



## EMPREENDER EM UM *FOOD TRUCK*: Sonho ou Pesadelo? Uma Análise do Cenário em Curitiba - PR

### FOOD TRUCK BUSINESS: Dream or Nightmare? A Scenario Study in Curitiba - PR

Christiane Bischof dos Santos <sup>(1)</sup>

Edna Regina Cicmanec <sup>(2)</sup>

FAE Centro Universitário, Curitiba-PR

#### RESUMO

O número de profissionais pertencentes à área da gastronomia expandiu-se significativamente nos últimos anos em todo o mundo. No Brasil, tal fenômeno ocorre associado tanto a uma maior capacidade de compra do consumidor, quanto a uma mudança cultural em relação à alimentação, em especial a alimentação fora do lar. Em 2011 eram 93 escolas de gastronomia de nível superior no país. Em 2016, o número de intuições aumentou para 169, capacitando cerca de 7.000 novos profissionais a cada ano (INEP, 2016). Naturalmente, muitos destes profissionais ambicionam trabalhar como chefs de *cuisine* ou ter seu próprio restaurante, contexto que contribuiu para a rápida emergência dos *Food Trucks* em 2013 no país. Entretanto, somente o talento na cozinha não é suficiente para garantir o sucesso a nesse tipo de negócio. Como na maioria dos empreendimentos, outros aspectos também concorrem para o seu desempenho. Em Curitiba-PR, a legislação aplicável aos *Food Trucks* configura-se atualmente como uma das principais barreiras ao desenvolvimento e desempenho destes empreendimentos no município. Portanto, este artigo objetiva identificar o desenvolvimento do negócio de *Food Trucks* na cidade. Para tanto, realizou-se uma análise aprofundada da legislação municipal aplicável às operações deste tipo de empreendimento. Também foram conduzidas entrevistas junto a representantes da prefeitura e dos empreendedores, com vistas a identificar qual é o panorama atual deste negócio no município. As análises resultantes ilustram como o conhecimento da legislação ainda diverge boa parte dos *stakeholders* envolvidos. Também se verifica, que a falta de uma fiscalização eficaz prejudica não só os cidadãos como os próprios empreendedores.

**Palavras-chave:** *Food Trucks*; legislação; empreendedorismo; poder público.

#### ABSTRACT

It is not uncommon people who love cooking to dream about owning a restaurant or at least working as a chef de cuisine. The *Food Truck* business emerged as an entrepreneurial alternative for many people. But cooking talent is not enough to be successful in this business. Many other aspects may impact the performance, and the regulation might be one of the barriers to these ventures. In Curitiba, a city located in southern Brazil, it is possible to verify that there is a back and forth in this business model development and performance. The purpose of this paper is to identify the current *Food Trucks* scenario in Curitiba. In-depth analysis of the city regulations regarding *Food Trucks* operation as well as interviews with both city and venture owners representatives aims to uncover the current panorama of this business. Taken together, the analysis results illustrate how regulations knowledge still diverge, impairing homogeneous understanding by all involved stakeholders. Additionally, the lack of an effective law enforcement harms not only the citizens but also the ventures.

**Keywords:** *Food Trucks*; regulation; entrepreneurship; public power.

## INTRODUÇÃO

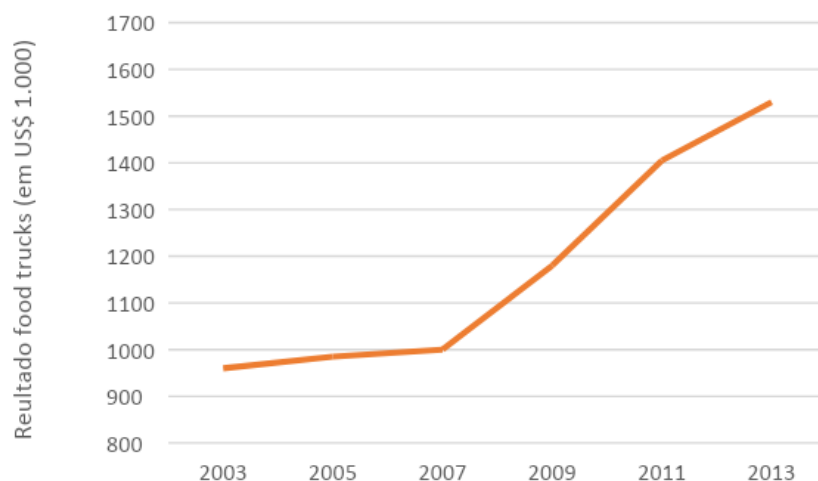
O modelo de negócio dos *Food Trucks* tem suas origens nos Estados Unidos e é ainda muito popular em cidades americanas. No Brasil, é um modelo relativamente recente e apresenta um significativo mercado em potencial. Inicialmente estabelecido em São Paulo, este modelo foi replicado por empreendedores em diversas cidades.

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD 2014, conduzida e divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2014), serviços de alimentação empregaram 14% dos trabalhadores do setor de serviços. O relatório atesta ainda, que o crescimento dos serviços de alimentação foi maior que 40% desde 2007.

Em 2016, a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) publicou uma nota informando que os consumidores continuavam a consumir comida de rua, entretanto, dado o cenário de crise econômica no país, estes consumidores estão gastando significativamente menos (ARBEX, 2016). Esta informação é reiterada pelo relatório setorial emitido pelo Euromonitor (2018).

De acordo com Simões (2017), em 2014, o negócio de *Food Trucks* apresentou uma rentabilidade de R\$140 bilhões ao país, o que representou à época um crescimento de 20% se comparado ao ano de 2013.

De acordo com o relatório emitido em 2017 pela empresa de tecnologia americana *Intuit - o Intuit Food Report*, elaborado em parceria com a *Emergent Research* - empresa de consultoria americana com foco em pequenos negócios, o mercado americano dobrou de tamanho nos últimos anos e continua em expansão. Esperava-se que as vendas nesse mercado atingissem por volta de US\$ 2,7 Bilhões em vendas ao final de 2017 (INTUIT, 2012). Esta previsão foi confirmada pela *IBISWorld*, empresa americana de pesquisa de mercado. De 2011 a 2016, este setor teve crescimento a uma taxa anual de 7,9% (THE ECONOMIST, 2017). Em uma visão mais ampla, a lucratividade dos *Food Trucks* começou a crescer muito rapidamente em 2007, chegando a quase 50% de aumento nos lucros ao longo de 5 anos e atingindo 1,5 bilhões de Dólares em 2012, conforme se apresenta na Figura 2, adaptada de Anenberg & Kung (2015).



**Figura 2: Resultado anual do negócio de *Food Trucks* nos EUA**

Fonte: Adaptado de Anenberg & Kung (2015)

Devido ao aspecto da novidade, há somente alguns estudos sobre o negócio de *Food Trucks* no Brasil. Um aspecto importante do modelo se refere às diferenças de legislação entre uma cidade e outra. Em algumas localidades não há qualquer tipo de regulamentação. Por conta disso, o efeito que os *Food Trucks* geraram em São Paulo não é igualmente identificado em outras cidades do país.

Neste contexto, este estudo objetivou identificar como se desenvolveu o modelo de *Food Trucks* em Curitiba, Paraná. Trata-se de uma região na qual a atividade comercial em *Food Trucks* cresceu entre 2014 e 2017, mas que atualmente sofre com uma queda no mercado (EUROMONITOR, 2018).

A fim de atingir este propósito, buscou-se identificar e compreender aspectos da legislação e regulamentação aplicável à atividade no município. Inicialmente, identificou-se a legislação relevante aplicável e válida nos últimos anos. Posteriormente, uma análise aprofundada do conteúdo desta legislação foi realizada a fim de avaliar mudanças em resoluções específicas que, de alguma forma, impactaram o desenvolvimento do comércio em *Food Trucks* em Curitiba. Por fim, entrevistas foram conduzidas junto a representantes dos empreendedores e proprietários de *Food Trucks*, bem como juntamente à pessoa designada e responsável pela regulamentação da atividade na Prefeitura Municipal de Curitiba.

A regulamentação relativa às condições de operação e requisitos de concessão devem ser cuidadosamente articuladas a fim de se assegurar o balanço ante as demandas da comunidade e o desenvolvimento da cidade.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Ao longo dos anos, em particular devido à globalização, estilos e organizações sociais sofreram importantes alterações. No que tange aos hábitos alimentares, a chegada em massa das cadeias de *Fast Foods* foi comemorada por alguns e desprezada por outros (ARNETT, 2002; PERTILE; GASTAL, 2016). Pertile e Gastal (2016) destacam que as redes de *Fast Food* trouxeram uma novidade em particular para a população que se alimenta fora de casa: a velocidade. Os pesquisadores apontaram ainda outros aspectos que são valiosos para o público com este perfil, entre os quais estão a acessibilidade, opções de pagamento e boa comida (até mesmo gourmet) a preços bastante razoáveis.

