



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FATECS

CURSO: ADMINISTRAÇÃO

LINHA DE PESQUISA: EMPREENDEDORISMO

ÁREA: INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL

VICTOR OLIVEIRA LEAL

RA: 21234169

**O IMPACTO DO CENÁRIO ECONÔMICO NO SEGMENTO DE FOOD
TRUCK NO DISTRITO FEDERAL**

Brasília – DF

2016

VICTOR OLIVEIRA LEAL

**O IMPACTO DO CENÁRIO ECONÔMICO NO SEGMENTO DE FOOD TRUCK
NO DISTRITO FEDERAL**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MSc. Erika Lisboa

Brasília

2016

VICTOR OLIVEIRA LEAL

**O IMPACTO DO CENÁRIO ECONÔMICO NO SEGMENTO DE FOOD TRUCK
NO DISTRITO FEDERAL**

Trabalho de Curso (TC) apresentado como um dos requisitos para a conclusão do curso de Administração de Empresas do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Prof. MSc. Erika Lisboa

Brasília/DF, 18 de maio de 2016.

Banca Examinadora

Professor MSc. Erika Lisboa

Orientadora

Professor (a):

Examinador

Professor (a):

Examinador

O IMPACTO DO CENÁRIO ECONÔMICO NO SEGMENTO DE FOOD TRUCK NO DISTRITO FEDERAL

Victor Oliveira Leal¹

RESUMO

O presente artigo teve por objetivo evidenciar fatores do cenário econômico que exercem algum impacto sobre o segmento de *food truck* no Distrito Federal. As definições abordadas neste estudo voltaram-se para a identificação dos indicadores correspondentes aos níveis de empreendimentos no Brasil e sua relação com o conceito de cenário econômico, além de apresentar as características dos empreendedores e dos empreendimentos. A pesquisa foi descritiva quantitativa sendo realizada por meio da aplicação de questionários. A partir dos resultados obtidos buscou-se analisar as vantagens, desvantagens e os fatores do cenário econômico que mais impactaram os empreendimentos. Assim, verificou-se que todos os empreendedores consideraram trabalhar por conta própria como o maior ponto positivo do negócio e como negativo a necessidade de obter um ambiente alternativo para a armazenagem dos insumos. A inflação foi identificada como o fator que mais impacta no *food truck* exigindo a redução de suas despesas.

Palavras-chave: Empreender; Cenário; Impacto; *food truck*.

¹ Graduando do Curso Administração de Empresas
Centro Universitário de Brasília
E-mail: victor.oleal@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A conjuntura econômica, de modo geral, é representada pelo conjunto de consequências advindas de decisões voltadas para os aspectos sociais, políticos, tecnológicos, ambientais e legais. Dependendo da maneira como essas consequências se propagam pelo ambiente global, é possível atentar para as necessidades de mudanças de práticas estratégicas que contribuam para a construção de um novo cenário econômico. Observa-se, portanto, que cenário está direcionado para uma visão futura de um determinado setor ou ambiente que recebe influências de variáveis externas que possivelmente venham a modificar a estrutura que o constitui (JOHNSON; SCHOLLES; WHITTINGTON, 2011).

Ao considerar uma das consequências que norteiam a atual conjuntura econômica brasileira, como o caso da forte instabilidade orçamentária, percebe-se aquelas decorrentes de falhas presentes nos processos de gestão, principalmente as relacionadas ao governo. De certa forma, essas deficiências impactam, por exemplo, diretamente na produção de bens e serviços e na oferta de empregos que afetam negativamente a vida de milhares de pessoas. Tal impacto incentiva e desafia os indivíduos a buscarem por oportunidades que contribuam com mudanças que proporcionem uma redução dos reflexos gerados por momentos de crise.

A busca por novas oportunidades de negócios apropria-se de objetivos capazes de transformar a realidade, fomentar as atividades econômicas, além de fornecer novas fontes de renda que viabilizem melhor estabilidade nos orçamentos pessoais. Os empreendimentos, por sua vez, exemplificam essa concepção, de maneira que sua participação está se tornando mais ativa no ambiente global competitivo. Segundo Salim e Silva (2010), o empreendedorismo é abordado como um gerador de novas oportunidades de trabalho capazes de suprir as necessidades das pessoas por meio de soluções oferecidas em forma de produtos e serviços impactando diretamente nas suas formas de atuação.

Os *food truck* são considerados uma exemplificação desses novos empreendimentos que remetem a uma proposta de negócio que utiliza do transporte móvel para a oferta de serviços voltados para o ramo alimentício. Apesar de ser uma prática recente no Brasil, esse tipo de serviço tem sido uma tendência de consumo nas capitais brasileiras com o intuito de proporcionar entretenimento por meio de uma culinária diferenciada.

O relatório GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) (2015) apresenta um contexto baseado em pesquisas que relacionam o nível de empreendedorismo com o desenvolvimento econômico e social dos países. De acordo com a pesquisa realizada em 2015, a taxa de empreendimentos no Brasil aumentou para 39,3% em relação a 2014 que obteve taxa de 34,4%. Um dos indicadores que justificam esse crescimento se dá em razão da dificuldade econômica encontrada no Brasil. Salim e Silva (2010) apontam que a criação de novas estratégias e a busca por novas propostas de negócios surgem em meio ao momento caracterizado pela instabilidade financeira do país, que interfere negativamente na vida da população. A busca por alternativas estratégicas que viabilizem mudanças positivas como, por exemplo, as novas formas de produzir bens e serviços se tornam imprescindíveis para minimizar os impactos gerados por transições econômicas (SALIM; SILVA, 2010).

Com base no GEM (2014) e GEM (2015), a compreensão dos motivos que acarretam a abertura de novos empreendimentos, as vantagens e desvantagens acerca do desenvolvimento dos negócios em meio ao cenário econômico se tornam referências para a justificativa acadêmica deste estudo. Do ponto de vista gerencial, as informações evidenciadas por meio da pesquisa, viabilizarão aos empreendedores de *food truck* no Distrito Federal uma análise mercadológica das necessidades de demanda para novas direções e a adoção de novas estratégias para o aperfeiçoamento do empreendimento. Ao considerar a justificativa social, os resultados obtidos a partir da pesquisa instigarão o público a ampliar sua visão mediante novas formas de empreender através do *food truck*.

