

Loja Itinerante



Loja Itinerante



É um canal de comercialização que se destaca no Brasil. Sua principal característica é a possibilidade de locomover o negócio sobre rodas, permitindo ao empresário comercializar produtos ou serviços em locais diversificados.



SUMÁRIO

1 DIVERSIDADE DE LOJAS ITINERANTES

2 VANTAGENS E DESVANTAGENS

3 COBERTURA GEOGRÁFICA

4 COMO FUNCIONA

5 QUANTO CUSTA

6 TIPOS DE LOJAS ITINERANTES

7 QUE CUIDADOS É PRECISO TER?

8 COMO FAZER A DIVULGAÇÃO

1 Diversidade de Lojas Itinerantes



Bares, restaurantes, lanchonetes (food truck)

Essa atividade se profissionaliza, com instalações e cardápios cada vez mais sofisticados. Existe vasta possibilidade de comercializar produtos alimentícios, que vão desde operações mais simples, como vendas de churros, picolé ou pipoca, por exemplo, até cardápios mais elaborados, a exemplo das comidas japonesas (WEBER, 2012).



Comércio varejista

Um modelo de negócio em crescimento, que possibilita a venda de tipos diversos de produtos. O mais comum é a comercialização de roupas e acessórios, porém, existem inúmeras possibilidades, como floriculturas, livrarias, venda de aparelhos celulares e acessórios, artigos de decoração, dentre outros.



Serviços

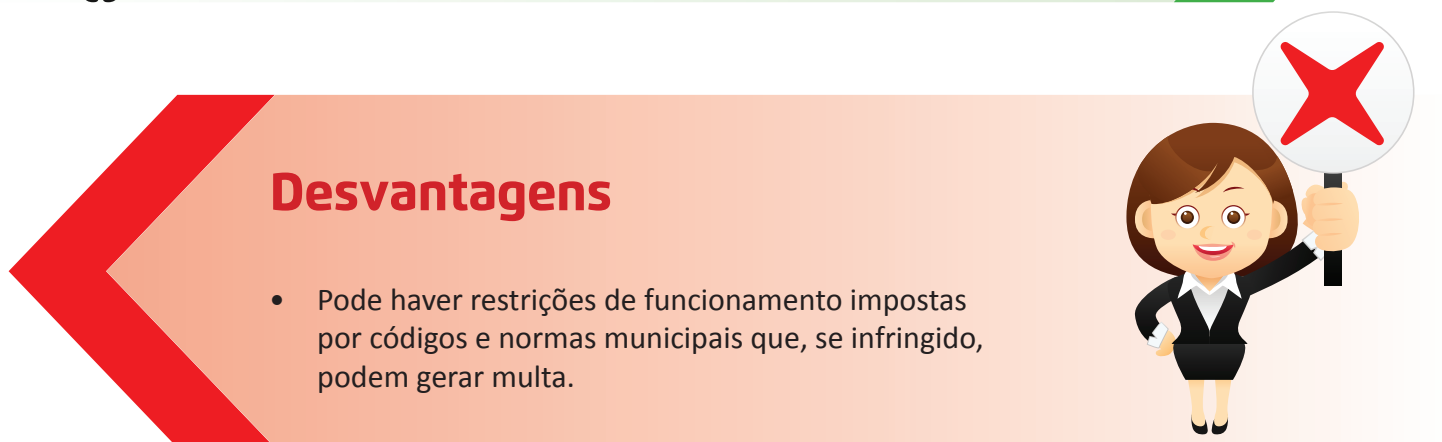
O seu diferencial competitivo é a comodidade gerada para os clientes, que não necessitam do deslocamento até a empresa para usufruírem do serviço. São exemplos lava-jato, *petshop*, cabelereiro, dedetizadoras, cursos, consultórios médicos, troca de baterias para carros e motos.

2 Vantagens e Desvantagens



Vantagens

- Os custos fixos são mais baixos se comparados a outros tipos de negócios.
- Possibilidade de locomoção até o cliente.
- Investimento pode ser mais baixo do que o de uma loja física.



Desvantagens

- Pode haver restrições de funcionamento impostas por códigos e normas municipais que, se infringido, podem gerar multa.