Em paralelo, crises econômicas podem alterar as formas de ofertar refeições. Como alternativa ao modelo tradicional de restaurantes, chefs talentosos levaram suas habilidades culinárias para as ruas. Em seu estudo, Wessel (2012, p.515) relata que chefs que agora trabalham com *Food Trucks* acham este modelo de negócio “mais recompensador, flexível e financeiramente viável do que manter um restaurante de ‘tijolo e argamassa’.”

### Características do negócio de *Food Trucks*

O modelo de negócio de *Food Trucks* é definido como uma cozinha pequena sobre rodas e em movimento, caracterizado como um local pequeno, atraente e acessível para se fazer refeições. O modelo de negócios pode ser considerado do tipo *built-to-order* por meio do contato direto com o fornecedor que pode fazer seu pedido de acordo com algumas preferências pessoais, o que caracteriza já um grau de customização (ENDERS; JELASSI, 2000). Conforme

salientam Alfiero, Lo Giudice e Bonadonna (2017), o custo relativamente baixo de entrada juntamente com o marketing de baixo custo ou até mesmo gratuito são somente algumas das razões do porquê o modelo de negócios dos *Food Trucks* tem chamado a atenção dos empreendedores.

A atividade ambulante, já bastante antiga, data de 1690, tendo suas primeiras iniciativas na cidade de Nova Iorque, EUA. Mais tarde, em 1860 aproximadamente, Charles Goodnight criou os Chuck Wagons (ou carroças do Chuck) para alimentar os cowboys no Texas, lançando assim a primeira cozinha móvel conhecida. Goodnight adaptou uma carroça de madeira substituindo a carga por contentores para estocar comida e dispor os utensílios de cozinha (SOUZA; LOPES, 2017; WEBER, 2012). Weber (2012) também menciona que o primeiro *Food Truck* tradicional, similar ao que se vê atualmente, foi criado por Walter Scott em 1872, que criou as Lunch Wagons (carroças para almoço). Anos depois, por volta de 1950, começaram a aparecer cada vez mais vendedores de rua na cidade de Nova Iorque, principalmente nas áreas onde havia maior concentração de imigrantes, ou seja, áreas onde a legislação da cidade não era devidamente fiscalizada. Por conta desta condição, os alimentos comercializados pelos *Food Trucks* eram considerados como muito baratos e de baixa qualidade (SOUZA; LOPES, 2017; WEBER, 2012). Mas, conforme, afirma Weber, atualmente os *Food Trucks* fazem parte da cultura Americana e de muitos outros países, independentemente das condições sociais de seus frequentadores.

Além disso, conforme afirmam Hoffmann, Leonelo, Dias, Matias (2016) e Anenberg e Kung (2015), os *Food Trucks* têm se mostrado mais focados em vender alta gastronomia (comida gourmet), eventualmente natural e orgânica. É possível

também verificar na Figura 2 o efeito da crise de 2008 no aumento do Mercado para este negócio. Em função da recessão, muitos chefs de *cuisine* foram demitidos e encontraram um novo caminho no nicho de *Food Trucks*, como sendo uma nova alternativa viável e lucrativa (ANENBERG; KUNG, 2015; INTUIT, 2012; MARTIN, 2014). Com este novo perfil, o cardápio dos *Food Trucks* tornou-se mais sofisticado. Ofertas de especializadas começaram a emergir tais como hambúrgueres gourmet, comida asiática e refeições saudáveis. Mais do que oferecer opções diferentes à população nas regiões centrais das cidades, é também uma opção altamente atraente, haja vista que representa a oportunidade de provar uma comida muito boa, por vezes preparado por um chef de *cuisine* e ofertada a preços bastante competitivos. Martin (2014, p.1880) também ressalta que “o consumo da comida gourmet tem papel essencial na criação de uma experiência urbana excitante”.

Em paralelo, outra causa importante para o crescimento do negócio, levantada por Anenberg e Kung (2015), foi o surgimento e a disseminação da tecnologia de comunicação móvel (smartphones). *Twitter*, *Facebook* e websites são também ferramentas importantes para alertar clientes quanto à localização de *Trucks* e cardápios, tal qual Martin (2014) experimentou em Chicago (EUA).

### **Expansão dos *Food Trucks* no Brasil e em Curitiba-PR**

Os primeiros *Food Trucks* do Brasil surgiram na cidade de São Paulo-SP, em 2013. Este modelo de negócios espalhou-se rapidamente, consistindo em uma oportunidade interessante para empreender com um investimento inicial relativamente baixo. Em seguida, já era possível encontrar *Food Trucks* em outras capitais do Brasil e esta

forma de comércio começou a ganhar cada vez maior popularidade entre os cidadãos (SEBRAE, 2015). Em 2013, o lucro mensal de um *Food Truck* podia chegar até R\$ 20.000,00 (vinte mil Reais) e muitos empreendedores já esboçavam a intenção de adquirir um segundo veículo nos próximos anos (SIMÕES, 2017). Entretanto, o contexto do país mudou significativamente desde então e percebe-se atualmente uma tendência de queda no setor. Recentemente, o Euromonitor (2018) publicou o relatório *Street Stalls and Kiosks in Brazil*, no qual prospecta-se que muitos empreendedores que entraram no setor nas grandes cidades estão agora vendendo seus veículos “principalmente devido à falta de experiência no setor de serviços de alimentação bem como a queda no valor gasto pelos consumidores”.

Em Curitiba, o negócio de *Food Trucks* iniciou em 2014. A Gazeta do Povo – jornal local de grande repercussão – reportou sobre 8 *Food Trucks* que participariam de um evento, o Brasil *Motorcycle Show*. Em 2015, a cidade promoveu o primeiro evento com foco na apresentação deste novo modelo de negócio denominado “Parada *Truck*”. O evento reuniu na época quase 30 participantes, incluindo *Food Trucks*, *Food Bikes* e alguns quiosques (BOMGOURMET, 2015; BUENO, 2014).

Em relação aos locais de venda, os veículos devem ser preferencialmente itinerantes. Portanto, *Food Trucks* devem estacionar e vender seus produtos em diferentes locais públicos na cidade por período determinado. Mesmo a disponibilidade em *Food Parks* deve ser restrita. Entretanto, a regulamentação sobre o estacionamento e funcionamento dos veículos é definida localmente e durante o

período de realização desta pesquisa, somente foi constatada em São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba. Em São Paulo, as subprefeituras (32 subdivisões regionais e administrativas da cidade) são responsáveis por designar as áreas para o comércio. Alguns proprietários de *Food Trucks* na capital paulista reclamam que as subprefeituras designam ruas pouco movimentadas para esta atividade e há impacto direto nas vendas. Devido a estas barreiras, a maioria dos empreendedores já preferem trabalhar em áreas privadas, tais como *Food Parks*, shopping centers ou outras localidades previamente licenciadas para esta atividade. Entretanto, além de implicar custos altos, estas localidades fixas reduzem substancialmente a capacidade de vendas (SEBRAE, 2015; SOARES, 2016). Uma vez que *Food Trucks* não podem estacionar em qualquer local, os proprietários dos veículos têm focado ultimamente na participação de eventos a fim de sobreviver. Os empreendedores perceberam que estacionar seus *Trucks* em eventos é mais lucrativo do que parar nas ruas. Isto ocorre porque as pessoas que participam destes eventos usualmente reservam algum valor para o consumo de comida e bebidas (EUROMONITOR, 2018).

Até a primeira legislação referente ao comércio de alimentos feito por *Food Trucks* em áreas públicas ser aprovada pela Prefeitura de Curitiba, em 2015, a Associação Paranaense de *Food Trucks* (APFT) promoveu eventos em áreas privadas. Em 2016, a APFT estimou que havia em torno de 160 *Food Trucks* na cidade. Entretanto, estimava-se que somente onze destes empreendimentos estariam em situação regular, ou seja, estariam devidamente licenciados (COVACCI; TORRENTE, 2016). De acordo



ainda com Covacci e Torrente, os proprietários dos veículos reclamavam principalmente da quantidade de documentos necessários e da burocracia. Argumentam que a regularização dos *Food Trucks* toma um tempo significativo e torna o processo cansativo. Conseqüentemente, conforme apontado previamente pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - e pelo Euromonitor (ARPEX, 2017; EUROMONITOR, 2018), muitos empreendedores estão desistindo do negócio prematuramente, optando por vender seu veículo e/ou partir para um empreendimento em local fixo. Soares (2016) também aponta que a gestão superficial (até mesmo amadora) e, em paralelo, a concorrência intensa no mercado também consistem em problemas encontrados pelos proprietários de *Food Trucks*.