O problema de pesquisa deste artigo está direcionado para a seguinte pergunta: qual o impacto do cenário econômico no segmento de *food truck* no Distrito Federal? O objetivo geral visa identificar o impacto do cenário econômico no segmento de *food truck* no Distrito Federal. Os objetivos específicos foram estabelecidos em três direções, dentre eles: analisar o segmento de *food truck* no Distrito Federal; verificar as razões da escolha por empreender no segmento de *food truck* no Distrito Federal; analisar as vantagens e desvantagens de empreender no segmento de *food truck*.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Tendo em vista a grande contribuição para o desenvolvimento econômico de um país e sendo considerado como a profissão do século XXI, o empreendedorismo vem ocupando lugar de destaque no Brasil. De acordo com Hisrich et al. (2009), conceitua-se empreendedorismo como o processo de criar algo novo com valor, dedicando tempo e esforço e assumindo riscos, objetivando a satisfação e a independência financeira e pessoal do indivíduo.

Sendo considerado como um exemplo de empreendedorismo, Marco Polo deu início às práticas empreendedoras como intermediário de um contrato que estabeleceu rotas comerciais para o extremo Oriente (HISRICH, 2009). Embora alguns autores percebam os empreendedores de uma maneira distinta, observa-se que noções como novidade, organização, criação, riqueza e risco são encontradas em quase todos os empreendedores de sucesso.

Segundo Dornelas (2007), o empreendedorismo envolve atividades, ações e funções relacionadas à criação de algo novo. Para a criação de novos empreendimentos capazes de agregar valor a atividade a ser desenvolvida, necessita-se da devoção e comprometimento de tempo e esforço, bem como requer atitude e ousadia para assumir riscos calculados e tomar decisões importantes, visando o alcance do sucesso de uma organização (DORNELAS, 2007).

A origem do empreendedorismo está direcionada para duas vertentes (DORNELAS, 2016). A primeira delas se refere ao empreender por oportunidade, ou seja, o empreendedor através de um planejamento cria uma empresa com a finalidade de gerar emprego, obter lucro e riqueza (DORNELAS, 2016). Neste caso, o empreendedor sabe aonde quer chegar, e se apropria de estratégias para buscar o crescimento e alcançar o sucesso empresarial, que conseqüentemente possa contribuir para o desenvolvimento econômico do país (DORNELAS, 2016).

A segunda vertente está voltada para o empreendimento por necessidade, cujo seu entendimento se baseia na criação informal dos negócios (DORNELAS, 2016). A falta de alternativas de empregos no mercado de trabalho e o desemprego correspondem aos principais fatores que caracterizam a abertura de empresas que não possuem um planejamento estratégico adequado para alavancar o seu crescimento (DORNELAS, 2016). Muitas das vezes, os negócios dessa natureza não geram desenvolvimento econômico e apenas reforçam as estatísticas de mortalidade de empresas no país (DORNELAS, 2016).

Drucker (2005) classifica o processo de empreender como a busca da introdução de novos produtos em mercados existentes ou a criação de uma nova organização, necessitando o empreendedor encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade, superando forças que resistam à criação de algo novo. Observa-se, portanto, que identificar e avaliar oportunidades de negócio não é uma tarefa fácil, tendo em vista que as oportunidades não aparecem de repente, exigindo que o empreendedor esteja sempre bem informado (DRUCKER, 2005).

Birley e Muzyka (2001) definem a capacidade empreendedora como a exploração de oportunidades, independente dos recursos que se tem em mãos, exigindo que o empreendedor seja persistente para enfrentar obstáculos, não desistindo diante das dificuldades e focando suas energias na execução de atividades relacionadas ao seu empreendimento. Percebe-se que, a atividade empreendedora requer sacrifício pessoal e colaboração por parte dos empreendedores, no cumprimento de prazos e metas, chamando para si a responsabilidade sobre sucessos ou fracassos, tendo visão de futuro e comprometimento, para atuar como um facilitador dentro de uma organização (BIRLEY; MUZYKA, 2001).

Na busca por estratégias que facilitem o desenvolvimento de suas atividades, os empreendedores têm como característica o estabelecimento de metas de curto e longo prazo, com objetivos claros e específicos, estipulando e acompanhando indicadores de resultado para o seu negócio (BIRLEY; MUZYKA, 2001). Porém, para que o empreendedor consiga atingir o fim almejado, se faz necessário que ele assuma riscos calculados, aceitando desafios e avaliando alternativas para obter uma boa gestão dos negócios (BIRLEY; MUZYKA, 2001).

Anthony e Jonathan (1996) definem risco como uma noção de espaço e tempo indispensável para o cálculo das consequências prováveis de determinado investimento em situações onde ocorra incerteza. Assim, o gerenciamento de risco torna-se um grande desafio ao empreendedor por se tratar do momento exato de iniciar um negócio, sendo que, o início de uma atividade empreendedora é marcado por muita incerteza, necessitando assim, de uma avaliação detalhada por meio de indicadores que possam auxiliar o empreendedor na tomada de decisão (ANTHONY; JONATHAN, 1996).

Segundo Dornelas (2016), um dos fatores que envolvem os riscos enfrentados pelos empreendedores está relacionado à maneira como os recursos financeiros são

obtidos e administrados pelo empreendedor para a abertura ou desenvolvimento dos negócios. Geralmente, os investidores iniciais recorrem aos empréstimos bancários para a abertura do empreendimento, às economias pessoais familiares, às incubadoras de empresas para auxiliar na gestão dos negócios ou até mesmo aos programas governamentais (DORNELAS, 2016). O empreendedor que recorre aos empréstimos, por exemplo, está sujeito a assumir altos riscos relacionados ao seu empreendimento (DORNELAS, 2016). Isso é decorrente das altas taxas de juros inseridas nos preços da venda de bens e serviços prestados que variam de acordo com a instabilidade do mercado econômico (DORNELAS, 2016). Assim, uma das desvantagens referente à obtenção de empréstimos, está na incerteza de que empreendimento irá crescer o suficiente para gerar o retorno suficiente capaz de cobrir as dívidas contraídas, que conseqüentemente poderá acarretar no insucesso de muitas empresas (DORNELAS, 2016). Para que isso não ocorra, o empreendedor deve se manter sempre bem informado acerca das alternativas de financiamento, utilizar da sua capacidade de planejamento e da sua habilidade de negociação para gerenciar seu negócio (DORNELAS, 2016).

