ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS PARA FOOD TRUCK COM USO DA FERRAMENTA CANVAS

BUSINESS STRATEGIES FOR FOOD TRUCKS USING THE CANVAS TOOL

Marcelo Soares, Emilene Felix Atanasio Duo, Patrick de Lima Augusto,
Sara Stefany de Lima Augusto, Henrique Cesar Nanni, Karla Vaz Siqueira Cañete

Universidade Santa Cecília, Tecnólogos, Cursos: Processos Gerenciais e Gestão em Recursos Humanos
E-mail para contato patrick.dlaugusto@gmail.com

RESUMO - O estudo aborda a ideia de empreender com modelos de operação em food trucks especializados em culinária oriental, com foco em eventos geeks, um mercado em ascensão no Brasil. Utilizando o Modelo Canvas de Negócios, foram mapeados componentes essenciais como proposta de valor, canais de distribuição e parcerias estratégicas. A metodologia incluiu uma análise qualitativa, revisão de literatura sobre tendências do setor e simulações práticas do modelo de negócios. A técnica de Elevator Pitch foi usada para validar a proposta e atrair investidores. Concluiu-se que a ideia de negócios baseada no modelo é viável, com baixo custo inicial e grande potencial de expansão, atendendo à demanda por alimentos rápidos e saudáveis.

Palavras-chave: *Modelo Canvas: Comida Oriental; Food Truck.*

ABSTRACT – The study explores the idea of entrepreneurship through food truck operation models specialized in oriental cuisine, focusing on geek events, a growing market in Brazil. Using the Business Model Canvas, essential components such as value proposition, distribution channels, and strategic partnerships were mapped. The methodology included a qualitative analysis, a literature review on sector trends, and practical simulations of the "Samurai Móvel" model at events. The Elevator Pitch technique was used to validate the value proposition and attract investors. It was concluded that the model is viable, with low initial costs and great potential for expansion, meeting the demand for quick and healthy food.

Keywords*: Business Model Canvas; Oriental Food; Food Truck.*

Tipo do trabalho: (X) Iniciação científica ( ) Iniciação tecnológica ( ) Extensão

1 INTRODUÇÃO

A culinária asiática oriental foi introduzida no Brasil no início do século XX com a chegada dos imigrantes japoneses. Contudo, foi na década de 1990 que essa gastronomia conquistou uma popularidade significativa, impulsionada pela busca crescente por uma alimentação mais saudável e variada [1]. A expansão desse consumo se deve à rica diversidade de ingredientes e temperos exclusivos, que foram gradualmente adaptados ao gosto brasileiro. Entre as tradições culinárias da região, destacam-se as especialidades da China, Japão, Coreia do Sul e Tailândia, principalmente por sua forte cultura de comida de rua, amplamente apreciada em seus países de origem [2].

A *gourmetização* dos *food* trucks ganhou força a partir de 2008, motivada pelo alto custo e burocracia envolvidos na abertura de restaurantes, tornando o *food truck* uma alternativa viável para empreendedores gastronômicos [3]. Um marco nesse movimento foi a combinação da gastronomia coreana com a mexicana. A popularização rapidamente conquistou o público, assim como o respeito e o reconhecimento dentro da legalidade, tornando-se uma solução criativa e dinâmica e alimentação rápida, sendo presença comum tanto nas ruas quanto em grandes eventos itinerantes e culturais, com uso de vários meios de transporte [3].

Este modelo de negócio [4] oferece uma abordagem ágil e inovadora para alimentação, ganhando respeito ao adaptar-se às leis locais e às demandas do mercado. Um *food truck* especializado em culinária asiática tem a missão de proporcionar uma experiência gastronômica autêntica, representando diversas culturas em eventos culturais, festivais, festas e shows. Sua mobilidade permite que a experiencia seja compartilhada em diversas localidades, ampliando seu alcance e fortalecendo a promoção cultural e gastronômica [2].

A tendencia dos *food trucks*, [3] como alternativa de investimento, tomou as ruas do Brasil, destacando-se pela diversidade de especialidades culinárias oferecidas, como hambúrgueres, massas, doces e a culinária oriental. A grande vantagem é que se trata de menores custos operacionais e sem a necessidade de um ponto fixo, podendo circular pelas ruas, feirinhas gastronômicas e parques, com lanches preparados rapidamente em diversos sabores, para os paladares mais exigentes.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Este trabalho foi desenvolvido como um estudo de caso, focado na viabilidade e inovação do modelo de negócios de *food trucks* especializados em culinária oriental, com ênfase no contexto de eventos *geeks*. A análise foi fundamentada pelo Modelo Canvas de Negócios [4], utilizado como ferramenta estratégica para mapear os componentes essenciais do negócio, como proposta de valor, canais de distribuição, segmentação de clientes e principais parcerias.

A coleta de dados foi baseada em uma análise qualitativa [5], com revisão de literatura sobre tendências atuais no mercado de *food trucks* e a crescente popularidade da cultura oriental [3]. Foram consultadas bases de dados acadêmicas e artigos especializados para identificar as melhores práticas e desafios enfrentados por negócios semelhantes.

O estudo foi complementado por uma simulação prática do modelo Canvas de Negócios, analisando a demanda por alimentos orientais, o comportamento do público-alvo e as particularidades logísticas e operacionais. Além disso, a técnica de *Elevator Pitch* [4] foi desenvolvida para validar a proposta de valor e sua atratividade para investidores e parceiros.