Em janeiro de 2018, onze localidades na região central de Curitiba foram definidas para atividade exclusiva de *Food Trucks*. De acordo com estas regras, os veículos não podem estacionar no mesmo lugar todos os dias e devem obrigatoriamente circular pelas vagas demarcadas seguindo rigorosamente um itinerário estabelecido. Recentemente, conforme informações de junho de 2018, somente um veículo está operando nas ruas. Outros dois devem começar a operar em breve. De acordo com o Departamento de Urbanismo da cidade de Curitiba, os outros empreendedores ainda se encontram em processos de regularização. Entretanto, a regra de rotatividade não tem agradado os empreendedores com o argumento de que pode prejudicar as vendas, uma vez que não há espaço para formação de uma clientela (PREFEITURA DE CURITIBA, 2018; VOITCH, 2018). As implicações dos demais aspectos destas novas regulamentações, bem como o ponto de vista dos diferentes atores diretamente envolvidos no processo, são

apresentados nas análises seguintes. Adicionalmente, abrir e operacionalizar um *Food Truck* em Curitiba enfrenta um outro desafio relevante: as condições climáticas da cidade. Anenberg e Kung (2015) já haviam apontado que algumas condições ambientais podem prejudicar o negócio, tais como clima, poluição, fornecimento de água e energia, a disponibilização de banheiros entre outros. Conhecida como a capital mais fria do Brasil, Curitiba está localizada em torno de 900 metros acima do nível do mar. A temperatura média no inverno é 13 °C, mas, eventualmente, podem até cair próximo dos 0 °C. Este é certamente um aspecto que influencia os hábitos de consumo e alimentação na rua, entretanto, não será tratado neste estudo.

De qualquer forma, ainda há algumas percepções otimistas relativas a este tipo de negócio. Soares (2016) entrevistou alguns proprietários de *Food Trucks* em São Paulo e muitos destes empreendedores ainda consideravam o negócio como comercialmente viável, apesar de todos concordarem que a diferenciação estratégica é essencial. Conforme já mencionado, o relatório da Euromonitor aponta que, uma vez que os proprietários de *Food Trucks* estão mantendo o foco de suas operações em eventos, deveriam trabalhar com opções de embalagens mais práticas. Esta é considerada uma preocupação relevante neste novo contexto, pois com embalagens adequadas, os consumidores podem comer em pé ou até mesmo caminhando pelo evento. Além disso, os empreendedores deveriam otimizar suas operações para reduzir o tempo gasto aguardando o preparo das refeições, uma vez que os consumidores querem retirar sua refeição e voltar a participar do evento o mais brevemente possível (EUROMONITOR, 2018).

### Legislação aplicável aos *Food Trucks*

No início do aparecimento dos primeiros *Food Trucks* nos Estados Unidos, as regulamentações eram definidas de maneira muito superficial pelas autoridades municipais (Wessel, 2012). Entretanto, com a expansão deste tipo de negócio, os empreendedores precisam, atualmente, se submeter a uma série de normas, relacionadas a fatores espaciais e econômicos dos municípios (WESSEL, 2012).

Os efeitos das regulamentações provenientes do poder público em pequenas e médias empresas foram recentemente estudados por Mallett, Wapshott e Vorley (2018). Segundo os autores, as regulamentações sobre empresas representam para os empresários uma tentativa das autoridades (governos) em influenciar ou controlar o ambiente e práticas organizacionais. Isso gera reação por parte dos proprietários-empresendedores que reclamam dessa interferência argumentando que a mesma afeta os negócios. Entretanto, a relação entre simplificação da regulamentação aplicável e resultados positivos, tais como crescimento das empresas, ainda carece de verificação (MALLETT et al., 2018).

Além da regulamentação que visa proteger os restaurantes, outras preocupações para os proprietários de *Food Trucks* nos EUA consistem na obstrução de ruas, limitação de vagas para estacionamento dos demais cidadãos e incômodo à vizinhança com a presença de grande número de consumidores, além das emissões gasosas provenientes dos veículos e cozinhas adaptadas. Em 2011, Severson escreveu um artigo no jornal *The New York Times* sobre os aspectos negativos dessa tendência de negócios. O autor também enfatizou a

necessidade de que as autoridades municipais devem elaborar uma regulamentação mais eficaz para lidar com esses temas (SEVERSON, 2011).

Portanto, mesmo nos EUA, local onde nasceram os *Food Trucks*, a legislação aplicada ao negócio continua a ser questionada e continuamente revisada. Além disso, cabe às autoridades municipais garantir que todas as mudanças sejam devidamente publicadas e compreendidas pelos públicos por ela afetados.

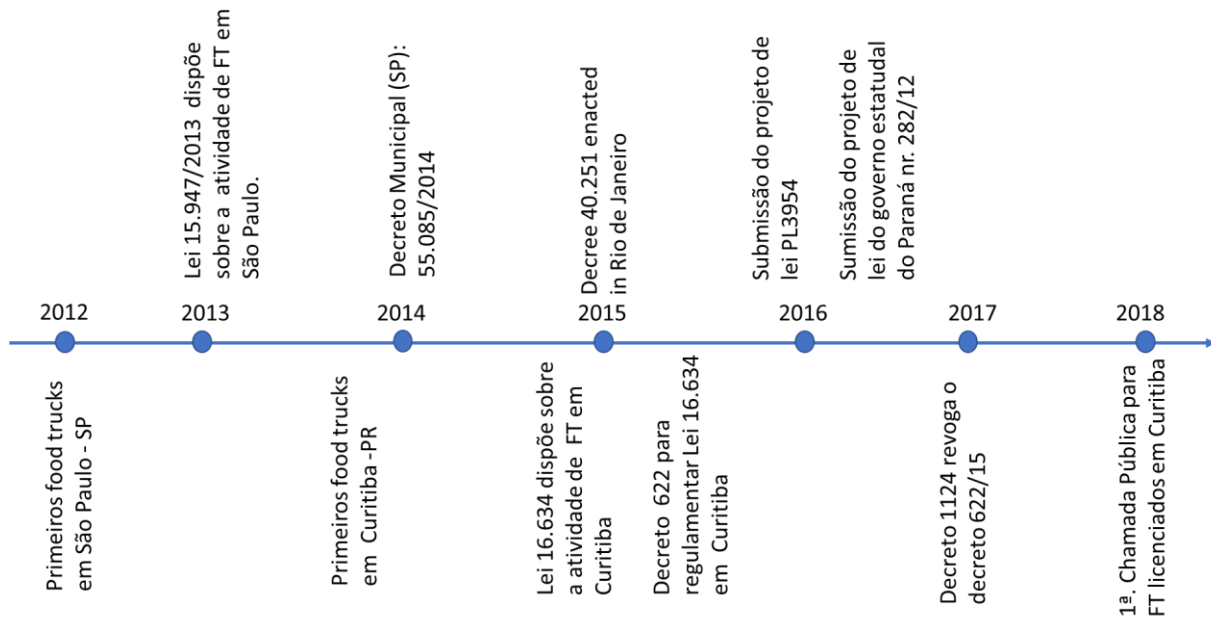
No Brasil, a primeira lei referente à comercialização e distribuição de refeições nas ruas foi a Lei no 15.947, sancionada em 2013 pela Prefeitura de São Paulo. A regulamentação foi realizada logo em seguida por meio do Decreto 55.085/14 que dispõe sobre obrigações por parte de entidades licenciadoras e de inspeção da cidade de São Paulo. O decreto também define regras para equipamentos e veículos como, por exemplo, comprimento máximo e horários. Na cidade do Rio de Janeiro, a lei municipal válida atualmente é a de no 40.251, sancionada em julho de 2015. Em janeiro de 2017, sancionou-se o decreto no. 42.815, ainda válido, que determina que a Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Emprego e Inovação (SMDEI), em conjunto com a Secretaria Municipal de Projetos Estratégicos, seria responsável por definir os locais de estacionamento bem como horários de funcionamento.

Em Curitiba, a Lei municipal no. 14.634, sancionada em abril de 2015, dispõe sobre comercialização de alimentos por *Food Trucks* em áreas privadas e públicas. O decreto que primeiramente regulamentou a lei foi o no 622/2015. Entretanto, este decreto foi revogado em seguida pelo decreto no 1124, sancionado em junho de 2017, ano da

posse do novo prefeito e consequente mudança da equipe de governo municipal (PREFEITURA DE CURITIBA, 2017).