Na busca por características específicas de um empreendedor, percebe-se que além de manter-se bem informado, os empreendedores necessitam desenvolver outras características com o objetivo de atingir o sucesso empresarial. Segundo o SEBRAE (2015), o sucesso empresarial depende muito da atitude do indivíduo, indo além da habilidade das pessoas de gerenciarem um negócio. Atitudes como a busca por oportunidades e iniciativa exige que o indivíduo tenha capacidade de antecipar-se aos fatos criando oportunidades de negócios com novos produtos ou serviços.

Outra característica importante está relacionada à busca pelo desenvolvimento do conhecimento, com o objetivo de encontrar dados e informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes, além de, manter-se informado quanto à situação do mercado (SALIM; SILVA, 2010). Portanto, para que um empreendedor tenha um melhor entendimento sobre o seu mercado de atuação ou sobre a situação econômica de um determinado setor, faz-se necessário à busca por especialistas que possam auxiliá-lo na melhor maneira de direcionar o seu empreendimento, com o objetivo de obter estabilidade financeira e pessoal, atentando-se para as variações dos cenários econômicos, com o intuito de alcançar o sucesso do empreendimento (SALIM; SILVA, 2010).

Na busca por melhores informações que possam contribuir para o desenvolvimento do empreendimento, percebe-se que, o auxílio de especialistas interfere no modo como o empreendedor se posiciona no mercado (ANTHONY; JONATHAN, 1996). Tendo em vista que, ao elaborar possíveis cenários de indicadores econômicos, os especialistas proporcionam ao empreendedor, informações importantes tanto de investimento, quanto de posicionamento do seu empreendimento no mercado, visando à minimização de custos e perdas e a maximização dos lucros (ANTHONY; JONATHAN, 1996).

2.1 Cenários

Grumbach e Marcial (2006) definem cenário como o ato de delinear ou traçar situações que podem ocorrer em instantes futuros. Percebe-se que, a construção de cenários não significa adivinhar o que pode acontecer no mundo dos negócios e sim de efetuar um levantamento da situação econômica atual.

Segundo Lamounier e Souza (2006), cenários são representações de possibilidades de ocorrência de determinados eventos futuros, com base em informações variadas advindas do passado e do presente. Portanto, observa-se o macro ambiente como meio de sobrevivência das organizações, pois a satisfação dos consumidores é o que mantém a organização em atividade (LAMOUNIER; SOUZA, 2006). Compreende-se por macro ambiente um conjunto de fatores do ambiente causadores de impactos maiores ou menores nas organizações (JOHNSON, 2011).

De acordo com o GEM (2015), o macro ambiente sugere um cenário de mudança, com forte relação do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social dos países. No Brasil, conforme pesquisa realizada pelo GEM (2015) identifica-se que, a taxa total de empreendedorismo em 2015 foi de 39,3%, ou seja, estimou-se que a população brasileira com idade entre 18 e 64 anos estava envolvida com algum tipo de criação ou manutenção de um negócio.

Conforme avaliação realizada pelos especialistas do GEM (2015), algumas condições foram apontadas como, por exemplo, a capacidade empreendedora, o acesso a informações e a canais de multimídia, a resiliência e a criatividade que favorecem a atividade empreendedora mesmo em uma conjuntura econômica de incerteza no Brasil. Porém, alguns fatores são apontados pelos especialistas como limitantes da atividade empreendedora. As políticas governamentais, a educação e a

capacitação além do apoio financeiro, mesmo sofrendo certa melhora na última década, são relacionadas como relativamente limitantes para o desenvolvimento de novos empreendimentos no país.

A falta de políticas públicas de incentivo adequadas às necessidades dos empreendedores, o excesso de burocracia para abertura, funcionamento e encerramento das atividades do negócio são apontadas também como limitantes para o crescimento da empresa. Segundo o GEM (2015), os empreendedores enfrentam uma alta carga tributária, assim como esbarram em uma complexa legislação brasileira que aumenta os custos de operação tornando os negócios menos competitivos.

Algumas melhorias são sugeridas pelo GEM (2015) para que a atividade empreendedora possa ser exercida de modo a contribuir para o desenvolvimento econômico e social de um país. Com relação às políticas públicas, sugere-se a simplificação da legislação trabalhista e tributária, a desburocratização dos processos administrativos e o desenvolvimento de programas ou iniciativas que estimulem o empreendedor nos primeiros anos de vida da empresa.

Com relação ao apoio financeiro, observou-se como sugestão a necessidade de uma adequação das linhas de crédito à realidade dos empreendedores, uma flexibilização da exigência de garantias reais na concessão de crédito pela análise do perfil do empreendedor e potencial do negócio e o desenvolvimento do mercado de capital de risco, com incentivos fiscais para investimento em novos negócios e o desenvolvimento de micro finanças como alternativas aos canais tradicionais (GEM, 2015).

Percebe-se também que a educação e capacitação dos empreendedores estão relacionadas à melhoria das condições de se empreender no Brasil, propondo que o empreendedorismo seja disciplina transversal nas instituições educacionais de nível básico ao nível superior. De acordo com o GEM (2014), pode-se identificar que, no Brasil o nível de empreendedores por oportunidade corresponde a 70,6% da taxa total de empreendedores brasileiros. Esse indicador é decorrente a uma situação econômica instável, que exerce influência em negócios já existentes, ocasionando a necessidade de buscar alternativas de negócios que propiciem a continuidade da atividade empreendedora.

Essa oportunidade se dá em razão da dificuldade encontrada pelo empreendedor em manter o seu empreendimento em um ambiente convencional,

que requer elevados gastos, como o caso de aluguéis em salas comerciais. Assim, o *food truck* se enquadra em uma alternativa de negócio viável por apresentar despesas menores quando comparadas aos negócios em ambientes convencionais (SEBRAE, 2016).

