida em duas etapas, são elas: i/ qualitativa e ii/quantitativa. Além disso, a pesquisa a ser desenvolvida, de sua natureza, é a pesquisa aplicada uma vez que estará gerando conhecimento para aplicação futura. Com esse corpo

¹ Graduação em Nutrição pela Universidade Evangélica do Paraná (FEPAR). Pós-Graduação em Gerência de Serviços de Alimentação e Nutrição pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Graduada em Administração de Empresas da FAE Centro Universitário. *E-mail*: fernanda_zatera@yahoo.com.br

² Graduada em Administração de Empresas pela FAE Centro Universitário. *E-mail*: julyanefg@gmail.com

³ Graduado em Administração de Empresas pela FAE Centro Universitário. *E-mail*: rafaelh0706@gmail.com

⁴ Doutor em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre em Desenvolvimento Econômico pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Administrador de Empresas. Professor no Curso de Administração da FAE Centro Universitário. *E-mail*: acaron@fae.edu

de conhecimento foi possível analisar, calcular, interpretar, tabular resultados e projeções do estudo da viabilidade econômico-financeira do *food truck*. Por meio de todos os cálculos realizados e tabelados durante o desenvolvimento das atividades, indica-se que o projeto é viável economicamente uma vez que apresentou *payback* de 1 ano, a VPL financeiro de R\$113.558,05 e um VPL esperado de R\$107.148,82 e a uma TIR de 32,44%, sendo lucros atrativos sem a obtenção, em momento algum, de um fluxo de caixa negativo.

Palavras-chave: Viabilidade. *Food truck*. Comida Japonesa.

INTRODUÇÃO

O comércio ambulante está ligado à história das cidades brasileiras, no século XIX já se documentava o movimento do comércio feito por escravos de porta-em-porta. Este tipo de comércio era visto como subemprego ou subatividade, isso fez com que se acreditasse que acabaria tão logo o país atingisse certo grau de desenvolvimento. Contudo a história se mostrou diferente e percebe-se que o comércio ambulante teve grande crescimento no país.

Atualmente no Brasil a comercialização de comida de rua e o comércio ambulante estão tendo muito sucesso. Os s, originalmente importado dos Estados Unidos, são veículos adaptados para comercialização e produção de alimentação rápida, saudável e geralmente de baixo custo, tendo como vantagem a mobilidade e diversificação de clientes.

Segundo referências, em 1866, no Texas, EUA, Charles Goodnight já transportava alimentos e utensílios para refeições de colaboradores que manejavam gado. Na época ele adaptou um caminhão militar para transporte dos alimentos dos tocadores de rebanho. A ausência de infraestrutura e estradas ruins fez com que o transporte de alimentos sobre rodas fosse inovado. Sem alternativas de refrigeração, carregavam-se alimentos, insumos e temperos secos ou carnes salgadas.

Com o passar dos anos, muitas alternativas foram desenvolvidas, a maioria com a distribuição de alimentos prontos ou de fácil finalização (pipoca, churros, etc.) por ambulantes que se posicionavam em região de grande fluxo de pessoas ou em eventos e festas populares. A partir do século XXI, houve inovação nos modelos de venda de comida de rua com a modalidade de comércio em *food trucks*. Muitos empresários brasileiros viram a possibilidade de empreender e abrir um restaurante num modelo diferente, onde se tem contato direto com público, baixo custo e qualidade sem necessidade de adquirir um ponto comercial.

O empreendedorismo é responsável por produzir riquezas de um país, atitudes empreendedoras podem produzir o bem estar social e também pode estar ligada à ideia de encontrar soluções para problemas de uma sociedade. A inovação dos processos e produtos gera a competitividade de um país, isso leva ao aumento da eficiência econômica. Economias mais desenvolvidas tem um número maior de grandes empresas que abastecem o mercado satisfatoriamente, além de gerarem mais oportunidades de trabalho assalariado.