A Figura 3 apresenta um breve resumo em forma de linha do tempo da

legislação existente para *Food Trucks* em São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba:



**Figura 3: Linha do Tempo –Resumo da Legislação para *Food Trucks***

Fonte: Elaborado pelas autoras

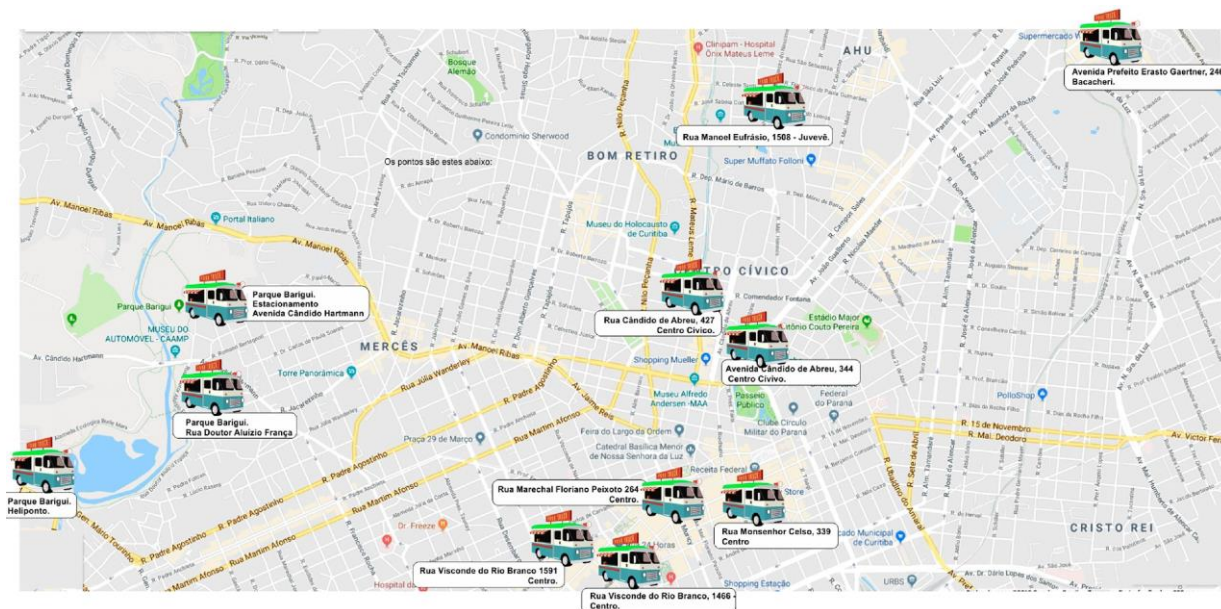
Em janeiro de 2018, onze locais para estacionamento foram disponibilizados para atividade exclusiva de *Food Trucks* em Curitiba, conforme disposições dadas pelo Decreto no 1124/17. De acordo com a página virtual da Prefeitura de Curitiba, estes espaços foram sugeridos em conjunto pelos representantes de *Food Trucks* e representantes do município (PREFEITURA DE CURITIBA, 2018). Pelas novas regras, os veículos não têm permissão para estacionar no mesmo local todos os dias e devem se deslocar de acordo com o itinerário estabelecido pela Prefeitura. Se houver mais de um interessado pelo mesmo espaço, a escolha será realizada por meio de sorteio. O horário de funcionamento e ocupação dos

espaços também deve ser rigorosamente seguido, sendo abertos dois períodos durante o dia: das 10:00 às 15:00 horas e no final da tarde a partir das 17:00 horas até 22:00 horas.

Em um último acesso ao site da Prefeitura de Curitiba (em setembro de 2019), é possível verificar que o número de pontos reduziu para sete.

A Figura 4 apresenta os onze locais designados para a atividade dos *Food Trucks* em Curitiba. Atualmente, de acordo com a Secretaria Municipal do Urbanismo da Prefeitura de Curitiba, os pontos do Bacacheri, Monsenhor Celso, Marechal Floriano Peixoto e Visconde do Rio Branco 1191 não estão mais disponíveis.





**Figura 4:** Locais designados para atividade dos *Food Trucks* em Curitiba

Fonte: Prefeitura de Curitiba (2018)

Até junho de 2018, somente um *Food Truck* encontrava-se em situação regular. De acordo com o presidente da APFT, cerca de 200 locais foram sugeridos pelos proprietários de *Food Trucks* em reunião com a Prefeitura, entretanto, somente alguns destes locais foram considerados adequados pelo órgão para receberem a autorização de uso. Adicionalmente, argumenta-se que a circulação obrigatória entre as localidades pode afetar a formação de clientela e prejudicar a sustentabilidade do negócio (VOITCH, 2018). A situação um ano depois não é melhor. Até mesmo o site da APFT está fora do ar e não se tem notícias de locais com *Food Trucks*, apesar da Prefeitura continuar a atribuir vagas periodicamente para alguns poucos requisitantes (SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO, 2019).

Além de todas as limitações em relação à localização, há uma infraestrutura mínima necessária para a operação de *Food Trucks*, a qual determina que o empreendimento deve atender os requisitos mínimos para o manuseio de alimentos de

acordo com as normas da ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). Em paralelo, a operação deve ainda atender às regulamentações específicas para os veículos estabelecidas pelo DENATRAN (Departamento Nacional de Trânsito) pelo Departamento de Transito Regional (no caso, DETRAN-PR) e ainda pelo Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia) (SEBRAE, 2017).

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa pode ser considerada como descritiva, utilizando para isso uma abordagem qualitativa. O estudo inicia com o levantamento da legislação e requisitos que tratam das operações realizadas pelos *Food Trucks*, bem como o Código de Conduta do município. Procede-se então a uma análise documental com o objetivo de identificar tópicos da legislação aplicáveis aos empreendimentos em *Food Trucks*. A análise documental mostra-se como um procedimento técnico adequado para esta avaliação, uma vez que visa avaliar

sistematicamente os dados para se chegar a uma maior compreensão sobre o tema e desenvolver o conhecimento empírico (BOWEN, 2009).

Em seguida, foram conduzidas entrevistas em profundidade com representantes tanto dos proprietários de *Food Trucks* (junto à Associação Paranaense de *Food Trucks*) como do município e do SEBRAE-PR. As entrevistas foram posteriormente transcritas e, a fim de analisar estes textos, conduziu-se uma análise de conteúdo. De acordo com Bardin (2010), a análise de conteúdo permite um desdobramento adequado do discurso com o agrupamento em algumas categorias pré-definidas. As categorias foram definidas a posteriori com base na análise exploratória das informações e entrevistas

Com base nos objetivos de pesquisa e na problematização apresentadas, duas proposições foram sugeridas como indicativos importantes do cenário de *Food Trucks* em Curitiba-PR. São elas:

**P1:** A associação entre proprietários dos *Food Trucks* é importante para prover unicidade e alinhamento entre os membros.

**P2:** A aplicação e a posterior fiscalização das leis e requisitos são suportes importantes aos empreendedores de *Food Trucks*.

A coleta de dados teve início em janeiro de 2018. Inicialmente, buscou-se informações referentes às leis e regulamentos aplicáveis no município de Curitiba-PR.

Com base na análise documental, foi elaborado um roteiro de entrevista. Em seguida, as entrevistas foram conduzidas com os representantes já mencionados.

A condução das entrevistas limitou-se aos representantes de cada âmbito (empreendedores e prefeitura) que estão diretamente envolvidos com o processo de licenciamento. Consequentemente, a análise de conteúdo restringiu-se também à abordagem qualitativa das entrevistas e documentos.

## RESULTADOS E ANÁLISES

### *Food Trucks* em Curitiba - regulamentação e licenciamento

Com o propósito de identificar como se dá o desenvolvimento do negócio de *Food Trucks* em Curitiba, foram analisados documentos que incluíam leis e requisitos municipais, bem como brochuras e definições para o setor específico emitidas pelo SEBRAE. Os resultados da análise documental encontram-se no Quadro 1, a seguir.