2.2 Food Truck: Conceitos

De acordo com o SEBRAE (2016), as práticas do *food truck* se iniciaram em 1866 por *Charles Goodnight* no Texas, Estados Unidos. No entanto, essa prática ganhou o reconhecimento mediante a crise econômica nos anos de 2008 e 2009 nos Estados Unidos. De modo geral, a ocorrência do desemprego foi identificada como uma de suas principais consequências (SEBRAE, 2016). E ao abordar o desemprego de grandes chefes de cozinha como exemplo durante essa época, pode-se observar que os *food truck* se tornaram uma alternativa de baixo investimento com o intuito de proporcionar uma culinária rápida e com qualidade (SEBRAE, 2016).

No Brasil, essa prática teve início no ano de 2012, mais precisamente no estado de São Paulo, disseminando-se posteriormente por diversas outras capitais, como Brasília, Porto Alegre, Salvador, Rio de Janeiro (SEBRAE, 2016). O intuito do *food truck* no Brasil volta-se para uma oportunidade vista por diversos empreendedores como uma possibilidade de expansão de seus negócios ou como o início da abertura de um modelo de restaurante diferenciado (SEBRAE, 2016). De certa forma, essa oportunidade de negócio é considerada como um investimento relativamente baixo que não requer a aquisição de um ponto comercial ou outros encargos (SEBRAE, 2016).

Segundo o SEBRAE (2016), o *food truck* pode ser compreendido como uma cozinha móvel sobre rodas, de pequenas dimensões que oferece serviços direcionados para o ramo alimentício. A infraestrutura do *food truck* deve ser baseada em um planejamento capaz de suprir as necessidades para a preparação adequada dos alimentos até a sua comercialização, de modo a atender as exigências da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). Assim, grande parte dos veículos requer um investimento inicial em torno de cinquenta a setenta mil

reais podendo atingir valores superiores a duzentos mil reais dependendo do tipo de tecnologia utilizada e da qualidade dos equipamentos instalados (SEBRAE, 2016).

Sendo assim, apesar das práticas do *food truck* terem sido iniciadas em 2012 no Brasil, o movimento ganhou destaque no ano de 2014 apresentando uma movimentação de cento e quarenta bilhões de reais (SEBRAE, 2016). Em relação aos motivos que fomentaram esse crescimento do *food truck* no Brasil estão relacionados às mudanças no estilo de vida daqueles que, pela falta de tempo, não podem se dedicar ao preparo da alimentação, além de associar o movimento do *food truck* ao lazer (SEBRAE, 2016). Desta forma, percebe-se o *food truck* como alternativa de negócio que agrega valor ao desenvolvimento social e econômico de um país (SEBRAE, 2016).

3 MÉTODO

A pesquisa descritiva foi utilizada no artigo, tendo em vista que essa tipologia melhor se adequa aos objetivos propostos no estudo. Sua finalidade está em expor as características de uma determinada população ou fenômeno, bem como descrever os aspectos direcionados para a distribuição por idade, procedência, sexo e o nível de escolaridade (GIL, 2010). Outro objetivo está no levantamento de opiniões, crenças e atitudes de uma amostra precisa, além de identificar possíveis relações existentes entre variáveis presentes em situações ou cenários específicos com o intuito de determinar a natureza dessa relação (GIL, 2010).

A abordagem da pesquisa foi de cunho quantitativo que se direciona para a mensuração de dados por meio da utilização de técnicas estatísticas (BOTELHO; ZOUAIN, 2006). O intuito dessa abordagem está na obtenção de maior precisão a partir das conclusões de uma determinada pesquisa, de maneira a evitar possíveis distorções nas formas de se interpretar os dados (BOTELHO; ZOUAIN, 2006). No entanto, foi realizado um estudo de campo, no qual é compreendido como uma análise mais aprimorada das questões voltadas para o estudo realizado, buscando um melhor entendimento do assunto abordado, do que apenas na distribuição das características de uma população de acordo com variáveis específicas (GIL, 2010). Assim, o estudo de campo está direcionado para o estudo de um determinado grupo ou comunidade com base na sua estrutura social, salientando a interação de seus componentes (GIL, 2010).

A coleta de dados está relacionada à escolha do instrumento ou ferramenta que será utilizada para viabilizar a investigação ou análise do conteúdo abordado em um determinado estudo (KLEIN et al., 2015). Para isso, o questionário foi selecionado como o instrumento que mais se adequou para alcançar os objetivos propostos no presente artigo. Vieira (2009) infere que os questionários são apresentados a um grupo de participantes estabelecidos pelo pesquisador, os quais serão respondidos questões, que serão transformadas em respostas mensuráveis ou estatísticas.

Foi elaborado um questionário constituído de 34 questões com característica fechada. Vieira (2009) considera que esse instrumento é autoaplicável, de maneira que o pesquisador estipula questões de múltipla escolha, ou seja, compostas por uma lista de opções que serão selecionadas uma ou mais alternativas pelos respondentes. O questionário elaborado foi dividido em duas sessões, de maneira que a primeira sessão envolvesse as características do empreendimento contendo 10 questões e as características do empreendedor com 5 questões. A segunda sessão foi classificada de acordo com a escala *Likert*, apresentando o impacto do cenário econômico no empreendimento de *food truck* em Brasília com 10 questões e as vantagens e desvantagens do empreendimento compostas por 10 questões. Gil (2010) infere que a escala *Likert* busca avaliar o grau de concordância do participante mediante os assuntos inseridos em diversos itens envolvidos na pesquisa. A concordância pode variar, por exemplo, entre as opções: discordo totalmente; discordo parcialmente; indeciso; concordo parcialmente e concordo totalmente (GIL, 2010).

Para a concretização da pesquisa foi considerada uma amostra não probabilística caracterizada pela acessibilidade que, segundo Vergara (2014), corresponde a facilidade de acesso ao objeto em estudo. Os questionários foram aplicados pessoalmente, considerando uma amostra de 19 empreendedores do segmento de *food truck* de Brasília, no período de 19 a 22 de abril de 2016, sendo que cada empreendedor demorou cerca de 10 minutos para responder o questionário.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS DADOS

A pesquisa realizada evidenciou que 63% dos empreendedores investigados do segmento de *food truck* são do sexo masculino e 37% são do sexo feminino.

