

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DE VITÓRIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO

JACKELINE PEREIRA DE QUEIROZ

**IMPLEMENTAÇÃO DE UMA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO RAMO
ALIMENTÍCIO: estudo de caso do comércio informal autorizado na Cidade do
Recife.**

Vitória de Santo Antão

2015

JACKELINE PREIRA DE QUEIROZ

**IMPLEMENTAÇÃO DE UMA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO RAMO
ALIMENTÍCIO: estudo de caso do comércio informal autorizado na Cidade do
Recife.**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao Colegiado do Curso de
Graduação em Nutrição do Centro Aca-
dêmico de Vitória da Universidade Fede-
ral de Pernambuco, em cumprimento ao
requisito da disciplina Trabalho de Con-
clusão de Curso II, sob a orientação do
Professor Dr. Leandro Flinkler, e co-
orientação da Professora Marisilda de
Almeida Ribeiro.

Vitória de Santo Antão
2015

Catálogo na Fonte
Sistema de Bibliotecas da UFPE. Biblioteca Setorial do CAV.
Bibliotecária Ana Ligia Feliciano dos Santos, CRB4: 2005

Q3i Queiroz, Jackeline Pereira de.
Implementação de uma atividade empreendedora no ramo alimentício: estudo de caso do comércio informal autorizado na cidade do Recife/ Jackeline Pereira de Queiroz. – Vitória de Santo Antão: O Autor, 2015.
39 folhas: il.; tab.

Orientador: Leandro Finkler.
Coorientadora: Marisilda de Almeida Ribeiro.
TCC (Graduação) – Universidade Federal de Pernambuco, CAV, Bacharelado em Nutrição, 2015.
Inclui bibliografia.

1. Empreendedorismo. 2. Nutrição. 3. Comércio informal de alimentos. I. Finkler, Leandro (Orientador). II. Ribeiro, Marisilda de Almeida (Coorientadora). III. Título.

658.421CDD (23.ed.)

BIBCAV/UFPE-084/2013

JACKELINE PREIRA DE QUEIROZ

IMPLEMENTAÇÃO E UMA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO RAMO ALIMENTÍCIO: estudo de caso do comércio informal autorizado na cidade do Recife

TCC apresentado ao Curso de Graduação em Nutrição da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico de Vitória, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Nutrição.

Aprovado em: 22/07/2015.

BANCA EXAMINADORA

Profº. Dr. Leandro Finkler
Universidade Federal de Pernambuco

Profº. Dr. Sebastião Rogério de Freitas
Universidade Federal de Pernambuco

Profº. Dr. Idjane Oliveira
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este Trabalho a Ana Júlia
por toda fé que sempre depositou em
mim.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por tudo.

Ao Professor Leandro Finkler, um verdadeiro ídolo, cujas lições foram de tal relevância, que transcenderam as barreiras do universo acadêmico e alavancaram uma atitude empreendedora para a vida. A ele, atribuo todos os conhecimentos a cerca da tecnologia de alimentos.

À professora Marisilda Ribeiro, que diariamente contempla seus alunos com uma verdadeira aula de doação e amor à profissão e formação de Nutricionistas.

Ao professor e amigo Sebastião Rogério, por toda solidariedade durante os anos desta graduação.

Às professoras Christine Lamenha e Zelita Faro por tantos conhecimentos compartilhados em disciplinas que lembrarei com saudade.

À prima/irmã Ana júlia Queiroz, por ter compartilhado desta formação, do começo ao fim. Suporte incomensurável, sem o qual eu não teria conseguido.

Ao meu esposo, Rodrigo Queiroz. Que abraçou e lutou pelos meus sonhos, como se fossem seus.

À colega e amiga Evelyne Paes Barreto, por ter se feito presente de tal maneira, que não seja possível desligar as memórias da graduação à sua pessoa.

À colega e amiga Maria Lays Neves, por todo companheirismo e confiança quando eu ainda que temerosa, afirmava: "Vai dar certo!".

“O mundo é para quem nasce para o conquistar. E não para quem sonha que pode conquistá-lo, ainda que tenha razão.”

(PESSOA, 2015)

RESUMO

Na implementação de uma atividade empreendedora a criatividade do empreendedor caminha passo a passo com as oportunidades que surgem, intuindo o novo ou remodelando o antigo. A ideia de implementar um bangalô para comercializar TACO MEXICANO na “Feirinha Artesanal e de Comidas Típicas do Bom Jesus” em Recife-PE surgiu como um desafio diante da infraestrutura disponibilizada, todavia, uma provocação frente o desejo de apresentar, em ambiente cultural e popular, uma culinária diferenciada, de fácil execução e investimento inicial baixo, com retorno lucrativo. O relato deste caso mostra que o ramo do comércio informal de alimentos apresenta grande potencial de ascensão mediante a sistematização e padronização dos procedimentos de produção, em que prima pela funcionalidade do processo e pela qualidade do produto.

Palavras Chave: Empreendedorismo. Nutrição. Comércio informal de alimentos.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1- Empresas que iniciaram no comércio familiar	17
TABELA 2- Custos dos eletros portáteis.....	25
TABELA 3- Custos dos materiais de decoração	25
TABELA 4 - Custo dos materiais descartáveis	26
TABELA 5- Custo dos utensílios de cozinha	26
TABELA 6- Custo da matéria prima	27
TABELA 7- Custo com bebidas	28

SUMARIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 OBJETIVOS.....	13
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	13
3 JUSTIFICATIVA.....	14
4 REVISÃO DA LITERATURA	15
5 METODOLOGIA	21
5.1 PROCESSOS DE ABERTURA DO LOCAL DE COMERCIALIZAÇÃO	21
5.2 FLUXOGRAMAS DAS ETAPAS DE PREPARAÇÃO.....	21
5.3 CARACTERIZAÇÕES DAS INTERVENÇÕES DA TÉCNICA DIETÉTICA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS	22
5.3 TAXA DE LUCRATIVIDADE DO EMPREENDIMENTO	22
6 RESULTADOS E DISCUSSÃO	23
6.1 DESCRIÇÕES DO PROCESSO DE ABERTURA DO LOCAL DE COMERCIALIZAÇÃO.....	23
6.2 BRIEFING.....	23
6.3 FLUXOGRAMA DAS ETAPAS DE PREPARAÇÃO DO TACO MEXICANO	30
6.4 INTERVENÇÕES NUTRICIONAIS	33
6.4.1 <i>Intervenções relacionadas à técnica dietética</i>	33
6.4.2 <i>Intervenções relacionadas à Tecnologia de alimentos</i>	36
6.5 CÁLCULO DE LUCRATIVIDADE DO EMPREENDIMENTO	36
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS.....	39

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem assumindo uma posição de destaque na economia brasileira, principalmente como alternativa de geração de renda e combate ao desemprego. Trata-se de um cenário em que grandes empresas vêm sendo induzidas a melhorar a qualidade de seus serviços, uma vez que a globalização e os avanços tecnológicos propiciam a ascensão de atividades empreendedoras menores e muitas vezes familiares; gerando uma maior competitividade beneficiando o consumidor.