Estudos revelam que o empreendedorismo no Brasil está crescendo desde 2011, um em cada seis brasileiros em idade produtiva é empreendedor, uma dos índices mais alto do mundo. O número de empreendedores que montam um negócio por enxergar

uma oportunidade de mercado já é o dobro daqueles que decidem empreender por mera necessidade, ou seja, por não encontrar outra opção profissional. “É claro que empresas abertas por necessidades podem virar grandes negócios. Mas, em geral, os empreendedores por oportunidade tendem a ser mais bem sucedidos porque eles perceberam algo que o mercado está precisando e, por isso, estão mais direcionados”, explica Romeu Friedlaender, economista do Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP).

Para ser bem sucedido, o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Não basta criar e inovar apenas no começo em apenas uma vez. Deve também saber gerir seu negócio para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos. Isso significa administrar, e em outras palavras, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas com o negócio.

Levando em consideração o atual crescimento de s, seus pontos positivos e negativos, este trabalho busca analisar a viabilidade econômico-financeira da implantação de um de comida japonesa na região de Curitiba, bem como verificar benefícios fiscais, aspectos logísticos, mão-de-obra qualificada entre outros para chegar à conclusão de sua real viabilidade.

A justificativa do presente estudo está relacionado ao fato de que o Brasil é o 5º país mais populoso do mundo, composto por cerca de 205.576.238 habitantes, podendo assim ser um atrativo para os empreendedores devido à grande possibilidade/quantidade de consumo. Dessa totalidade cerca de 1.879.355 habitantes (segundo estatística do IBGE feito em 2015) compõe a cidade de Curitiba situada no estado do Paraná.

Além de ser uma cidade com grande população, Curitiba e região metropolitana possuem uma grande demanda por comidas rápidas e saudáveis. A demanda por comidas fora de casa deve-se à mudança na estrutura familiar que ocorreu nos últimos anos, onde a mulher está trabalhando fora e não tem tempo para preparar as refeições em casa. Em média no país, a maior parte da despesa com alimentação fora do domicílio destina-se a almoço e jantar. Na comparação entre as classes extremas de rendimento mensal familiar, observa-se que a classe de rendimentos mais baixos (até R\$400,00) gasta em média R\$148,59 com alimentação, sendo 88,19% com alimentação no domicílio e 11,81%, fora. Já a classe de rendimentos mais altos (mais de R\$ 4.000,00) tem despesa média de R\$ 662,72 com este item, sendo 62,95% para alimentação no domicílio e 37,05% para alimentação fora. Ou seja, a classe mais alta de rendimento gasta o triplo do percentual da mais baixa para comer fora.

Nos últimos anos cresceu a procura por comidas japonesas, esta considerada como uma culinária milenar com insumos saudáveis, desta forma muitos empreendedores

investiram em restaurantes oferecendo esse serviço com qualidade e mão-de-obra especializada. Entretanto, é sempre importante inovar e criar novas oportunidade para atender uma clientela cada vez mais exigente e eclética, com isso a oferta desse serviço se estendeu aos quiosques em shoppings, *service delivery*, entre outros.

Um dos mais novos serviços recentemente reconhecido no Brasil é o serviço de *food trucks*, que só no ano de 2014 movimentou cerca de R\$140 bilhões, segundo o Ibope Inteligência e, além disso, possui fácil mobilidade podendo estar localizado em pontos estratégicos de grande concentração de pessoas, atendimento rápido, com preços mais acessíveis e serviço diferenciado dos restaurantes.

O mercado de alimentação fora de casa vem crescendo expressivamente nos últimos anos, e como principais motivos têm-se a mudança no estilo de vida dos brasileiros os quais dedicam mais tempo ao trabalho fora de casa do que na preparação dos alimentos e a associação da comida fora de casa ao lazer. Em uma pesquisa realizada com um grupo de 1,5 mil pessoas, 28% destas responderam que de fato fazem algum tipo de alimentação fora de casa, e segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a alimentação fora de casa consome em média 31,1% do total de gastos de famílias brasileiras. E a tendência é que o mercado de alimentação fora de casa continue crescendo mesmo com o atual cenário econômico.