Sendo que, 42% dos participantes possuem idade entre 29 a 39 anos, 32% possuem idade entre 18 a 28 anos, 21% com idade entre 40 a 50 anos e apenas 5% correspondem a idade entre 51 a 61 anos.

Ao analisar o nível de escolaridade, 53% dos empreendedores da pesquisa possuem ensino superior completo, 21% possuem ensino médio completo, 11% concluiu pós-graduação, 10% apresentam nível superior incompleto e apenas 5% realizou mestrado. Com referência a renda familiar, verificou-se que 26% dos participantes da pesquisa possuem renda de até 3 salários mínimos, 21% possuem renda de 6 a 9 salários mínimos, outros 21% possuem renda superior a 12 salários mínimos, 16% dos participantes possuem renda de 3 a 6 salários mínimos e outros 16% possuem renda de 9 a 12 salários mínimos.

Com relação a ocupação profissional, 37% dos empreendedores afirmaram que o *food truck* é o seu primeiro empreendimento, 33% disseram que já trabalharam no serviço privado, 15% tiveram um empreendimento anterior ao atual negócio, 4% já trabalharam no serviço público e 4% afirmaram possuir atualmente outro empreendimento além do *food truck*.

4.1 Características do Empreendimento

Os gráficos a seguir apresentam as características dos empreendimentos pesquisados com os respectivos produtos vendidos do segmento de *food truck*. Apontam o tempo de existência e as expectativas dos empreendedores quanto ao negócio, além dos recursos que cada empreendedor utilizou para dar início ao seu empreendimento.

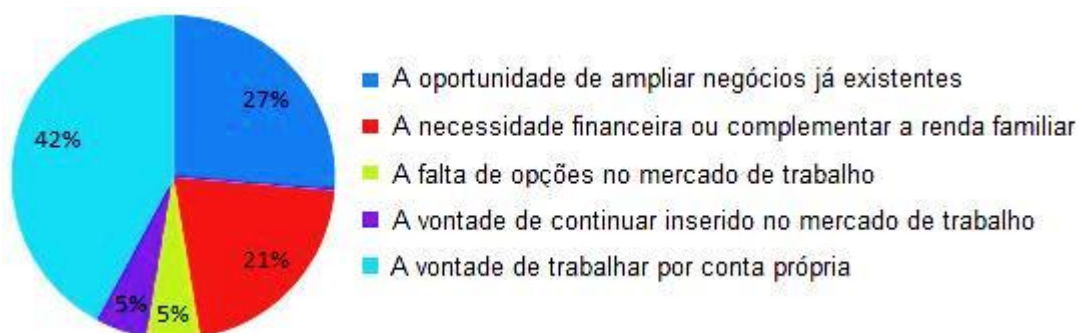


Gráfico 1 – Motivos para a abertura do empreendimento

abertura do empreendimento

Fonte – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 1 apresenta os motivos que levaram os participantes da pesquisa à abertura do empreendimento, sendo que 42% afirmaram ser a vontade de trabalhar por conta própria e 27% apontaram que foi a oportunidade de ampliar os negócios já

existentes. Esses empreendedores, de acordo com Dornelas (2016), possuem as características dos empreendedores por oportunidade, pois se utilizam de estratégias através do planejamento para maximizar o lucro empresarial e gerar novos empregos por meio da criação de novos negócios e extensão de empreendimentos já existentes. Já os 21% que afirmaram ser a necessidade financeira ou complementar a renda familiar, e duas representações de 5% com a falta de opções na oferta de novos empregos e a outra como a vontade de continuar inserido no mercado de trabalho são consideradas como empreendedores por necessidade. De acordo com Dornelas (2016), esse segundo perfil corresponde aos empreendedores mais imediatistas ao negócio. As características da falta de opções de trabalho e a necessidade de complementar a renda familiar exigem certa urgência para a abertura do negócio, fazendo com que muitas vezes não haja um planejamento adequado de suas ações para a implementação do negócio (DORNELAS, 2016).



Gráfico 2 – Tempo de existência do empreendimento

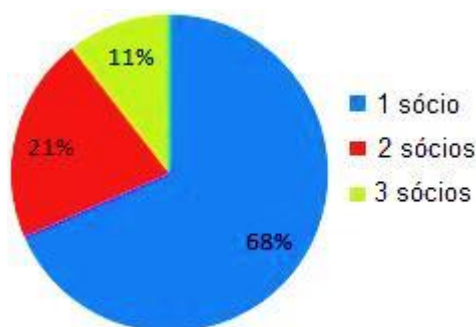
Fonte – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 2 indica que 48% dos participantes da pesquisa afirmam que seu empreendimento possui até 1 ano de existência, 26% possuem de 1 a 2 anos de funcionamento, 21% estão com suas atividades acima de 4 anos de funcionamento e 5% com 2 a 3 anos de existência.



Gráfico 3 – Tipos de produtos oferecidos**Fonte** – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 3 ilustra os tipos de produtos ou serviços oferecidos pelos empreendedores. Trinta e sete por cento deles são de lanches rápidos, 21% são de pratos quentes, 16% são doces e tortas, 16% de bebidas diversas e 10% dos empreendimentos pesquisados são de pratos de cultura internacional.

**Gráfico 4** – Quantidade de sócios**Fonte** – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 4 retrata que 68% dos empreendedores entrevistados tem apenas 1 sócio no seu negócio, 21% afirmaram ter 2 sócios e 11% disseram dividir o empreendimento com 3 sócios.

**Gráfico 5** – Quantidade de dias de operação do *food truck***Fonte** – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 5 ilustra que 47% dos empreendedores operam o seu *food truck* ao menos 5 dias na semana, 21% afirmam que o seu negócio opera ao menos 6 dias na semana, 16% dos participantes circulam com o seu *food truck* os 7 dias da semana, 11% ao menos 1 dia na semana e 5% operam o seu *food truck* ao menos 3 dias na semana.