O comércio informal representa um grande percentual dos empreendimentos, que tem no baixo custo do investimento inicial o principal motivo para a informalidade. Entretanto a [Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008](#) criou condições para que o trabalhador do comércio informal seja um micro empreendedor individual legalizado.

No âmbito do mercado informal, o ramo alimentício é o que mais movimenta a economia nacional, assumindo papel de grande importância na vida da população, uma vez que facilita o acesso a uma refeição rápida e economicamente viável, condiscente com a realidade brasileira.

Em decorrência dos fatores já citados, o consumo de “comidas de rua” vem aumentando consideravelmente nos últimos anos, desencadeando uma releitura e popularização do sistema “street food”. Tal popularização ocasionou a abertura de uma gama de possibilidades gastronômicas a serem exploradas, levando às ruas culinárias internacionais, outrora comercializadas, apenas, em grandes restaurantes, a exemplo do Taco Mexicano.

O Taco é uma iguaria de raízes mexicanas, ao qual foi incorporado, ao longo do tempo, características culinárias dos colonizadores. Composto por uma tortilla de milho, recheada com pasta de feijão, carnes, queijos, guacamole, vegetais e condimentos picantes como o chilli, característica marcante da culinária mexicana.

Diante do exposto, surge a ideia de implantação e implementação de um bangalô de alimentos em ambiente a ser definido, com público alvo, potencial lucrativo e infra-estrutura a ser estabelecido. A escolha do tipo de alimento a ser comercializado levou em consideração a dificuldade de execução, investimento inicial baixo e o fator inovação. O Taco Mexicano foi escolhido por atender a todas as variáveis avaliadas, com algumas adaptações.

Neste contexto, o Recife antigo apresentou-se como um centro de oportunidades, haja vista os investimentos recebidos nos últimos anos, assim como a “Feirinha de artesanato e comidas típicas”, localizada neste mesmo bairro, um potente polo para o comércio informal de alimentos.

No contexto deste cenário, surgiu doravante, a oportunidade para estudar e descrever a implementação e o processo produtivo do Taco Mexicano, na modalidade de “comida de rua”.

2 OBJETIVOS

Trata-se de um estudo de caso cujo objetivo central é descrever a implementação de um comércio informal organizado de tacos mexicanos, estabelecido na Feirinha Artesanal e de Comidas Típicas do Bom Jesus, Recife-PE.

2.1 Objetivos específicos:

- Descrever o processo de abertura do estabelecimento de comercialização;
- Elaborar fluxograma descritivo com as etapas de preparação do produto;
- Caracterizar as intervenções nutricionais relacionadas à Técnica Dietética e Tecnologia de Alimentos;
- Determinar a taxa de lucratividade do investimento.

3 JUSTIFICATIVA

No contexto onde o comercio informal de alimentos apresenta um momento de expansão, reforçando sua importância para a economia do país, a necessidade de descrever a implantação e implementação de um bangalô de alimentos da Feira Artesanal e de Comidas Típicas do Bom Jesus, Recife-PE é pertinente. A descrição e a compreensão das etapas da cadeia produtiva do Taco Mexicano é uma opção viável para tal finalidade, por tratar-se de um produto diferenciado e usualmente pouco explorado no comercio informal.

4 REVISÃO DA LITERATURA

O Empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo surgiu ao final do século XVII, sendo introduzido no Brasil em meados da década de 80. Embora tenha assumido maior impulso em 1990, com a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) (DORNELAS, 2001).

Drucker (1984, apud VALADARES, 2013) descreve o ato de empreender como sendo a capacidade de enxergar as oportunidades. Já Queiroz (2007, apud SIMPOSIO, 2008) o conceitua como o ato de fazer uso da criatividade não apenas para criar algo novo, mas acima de tudo, fazer uso de toda tecnologia disponível como ferramenta de inovação de um produto.

Segundo Dornelas (2001) é uma proposta de inovação que demanda comprometimento nas pesquisas e experimentações, além de ousadia e, sobretudo, resiliência para estar sempre preparado para um recomeço.

A atividade empreendedora está diretamente ligada ao empreendedor, seu perfil, suas origens e habilidades, e seu universo de domínio (DOLABELA, 2003). Este empreendedor é aquele que causa uma mudança econômica através da redefinição ou criação de novos produtos, e exploração de novos recursos. (SCHUMPE-TER, 1949, apud DORNELAS, 2001, p. 37). O empreendedorismo pode ocorrer em diversas áreas, basta causar uma mudança econômica decorrente das inovações propostas pelo empreendedor (CHURCHILL; MUZYKA, 1996, p. 11-23).

Nos últimos anos o empreendedorismo vem ganhando posição de destaque na economia mundial, criando novos produtos e gerando emprego (BRENKERT, 2009). Segundo o SEBRAE (2012) Brasil é o 3º país com mais empreendedores do mundo, ficando atrás apenas de China e Estado Unidos. Esse fato pode ser interpretado como um indicador de crescimento econômico e de um ambiente propício à criação de novas empresas (RUPPENTHAL; CIMADON, 2012).

Dornelas (2001) acredita ainda que este fenômeno é fomentado através dos maiores programas de ensino e incentivo ao empreendedorismo, o EMPRETEC e o Jovem Empreendedor, ambos do SEBRAE, com ações voltadas à capacitação do

empreendedor. E ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de um milhão de empreendedores em todo país e destinando recursos financeiros aos mesmos.

Felippe (1996 apud SILVA, 2011) afirma que para empreender, é preciso ter vontade, criatividade, organização, desenvolver a postura de liderança e dominar as técnicas e etapas do processo de preparo de um produto. Tais características tornam a oportunidade de assumir responsabilidades e propor ações irresistíveis para o empreendedor.

O comércio informal

Nas últimas décadas a população economicamente ativa tem enfrentado dificuldades para entrar e manter-se no mercado de trabalho formal. Isso tem favorecido o aquecimento das atividades informais nos demais países em desenvolvimento e, sobretudo no Brasil (FERRARINI; GAIGER, 2010).

Entende-se por comércio informal, organizações em que o salário não é um fator de influência no processo produtivo (MARANHO, 1978, p.113). São aquelas pequenas ou micro unidades de produção, onde trabalhador e proprietário se inserem diretamente na produção, podendo fazer uso do trabalho familiar ou mesmo do assalariado. Assim como, a relação entre capital e trabalho não está totalmente definida, no âmbito organizacional ou no cumprimento da legalização formal (TOKMAN & SOUZA, 1976, 1978).

Historicamente, o comércio ambulante foi a primeira forma de barganha, apresentando-se com várias vertentes: seja em feiras sazonais ou fixas, utilizando veículos sobre rodas, motorizados ou não, exposição de produtos sobre esteiras no chão, ou vendedores que iam de porta em porta (VARGAS, 2001, p. 303). Segundo Bedê (2003 apud SEBRAE, 2003) existem mais de 19 milhões de negócios informais no país; apontando os custos para abertura e manutenção, como um dos principais motivos para a informalidade.