Como nos últimos anos houve uma grande procura por restaurante de comida japonesa em Curitiba e região metropolitana, além da grande quantidade de eventos que são realizados, onde existe grande concentração de pessoas que buscam uma alimentação rápida e de qualidade, o presente estudo visa avaliar a viabilidade de ofertar comidas japonesas através de *food truck*, indicando os benefícios e malefícios de implantar o mesmo na região de Curitiba e irá servir como ferramenta ou argumento de decisão para a sua execução ou não.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Vendedor de alimentos de rua tem sido muito comum principalmente em países em desenvolvimento. Esta atividade é fonte de renda de muitas famílias, representando cerca de 2% da população. Este modelo começou a ser inovado a partir da primeira década do século XXI, com a modalidade em *food truck* além de ser uma atividade atraente por ser um negócio onde se tem contato direto com o público e baixos custos.

Os empreendedores dessa área devem se atentar e planejar, para que seu negócio atenda às necessidades de preparação e comercialização de alimentos

conforme exigências da Vigilância Sanitária, Municipal e Estadual, Prefeitura, Denatran (Departamento Nacional de Trânsito), DETRAN (Departamento Estadual de Trânsito) e INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia Qualidade e Tecnologia). Conforme a legislação vigente no local o modelo e custo podem variar bastante. O investimento inicial pode variar entre R\$50.000,00 a R\$200.000,00, dependendo da estrutura do negócio, segundo dados levantados pelo SEBRAE.

Segundo Dornelas, o momento atual pode ser chamado de empreendedorismo, pois estão eliminando as barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos criando novas relações de trabalho e novos empregos, e conseqüentemente gerando riquezas para a sociedade. Com a era da internet, têm surgido ideias inovadoras, *know-how*, um bom planejamento e equipes competentes e planejadas que levam o sucesso de muitos empreendedores.

A busca pela oportunidade de negócio e inovação tem promovido a questão do “empreendedorismo” no Brasil, de acordo com Dornelas (2008, p.35):

O empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudando a atual situação buscando novas oportunidades de negócio e prezando acima de tudo pela inovação, criação de valor, assumir riscos e empregar os recursos de maneira criativa.

Angelo (2003, p.25) define empreendedorismo da seguinte maneira:

Empreendedorismo é a criação de valor por pessoas e organizações trabalhando juntas para implementar um ideia por meio de aplicação de criatividade, capacidade de transformação e o desejo de tomar aquilo que comumente se chamaria de riscos.

Para a abertura de um serviço de *food truck*, faz-se necessário um estudo de viabilidade econômica financeira, o qual auxiliará o empresário ter maior conhecimento e segurança antes de se aventurar nessa área. O órgão que tem sido mais procurado para essa assessoria tem sido o SEBRAE que ajuda os empreendedores a tomar a melhor decisão, onde cada projeto é analisado e estudado minuciosamente.

1.1 ESTUDO DA VIABILIDADE E PLANEJAMENTO

1.1.1 Estudo da Viabilidade Econômica Financeira

Antes de mais nada o empreendedor precisa fazer um estudo de viabilidade econômico financeiro do negócio pois é nessa etapa que são compiladas informações,

tais como, análise dos ativos, a capacidade do projeto em gerar lucro e também a capacidade de retorno do capital investido.

Quanto a viabilidade financeira de um projeto, Assaf Neto (2006) afirma: “O resultado operacional entendido como o gerado exclusivamente pelos ativos, quantifica o retorno produzido pelas decisões de investimento, permitindo que se proceda, com base nos valores apurados, uma avaliação da atratividade econômica do empreendimento, definindo inclusive o interesse e as condições de sua continuidade”. É possível fazer previsões de investimentos e usar valores aproximados do segmento como um dos indicadores de viabilização de projeto.

2.1.2 Plano de Negócios

Após realizado o estudo da viabilidade econômica financeira, o investidor deve necessariamente elaborar o seu plano de negócios que é uma etapa fundamental de todo o processo empreendedor, segundo Dornelas (2005) é a segunda etapa deste processo e talvez possa ser considerada a mais difícil e trabalhosa para os futuros empreendedores que estejam abrindo o seu primeiro negócio. Além disso, as etapas seguintes são: a identificação e avaliação da oportunidade, determinação e captação dos recursos necessários e o gerenciamento da empresa criada.