	Conforme regulamentos nacionais e locais	Conforme SEBRAE-PR/ Associação de Proprietários de FT (APFT)
<b>Definição de Food Trucks</b>	Pequena cozinha sobre rodas que transporta e comercializa alimentos e bebidas em áreas públicas ou privadas. As refeições e bebidas podem estar prontas ou parcialmente preparadas no local para serem consumidas.	Pequena cozinha sobre rodas que transporta e comercializa alimentos.
<b>Documentação do veículo</b>	O veículo deve ser licenciado pelo DETRAN na classificação correta (tipo de veículo). Realização de adaptações e instalação de equipamentos devem ser acompanhados por técnico qualificado (seguindo preconizações técnicas do Inmetro). Condições gerais do veículo devem ser cuidadosamente inspecionadas e monitoradas periodicamente.	
<b>Tipo de veículo</b>	Veículos adaptados utilizando equipamentos montados na própria carroceria original ou de forma <u>similar a trailers</u> . Devem estar de acordo com os requisitos legais dispostos no Código Nacional de Trânsito (CONTRAN).	<b>Triciclos, bicicletas, Kombis; Vans.</b> Também é possível utilizar trailers, pickup's ou caminhonetes adaptadas. Veículo podem também ser classificados em pequenos, médios ou grandes.
<b>Documentação sanitária</b>	Layout da cozinha deve permitir condições para manipulação dos alimentos de forma higiênica, garantir conservação adequada dos alimentos, em acordo com os padrões de saúde e higiene preconizados pela ANVISA.	
<b>Licenciamento</b>	É a prefeitura que concede a licença aos empreendedores qualificados garantindo o uso de área pública para o estacionamento dos veículos e a aprovação para comercialização.	
<b>Localização (vagas estacionamento)</b>	O departamento de Urbanização da prefeitura prove a autorização para o uso de locais previamente designados, divulgando estes locais por meio de chamada pública* que estabelece também horários de funcionamento e caráter itinerante.	A primeira chamada pública* para os proprietários de <i>Food Trucks</i> , conforme previsto na regulamentação, foi a de nº. 003/2017, publicada em setembro de 2017. Segundo a AFPT previa, até março de 2018, cinco <i>Food Trucks</i> estariam totalmente licenciados pela prefeitura para estacionar em áreas públicas (TORRENTE, 2018).
<b>Requisitos Adicionais</b>	De acordo com a regulamentação válida, o proprietário e empregados dos <i>Food Trucks</i> devem realizar curso de no mínimo 8 horas referente à manutenção adequada de alimentos. A prefeitura de Curitiba já oferece este curso e outros de capacitação empresarial por meio da Agência Curitiba (PREFEITURA DE CURITIBA, 2018).	Desde 2016, o SEBRAE oferece treinamentos para novos empreendedores na área. Da mesma forma, a APFT oferece treinamentos regulares. Entretanto, não está claro que a duração destes treinamentos corresponde ao mínimo requerido.

**Quadro 1: Análise documental de regulamentos e demais requisitos aplicáveis aos *Food Trucks***

Fonte: elaborado pelas autoras a partir da documentação aplicável.

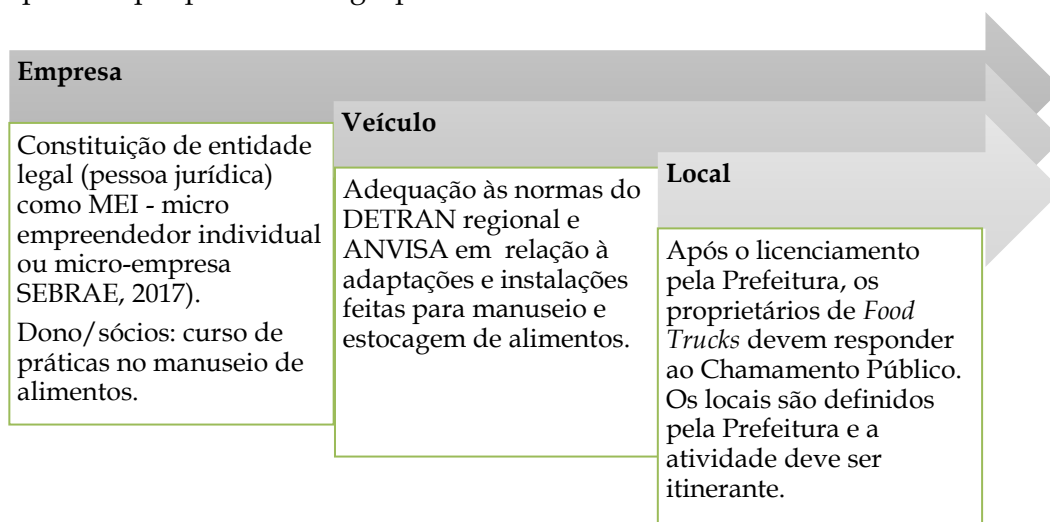
A chamada pública visa atingir o maior número possível de interessados para que se possa promover e julgar de acordo com os princípios de legalidade,

impessoalidade, moralidade, igualdade, publicidade e probidade administrativa. Da mesma forma, deve-se garantir a isonomia e

o julgamento objetivo (PREFEITURA DE CURITIBA, 2018).

Em resumo, para começar a trabalhar com um *Food Truck* nas ruas de Curitiba o proprietário e/ou empreendedor de *Food Truck* deve cumprir com uma série de requisitos que podem ser agrupados em três

categorias principais: constituição de empresa, definição do veículo, definição do local da atividade. Estas estão brevemente descritas na Figura 5.



**Figura 5: Categorias de requisitos para licenciamento de *Food Trucks* em Curitiba-PR**

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir da regulamentação aplicável (2018)

Ainda em relação à documentação aplicável, verificou-se a dificuldade dos empreendedores em relação à complexidade do Sistema de Legislação Brasileiro, que constitui por si só um desafio.

A análise de conteúdo objetivou avaliar as entrevistas transcritas e documentos relacionados (regulamentações, manuais, material informativo do SEBRAE, entre outros). A técnica utilizada será a análise categorial e estas categorias, segundo Bardin (2010), orientam-se pelos objetivos específicos da pesquisa, identificados nos discursos dos sujeitos entrevistados. As categorias de análise, deste ponto em diante, serão nomeadas códigos e sua aplicação às entrevistas chamadas de codificação.

Após a codificação dos conteúdos levantados, procedeu-se ao tratamento analítico para verificar a presença de

comunalidades e interrelações entre agrupamentos (FRIESE, 2012). Eventualmente, extratos das entrevistas são apresentados nos resultados a fim de melhor ilustrar algumas descobertas particulares. Com vistas a atingir o objetivo deste trabalho, três códigos sobressaíram e serão discutidos adiante: 1) Complexidade da regulamentação (incluindo a burocracia envolvida), 2) Função da Associação entre os empreendedores, e 3) Fiscalização da legislação/regulamentação.

### **Complexidade da regulamentação**

Segundo os empreendedores entrevistados, a complexidade do Sistema Legislativo no Brasil prejudica o estabelecimento dos pequenos negócios. Conforme mencionado anteriormente, a regulamentação aplicável aos *Food Trucks* muda de uma cidade para outra, e não raro, de um governo para outro. Isso leva a



lentidão e a menor agilidade do processo. Além de divergências dentro das mesmas esferas administrativas, leis nacionais em relação a tributação, segurança de alimentos e regulamentações veiculares nem sempre são amplamente conhecidas pelos empreendedores. Além de leis e regulamentações nacionais e locais, há ainda o Código de Conduta dos municípios que precisa ser seguido. Em Curitiba encontra-se disponibilizado pelo Instituto das Cidades Inteligentes (ICI, 2017). Este requisito é enfatizado pelo representante da Prefeitura de Curitiba:

Muitas delas (regulamentações) são de reguladas pelas esferas federal e estadual e as autoridades locais não tem responsabilidade direta. Mas há um requisito específico da cidade, que é o que é chamado de Código de Conduta que regula vários assuntos referentes à organização (incluindo as responsabilidades dos *Food Trucks*).

Durante as entrevistas, tanto o representante da prefeitura quanto os representantes dos *Food Trucks* ressaltaram as diferenças entre planos de governo quando há alteração de legenda de um mandato para outro. Isto aumenta a complexidade, reduz a agilidade do processo e confunde os empresários em relação aos requisitos para licenciamento e operação na cidade.

Entretanto, isto não significa que a regulamentação não seja desejável. De acordo com o presidente da APFT “nós precisamos de uma regulamentação, como nós podemos trabalhar sem regulamentação? Então os donos de *Food Trucks* começaram a conversar mais sobre isso...”. As discussões junto à prefeitura começaram em 2014. Desde então, os proprietários de *Food Trucks* têm buscado estar em contato com os órgãos

governamentais relacionados a fim de promover a atividade.