É importante salientar que, embora o comércio informal tenha um custo reduzido, a formalização do negócio permite o acesso ao crédito para investimento no negócio. Além da redução de gastos com matéria prima, uma vez que de posse do CNPJ, a compra pode ser feita em atacado. Bem como permite contratação de funcionários e cobertura previdenciária. Essa formalização, para pequenos empresá-

rios, poder ser feita como empreendedor individual, de maneira imediata, através do Portal do Empreendedor, não necessitando de contador e pagando taxas e pagando impostos bem menores do que uma empresa convencional (SEBRAE, 2015)

O calculo de custo para um investimento informal, costuma ser feito como de qualquer novo negócio. Soma-se o investimento fixo, àquele direcionado com as despesas fixas do empreendimento; com o capital de giro, que é a reserva de recursos utilizados conforme as necessidades (SEBRAE, 2015).

O comércio informal alimentício

Originado na Ásia, América latina e África, o comércio informal alimentício, disseminou-se rapidamente nos demais continentes. Sendo conhecido como “alimentos de rua”, caracteriza uma variedade enorme de alimentos e bebidas, comercializados em vias e espaços públicos, além de representar uma importante alternativa de alimentação rápida para população. Portanto esse tipo de alimento apresenta uma série de vantagens: a variedade; a conveniência, e baixo custo (WIRNANO; ALLAIN 1991).

Entretanto, devemos destacar a necessidade dos cuidados higiênicos sanitárias durante o manuseio e preparação desses alimentos, imprescindíveis para garantir a segurança alimentar e nutricional dos produtos comercializados (YASMEEN, 2001).

Embora seja uma atividade de risco, sujeita a intemperes do clima, fiscalização de órgãos públicos e mesmo ao interesse da clientela. Quando essas dificuldades são superadas, a viabilidade econômica do comércio informal vem sendo comprovada (SEBRAE, 2015).

Na região nordeste do Brasil, é possível identificar diversas empresas do ramo alimentício, algumas que iniciaram como comércio informal familiar, e que à medida que cresciam, demandavam maiores investimentos. Hoje, muitas delas conhecidas nacionalmente, competem com grandes empresas multinacionais. Algumas dessas empresas estão listadas a seguir:

Tabela 1- Empresas que iniciaram no comércio familiar

Produto	Local	Empresas	Endereço eletrônico
Brownie	PE	Brownie do Luiz	http://www.browniedoluiz.com.br/
Empada	PB	Empadinhas Barnabé	http://www.empadinhasbarnabe.com.br/
Coxinha	PE	O Rei das Coxinhas	http://www.oreidascoxinhas.com.br/lojas.php
Sanduiche	PE	Laça Burger	http://www.lacaburger.com.br/index.php

Fonte: A autora (2015)

Nota-se que grande parcela do comércio alimentício informal é composta por produtos fritos ou assados previamente, ou sanduiches de diversas modalidades. Isto abre um universo de oportunidades para lançamento de uma culinária diferenciada e até mesmo cosmopolita. Esta, até então, comercializada apenas em grandes restaurantes e, por muitas vezes, financeiramente pouco acessível, a exemplo do Taco mexicano (BOLLER; GOMES, 2011).

O Taco Mexicano

O Taco mexicano é oriundo da culinária da corte imperial asteca posteriormente agregada à culinária espanhola medieval (GONZALEZ DE LA VARA, 1996-1997).

Trata-se de uma preparação condimentada, com grande valorização da pimenta, do feijão e do milho (KATZ, 2006). Composto por uma tortilha recheada com diversas preparações. Tal tortilha é altamente incorporada à cultura alimentar mexicana, sendo associada como o “pão do México”, por estar presente diariamente á mesa dos mexicanos (CULINÁRIA., 2008). É uma massa levemente assada, feita de milho, azeite, água e sal. (GARCIA, 2009).

As tortilhas são recheada com feijão, carnes, queijos, vegetais e preparações condimentadas. Costumeiramente usa-se o “guacamole”, mistura de abacate com vegetais e condimentos; e o Chilli, uma espécie de pimenta frita (GARCIA, 2009).

O Taco, assim como outras preparações, sofreu influência de outras culturas, especialmente dos espanhóis, seus colonizadores; agregando maior variedade nas preparações (VALIM, 2013).

No Brasil, embora as pessoas não consumam Tacos Mexicanos com frequência devido à falta de costume, conhecimento sobre as especiarias típicas do México e resistência ao ardor característico da pimenta. O país hoje é o segundo maior consumidor de pimentas e molhos derivados da América Latina, fato que fomenta a popularização da culinária mexicana, que recebeu maior atenção nos últimos cinco anos (BRASILEIROS..., 2011). Especialmente em restaurantes, não sendo comum a comercialização em feitas.

O Recife Antigo e a Feirinha Artesanal e de Comidas Típicas do Bom Jesus

A cidade do Recife, capital do estado de Pernambuco, conhecida por “Veneza brasileira”, é cortada por rios e pontes, formando ilhas como a do Bairro do Recife, também chamado de Recife Antigo.

Devido à influência do empreendimento O Porto Novo Recife, esse bairro está recebendo diversos investimentos. Por exemplo, 58 milhões foram investidos em armazéns gastronômicos, no Centro Cultural do Frevo e no Museu do homem do sertão alavancando o turismo no local. (BAIRRO..., 2015).

Mais recentemente, a secretaria de turismo do município, optou por reduzir os grandes shows, que eram realizados afóra do período carnavalesco no Marco zero, praça localizada no coração do Recife Antigo e considerada o ponto de origem da capital de Pernambuco. Optando desta forma, viabilizar e incentivar as atividades de lazer e esporte ao ar livre, através de projetos como: “Domingo na rua” e “Recife antigo de coração”. Esses, conjuntamente, contribuem para uma melhoria na qualidade da segurança pública, em maiores investimentos privados de médio e grande porte, e maiores oportunidades de crescimento para o comércio informal organizado, como exemplo a Feirinha Artesanal e de Comidas Típicas do Bom Jesus (RECIFE..., 2015).

A Feirinha do Bom Jesus, que recebe este nome devido sua localização ser em toda extensão da Rua do Bom Jesus, foi criada em 1999, através de um projeto idealizado pela Federação das Associações Comerciais do Estado de Pernambuco e aprovado pela Prefeitura na gestão do ex-prefeito Roberto Magalhães. Tem o objetivo de não somente impulsionar o uso do patrimônio cultural e sua valorização, como de promover a circulação da produção artística pernambucana (TRADICIONAL, 2015). Atualmente a feira é organizada pela empresa Recife Antigo Empreendimentos ME e vem criando, ao longo dos anos, oportunidades para comerciantes do ramo alimentício, que somados com os artesãos contabilizam 177 bancas expositoras (TRADICIONAL, 2015).