Segundo Baron e Shane (2007) a elaboração de um plano de negócio é mais difícil do que se pensa e neste processo, além de horas de amadurecimento da ideia e seu planejamento, é preciso converter estes pensamentos em um documento escrito. Para Cassarotto (2002) é preciso transformar a ideia ou a intenção empresarial em parâmetros reais.

Envolve conceitos que devem ser entendidos e expressos de forma escrita, em poucas páginas, dando forma a um documento que sintetiza toda a essência da empresa, sua estratégia de negócio, seu mercado e competidores, como vai gerar receitas e crescer, etc (DORNELAS; 2005 p.44)

As etapas que devem conter em plano de negócios são;

- i/ Resumo executivo;
- ii/ Histórico e finalidade;
- iii/ Marketing;
- iv/ Desenvolvimento, produção e localização;
- v/ Administração;
- vi/ Seção financeira;
- vii/ Fatores de risco e impacto na comunidade;
- viii/ Colheita ou saída.

O nome de cada uma dessas etapas acima apresentadas pode variar de acordo com o autor.

2.1.3 Importância da Pequena e Média Empresa

As micro e pequenas empresas segundo SEBRAE atualmente são as principais geradoras de riquezas no Brasil representam 27% do PIB nacional, ou seja, mais de um quarto do PIB é gerado pelos pequenos negócios. No PIB da indústria a participação destas empresas é de 22,5%, já se aproxima das médias empresas de 24%. E no setor de serviços, mais de um terço da produção nacional de 36,3% tem origem dos pequenos negócios. Estes dados demonstram a importância de incentivar e qualificar os empreendimentos de menor porte, pois isoladamente uma empresa representa pouco, porém juntas elas são decisivas para a economia e não se pode pensar no desenvolvimento do Brasil sem elas.

No Paraná existem 500 mil micro e pequenas empresas, as quais respondem por 60% em média dos empregos com carteira assinada. A taxa de sucesso dessas empresas do Paraná é de 75%, sendo que os pequenos negócios empregam mais que as médias e grandes empresas, porém os salários ainda são menores.

Monica Alves Amorim, ao verificar a importância de pequenas empresas para o desenvolvimento da região e comparando com a ação de grandes empresas, afirma:

As pequenas empresas podem de fato constituir importantes estratégias de desenvolvimento econômico, proporcionando maior competitividade a regiões inteiras integrando um mundo maior de indivíduos no processo. Os percalços sofridos pelo parque industrial brasileiro podem ser amenizados à medida que o país se prepare para apoiar de forma sistemática o desenvolvimento de pequenas e medias empresas competitivas, inovadora, de estrutura flexível e que seja capaz de uso adequado de moderna tecnologia. Encarar pequenas empresas como sendo, de fato, fonte de dinamismo econômico introduz novas e mais consequentes perspectivas para esse segmento do qual se pode aguardar bem mais do que absorver a mão de obra que não consegue encontrar emprego nas grandes firmas. O desenvolvimento fundamentado nas grandes empresas tende assim a ser excludente e concentrador. As pequenas e medias empresas em contraste abrem oportunidades de um desenvolvimento mais integrador, economicamente mais justo e socialmente mais desejável. A questão, no entanto, reside em encontrar formas de garantir competitividade às empresas de menor porte para que estas possam assim ser capazes de iniciar e sustentar um processo de desenvolvimento econômico de uma região. (AMORIN, 1998 p.13-14)

2.1.4 Alimentação Saudável

Nas últimas décadas cresceu muito a preocupação com alimentação saudável e junto com ela os negócios do setor. Esta preocupação surgiu algumas décadas atrás quando surgiram os alimentos *diet*, os quais inicialmente eram direcionados apenas a pessoas diabéticas. Depois de um tempo estes alimentos evoluíram para um sentido de prevenção, com objetivo de evitar problemas de saúde futuro.