A Lei no 14.634 sancionada em 2015 dispõe sobre a atividade dos *Food Trucks* em Curitiba. Logo em seguida, sancionou-se o decreto no 622 que desagradou os donos de *Food Trucks*:

[...] foi que a prefeitura na gestão anterior fez, ela criou uma série de regras e muitas dessas regras inconstitucionais. A associação entrou com um recurso contra o decreto também por interesse da justiça a coisa ficou meio que amarrada na gaveta e no final da gestão, chamaram a prefeitura e chamou o Poder Judiciário, mas assim para não resolverem nada, empurraram com a barriga para frente.

O decreto no 622 também estabelecia um processo de leilão para que os veículos ocupassem os espaços. O representante da atual prefeitura também criticou esta condição:

O modo exploração do espaço público que a prefeitura fez, foi o leilão, a licitação por pregão. Então o que aconteceu? A Prefeitura em 2015 disse o seguinte: nós vamos disponibilizar 74 ou 75 lotes, se eu não me engano, vamos arredondar para 75 lotes, e, esses lotes da licitação do pregão, cada lote vai ter dois pontos. [...] nós vamos leiloar 74, 75 lotes com dois pontos ao preço mínimo de R\$ 1.000 por mês. Então que acontece? Esse cara já tem que colocar, ele já investiu um dinheiro no carro dele, já tem que investir na matéria-prima, ele vai ter que já dispor para que? Para ganhar a licitação. [...] (Além disso) é uma classe unida, e que estava se ajudando há muito tempo para conseguir conquistar essa regulamentação, e quando essa regulamentação vem, ela vem



justamente com um modelo de escolha do espaço público que ele já tem que competir financeiramente, economicamente.

O decreto no 1124 de 2017 revogou o decreto no 622 e o sistema de leilão não é mais aplicável. Este decreto, por sua vez, estabelece o chamamento público que, conforme mencionado anteriormente, procura estabelecer um processo mais justo entre os interessados. Entretanto, este decreto ainda não atende todas as demandas dos empreendedores. De acordo com o representante da associação (APFT), mais de 200 locais para comercialização foram sugeridos pelos proprietários de *Food Trucks* em reunião conjunta com os representantes da prefeitura, mas somente alguns poucos locais foram autorizados. Em janeiro de 2019 foram disponibilizadas somente onze locais para atividade de *Food Trucks* para chamada pública.

Adicionalmente, os empreendedores não apreciaram a obrigatoriedade do serviço itinerante pois, segundo o presidente da APFT, isto dificulta a formação da clientela. O representante da prefeitura, por sua vez, salienta que o sistema atual foi inspirado nos requisitos para funcionamento de *Food Trucks* em Nova Iorque (VOITCH, 2018), onde “funciona muito bem” segundo ele.

Outra preocupação importante refere-se à regulamentação específica para o veículo que ainda gera problemas de interpretação. As especificações dos veículos também se alteram de um estado para outro e muitos empreendedores investem em veículo que não pode ser licenciado posteriormente no local de funcionamento. Isso reflete-se na fala do representante dos proprietários de *Food Trucks*:

O Conatran exige um projeto arquitetônico dele um projeto mecânico onde vai dizer o tamanho e

as características que ele tem que ter, se é 1 eixo, 2 eixos, 4 rodas, tem que ter freio, iluminação, tem que ter uma série de questões aí, é assim, como todo bom mercado nós temos uma série de alternativas e esse (veículo) alternativo é o que está mais proliferando, que é o mais barato, [...] muitas pessoas compram sendo enganadas, quero comprar um trailer, perfeito, a pessoa vai lá vende para ela dizendo que é trailer, mas na realidade é um reboque. Quando recebe o documento tá escrito que é reboque daí o que ela faz? Ela vai fazer a inscrição na prefeitura e vê que a lei não permite o reboque somente o trailer, e ela precisa fazer uma regulamentação com junto ao Detran mais não consegue porque o reboque não é a mesma categoria que trailer.

Portanto, discussões e refinamentos deste modelo ainda são necessários. Em relação à atividade de *Food Trucks* em Curitiba, a última informação que se tem da prefeitura data de março de 2018 e nela constavam cinco veículos já licenciados, entretanto, somente três estavam trabalhando regularmente. Não há, desde então, mais nenhuma informação sobre quantidades de veículos licenciados, em busca à mesma fonte (SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO, 2019). Seguindo a tendência levantada pelo relatório do Euromonitor (2018), verifica-se que os proprietários de *Food Trucks* estão preferindo trabalhar em eventos. É o que se verifica na entrevista do representante da Associação Paranaense de *Food Trucks* a um jornal local:

Desta forma, os veículos que queriam trabalhar de acordo com a regulamentação, acabaram não fazendo isso para não perder tempo e dinheiro. Atualmente, a maior parte dos proprietários de *Food Trucks* preferem (trabalhar em) eventos privados ou fora de Curitiba.

### **Papel da Associação entre proprietários**

Entre os aspectos que influenciam a queda da atividade dos *Food Trucks* em Curitiba está a falta de coesão entre os empreendedores. Até mesmo o presidente da Associação comenta:

No meu entender não tem união, existe união de grupos em um determinado interesse. Se aquilo é favorável para mim eu “tô” neste grupo, a partir do momento que esse grupo regularizou essa parte se dissolve e faz outro, então vai no meu interesse, o meu interesse que manda mais, então assim, não existe um consenso do que é ser *FOOD TRUCKS*, não tem consenso do que é manutenção, eu sou contra porque o meu *FOOD TRUCKS* é mais bonito, mais novo, zero, e o cara que está em cima de uma kombi não é tão bonito, sabe. A daí tem o pessoal dos caminhões, o pessoal das kombis, o pessoal dos trailers e o pessoal dos reboques.

Esta diversidade de opiniões e interesses também afeta a forma de relacionamento com o poder público. O representante da Secretaria Municipal de Urbanismo de Curitiba salienta que se os objetivos não estiverem alinhados entre a maior parte dos envolvidos, a consequência é uma maior demora somada à burocracia excessiva. Isso é o que provavelmente desorientou o andamento das ações junto às autoridades municipais. De acordo com o representante dos empreendedores, o processo começou bem, mas divergências internas, entre o grupo de proprietários dos *Food Trucks*, levou à perda do foco:

[...] na campanha política nós fizemos uma carta de intenção e essa carta de intenção nos encaminhamos

para todos os candidatos, os quatro candidatos que possibilidade de vencer nós entregamos, e por felicidade o Rafael Greca nos acolheu muito bem, ele já tinha algumas ideias em com relação ao Food Trucks apresentamos e concluiu que ele ganhou e no mês de janeiro nós começamos já a conversa com o secretário de urbanismo.

O atual prefeito, Rafael Greca, tomou posse do cargo em 1o. de janeiro de 2017. A primeira chamada pública deu-se um ano depois, em janeiro de 2018. Há a demora no processo burocrático, mas a presença de “muitas vozes” e diferentes demandas certamente contribuem para um atraso ainda maior.

### **Fiscalização**

A fiscalização da aplicação das regras pelos *Food Trucks* está prevista no Decreto no 1124 e deve ser exercida pela prefeitura por meio das secretarias municipais dentro das respectivas áreas de competência. Entretanto, esta fiscalização não tem sido realizada de forma tão eficaz, conforme aponta o próprio representante da Prefeitura de Curitiba:

[...] no momento de crise a gente há muito tempo já Prefeitura de Curitiba passar por uma crise financeira grande, então o que acontece, a fiscalização, ela acaba sendo suprimida porque a gente não tem recurso para botar fiscal em todos os lugares que precisa [...] a gente coloca fiscalização [...] ela atua muito atendendo às denúncias todos os dias acordo estacionamentos irregulares, aqui tem um lugar funcionando não tem alvará [... nosso departamento de fiscalização ele é muito grande muito complexo mas ele nunca vai suprir a necessidade da cidade nós temos uma Metrópole de 2 milhões de habitantes e vai ser

muito difícil algum dia nós temos um departamento de fiscalização que consiga atender 100% da cidade.

A fiscalização reduzida é vista como um problema pelos proprietários de *Food Trucks* licenciados. Os representantes reclamam que as autoridades fazem “vista grossa” à situação. Além de ser um risco à população pelo fato de vender alimentos sem autorização, *Food Trucks* irregulares em funcionamento constituem-se em concorrência desleal no setor. O presidente da APFT aponta a necessidade de fiscalizar:

A fiscalização de rua é só para quem trabalha durante o dia. 90% dos caminhões trabalham a noite. Então, depois das 18:00 horas daí cada um por si e Deus por todos. Não existe fiscalização da prefeitura. Se houver uma denúncia sim, somente se for muito grave.