Finalmente, é nesse cenário que está inserido o nosso Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, por focar a instalação de um empreendimento comercial alimentício, um bangalô de alimentos da Feirinha Artesanal e de Comidas Típicas do Bom Jesus. Pretende-se ao longo do nosso texto, descrever as etapas e identificar as principais dificuldades nesse processo de instalação. Uma experiência de certa forma singular, por retratar o momento de transição pessoal e profissional, no que concerne a mudança da condição de acadêmica do curso de Nutrição CAV/UFPE para situação de Graduada em Nutrição e “Microempresária”.

5 METODOLOGIA

5.1 Processos de abertura do local de comercialização

Para participar como expositor da Feirinha do Bom Jesus, inicialmente procede-se a submissão à triagem junto a empresa Recife Empreendimentos ME. Uma vez havendo desistência ou afastamento de um expositor, encaminha-se um briefing sobre o produto e informações pertinentes sobre o candidato. Sendo aprovado, o expositor toma conhecimento das instalações e dos recursos oferecidos pela organizadora para definir quantidade de equipamentos, utensílios e quantidade de matéria prima que poderão ser utilizados no biombo.

5.2 Fluxogramas das etapas de preparação

O fluxograma é uma técnica de mapeamento e registro das etapas de um determinado processo, respeitando a sua ordem cronológica (SLACK et al., 1997). Ele melhora a capacidade de identificação da produção; das funções e responsabilidades designadas; dos clientes e dos fornecedores (CAMPOS, 1992).

Um fluxograma simples é esquematizado em formas geométricas retangulares, ligadas por setas que demonstram a sequência das atividades de produção. Sequencialmente, identificam-se e separam-se as etapas do processo, estabelecendo uma ordem dos acontecimentos e as interrupções de cada etapa. Posteriormente, quantificam-se os processos, adotando números e valores, de forma que o fluxo torne-se calculável; e estabelece-se uma meta, que será o produto final.

O fluxograma foi apresentado usando figuras geométricas normalizadas. Editado no Microsoft Office Power Point, utilizando o menu “fluxograma básico”. Para cada etapa do processo que estava documentada, arrastou-se uma forma para o desenho. As formas foram posicionadas perto umas das outras e um conector foi adicionado e colado entre elas. O início e o final utilizaram-se formas diferentes, para destaque.

5.3 Caracterizações das intervenções da Técnica Dietética e Tecnologia de Alimentos

Após as primeiras comercializações, tornou-se indispensável a execução de intervenções que atendessem as recomendações preconizadas por órgãos de saúde, às exigências da vigilância sanitária, além de reduzir o tempo e custo da produção e destacar as características organolépticas do produto.

Para tal, utilizaram-se princípios da técnica dietética e da tecnologia de alimentos, exequíveis do ponto de vista físico e econômico.

Primeiramente realizou-se uma pesquisa bibliográfica possibilitando uma abordagem isolada das técnicas convencionais que já eram utilizadas.

Consequentemente, descreveram-se minuciosamente as intervenções executadas.

5.3 Taxa de Lucratividade do empreendimento

Para calcular a taxa de lucratividade do empreendimento, foi utilizada a fórmula sugerida pelo SEBRAE, que indica o percentual dos ganhos obtidos no trabalho desenvolvido. Este consiste na relação do lucro líquido pela receita total multiplicado por 100.

$$\text{Lucratividade} = (\text{Lucro Líquido} / \text{Receita Total}) \times 100$$

Onde o lucro líquido é o resultado líquido da empresa, após o pagamento de despesas financeiras e impostos. E a receita total é o valor arrecadado com a venda do produto.

$$\text{Lucro líquido} = \text{Receita operacional} - \text{custo operacional}$$

Para o demonstrativo, foi utilizado o balanço financeiro dos seis primeiros meses de comercialização, dezembro de 2014 a maio de 2015.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

6.1 Descrições do processo de abertura do local de comercialização

A empresa Recife Antigo Empreendimentos ME. apenas permite o ingresso no quadro de expositores da Feirinha do Bom Jesus em caso de desistência, ou afastamento de outro expositor. O candidato entra em uma lista de espera para aguardar o surgimento de uma vaga. Ocorrido isto, é aberto o processo de triagem. Essa informação é fornecida oralmente através da sede administrativa a todos que pleiteiam à vaga.

O processo de triagem consiste no envio de um briefing para a sede administrativa, contendo informações sobre o produto que se pretende comercializar e também informações pertinentes do candidato a expositor.

Nesta fase, os argumentos foram elaborados para destacar a importância do Taco Mexicano na diversidade culinária ao alcance de todos, como fonte de educação e cultura. Como também, valorizar a prática de segurança alimentar no preparo e comercialização de um produto alimentício. Medida fortalecida pela atuação direta na produção e comercialização de uma graduanda do curso de Nutrição CAV-UFPE, devida a aplicação e multiplicação de conhecimentos na área de Nutrição adquiridos.

Briefing, apresentado à sede administrativa para obtenção da licença de comercialização. E embora não fosse uma exigência, o mesmo foi apresentado oralmente.

6.2 Briefing

Apresentação da empresa

A “Takeria Mexicana” é uma iniciativa empreendedora, do ramo alimentício, inicialmente comercializado em Recife-PE; e tem como idealizadora e responsável: Jackeline Pereira de Queiroz.

Antecedentes

Como graduanda do curso de Nutrição da Universidade Federal de Pernambuco, a responsável possui conteúdo teórico e prático sobre as recomendações higiênico/ sanitárias e correta manipulação de alimentos.

O produto

O Taco mexicano é uma preparação com grande valorização da pimenta, do feijão e do milho. É composto por uma tortilha feita de milho, recheada com feijão, carnes, queijos, vegetais e preparações condimentadas como “guacamole”, mistura do abacate com vegetais e condimentos; e Chilli, uma espécie de pimenta frita.

Objetivos

No intuito de aproveitar a ascensão do movimento “street food” como ferramenta importante da popularização da gastronomia mundial e desenvolvimento econômico; e observando a carência de culinárias diferenciadas neste seguimento de “fast food”, a “Takeria Mexicana” vem no propósito de levar as ruas à vivência da cultura mexicana, através da gastronomia, com valores acessíveis a todos.

Público

O publico alvo são os frequentadores domingueiros do Recife Antigo, tanto famílias que vão a passeio, como os desportistas e a plateia dos shows promovidos pela Prefeitura do município. Não esquecendo os milhares de turistas que desembarcam ao longo dos meses no Porto do Recife, e os que visitam o local.

Cronograma

O produto deverá ser lançado na Feirinha de artesanato e comidas típicas, que ocorre aos domingos, no bairro do Recife antigo. Aproveitando o aquecimento da economia local, pretende-se iniciar a comercialização no primeiro domingo do mês de dezembro/2014.

Considerando a originalidade da proposta, devido às características inovadoras do produto “Taco Mexicano”, recebeu-se autorização imediata para instalação do biombo.

Com a autorização, realizou-se o reconhecimento das instalações internas e dos recursos oferecidos pela empresa, que viabilizam alguns equipamentos para utilização no processo produtivo e de comercialização. Foi preciso ajustar as necessidades inerentes à produção do Taco à infraestrutura disponibilizada.