Gráfico 6 – Quantidade de funcionários que operam o *Food Truck*
Fonte – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 6 representa a quantidade de funcionários que trabalham nos empreendimentos pesquisados. Quarenta e dois por cento dos empreendedores afirmaram trabalhar com mais de 3 pessoas no caminhão, 32% trabalham com apenas 2 pessoas, 21% afirmaram trabalhar com 3 pessoas apenas e 5% não consideraram nenhuma das opções.



Gráfico 7 – Estratégias de divulgação do empreendimento
Fonte – Elaborada pelo pesquisador

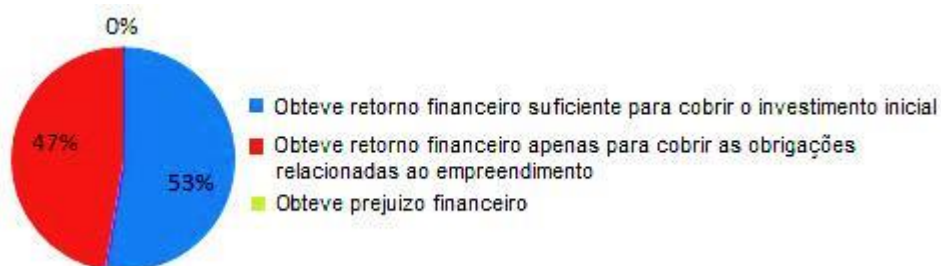
O gráfico 7 apresenta as estratégias de divulgação utilizadas pelos empreendedores pesquisados. Trinta e nove por cento dos empreendedores participam de eventos abertos e fechados, 32% utilizam as redes sociais para a divulgação do seu negócio, 15% oferece promoções aos seus clientes e duas representações de 7% correspondem a utilizar cartões fidelidade ou efetuar divulgação boca a boca.



Gráfico 8 – Expectativa dos empreendedores sobre o *Food Truck*

Fonte – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 8 representa a expectativa futura dos empreendedores com relação ao seu negócio. De acordo com a pesquisa, 26% dos participantes afirmaram estar satisfeitos com o negócio, 21% afirmaram que pretendem expandir o negócio em franquias, outros 21% afirmaram que pretendem investir em equipamentos mais sofisticados, 16% disseram que pretendem aumentar a quantidade de caminhões, 11% responderam que pretendem investir na personalização do caminhão e 5% pretendem investir em um caminhão maior. Segundo Salim e Silva (2010), a expectativa dos empreendedores está relacionada à sua capacidade de tomar decisões corretas, de maneira que os participantes ao responderem que pretendem investir em equipamentos, na personalização do veículo, expansão do negócio em franquias, devem considerar o levantamento de informações e o planejamento com o intuito de avaliar a viabilidade e as alternativas para a concretização de suas expectativas.

**Gráfico 9** – Retorno do investimento sobre o *Food Truck*

Fonte – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 9 apresenta o retorno financeiro dos empreendedores sobre o *food truck*. A pesquisa apresentou que 53% dos participantes obteve retorno financeiro suficiente para cobrir o investimento inicial, 47% obteve retorno financeiro apenas para cobrir as obrigações para operar o empreendimento mensalmente e nenhum dos respondentes afirmou se obteve prejuízo com o empreendimento. Segundo Dornelas (2016), os retornos financeiros obtidos nos negócios dependem dos tipos de empreendedores e a maneira como cada um deles gerencia sua empresa, considerando o planejamento financeiro adotado e a maneira que os recursos são administrados.

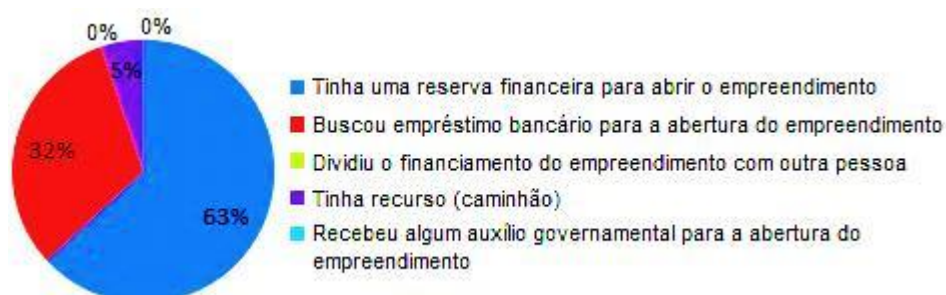


Gráfico 10 – Expectativa dos empreendedores sobre o *Food Truck*

Fonte – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 10 ilustra as possíveis alternativas utilizadas pelos empreendedores pesquisados. De acordo com os dados, percebe-se que 63% dos participantes tinham uma reserva financeira para a abertura do empreendimento, 32% buscou empréstimo bancário para a abertura do empreendimento e apenas 5% tinham recurso (caminhão) para a iniciação das suas atividades. Dessa maneira, observa-se que 63% dos participantes da pesquisa que investiram em uma reserva financeira e que pouparam as suas rendas se basearam em um planejamento para efetuar futuras aplicações no empreendimento. De acordo com Dornelas (2016), o planejamento de uma empresa é imprescindível para a sua implementação e o seu desenvolvimento, cuja finalidade está em auxiliar o empreendedor na tomadas de decisões e nas diretrizes do seu empreendimento.

Pode-se ainda inferir que, os 32% dos empreendedores que recorreram aos empréstimos bancários estão sujeitos a assumir altos riscos relacionados ao empreendimento, tendo em vista que não possuem a certeza de que o seu negócio irá crescer o suficiente para honrar com seus compromissos (DORNELAS, 2016).

4.2 Fatores do cenário econômico e o *food truck*

Os gráficos a seguir apontam as avaliações obtidas pelos participantes da pesquisa acerca das vantagens e desvantagens de se empreender através do segmento de *food truck*, bem como alguns fatores que norteiam o cenário econômico e que influenciam no desenvolvimento das práticas do negócio.