A população começou dar mais atenção à alimentação devido ao aumento de doenças cardiovasculares e obesidade, as quais estão diretamente ligadas à alimentação e ao sedentarismo. Porém em contrapartida vem à mudança no estilo de vida da população onde as pessoas estão buscando comer fora de casa devido à rotina corrida do dia a dia. Portanto o ramo de alimentação que oferece um alimento saudável está cada vez mais ganhando espaço no mercado.

A culinária Japonesa destaca-se no mercado por oferecer alimentos mais saudáveis, como o peixe, o qual é fonte de proteína e ômega três, um tipo de gordura benéfica para o coração. Buscando alimentação fora de casa, as pessoas muitas vezes encontram os *fast foods*, os quais são compostos basicamente por pizza, hambúrgueres, batata frita e pastéis. Estes alimentos são ricos em gordura saturada o que contribui para o aumento do colesterol ruim, da obesidade e das doenças do coração.

Os *food trucks* de comida Japonesa estão ganhando espaço no mercado por oferecer em eventos gastronômicos uma alimentação saudável, rica em vitaminas e benéfica para saúde, diferente dos concorrentes que dificilmente conseguem oferecer uma opção mais saudável para os consumidores.

2.1.5 Planejamento Estratégico

Uma outra etapa muito importante para um empreendimento é o planejamento estratégico que devem constar as seguintes informações.

- i/ Missão da empresa;
- ii/ Visão da empresa;
- iii/ Valores da empresa;
- iv/ Análise ambiental;
- v/ Ambiente interno;
- vi/ Ambiente externo;
- vii/ Análise SWOT;
- viii/ As cinco forças de Porter;
- ix/ Implantação das estratégias;
- x/ Controle.

2.1.6 Outras Etapas

As outras etapas também de suma importância que não devem faltar pois servirão de embasamento para tomadas de decisões e conhecimento do próprio negócio são; Plano de Marketing, Plano Financeiro, Plano de Recursos Humanos.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Nesse capítulo é apresentado, de forma sucinta, os métodos utilizados para a realização da pesquisa e análise de viabilidade econômico-financeira. Além disso, procura-se apresentar novamente os objetivos específicos e quais as formas de pesquisa para cada um deles. Sendo assim, o presente trabalho será dividido em duas etapas principais, são elas:

- i/ Análise qualitativa – Serão levantados dados referentes ao empreendedorismo e viabilidade econômico-financeiro, com extração de dados de sites relevantes, por exemplo, SEBRAE. Além disso, a utilização de artigos acadêmicos publicados aliado a informações coletadas com profissionais atuantes no ramo pesquisado servem como base para a conclusão da primeira parte;
- ii/ Análise quantitativa – Será analisada a viabilidade, em termos de custo, investimento, rentabilidade, entre outros pontos, da implantação do projeto proposto no trabalho.

Cabe ressaltar que o trabalho seguirá uma linha de pesquisa descritiva, exploratória, bibliográfica e documental.

Os objetivos específicos do trabalho, serão detalhados do ponto de vista de metodologia aplicada para suportar as atividades. Os objetivos e seus respectivos métodos serão apresentados a seguir:

- a/ Objetivo – **Analisar o macro e micro ambiente a fim de apresentar uma análise de viabilidade da implantação de *food truck* de comida japonesa na região de Curitiba:** Utilizou-se a pesquisa bibliográfica e documental além da utilização de estudos de caso como base para a captura de material. Como fonte de dados utilizou-se livros relacionados a empreendedorismo e marketing. Para a coleta de dados realizou-se uma análise de conteúdo juntamente com entrevistas com profissionais atuantes no ramo e como critérios de seleção, artigos e estudos de casos publicados nos últimos anos que compreendem os empreendedores de *food truck* na região de Curitiba.

b/ **Analisar quais são os custos para abertura e manutenção da empresa no ramo de comida japonesa em *food truck* e quais são os rendimentos necessários para a sua sobrevivência:** Utilizou-se como pesquisa, livros relacionados a custos empresariais e administração financeira. Como fonte de dados, também utilizou-se a análise de conteúdo juntamente com entrevistas com profissionais atuantes no ramo e como critério de seleção, livros publicados nos últimos anos que compreendem os empreendedores no que se diz respeito a investimentos e custos comumente utilizados em empresas.