As instalações eram compostas de basicamente três itens: um biombo, de formato retangular, medindo aproximadamente 2 metros de extensão por 1, 5 metros de largura; um sistema de energia elétrica, cabeada, que interligavam todos os biombos; e uma lixeira de uso comum.

Estipulou-se a necessidade de um microondas, para aquecimento rápido da preparação; de um grill com escorrimento e armazenagem de gordura, já que não teria como fazer o descarte no local; um liquidificador para as preparações trituradas; e alguns bancos para assento.

Tabela 2- Custos dos eletros portáteis

PRODUTO	MOEDA	VALOR	ESTABELECIMENTO
Micro-ondas	R\$	299,90	Hiperbompreço
Grill assador	R\$	40,00	Loja Arno
Liquidificador	R\$	45,00	Loja Arno

Fonte: A autora (2015)

Identificou-se a necessidade da elaboração de material informativo: para identificação da barraca, decoração e os cardápios:

Tabela 3- Custos dos materiais de decoração

PRODUTO	MOEDA	VALOR	ESTABELECIMENTO
Banner decorativo	R\$	45,00	Gráfica Recife
TNT (6 Metros)	R\$	8,90	Loja do tecido
Placas decorativas (2 unidades)	R\$	3,00	Confecção caseira
Cardápios (6)	R\$	36,00	Gráfica Recife

Fonte: A autora (2015)

Foi identificada a necessidade de materiais descartáveis para comercialização e consumo do produto pelos clientes:

Tabela 4 - Custo dos materiais descartáveis

PRODUTO	MOEDA	VALOR	ESTABELECIMENTO
Saco plástico 10x15	R\$	1,50	Mercado popular de afogados
Sacola plástica	R\$	3,00	Mercado popular de afogados
Guardanapo (fardo com 100 pacotes)	R\$	9,00	Mercado popular de afogados
Luvas plásticas (pacote 100 unidades)	R\$	1,90	Mercado popular de afogados
Touca branca (pacote 100 unidades)	R\$	7,00	Mercado popular de afogados
Canudo revestido (pacote 100 unidades)	R\$	2,50	Mercado popular de afogados
Porta canudos	R\$	4,00	Mercado popular de afogados

Fonte: A autora (2015)

Na montagem da cozinha para preparação do produto, os utensílios requisitados estão presentes na seguinte tabela:

Tabela 5- Custo dos utensílios de cozinha (continua)

PRODUTO	MOEDA	VALOR	ESTABELECIMENTO
Espátula	R\$	6,00	Loja Arno
Assadeira antiaderente (4 unidades)	R\$	60,00	Loja Arno
Porta canudos	R\$	4,00	Mercado popular de afogados
Porta guardanapos	R\$	4,00	Mercado popular de afogados
Colher de pau	R\$	3,00	Mercado popular de afogados
Cortador de verduras	R\$	15,00	Atacado dos presentes
Conjunto de facas (4uni)	R\$	40,00	Atacado dos presentes
Caçarola antiaderente (4 unidades)	R\$	120,00	Atacado dos presentes
Pote plástico médio (20 unidades)	R\$	60,00	Atacado dos presentes

Fonte: A autora (2015)

Para iniciar a produção observou-se à necessidade de matéria prima. Segundo a tabela 3:

Tabela 6- Custo da matéria prima (continua)

PRODUTO	MOEDA	VALOR	ESTABELECIMENTO
Carne de frango (corte: peito)	R\$	9,50	Masterboi
Carne de boi (corte: Chã de fora)	R\$	17,00	Masterboi
Carne de porco (corte: bisteca)	R\$	10,9	Masterboi
Coração de galinha	R\$	10,9	Masterboi
Queijo mussarela (peça)	R\$	12,99	Supermercado MACRO
Queijo cheddar (pastoso)	R\$	14	Supermercado MACRO
Feijão carioca (tipo1)	R\$	3,99	Supermercado MACRO
Amaciante de carne	R\$	6,1	Supermercado MACRO
Azeite de oliva	R\$	16,99	Supermercado MACRO
Molho de pimenta	R\$	3,4	Supermercado MACRO
Pimenta liquida processada	R\$	7,99	Supermercado MACRO
Vinagre branco	R\$	1,1	Supermercado MACRO
Tempero mexicano em pó	R\$	32,00	Supermercado MACRO
Tempero cominho em pó	R\$	4,00	Mercado popular de afogados
Tempero colorau em pó	R\$	4,00	Mercado popular de afogados
Orégano desidratado	R\$	6,00	Mercado popular de afogados
Salsa desidratada	R\$	7,90	Mercado popular de afogados
Preparação condimentada	R\$	8,90	Mercado popular de afogados
Condimento Especial	R\$	8,90	Mercado popular de afogados
Cebola	R\$	2,50	Mercado popular de afogados
Tomate italiano	R\$	1,50	Mercado popular de afogados
Pimentão verde	R\$	1,50	Mercado popular de afogados
Coentro	R\$	3,00	Mercado popular de afogados
Cebolinho	R\$	3,50	Mercado popular de afogados
Abacaxi	R\$	2,00	Mercado popular de afogados

Fonte: A autora (2015)

Embora o foco das vendas fosse o Taco, como é um hábito da população o ato de comer ingerindo líquidos, foi feito um investimento em algumas bebidas. Não se ofertou sucos naturais, pois a estrutura física disponível, dificultava a preparação em condições higiênico/sanitárias satisfatórias. Em razão disto, optou-se pela venda dos itens presentes na tabela seguinte:

Tabela 7- Custo com bebidas

PRODUTO	MOEDA	VALOR	ESTABELECIMENTO
Refrigerantes	R\$	60,00	Mercado popular de afogados
Sucos industrializados	R\$	50,00	Mercado popular de afogados
Água	R\$	30,00	Mercado popular de afogados

Fonte: A autora (2015)

A etapa de compra dos ingredientes demandou maior tempo do que o esperado, devido à existência de grande quantidade de supermercados em modelo de venda em atacado. Procedeu-se uma pesquisa de preços no mercado e estabeleceu-se uma relação custo-benefício, correlacionando com os custos de deslocamento até o lugar de estocagem.

Foi identificada uma necessidade de armazenamento adequado dos gêneros. Que demandou a montagem de uma estrutura de apoio em casa, utilizando os utensílios domésticos que já estavam disponíveis em nossa residência.

O armazenamento da matéria prima foi feito em um refrigerador, para os vegetais e laticínios e, por congelamento para as carnes. Sempre obedecendo às regras de pré-higienização de cada produto. Para os produtos não perecíveis, utilizou-se um armário de cozinha.

Determinadas as necessidades iniciais, de equipamentos e matéria prima, estipulou-se o investimento financeiro inicial sem a contabilização do capital de giro; o que caracterizaria a iniciativa comercial como um investimento de risco.

Ao início da produção, foram feitas adaptações nas preparações, considerando a existência de certa rejeição do público ao forte ardor característico da culinária mexicana, marcada por temperos essencialmente picantes. Ao passo em que foi comercializado, verificaram-se as exigências do público, adaptando-as nas condutas da técnica dietética e tecnologia de alimentos empregada.