3 Cobertura Geográfica

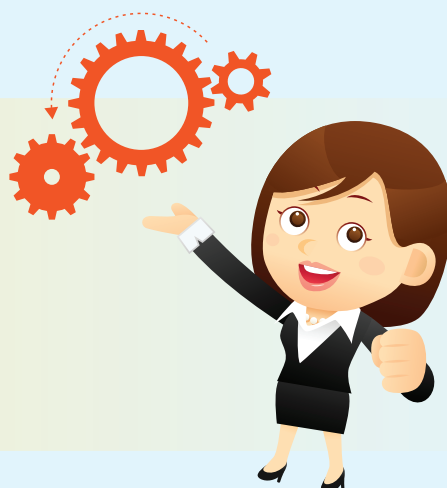


A loja itinerante viabiliza, normalmente, uma cobertura do mercado local. A complexidade do deslocamento do veículo dificulta a expansão do negócio para áreas mais distantes. Apesar disso, há lojas que atuam em diversos municípios, com abrangência estadual ou até mesmo regional.



4 Como Funciona

Montar loja itinerante requer cuidado no planejamento, pois o espaço que será utilizado é mínimo, devendo ser aproveitado da melhor maneira.



Identificação do público-alvo

Identificar o público-alvo e suas necessidades é o primeiro passo para montar uma loja itinerante de sucesso. Essas informações serão fundamentais para a definição do *mix* de produtos ou serviços comercializados. Assim, o empresário definirá mais adequadamente variáveis como espaço necessário para manipular os produtos ou produzir o serviço, condições de abastecimento e de armazenagem, equipamentos necessários e quantidade de funcionários para o funcionamento da operação.



Definição dos equipamentos necessários para instalação

É o momento de o empresário elaborar uma lista de equipamentos, acessórios e instalações necessárias para viabilizar a operação.



Definição do veículo

Existem inúmeros tipos de veículos que podem ser adaptados para montar uma loja itinerante, como, por exemplos, *kombi*, bicicleta, *cart*, *trailer*, *container*, caminhão ou ônibus.



Projeto arquitetônico

Por ser uma área reduzida, elaborar um projeto arquitetônico auxiliará na otimização do espaço, que deverá ser criado e/ou adaptado para o funcionamento da operação, além de ser exigência dos bancos no momento de solicitar um financiamento. Nessa etapa, é importante que o empresário tome conhecimento das normas e regulamentações impostas pelos órgãos públicos. Cada Estado apresenta normas de uso e regras para adaptação ou produção dos veículos.



Customização do veículo

O empresário necessita contratar empresa especializada na adaptação do veículo, que produzirá ou customizará de acordo com o projeto arquitetônico. É necessário revisar o projeto arquitetônico junto à empresa que desenvolverá o veículo, pois o executor poderá indicar soluções menos onerosas, ou mais eficazes, sendo pertinente uma readaptação do projeto inicial caso necessário.



Merchandising

Ao receber o veículo todo adaptado e estruturado, é hora de trabalhar o merchandising, expondo logomarca, imagens do produto e cores que geram uma identificação da marca, objetivando chamar atenção do público.

Caso Prático

É rotineiro o fato de que as operações de food truck ocorram exclusivamente nos finais de semana ou de quinta-feira a domingo, sendo comum a participação em eventos com características e demandas diferentes. Neste contexto, calcular um estoque para cada dia de operação, sem que haja desperdício ou prejuízo, é tarefa bastante complexa, que exige planejamento.



#dicas



INSTALAÇÃO DE ÁGUA

- Para escolher a forma de abastecimento de água, é necessário definir a localização e verificar a estrutura oferecida. No caso de a operação necessitar do uso de água e o local não oferecer configuração adequada, é viável a confecção de uma caixa d'água, com capacidade de armazenagem conforme a necessidade da loja itinerante.



ENERGIA

- Quando a bateria do veículo não dispõe de potência suficiente para fazer os aparelhos funcionarem, o empresário poderá optar por duas maneiras de obter energia elétrica: a instalação de cabos para puxar energia do próprio ponto de vendas ou gerador; ou instalar um gerador no veículo.