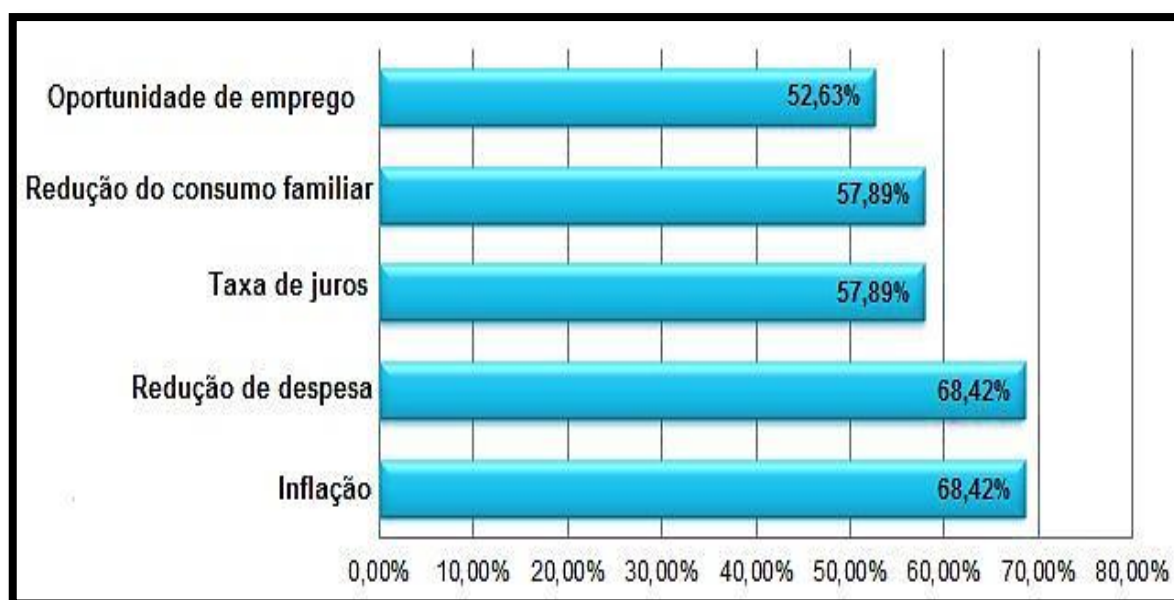


Gráfico 11 – Fatores que impactam o segmento de *food truck*

Fonte – Elaborado pelo pesquisador

O gráfico 11 apresenta fatores do cenário econômico que exerce impacto sobre o empreendimento dos participantes da pesquisa. Johnson (2011) infere que existem diversos fatores inseridos no macro ambiente que podem ocasionar impactos sendo eles maiores ou menores nas organizações. Considerando este conceito, observou-se que a inflação e o foco na redução de despesas foram os fatores que mais impactaram os empreendimentos com 68,42% das respostas. Segundo a opinião dos participantes da pesquisa, a taxa de juros exerce algum impacto com 57,89% das respostas dadas, assim como, a redução do consumo familiar que obteve a mesma pontuação.

Por último, o indicador correspondente à oportunidade de encontrar novos empregos no mercado de trabalho por meio do segmento obteve pontuação de 52,63% decorrentes da falta de oferta de empregos formais oferecidos por outras instituições. Considerando esta informação, infere-se que a busca por novas alternativas de empreender pode ser compreendida como uma maneira de visualizar determinados eventos em cenários futuros com base em informações advindas de situações passadas e do presente (LAMOUNIER; SOUZA, 2006). Assim, de acordo com os dados deste gráfico, percebe-se que fatores do cenário econômico como, por exemplo, a inflação e a taxa de juros foram os que mais impactaram os empreendimentos, ocasionando uma redução nas despesas envolvidas no negócio,

no poder de consumo das famílias, além das venda de produtos e prestação de serviços de alguns *food truck*.

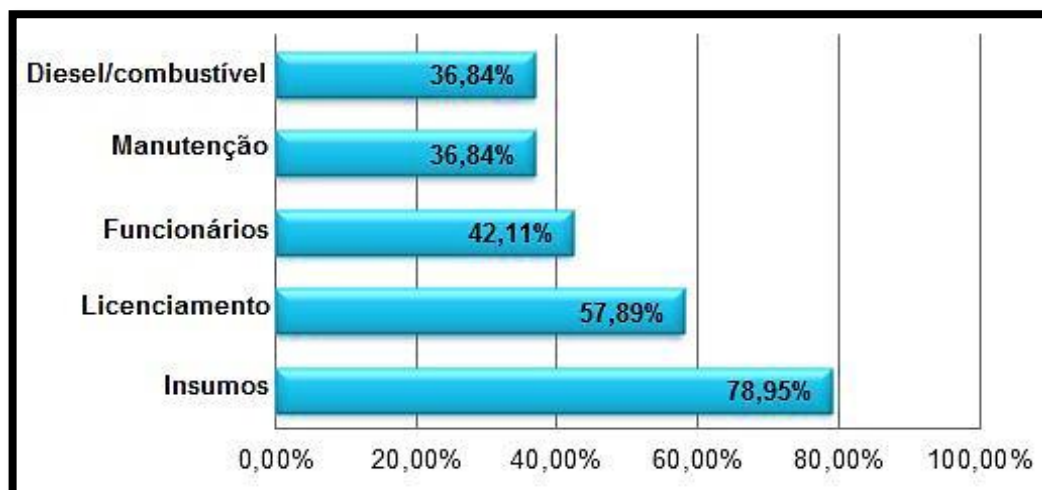


Gráfico 12 – gastos com o *Food Truck*

Fonte – Elaborada pelo pesquisador

Com relação aos gastos com o *food truck* e o impacto que o cenário econômico exerce no empreendimento, verificou-se que 78,95% dos participantes da pesquisa afirmaram que os gastos com a aquisição de insumos para a preparação dos alimentos impactam consideravelmente no negócio. Para 57,89% dos respondentes, os gastos com licenciamento e regulação dos caminhões exercem algum impacto no empreendimento. Quarenta e dois vírgula onze por cento dos participantes responderam que os gastos com os funcionários exercem um impacto moderado no negócio. E para 36,84% dos respondentes os gastos com manutenção e combustível apresentam um impacto menor no empreendimento.