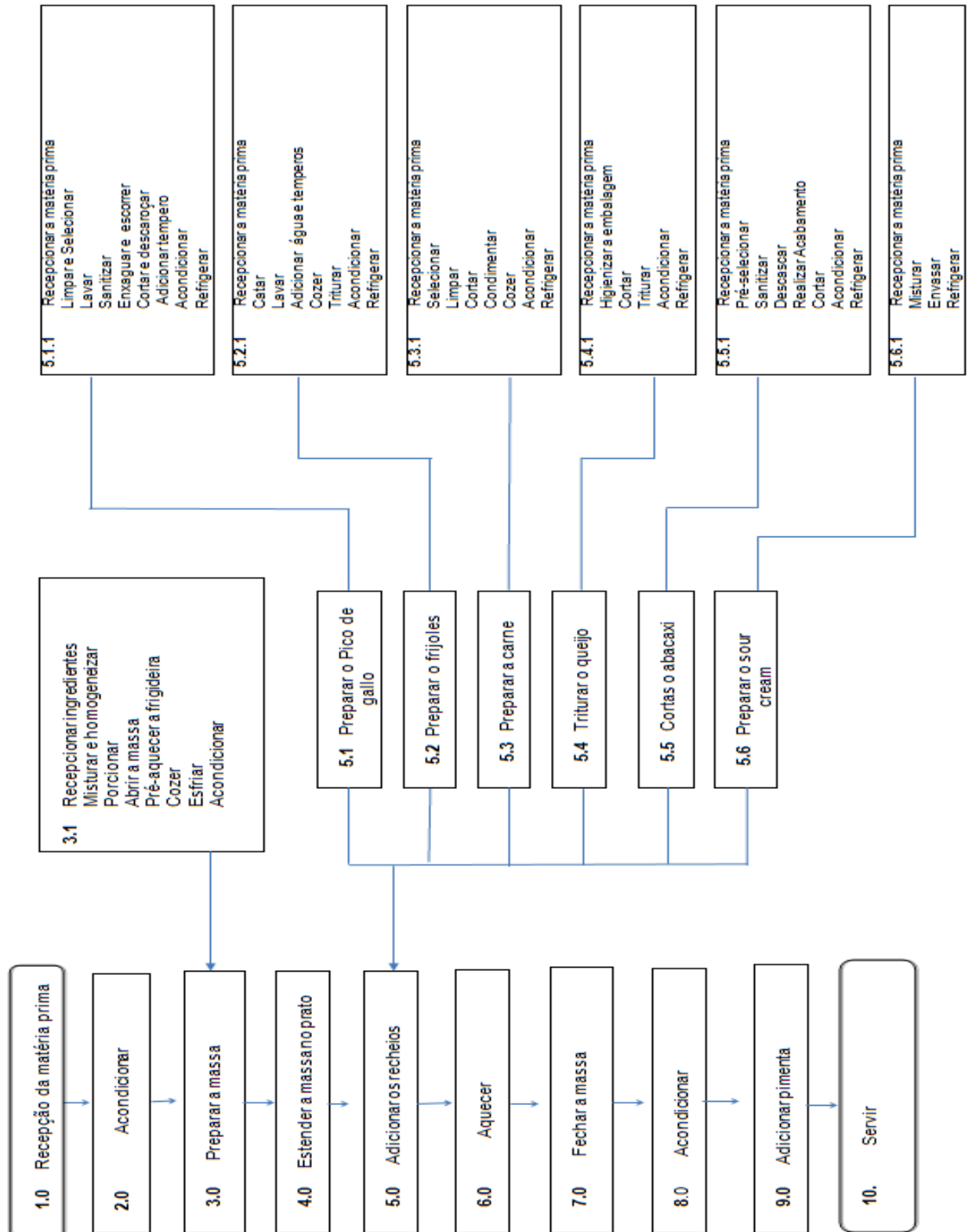
O processo de preparação inicia-se 48 horas antecedentes à comercialização, com o descongelamento das carnes, em modo de refrigeração. As frutas, verduras e laticínios permanecem refrigerados até o momento de preparação. Que duram 8 horas e conta com auxílio de um colaborador.

As preparações permanecem refrigeradas, por aproximadamente 2 horas, até que são acondicionadas em uma caixa térmica e levadas ao local de comercialização.

Respeitando as normas da ANVISA para comercialização de produtos alimentícios, os recipientes são devidamente etiquetados com o nome da preparação, a data de fabricação e o prazo de validade, acrescidos do horário em que são retirados da refrigeração. São utilizados todos os equipamentos de proteção individual na montagem dos Tacos, e para o colaborador é delegada a função de recepção dos clientes, guia do produto, anotação dos pedidos e manuseio do dinheiro.

A padronização da produção, descrito no fluxograma seguinte, permite uma organização sistemática, possibilitando a transcrição do mesmo. Deste modo, a produção de Tacos tornou-se exequível por outras pessoas, caso fosse necessário.

6.3 Fluxograma das etapas de preparação do Taco Mexicano



Legenda do fluxograma

1.0 A matéria prima é recebida 4(quatro) dias antes da comercialização, através de um serviço próprio de entrega.

2.0 O acondicionamento é feito em embalagens plásticas descartáveis, sob refrigeração de 2°Celsius. Exceto o feijão e o molho de pimenta, armazenados no armário.

3.0 Os ingredientes são misturados até que formem uma massa homogênea. Esta é porcionada em formato de pequenas esferas. A abertura da massa é feita com ajuda de um rolo de cozinha, em uma superfície plana, seca e acamada com farinha de trigo. A frigideira com superfície teflon é aquecida no fogão, a 180°Celsius, por 5 (cinco) minutos. A massa, após cozer, é exposta à temperatura ambiente, em superfície limpa e livre de humidade, para esfriamento. O acondicionamento é feito em recipiente seco em temperatura de aproximadamente 26°Celsius.

4.0 No processo de montagem do Taco, a massa é estendida, em um prato de vidro, próprio para uso em microondas.

5.0 Os recheios são adicionados à massa, sobrepondo-se.

5.1 Para o Pico de gallo, será feita a limpeza e seleção onde são retirados os vegetais danificados, talos e folhas. Os vegetais são lavados um a um, em água corrente, para depois serem sanitizados por imersão em solução clorada (200ppm) por 15 (quinze) minutos. O enxague é realizado com água filtrada, deixando-os em seguida, escorrer por 2 (dois) a 3 (três) minutos. Os vegetais são descaroçados, cortados em pequenos cubos, e colocados no recipiente final para receberem o tempero mexicano. São acondicionados e refrigerados a temperaturas entre 3° a 6°Celsius.

5.2 O feijão é posto em superfície plana, de boa visibilidade, para serem catadas as pedras e outros detritos indesejados. Em seguida são lavados em água corrente. Já em uma panela de pressão, adiciona-se água, temperos, e o cozimento é feito a 240°Celsius, por aproximadamente 25 minutos. Recém saídos da panela são triturados com uso do processador eletrônico, acondicionados em recipiente seco e levados a refrigeração imediata.