[...] 90% dos *Food Trucks* não emitem cupom fiscal, ‘onde’ estão todos sujeitos a fiscalização. Hoje já é obrigatório por lei todo comércio emitir cupom fiscal isso desde o dia 1º de janeiro desse ano (2017), é obrigatório. Mas a grande maioria não trabalha. O que eles dão é um ticket, que não é nota fiscal, não é cupom fiscal, então não tem validade nenhuma, portanto sonhando 100%.

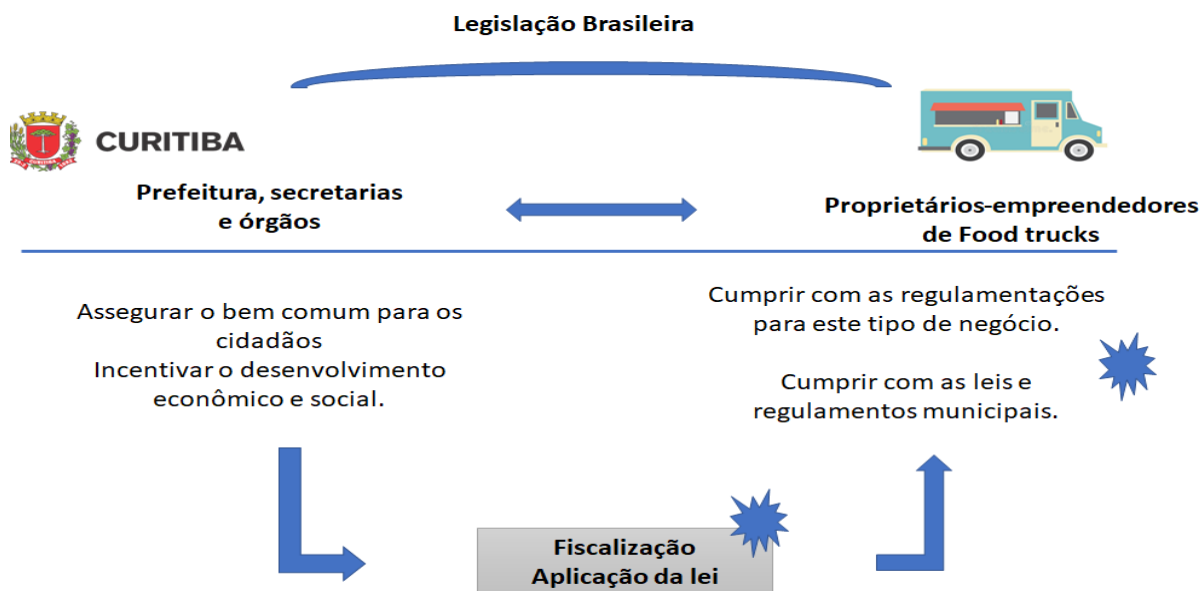
Em relação ainda ao curso de manipulação de alimentos, ressalta-se que fraudes (certificados falsos) já estão sendo cometidas, o que reforça a necessidade da fiscalização:

O curso de boas práticas antes era quatro horas e agora passou para oito horas e isto é uma coisa positiva porque é aquilo que da noção de como você deve estar trabalhando com alimentação na cozinha [...], então isso funciona para quem faz o curso certo, pois já tem gente vendendo só o diploma.

É importante ressaltar que estas afirmações foram feitas pelos representantes dos proprietários de *Food Trucks*. Não foi realizada análise aprofundada acerca das potenciais denúncias apresentadas. As falas somente foram reproduzidas com o intuito de demonstrar o descontentamento dos empreendedores que procuram se regularizar e não os privilégios assegurados devido à falta de fiscalização eficiente.

De acordo com Faria (2002) a nação falha na condução das políticas públicas. O autor aponta que quanto maior a produção de leis e regulamentos, menor é a ordem do sistema legal. Este fenômeno é denominado por Faria (2002) como crise de governabilidade ou inflação legislativa e está diretamente relacionado à ineficiência do sistema legal como um todo.

A Figura 6 apresenta a reciprocidade dos atores envolvidos (prefeitura e empreendedores em *Food Trucks*) e os deveres de cada parte, da forma como foram resumidos pelos entrevistados:



**Figure 6: Licenciamento de *Food Trucks* e deveres recíprocos**

Fonte: elaborado pelas autoras a partir da análise de conteúdo

Depreendeu-se das entrevistas analisadas que, a fim de prover agilidade e eficiência ao sistema representado na Figura 6, há basicamente dois obstáculos a superar: 1) da parte dos proprietários-empresendedores de *Food Trucks*, uma proposta de trabalho com demandas claras e objetivas para serem encaminhadas às autoridades locais. Esta deve ser elaborada por um grupo de empresenedores e alinhada com os demais. 2) as autoridades locais devem assegurar a fiscalização efetiva e contínua da regulamentação aplicável.

## CONCLUSÃO

Este artigo teve como propósito identificar o cenário para a atividade dos *Food Trucks* em Curitiba-PR. Primeiramente, procedeu-se à análise documental das regulamentações aplicáveis em São Paulo, Curitiba e Rio de Janeiro e na cidade de Nova Iorque (EUA), onde a atividade teve origem. Nesta etapa, foi possível compreender melhor as características do negócio e variações regionais bem como os requisitos

inerentes ao processo de licenciamento. Em seguida, conduziram-se entrevistas com representantes tanto da prefeitura de Curitiba como dos proprietários-empresendedores de *Food Trucks*, com a finalidade de entender as suas percepções em relação aos direitos e deveres de ambas as partes. Por fim, foram acessados jornais e outras fontes de informação recentes a fim de avaliar se houve evolução no contexto e na população de consumidores em relação ao tema.

Foi possível verificar que a atividade dos *Food Trucks* já está regulamentada em Curitiba. Entretanto, falta ainda a fiscalização efetiva por parte das autoridades locais. Empresenedores licenciados e com situação regularizada frustram-se quando a fiscalização não funciona, pois “estar regular” os protege da concorrência desleal. Adicionalmente, os empresenedores salientam que inicialmente ficaram bastante animados com o interesse da prefeitura na nova gestão, mas suas demandas foram parcialmente aceitas e ainda há muita demora no processo como um todo. Uma associação de proprietários-empresenedores

mais forte e coesa poderia impactar tanto as autoridades quanto os membros de forma mais efetiva, por um lado, conquistando maior representatividade junto ao poder público, por outro, assegurando a divulgação de informações atualizadas e úteis para empreendedores e consumidores por meio da tecnologia de informação, smartphones por exemplo. Tal qual o estudo de Anenberg e Kung (2015), o uso da tecnologia da informação, em particular de aplicativos em smartphones, poderia transformar um problema (a obrigatoriedade da itinerância) em uma solução para melhorar a experiência do consumidor (gosto pela variedade).

Com o mesmo propósito, as autoridades locais (prefeitura, órgãos e secretarias) precisam repensar seus recursos para a fiscalização das regulamentações locais. A correta aplicação da lei é uma demanda tanto da população como dos proprietários-empresendedores que cumprem com os regulamentos. Uma legislação ambígua e ineficiente pode levar a inúmeros inconvenientes para o negócio, tais como a proliferação desorganizada de *Food Trucks*, a concorrência desleal e insatisfação dos empreendedores, cujo sonho de ter o próprio negócio transforma-se repentinamente em um pesadelo, acarretando na venda de seus veículos.

Como contribuição, este estudo apresenta algumas reflexões sobre o tema que são relevantes para os proprietários-empresendedores de *Food Trucks* e para as autoridades locais. Para o município é

importante fomentar as iniciativas empresenedoras, sem, entretanto, deixar de lado o interesse público e o bem-estar dos cidadãos.

O estudo também contribui para a comunidade acadêmica, ao reconhecer a complexidade inerente à regulamentação e licenciamento de um modelo de negócios relativamente recente.

Como há uma continua transformação deste setor, assim como dos modelos de negócio existentes, é possível vislumbrar inúmeras oportunidades para estudos futuros. Como os consumidores estão cada vez mais aderindo às tecnologias móveis (por meio de smartphones), esses poderiam receber informações sobre seus *Trucks* favoritos. As impressões dos cidadãos que vivem nas proximidades de locais onde há paradas regulamentadas também podem fornecer contribuições interessantes. Por fim, haja vista que em 2019 tem-se verificado a preferência crescente dos proprietários-empresenedores de *Food Trucks* por participar de eventos ao invés de ir para as ruas, conhecimentos em outros âmbitos também se fazem necessários, tais como a melhoria das embalagens e a adaptação das operações para reduzir o tempo de execução das refeições. Também nesse sentido, sugere-se avaliar o processo adaptativo do negócio que tem se desenvolvido no município.