Cabe salientar a grande gama de métodos que poderiam ser utilizados ao longo do trabalho, bem como as diversas formas de coleta de informação. Reforça-se que a escolha dos itens pontuados acima se deu pela afinidade da equipe em aplicá-los ao longo do trabalho e pela simplicidade de sua aplicação.

CONCLUSÃO

O objetivo primário do estudo do plano de negócio foi de “analisar a viabilidade econômica financeira de implantação de um *food truck* de comida japonesa na região de Curitiba”. Para a obtenção dos resultados foi elaborado dois objetivos secundários, conforme descritos abaixo:

Referente ao objetivo secundário de macro e microambiente verificou-se que não será apenas mais um *food truck* como outro qualquer, mas sim um empreendimento que ofereça uma refeição de qualidade com preço acessível, na região de Curitiba *food trucks* que oferecem esse tipo de alimentação é escasso o que torna o negócio extremamente atrativo, na cidade existem inúmeros restaurantes de culinária oriental, porém, a ideia é que as pessoas não precisem se deslocar até um restaurante, mas sim que a opção de comida japonesa esteja em local acessível seja em eventos e também em locais frequentados diariamente, tais como, academia, eventos esportivos e etc.

O consumo de comida japonesa entre os brasileiros vem aumentando cada vez mais, porém, o presente negócio não deixará de ter desafios para criar o hábito das pessoas também consumirem em *food truck*.

Referente ao objetivo secundário de custos para abertura e manutenção da empresa e rendimentos necessários para sobrevivência, o estudo demonstrou que é possível atingir as previsões de venda estimadas nos cálculos, o empreendimento é rentável uma vez que apresentou *payback* de 1 ano, a VPL financeiro de R\$113.558,05

e um VPL esperado de R\$107.148.82 e a uma TIR de 32,44%. Além disso, ao considerar os desembolsos financeiros nota-se que em nenhum momento apresentou caixas negativos, tendo assim a total capacidade de pagar todas as suas despesas e ter disponível um valor positivo em caixa.

Sendo assim, ao atingir os objetivos secundários, chega-se no objetivo primário onde conclui-se, levando em consideração todas as análises realizadas que o negócio é viável para os sócios, através do retorno do investimento e os lucros mensais e anuais que serão obtidos.

REFERÊNCIAS

- ABDALA, V. Produção industrial cai em 11 dos 14 locais pesquisados. **Agência IBGE**, 27 maio 2016. Disponível em: <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=3275>>. Acesso em: 15 out. 2016.
- AGUIAR, A. C. *Food truck*: saiba como surgiu essa moda. **Superinteressante**, São Paulo, 13 mar. 2015. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/blogs/historia-sem-fim/food-truck-saiba-como-surgiu-essa-moda>>. Acesso em: 08 out. 2016.
- AMORIN, M. A. **Clusters como estratégia de desenvolvimento industrial no Ceará**. Fortaleza: Banco do Nordeste, 1998.
- ASIAN FOOD. **Cenário brasileiro**. 2015 Disponível em: <http://www.asianfoodshow.com.br/2016/JAFS_cenariobrasileiro_2016.pdf>. Acesso em: 08 out. 2016.
- ASSAF NETO, A. **Administração do capital de giro**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. **Curso de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 2009.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF). **Regional Sul**. 2015. Disponível em: <<http://www.abf.com.br/a-abf/regionais/regional-sul>>. Acesso em: 08 out. 2016.
- _____. **Restaurantes japoneses**. 2016. Disponível em: <<http://www.abf.com.br/sao-paulo-tem-mais-restaurantes-japoneses-que-churrascarias>>. Acesso em: 08 out. 2016.
- ASSOCIAÇÃO PARANAENSE DE FOODTRUCKS (APFT). Disponível em: <<http://www.apft.com.br/sobre-nos>>. Acesso em: 07 out. 2016.
- BALLOU, R. H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.
- BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO (BNDES). **Cartão BNDS**. 2015 Disponível em: <<https://www.cartaobndes.gov.br/cartaobndes>>. Acesso em: 16 out. 2016.
- BANKS, T.; BANUELOS, F. *Food trucks* a tendência em destaque no food service. **BSB Magazine**, 20 out. 2015. Disponível em: <<http://www.bsbmagazine.com.br/food-trucks-a-tendencia-em-destaque-no-food-service>>. Acesso em: 07 out. 2016.
- BEM PARANÁ. **Edital de concorrência de food trucks será lançado em até 90 dias**. 2015. Disponível em: <<https://www.bemparana.com.br/noticia/395561/edital-de-concorrenca-de-food-trucks-sera-lancado-em-ate-90-dias>>. Acesso em: 07 out. 2016.
- BOM GOURMET. Campo Largo recebe o Foodstock que une música e comida. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 2 jun. 2016. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/campo-largo-recebe-o-foodstock-que-une-musica-e-comida>>. Acesso em: 08 out. 2016.
- _____. Empresários explicam custos e lucros dos *food trucks*. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 27 out. 2015. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/empresarios-explicam-custos-e-lucro-dos-food-trucks>>. Acesso em: 20 ago. 2016.
- _____. *Food truck*. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 08 maio 2016. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/tag/food-truck>>. Acesso em: 10 out. 2016.