Gráfico 13 – Vantagens do *Food Truck*

Fonte – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 13 apresenta as vantagens do segmento de *food truck*. De acordo com a pesquisa, 100% dos participantes afirmaram que trabalhar por conta própria

teve muita vantagem na iniciativa de abertura do empreendimento. Para 89,47% dos respondentes, a flexibilidade de horários para trabalhar também é um fator de vantagem para o empreendimento.

Para 73,68% dos empreendedores a flexibilidade de locomoção e participar de eventos abertos e fechados são caracterizados como vantagem para o negócio. Segundo Salim e Silva (2010), essas vantagens são consideradas como a oportunidade do empreendedor em explorar e estudar novos ambientes, construindo novas redes de contato, além de colocar em prática suas habilidades de negociação para trazer algum benefício para o seu empreendimento. E para 36,84% dos participantes a ausência de aluguel com ponto comercial é o indicador que menor apresenta vantagem no negócio.



Gráfico 14 – Desvantagens do *Food Truck*

Fonte – Elaborada pelo pesquisador

O gráfico 14 apresenta as desvantagens encontradas no segmento de *food truck*. De acordo com os pesquisados, 63,16% afirmaram que a necessidade de um ambiente alternativo para armazenagem de insumos tem muita desvantagem para o negócio. Quarenta e sete, vírgula trinta e sete por cento dos empreendedores afirmaram que a falta de segurança é um fator de desvantagem para o empreendimento, 42,11% dos participantes apontaram que o limite de transporte de mesas e cadeiras por falta de espaço físico é um fator de média desvantagem e para 36,84% dos respondentes, a falta de locais adequados para o descarte de rejeitos é um fator de pouca desvantagem para o negócio. Ao considerar essas desvantagens, Birley e Muzyka (2001) inferem que os empreendedores devem explorar novas oportunidades, independente dos recursos que se têm em mãos, exigindo que sejam persistentes para enfrentar mudanças e obstáculos, não desistam diante das

dificuldades e focuem suas energias na execução de atividades relacionadas ao seu empreendimento.

CONCLUSÃO

O presente artigo teve por finalidade apresentar a análise dos fatores que impactam o segmento de *food truck* no Distrito Federal mediante o atual cenário econômico. Assim, foi necessário analisar o segmento de *food truck* no Distrito Federal, verificar as razões para a escolha de empreender nesse segmento, as vantagens e desvantagens encontradas no desenvolvimento do empreendimento, além de relacioná-los ao atual cenário econômico.

Pode-se concluir que, a inflação por ser um dos fatores que norteiam o cenário econômico foi o que mais impactou os empreendimentos do segmento de *food truck*, acarretando na redução de despesas. Verificou-se ainda que, os maiores gastos pertinentes ao negócio estão direcionados para os insumos e para o licenciamento, que concerne na regularização do veículo.

A ausência de aluguel em um ponto comercial sendo um dos indicadores de vantagens do segmento de *food truck* foi o que apresentou a menor porcentagem dos participantes da pesquisa, que afirmaram ser um fator que trouxesse benefício para o empreendimento. Este indicador foi associado à necessidade dos empreendedores a buscar um ambiente alternativo para armazenar e preparar os insumos, no qual exige o desembolso financeiro para o espaço a ser adquirido. Essa situação depende do tipo de serviço que alguns *food truck* oferecem aos seus clientes, tendo em vista que alguns veículos não possuem o espaço suficiente para comportar todos os recursos e insumos necessários para desenvolver as atividades do empreendimento. No entanto, todos os respondentes afirmaram que o ponto positivo está em trabalhar por conta própria, além da flexibilização com os horários.

As limitações foram encontradas a partir da escassez de recursos bibliográficos relacionados ao segmento do *food truck*. Em contrapartida, sugere-se pesquisas futuras considerando um maior número de amostras, tendo em vista o

crescimento de oportunidades de novas alternativas de trabalho através desse segmento, que necessita de informações mais apuradas quanto aos aspectos direcionados para suas regulamentações, bem como a análise das estratégias que são adotadas por esse segmento para o posicionamento no mercado visando a atração e retenção de seus clientes.

REFERÊNCIAS

- ANTHONY, G.; JONATHAN, T. *Teoria Social Hoje*. São Paulo: Unesp, 1996.
- BIRLEY, S.; MUZYKA, D. F. *Dominando os Desafios do Empreendedor*. São Paulo: Pearson, 2001.
- BOTELHO, D.; ZOUAIN, D. M. *Pesquisa Quantitativa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2006.
- DORNELAS, J. *Empreendedorismo na Prática*. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2007.
- DORNELAS, J. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- DRUCKER, P. F. *Inovação e Espírito Empreendedor*. São Paulo: Pioneira Thomson Learnig, 2005.
- GEM. *Empreendedorismo no Brasil 2015*. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)>. Acesso em: 11 Mar. 2016.
- GEM. *Empreendedorismo no Brasil 2014*. Disponível em: Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_relata%C3%B3rio%20executivo.pdf>. Acesso em: 11 Mar. 2016.>. Acesso em: 14 Mar. 2016.
- GIL, A. C. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GRUMBACH, R. J. S.; MARCIAL, E. C. *Cenários Prospectivos: como construir um futuro melhor*. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- JOHNSON, G.; SCHOLLES, K.; WHITTINGTON, R. *Fundamentos de Estratégias*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- KLEIN, A. Z. et al. *Metodologia de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2015.

LAMOUNIER, B.; SOUZA, A. *O Futuro da Democracia: Cenários Políticos - Institucionais até 2022*. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/eav/article/view/10121>>. Acesso em: 20 Mar. 2016.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. *Introdução ao Empreendedorismo*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SEBRAE. *Conheça as Características Empreendedoras Desenvolvidas no Empretec*. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec.d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 12 Mar. 2016.

SEBRAE. *Como Montar um Food Truck*. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-food-truck.8aea5c669e2df410VgnVCM1000004c00210aRCRD#naveCapituloTopo>>. Acesso em: 13 Mar. 2016.

VERGARA, S. C. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

VIEIRA, S. *Como Elaborar Questionários*. São Paulo: Atlas, 2009.