ESTACIONAMENTO



- A formação de food park, uma espécie de praça de alimentação composta por diversos food trucks, pode impulsionar as vendas tanto das lojas itinerantes quanto da loja física onde ele for instalado, gerando fluxo adicional de potenciais consumidores no entorno. Assim, é possível negociar com o proprietário do ponto de vendas uma cessão não onerosa do espaço onde será instalada a operação. Neste caso, fica a cargo das lojas itinerantes a responsabilidade de contratar serviço de limpeza, gerador de energia e atrações, visando a viabilizar o negócio e transformar o ambiente em um local agradável.
- Há vários espaços destinados para estacionamento que ficam ociosos nos horários em que as lojas físicas estão fechadas. É possível fixar um valor referente à diária de operação da loja itinerante, incluindo a utilização de água e energia, quando for o caso.
- Empresas especializadas costumam realizar eventos nos quais há espaço destinado a operações de food truck. É possível participar dessas oportunidades mediante o pagamento de taxa referente à utilização do espaço, infraestrutura disponibilizada e divulgação do evento.



5 Quanto Custa



O investimento em loja itinerante é quase sempre menos oneroso do que em loja física, porém, esta realidade não diminui a importância de analisar a lucratividade do negócio.

Investimento Inicial

Varia de acordo com a operação, o tamanho do veículo e os equipamentos necessários para o funcionamento. Uma loja itinerante adaptada em bicicleta, por exemplo, requer investimento inicial que pode variar de R\$ 2.000,00 a R\$ 8.000,00. Os reboques e vans variam de R\$ 25.000,00 a 80.000,00. Para os ônibus, contêineres e caminhões, estima-se um investimento de R\$ 200.000,00 a R\$ 350.000,00.

Custos Operacionais

Apesar de geralmente não haver necessidade de investimento inicial para a compra do ponto, nem custo fixo para o pagamento do aluguel, é necessário contabilizar os custos para estacionar o veículo. Vale lembrar que alguns municípios não permitem o estacionamento dos veículos em locais públicos, enquanto outros determinam pontos específicos. Ocorre que muitos empresários ainda optam por estacionar em locais privados.

Manutenção de Veículo

Considerar custos como lavagem do veículo, dedetização, revisões por quilometragem e gasolina.

Impostos e Taxas Administrativas

Além dos impostos pagos pela empresa, há o custo de contabilidade, pagamento do IPVA e taxas pertinentes à legalização do veículo.

Insumos

É importante considerar a complexidade de administrar o almoxarifado das operações de alimentos, pois, pelo fato de serem perecíveis, em muitas situações, não é possível estocá-los.

6 Tipos de Lojas Itinerantes

Bicicleta

É uma ótima opção para os que buscam reduzir os custos. No caso de venda de alimentos, pode ser utilizada para comercializar produtos de simples manuseio, como a venda de docinhos, sanduiches naturais, picolés e salgados.

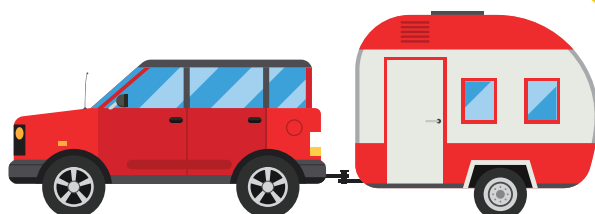


São utilizados para operações bastante simples, que não exijam manuseio, pois precisam ser empurrados, e não possuem motor.

Cart

Kombi

A característica principal deste veículo é o estilo retrô. É bastante utilizada no segmento de bares, restaurantes e alimentos, proporcionando um charme especial ao negócio.



Este veículo se caracteriza por necessitar de um carro com guincho para auxiliar na locomoção. São excelentes opções para quem quer adaptar a loja itinerante a um tamanho específico.

Trailer

Contêiner, Caminhão ou Ônibus

São convenientes para operações mais complexas. É necessário alto investimento para a compra do veículo e sua adaptação. O empresário precisa planejar onde irá estacionar, já que muitos locais não são adequados.



(WEBER, 2012)

7 Que cuidados é preciso ter?

Clima

Ameaças vindas do ambiente externo são os dias de chuvas ou temperaturas intensas, que podem atrapalhar o funcionamento da loja itinerante, pois a maioria não dispõe de abrigo para os clientes. A análise do tempo será fundamental para evitar custos desnecessários, ocasionados pelo cancelamento da operação (SEBRAE, 2016).