BORDEAUX-RÊGO, R. et al. **Viabilidade econômico-financeira de projetos**. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

BRASIL. Lei complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei n. 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei n. 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar n. 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis n. 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. **Diário da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 15 dez. 2006, p. 1. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm>. Acesso em: 22 out. 2016.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. **Comprando das Micro e pequenas empresas**. Brasília, 2013. (Caderno de Logística n. 4). Disponível em: <<http://comprasgovernamentais.com.br/breve-historico-do-tratamento-dispensado-as-micro-e-pequenas-empresas-no-brasil>>. Acesso em: 17 maio 2016.

BULGACOV, S. **Manual de gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 1999.

BUZINA FOOD TRUCK. **História do food truck**. 2016. Disponível em: <<http://www.buzinafoodtruck.com/historia>>. Acesso em: 08 out. 2016.

CARVALHO, R. N. Empreendedorismo importância econômica e social. **Administradores**, nov. 2013. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedorismo-importancia-economica-e-social/74380>>. Acesso em: 4 mar. 2016.

CASARROTO FILHO, N. **Projeto de negócio: estratégias e estudos de viabilidade**. São Paulo: Atlas, 2002.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.

COZINHA JAPONESA. **Culinária japonesa**. Disponível em: <<http://cozinhajaponesa.com.br/culinaria-japonesa-e-os-beneficios-para-a-saude>>. Acesso em: 08 out. 2016.

CURITIBA. Lei n. 14.634, de 14 de abril de 2015 – publicada no DOM de 14 abr. 2015. Dispõe sobre a comercialização de alimentos em áreas públicas e particulares – “*food trucks*”. **Palácio**, 14 abr. 2015. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/a/pr/c/curitiba/lei-ordinaria/2015/1463/14634/lei-ordinaria-n-14634-2015->>>. Acesso em: 29 maio 2016.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, F. C. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOMADARAN, A. **Avaliação de investimentos**. 4. ed. São Paulo: Qualitymark, 2002.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ECD CONSULTORIA. **Food service**. 2015. Disponível em: <<http://www.ecdfoodservice.com.br>>. Acesso em: 26 maio 2016.

FINCH, B. **Como redigir um plano de negócios**. São Paulo: Clio, 2006.

- FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS (FIPE). **Food trucks**. 2016. Disponível em: <www.fipe.org.br>. Acesso em: 07 set. 2016.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Food truck**. 2016. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/country-profile/46>>. Acesso em: 20 jun. 2016.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GINJO SUSHI TRUCK. **Novo negócio**. Disponível em: <<http://ginjosushitruck.com.br>>. Acesso em: 08 out. 2016.
- GITMAN, L. J. **Princípios da administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- GODOY, A. S. A pesquisa qualitativa e sua utilização em administração de empresas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 4, p. 65-71, maio 1995.
- HARRÍSON, J. S. **Administração estratégica de recursos e relacionamentos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- IBGE. Comunicação Social. **Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF)**. 2016. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/19052004pof2002html.shtm>>. Acesso em: 30 abr. 2016.
- LIMEIRA, T. M. V. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2008.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008
- MAXIMIANO, A. C. A. **Administração de projetos: como transformar ideias em resultados**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MCDANIEL, C.; GATES, R. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Thomson Learning, 2006.
- MODERN MARVELS. **History of food trucks**. Disponível em: <<http://www.history.com/shows/modern-marvels/videos/history-of-food-trucks>>. Acesso em: 29 de fevereiro de 2016.
- NASCIMENTO, A. M.; REGINATO, L. **Controladoria: um enfoque na eficácia organizacional**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009
- NORMAS LEGAIS. **Tabela do simples nacional: anexo I (vigência a partir de 01.01.2012)**. 11 de jan. 2015. Disponível em: <<http://www.normaslegais.com.br/legislacao/simples-nacional-anexol.html>>. Acesso em: 15 out. 2016.
- OLIVEIRA, D. de P. R. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 12. ed. São Paulo: Atlas 1998.
- PADOVEZE, C. L. **Introdução à administração financeira**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- PORTER, Michel E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústria e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campos, 1986.
- CURITIBA. **Prefeito assina decreto que regulamenta operação de food truck em Curitiba**. 2015. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/prefeito-assina-decreto-que-regulamenta-operacao-de-food-truck-em-curitiba/36948>>. Acesso em: 27 maio 2016.

PREGEL BRASIL. **Food Service**. 2016. Disponível em: <<http://www.pregelbrasil.com/pt-br/noticias/food-trucks-tendencia-em-destaque-no-food-service>>. Acesso em: 07 out. 2016.

KING TEMAKI. Disponível em: <<http://kingtemaki.com.br/site>>. Acesso em: 08 out. 2016.

SAN SUSHI. Disponível em: <<http://www.sansushi.com.br/site/curitiba>>. Acesso em: 08 out. 2016.

TAISHO BATEL. **Nova tendência**. 2016. Disponível em: <<http://www.taishobatel.com.br>>. Acesso em: 08 out. 2016.

TEMAKERIA EXPRESS. **Food truck**. 2016. Disponível em: <<http://www.temakeriaexpress.com>>. Acesso em: 08 out. 2016.

SEAFOOD BRASIL. **Restaurantes japoneses**. 2016. Disponível em: <<http://seafoodbrasil.com.br/explosao-brasil-ja-tem-mais-de-3-mil-restaurantes-japoneses>>. Acesso em: 08 out. 2016.

SEBRAE. **Adaptar veículos para comércio ambulante**. 2015. Disponível em: <<http://www.SEBRAE.com.br/sites/PortalSEBRAE/ideias/Como-montar-um-servi%C3%A7o-de-adapta%C3%A7%C3%A3o-de-ve%C3%ADculos-de-com%C3%A9rcio-ambulante>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

_____. **Food truck: uma nova tendência**. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/food-truck-uma-nova-tendencia,d128e6f7c633c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 08 out. 2016.

_____. **Chronus**. 2015. 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: 22 mar. 2016.

_____. **Como montar um food truck**. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-food-truck,8aea5c669e2df410VgnVCM1000004c00210aRCRD#naveCapituloTopo>>. Acesso em: 14 out. 2016.

_____. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 17 maio 2016.

_____. **Pequenos negócios**. 2015. Disponível em: <http://www.sebraepr.com.br/PortalSebrae/artigos/Pequenos-Neg%C3%B3cios-no-Paran%C3%A1>>. Acesso em: 20 de Junho de 2016.

SINTRIAL. **Salários**. 2016. Disponível <<http://www.sintrinal.org.br/textos/SALARIOS/44>>. Acesso em: 19 de Setembro de 2016 às 17h47.

VALERIANO, D. L. **Gerenciamento estratégico e administração por projetos**. São Paulo, 2001.

VASCONCELLOS, P. F.; PAGNOCELLI, D. **Construindo estratégias para vencer**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.