## REFERENCES

- ALFIERO, S., LO GIUDICE, A., BONADONNA, A. Street food and innovation: the *Food Truck* phenomenon. **British Food Journal**, 119(11), 2462-2476. doi:10.1108/bfj-03-2017-0179, 2017
- ARBEX, P. Recessão faz com que 34 % dos bares e restaurantes operem no vermelho. **Diário do Comércio Indústria e Serviços**. 2016. Disponível em: <https://www.dci.com.br/comercio/recess->



- o-faz-com-que-34-dos-bares-e-restaurantes-operem-no-vermelho-1.652723. Acesso em 15/03/18,
- ANENBERG, E., KUNG, E. Information technology and product variety in the city: The case of *Food Trucks*. **Journal of Urban Economics**, vol.90, p.60-78. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2015.09.006>. 2015.
- ARNETT, J. J. The psychology of Globalization. **American Psychologist**, Vol. 57, nr.10, 774-783. <https://doi.org/10.1126/science.40.1019.64>. 2002.
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. 2010.
- BOMGOURMET, R. Primeira edição do Parada Truck recebeu mais de 23 mil pessoas em três dias **Gazeta Do Povo - Caderno Bom Gourmet** (online). Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/ultimo-dia-de-parada-truck-na-pedreira-acompanhe/>. Acesso em: 17/04/18. 2015.
- BOWEN, G. A. Document Analysis as a Qualitative Research Method. **Qualitative Research Journal**, vol. 9, nr. 2, p. 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>. 2009.
- BUENO, P. *Food Trucks* invadem Curitiba para o Brasil Motorcycle Show. **Gazeta Do Povo - Caderno Bom Gourmet** (online). Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/fim-de-semana-tera-food-trucks-e-petiscos-veja-agenda/>. Acesso em: 21/06/18. 2014.
- COVACCI, B., TORRENTE, A. Só 11 *Food Trucks* podem servir comida. **Gazeta Do Povo**, (Plantão), p. 5-8. 2016.
- ENDERS, A.; JELASSI, T. The converging business models of Internet and bricks-and-mortar retailers. **European Management Journal**, v. 18, n. 5, p. 542-550, 2000.
- EUROMONITOR. **Street Stalls / Kiosks in Brazil**. Disponível em: <http://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>. Acesso em: 13/04/18. 2018
- FARIA, J. E. **O Direito na Economia Globalizada**. 3ª. Ed. São Paulo: PC Editorial Ltda. 2002.
- FRIESE, S. **Qualitative data analysis with ATLAS.ti**. Disponível em: [http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=mb7sDGIgdAgC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Qualitative+Data+Analysis+with+ATLAS.ti&ots=GLy6D3Fw0u&sig=3djjY0jaT\\_HAcqqtuv6AvGWyo5A](http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=mb7sDGIgdAgC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Qualitative+Data+Analysis+with+ATLAS.ti&ots=GLy6D3Fw0u&sig=3djjY0jaT_HAcqqtuv6AvGWyo5A). Acesso em: 12/06/18. 2012.
- HOFFMANN, V. E., LEONELO, A. M., DIAS, C. N., MATIAS, I. Recursos Estratégicos Para Vantagem Competitiva Sustentável Em *Food Trucks*. **Revista Alcance**, vol. 23, nr. 3, 352-371. [https://doi.org/10.14210/alcance.v23n3\(Jul-Set\).p352-371](https://doi.org/10.14210/alcance.v23n3(Jul-Set).p352-371). 2016.
- IBGE. (2014). **PNAD 2014 - Pesquisa Anual de Serviços**. Disponível em: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em: 03/04/18.2014.
- ICI. Código de Conduta. **Portal da Prefeitura de Curitiba**. Disponível em: <http://www.ici.curitiba.org.br/conteudo/codigo-de-conduta/86>. Acesso em: 12/06/18. 2017.
- INTUIT. **Food Trucks motor into the mainstream**. Disponível em: <http://www.margatenews.net/Files/IntuitSurvey.pdf>. Acesso em: 07/04/18. 2012
- MALLETT, O., WAPSHOTT, R., VORLEY, T. How Do Regulations Affect SMEs ? A Review of the Qualitative Evidence and a Research Agenda. **International Journal of Management Reviews**, vol. 00, p.1-23. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12191>. 2018.
- MARTIN, N.; Food fight! Immigrant Street Vendors, Gourmet *Food Trucks* and the Differential

Valuation of Creative Producers in Chicago. **International Journal of Urban and Regional Research**, vol. 38, nr. 5, p. 1867–1883. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12169>. 2014.

PERTILE, K., GASTAL, S. Comidas de Rua: Concepções e práticas. **Revista Hospitalidade**, vol.13, p. 66–91. 2016.

PREFEITURA DE CURITIBA. **Decreto 1124/2017** - Regulamenta Lei Municipal nº. 14634 de 14 de abril de 2015. Curitiba-PR, 2017.

PREFEITURA DE CURITIBA. Curitiba tem 11 pontos destinados aos *Food Trucks* regularizados. **Portal de Notícias**. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/curitiba-tem-11-pontos-destinados-aos-food-trucks-regularizados/44737>. Acesso em: 15/06/18. 2018.

SEBRAE. *Food Trucks* - Modelo de negócio e sua regulamentação. **Portal Sebrae -Brasília** - DF. Disponível em: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br). Acesso em: 15/02/18. 2015.

SEBRAE. *Food Trucks*: uma nova tendência. **Portal Sebrae**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/food-truck-uma-nova-tendencia,d128e6f7c633c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 16/06/17. 2017.

SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO *Food Trucks* – regulamentação. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/food-trucks/2928> Acesso em: 25/09/2019.

SEVERSON, K. Should cities drive *Food Trucks* off the streets? **The New York Times**, Sunday Review. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2011/07/17/sunday-review/17foodtrucks.html>. Acesso em: 07/04/18. 2011.

SIMÕES, A. R. **O mercado de Food Trucks**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/o-mercado-de-food-trucks,2e491bc9c86f8510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 14/07/18. 2017

SOARES, J. *Food Trucks* investem em novos formatos para crescer. **Folha de São Paulo**, edição online. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/08/1804590-food-trucks-investem-em-novos-formatos-para-crescer.shtml>. Acesso em: 03/04/17. 2016.

SOUZA, B. R., LOPES, E. L. Uma Análise sobre os Atributos de Negócio dos *Food Trucks* que mais Influenciam a Intenção de Recomendação e Reuso desse Modelo de Negócio. **Revista Da Micro e Pequena Empresa FACCAMP**, vol.11, nr.1, p. 20–33. Disponível em: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br). Acesso em: 20/04/18. 2017.

THE ECONOMIST, America' s food-truck industry is growing rapidly despite roadblocks. **The Economist - The Data Team**, p.16–18. Disponível em: <https://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2017/05/daily-chart-3>. Acesso em: 06/04/18. 2017.

TORRENTE, A. Com batatas e açaí, mais dois *Food Trucks* começam a operar em Curitiba. **Gazeta Do Povo**, p. Caderno Bom Gourmet. Curitiba-PR. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/mais-dois-food-trucks-comeca-a-operar-nas-ruas-de-curitiba/>. Acesso em: 15/02/18. 2018.

VOITCH, T. B. Curitiba ganha 11 pontos de *Food Trucks*, mas apenas um caminhão está na rua. **Gazeta Do Povo**. Curitiba-PR. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/curitiba-tem-11-pontos-destinados-aos-food-trucks-regularizados/44737>. Acesso em: 15/02/18. 2018.

WEBER, D. **The Food Trucks handbook : start, grow, and succeed in the mobile food business**. John Wiley & Sons. Disponível em: <http://challenges.svia.nl/the-food-truck-handbook-start-grow-and-succeed-in-mobile-business-david-weber.pdf>. Acesso em: 20/04/18. 2012.

WESSEL, G. From Place to Non Place: A Case Study of Social Media and Contemporary *Food Trucks*. **Journal of Urban Design**, Vol.17, nr. 4, p. 511-531. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13574809.2012.706362>. Acesso em: 10/03/18. 2012.

#### NOTA

(1) Doutora e Mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná/PUC-PR. Graduada em Engenharia Química pela Universidade Federal do Paraná/UFPR. Professora na FAE Centro Universitário, Curitiba- PR.

(2) Doutora e Mestre em Administração pela Universidade Positivo/UP. Bacharelado em Administração pelo Centro Universitário Autônomo do Brasil/UNIBRASIL. Coordenadora do Curso de Bacharelado em Administração da FAE Centro Universitário, Curitiba-PR.

*Enviado: 05/01/2019*

*Aceito: 06/11/2019*