5.3 A carne recepcionada é selecionada, onde são retiradas as partes indesejáveis. Em seguida é cortada em tiras. As tiras são coadas com um recipiente e posteriormente são adicionados os condimentos. O pré-aquecimento da caçarola é feito a 180°Celsius, onde a carne será cozida por 5 minutos. O acondicionamento é feito em recipiente seco e a refrigeração é imediata.

5.4 A embalagem é lavada, ainda fechada, com água corrente, bucha e sabão neutro. O queijo é cortado em pedaços, que são triturados com o uso de um processador eletrônico de alimentos. Por fim, é acondicionado em recipiente seco e refrigerado imediatamente.

5.5 O abacaxi é lavado em água corrente e sanitizado por imersão em solução clorada (200ppm) por 15 (quinze) minutos. Realiza-se outra lavagem com água filtrada. A fruta é descascada e o acabamento é feito para retirada da casca mais interna. Logo em seguida é cortado em pequenos cubos, acondicionado em recipiente seco e resfriado de imediato.

5.6 Os ingredientes são batidos no processador elétrico, até formar um creme homogêneo. É envazado em recipiente seco e resfriado imediatamente.

6.0 A massa recheada é aquecida no microondas em uma temperatura de aproximadamente 80°Celsius por 1 (um) minuto.

7.0 A massa, que ainda permanece aberta, é dobrada na metade, até que tome forma de uma meia lua.

8.0 O Taco é embalado em saco plástico de tamanho apropriado e envolvido por um guardanapo de papel.

9.0 A pimenta adicionada é industrializada, sendo necessário apenas pingá-la, à gosto, por cima do recheio.

10.0 O Taco é servido ainda quente e é recomendado ingeri-lo de imediato.

A venda de Tacos Mexicanos inicia às 14 horas nos domingos. Quando o clima está estável, viabiliza a montagem segura e tranquila tanto dos equipamentos eletrônicos e ornamentação, como da disposição das preparações contidas em recipientes.

O biombo já disposto de todo material expositivo, com referências às cores do México, destaca-se entre os demais e atrai o interesse do público.

Após os primeiros dias de comercialização, foi diagnosticada uma necessidade de planejar algumas medidas corretivas. As intervenções, como foram chamadas, são executadas para atender recomendações preconizadas por órgãos de saúde, às exigências da vigilância sanitária, reduzir tempo e custo da produção. Desta forma sempre que observada a necessidade, é possível intervir para melhoramento do processo, utilizando os recursos disponíveis, e optando por alternativas de baixo custo.

6.4 Intervenções nutricionais

6.4.1 Intervenções relacionadas à técnica dietética

Uso do abacaxi como amaciante natural de produtos cárneos

Os produtos cárneos são compostos principalmente por proteínas, sequências de aminoácidos ligados por ligações peptídicas, formando cadeias (GAVA, 1984a).

Os organismos vivos ao longo da evolução desenvolveram formas de facilitar a quebra destas ligações, sem que para isso grandes quantidades de energia sejam gastas: as enzimas proteolíticas ou, simplesmente, proteases. Estas são capazes de quebrar essas ligações mais estáveis por meio de hidrólise, com doação de uma molécula de água à reação (TREMACOLD, 2009).

Tais enzimas podem ser encontradas em diversos organismos vivos: animais, a exemplo da pepsina produzida pelo aparelho digestivo; ou vegetais, como a bromelina, presente no abacaxi (GAVA, 1984b).

Aplicando este conhecimento ao processo de cocção, é de saber comum que os produtos cárneos, durante este processo, mudam suas características e propriedades físicas. Um efeito final comum, porém, indesejado, é o endurecimento da mesma dificultando a mastigação do alimento.

Existem diferentes técnicas de amaciamento de carnes: mecânicas, térmicas e enzimáticas. Nos processos mecânicos ocorre a quebra ou fragmentação das fibras da carne, por atividades simples como o bater, o cortar, o picar e o moer. O método térmico consiste em fornecer a quantidade de energia necessária para a quebra das ligações em forma de calor, o que implica diretamente na temperatura e no tempo de cocção. E, por fim, a técnica enzimática, uma forma lógica de acelerar o processo adicionando aos produtos cárneos estas substâncias, as quais conhecemos como amaciantes.

Atualmente, são conhecidos diversos amaciantes: naturais e artificiais. Dentre as enzimas naturais conhecemos a bromelina, já citada anteriormente; a papaína, presente na folha e casca do fruto do mamoeiro, e a ficina, presente na casca do figo Verde.

Grande parte dos amaciantes industrializados comercializados nos dias atuais é à base de papaína. Estes apresentam vantagens de serem facilmente encontrados e de custo relativamente baixo, além de fácil utilização. Todavia, se propõem também a servir de condimentação e, por isso, são ricos em sódio. Além disso, muitos são adicionados de realçador de sabor, em geral, o Glutamato monossódico. Este, considerado uma excito-toxina, ou seja, uma substância que estimula as células a ponto de danificá-las ou matá-las, é associado a vários processos de adoecimento atingindo diversos órgãos, principalmente o coração e o cérebro (GLUTAMATO..., 2015).

Em posse destes conhecimentos, o amaciante natural de produtos cárneos eleitos para ser utilizado neste caso foi a Bromelina proveniente do abacaxi. Primeiramente, devido ao fato do fruto já estar presente na preparação de um tipo de recheio do Taco. Assim, sendo uma forma de reduzir também os custos, uma vez que não seria necessário comprar amaciantes industrializados, cujo custo de 200gramas corresponde ao triplo do valor de um abacaxi. Em segundo lugar, consiste numa alternativa mais saudável de amaciamento. Considerando-se que uma porção de 5 (cinco)gramas, comumente utilizada para amaciar $\frac{1}{2}$ (meio) quilo de carne, contém aproximadamente 1298 (mil duzentos e noventa e oito) miligramas de sódio, o equivalente a 54% do indicado para consumo diário. E, por fim, devido a possibilitar o reaproveitamento do talo do abacaxi, segundo Teixeira (2010), parte do fruto com maior concentração de Bromelina, e que seria descartado, pois apenas a polpa do fruto é utilizada na preparação do Taco.

A técnica utilizada consiste em extrair o sumo da fruta e aplicar na superfície da carne. Em seguida, esperar um tempo aproximado de 10 minutos para que a bromelina aja e depois iniciar o processo de cocção.

Adição de sal às preparações

O Cloreto de Sódio, popularmente conhecido como sal de cozinha, é um condimento comumente utilizado nas preparações culinárias. Em 1(um) grama de sal, refinado ou grosso, existe 400mg de sódio.

O consumo de sal pelo brasileiro é de aproximadamente 12 (doze) gramas por dia (ANVISA, 2010). Tal ingestão diária excede a recomendação da Organização Mundial de Saúde (OMS), a qual preconiza a ingestão máxima diária de 5 (cinco) gramas de sal.