As metodologias adotadas garantiram a replicabilidade do estudo, possibilitando que outros empreendedores ou pesquisadores utilizem-se para avaliar a viabilidade de modelos de negócios similares, demonstrando-se [5] adequada para responder às questões, fornecendo uma visão prática e abrangente sobre o potencial de sucesso do "Samurai Móvel" no mercado atual.

A revisão gramatical dos textos, assim como ajustes em seu tamanho contou com o auxílio da ferramenta de inteligência artificial ChatGPT [6].

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O interesse pela cultura oriental tem crescido, especialmente entre os fãs de eventos *geeks*. Nesse contexto, a criação de um *food truck* voltado para esse público apresenta-se como uma excelente oportunidade de negócio. Com esse tipo de negócios, os visitantes podem degustar pratos *gourmet* e bebidas típicas dos países orientais, promovendo sua cultura e gastronomia. Esse modelo de negócio pode ser ampliado para diferentes tipos de eventos, como shows, jogos, feiras, festivais e confraternizações, atendendo à demanda e explorando as segmentações e potencialidades de mercado.

Para mostrar a ideia [4], foi elaborado o "Modelo Canvas de Negócios" e a ferramenta "*Elevator Pitch"*, que é uma apresentação sobre negócios curta o suficiente para ser concluída

durante um encontro no elevador, mostrado nas figuras 1 e 2. O desenvolvimento dessas ferramentas proporcionou uma visão geral do negócio e o melhor método para convencer da viabilidade do empreendimento e persuadir para que possíveis investidores e ou parceiros, contribuam para seu sucesso.

Figura 1 – Modelo Canvas de Negócios [5]



O *food truck*, denominado como "Samurai Móvel" oferece culinária oriental autêntica e rápida, com opções personalizadas de bebidas e pratos típicos. A proposta é formar boas parcerias para adquirir produtos de qualidade, como peixe fresco, ingredientes asiáticos e embalagens adequadas. O planejamento dos eventos será alinhado ao calendário escolhido. Os recursos financeiros serão de curto prazo, pois o negócio é autossustentável. Os investimentos iniciais serão destinados ao treinamento da equipe, à compra de equipamentos e ao veículo. A distribuição e comunicação ocorrerá em eventos itinerantes e por meio das redes sociais.

Figura 2 – Elevator Pitch



Assim como o Canvas mostra os principais elementos da ideia de negócios, o *Elevator Pitch* é a estratégia de apresentação, pois destaca os principais pontos do negócio, com o objetivo de captar o interesse dos investidores em pouco tempo. A proposta é preencher uma lacuna no mercado, oferecendo produtos que melhorem a qualidade de vida dos clientes de forma rápida e eficiente. O investimento necessário é relativamente baixo, exigindo apenas uma equipe enxuta, um veículo adaptado, equipamentos e um bom sistema de divulgação.

O tema está relacionado principalmente aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS, considerando as ODS 2, 4 e 12, pelo combate à Fome Zero e a Saúde, promovendo o bem-estar para todos, além do consumo e produção responsáveis, pois os *food trucks* oferecerem alternativa de alimentação acessível, sustentável e que respeita o meio ambiente.

4 CONCLUSÃO

O modelo de negócio "Samurai Móvel" demonstrou ser uma iniciativa viável e inovadora ao unir a culinária oriental com o crescente interesse por eventos *geeks*, captando um público diversificado e preenchendo uma lacuna no mercado gastronômico. A aplicação do Modelo Canvas e das técnicas de "*Elevator Pitch*" foi essencial para estruturar e comunicar a proposta de forma clara e eficiente, garantindo uma execução eficaz com um baixo custo inicial. A combinação de uma equipe bem treinada, estratégias de marketing digital e a escolha de eventos itinerantes como canais de distribuição foram identificadas como fatores-chave para o sucesso do projeto. A continuidade do investimento em inovação e expansão do negócio será crucial para consolidar sua presença no setor de *food trucks*.

5 REFERÊNCIAS

[1] ROCHA, Karen Heloisa Xavier et al. Alimentação Complementar: percepção de mães na aplicação de um manual educativo / Karen Heloisa Xavier Rocha et al. – Belém: Neurus, 2023.

[2] ALMEIDA, Daniele A influência da cultura japonesa na culinária brasileira: Explorando a fusão de sabores e técnicas. Site Asiaon, 2023. Disponível em: https://asiaon.com.br/a-influencia-da-cultura-japonesa-na-culinaria-brasileira-explorando-a-fusao-de-sabores-e-tecnicas/#google_vignette. Acesso em: 09 set. 2024.

[3] Brasil Food Trucks. A história dos Food Trucks. Editado em 2019. Disponível em: https://brasilfoodtrucks.com.br/. Acesso em: 02 ago. 2024.

[4] OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation: inovação em modelos de negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011

[5] ALEXANDRE, Agripa Faria. Metodologia científica: princípios e fundamentos / Agripa Faria Alexandre. – 3. Ed. – são Paulo : Blucher, 2021.

[6] OPENAI. ChatGPT (versão GPT-4). Disponível em: <https://www.openai.com/chatgpt>. Acesso em: 02 set. 2024.