Normas

Além de avaliar as legislações municipais, os empresários precisam ficar atentos às regulamentações de órgãos como ANVISA, bombeiros e Detran, bem como à formalização da empresa.

Estacionamento

É fundamental planejar o local onde o veículo será estacionado, nos horários em que não irá funcionar. Deixar na rua pode ser alvo fácil para atos de vandalismo e furtos. O excesso de exposição ao sol e à chuva poderá causar danos.

Freios

É necessário ter cuidado no momento de locomover o veículo. Com as adaptações e instalação dos equipamentos, ficará mais pesado, aumentando a possibilidade de acidentes no trânsito. Quando a loja itinerante for produzida em *trailers*, é importante utilizar um sistema de freios extra.



FIQUE ATENTO!



Alguns municípios já regulamentaram a comercialização de *food trucks*, permitindo estacionar em pontos preestabelecidos, porém as normas não cabem para outros tipos de comercialização. Buscar estacionar em locais privados, como estacionamentos, terrenos, eventos e empresas, é uma opção.

8 Como fazer a **Divulgação**

Mídias sociais

Sua dinâmica permitirá informar aos clientes as datas, locais e horários que a loja itinerante estacionará. São exemplos de redes sociais: Facebook, Pinterest, Youtube, Twitter, Instagram, Google +.

Localização

Escolher a localização adequada auxiliará a loja itinerante a atrair clientes de modo espontâneo, utilizando o fluxo do local. Lojas especializadas em roupas e acessórios devem instalar uma vitrine, como forma gratuita de atrair a atenção das pessoas que passam em frente. A pintura personalizada do veículo também ajudará a chamar atenção.

Visitas agendadas

Algumas lojas itinerantes optam por marcar horários de atendimento, o que pode ocorrer no trabalho, domicílio ou local de conveniência do cliente.

A divulgação da empresa é extremamente importante para o sucesso do negócio, principalmente no caso das lojas itinerantes, as quais o cliente não saberá ao certo onde localizar.

Referências Bibliográficas

SEBRAE – SP . Cartilha, food truck – modelo de negócio e suas regulamentações. Disponível em:<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/food-truck-uma-nova-tendencia,d128e6f7c633c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em:24 de Nov. 2016.

WEBER, David. **The food truck Handbook**. New Jersey. Wiley, 2012.

Ficha Técnica

CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE/CE

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO ESTADO DO CEARÁ – ADECE
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO CEARÁ – ACC
BANCO DO BRASIL S/A – BB
BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S/A – BNB
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – CEF
CONSELHO ESTADUAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – CEDE
FEDERAÇÃO CEARENSE DAS ASSOCIAÇÕES DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE – FECEMPE
FEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO ESTADO DO CEARÁ – FAEC
FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES DO COMÉRCIO, INDÚSTRIA, SERVIÇOS E AGROPECUÁRIA DO CEARÁ – FACIC
FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO CEARÁ – FIEC
FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO ESTADO DO CEARÁ – FECOMÉRCIO
INSTITUTO EUVALDO LODI – IEL
SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE NACIONAL
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL – SENAR-AR/CE
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ – UFC

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Flávio Viriato de Saboya Neto

Diretor Superintendente

Joaquim Cartaxo Filho

Diretor Técnico

Alci Porto Gurgel Junior

Diretor Administrativo Financeiro

Airton Gonçalves Junior

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará – SEBRAE/CE.

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.160/98).

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará – SEBRAE/CE

Unidade de Gestão e Desenvolvimento de Soluções
Av. Monsenhor Tabosa, 777 – Praia de Iracema
Fortaleza / CE – CEP: 60.165-011
0800 570 0800

www.ce.sebrae.com.br

Unidade de Gestão e Desenvolvimento de Soluções

Régis Dias – Articulador

Equipe Técnica

Marta Campêlo – Analista

Mônica Tomé – Analista

Consultora conteudista

Maria Helena Botelho Moreira de Deus Arruda

Revisão ortográfica e editoração eletrônica

Herf Consultoria em Gestão Empresarial LTDA