De acordo com a Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (Proteste) similarmente crítico é o uso dos temperos industrializados. Estes produtos apresentam em sua composição uma quantidade excessiva de sódio correspondente a 70% da ingestão diária recomendada, em 1 tablete ou 20 gramas do produto.

Considerando os fatos acima, e devido à importância de se oferecer uma refeição mais saudável ao público, buscou-se uma alternativa de condimento com uma oferta de sódio reduzida. Adotou-se o uso do “sal de ervas” para condimentação das preparações envolvidas no recheio do Taco. Não somente em função da redução do uso do sódio, como também para explorar as propriedades organolépticas advindas das ervas utilizadas.

A mistura escolhida é constituída de sal grosso, orégano, alecrim e estragão. O sal grosso substitui o sal comum, pois por não passar pelo processo de refinamento, mantém outros componentes que, entre outros benefícios, são importantes para equilíbrio hídrico do corpo humano. A adição das ervas visa proporcionar condimentação do alimento sem que seja necessário adição de sal, além de apresentarem outros valores benéficos a saúde. Por exemplo, o orégano contém propriedades anti-inflamatórias, antioxidantes e antibacterianas. O alecrim é um potente cicatrizante. E, por fim, o estragão que além de ser um cooperador digestivo, também apresenta propriedades diuréticas relevantes.

Tal mistura é incorporada às preparações já finalizadas, para que as ervas não sofram degradação durante o processo de cocção.

6.4.2 Intervenções relacionadas à Tecnologia de alimentos

Controle da temperatura de resfriamento

O controle da temperatura de resfriamento é aplicado como procedimento de boas práticas, adotado para garantir a conformidade dos alimentos de acordo com a legislação. Tem por objetivo minimizar os riscos de contaminação e a permanência de contaminantes, através da manutenção de temperaturas desfavoráveis à multiplicação microbiana.

Alimentos expostos à venda, manipulados e preparados em qualquer serviço de alimentação, são perecíveis e, portanto necessitam de condições especiais para sua conservação. Uma vez terminado o processo de preparo, devem ser reduzidos de 60°C (sessenta graus Celsius) a 10°C (dez graus Celsius) em até duas horas. Em seguida, devem ser armazenados a temperaturas inferiores a 5°C (cinco graus Celsius), por no máximo 5 (cinco) dias. Caso o armazenamento ocorra a temperaturas mais elevadas, o tempo de conservação seria reduzido (ANVISA, 2004).

A fim de atender as exigências da vigilância sanitária, órgão de constante inspeção na “feirinha”, e considerando os custos estipulados inicialmente e as limitações da infraestrutura fornecida, optou-se por confeccionar um mantenedor de baixas temperaturas artesanal.

Tal mantenedor é composto por uma caixa de isopor, com 1 metro de comprimento, 60 centímetros de largura e 30 centímetros de altura. Este foi revestido externamente com papel alumínio, objetivando a reflexão do calor proveniente do meio que poderia penetrar o isopor. A superfície interna foi totalmente acamada de gelo, de modo que as vasilhas com os recheios encaixam-se pareadas.

Desta forma foi possível manter temperaturas abaixo dos 10°C (dez graus Celsius) por no mínimo duas horas, podendo estender-se a depender do número de vezes que a caixa seria aberta. Sendo possível a reposição de gelo de acordo com a necessidade.

6.5 Cálculo de lucratividade do empreendimento

O resultado do cálculo da taxa lucrativa na comercialização de Tacos Mexicanos evidenciou que nos seis primeiros meses, o lucro foi de 83,1%.

$$\text{Lucratividade} = (\text{Lucro Líquido} / \text{Receita Total}) \times 100$$

$$\% \text{ Lucratividade} = 83,10 / 100,00 \times 100$$

$$\% \text{ Lucratividade} = 83,1\%$$

O piso salarial de um nutricionista, profissão de formação do profissional estudado, de acordo com dados da Federação Nacional dos Nutricionistas, é de R\$1966,23 referentes há 44 horas semanais recebidos pelo trabalho realizado.

Enquanto que neste empreendimento, empregando 11 horas semanais na compra de matéria prima, produção e comercialização. Notabilizou-se que a comercialização de Tacos Mexicanos em um período de seis meses, foi 195% superior à hora trabalhada por um nutricionista que recebe o piso salarial.

Ressalta-se que esses meses foram economicamente aquecidos pelos meses entre dezembro e março, onde o local recebe muitos visitantes devido ao período de férias, e a chegada de turistas para o período natalino e carnavalesco.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo de caso permitiu atestar que o ramo do comercio informal de alimentos constitui um nicho econômico em ascensão. O campo favorece a atuação do profissional de nutrição, tanto em nível de consultoria, quanto como atividade empreendedora, permitindo a gerência do seu próprio negócio.

A sistematização e padronização das etapas e procedimentos para a elaboração e comercialização do produto provam ser este o caminho para o fornecimento à população de uma “comida de rua” com qualidade.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Campanha quer reduzir o consumo de sal. Brasil: **Sala de imprensa**, 22 jul. 2011. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/anvisa/home?1dmy&urile=wcm%3Apath%3A%2Fanvisa+portal%2Fanvisa%2Fsala+de+imprensa%2Fmenu+-+noticias+anos%2F2011+noticias%2Fcampanha+quer+reduzir+o+consumo+de+sal>>. Acesso em: 12 jul. 2015.
- AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004. Brasil: **Diário Oficial da União**, 16 set. 2004. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/4a3b680040bf8cdd8e5dbf1b0133649b/RESOLU%C3%87%C3%83O-RDC+N+216+DE+15+DE+SETEMBRO+DE+2004.pdf?MOD=AJPERES>>. Acesso em: 12 jul. 2015.
- BAIRRO do Recife ganha shopping de entretenimento. Recife: **Porto do Recife**, 15 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.portodorecife.pe.gov.br/noticia-int.php?id=bairro-do-recife-ganha-shopping-de-entretenimento>>. Acesso em: 12 jul. 2015.
- BEDÊ, Marco Aurélio et al. Características dos empreendedores formais e informais do estado de São Paulo. **SEBRAE/SP**, São Paulo, nov. 2003. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/mpes_numeros/empreendedores.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2015.
- BOLLER, Bárbara Schons; GOMES, Mariana Ehlers. **Oak's California Burritos**: um negócio mexicano ao estilo brasileiro. [Porto Alegre], dez. 2011.
- BRASILEIROS aumentam o consumo de pimentas e apreciam culinária mexicana. **Maxpress**, [São Paulo], 14 jun. 2011. Disponível em: <http://www.maxpressnet.com.br/Conteudo/1,419720,Brasileiros_aumentam_o_consumo_de_pimentas_e_apreciam_culinaria_mexicana,419720,6.htm>. Acesso em: 12 jul. 2015.
- BRENKERT, George G. Innovation, rule breaking and the ethics of entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, n. 24, p. 448-464, 2009.
- BRIEFING – O que é, como fazer. [São Paulo]: **Sobredesign**, 27 jun. 2007. Disponível em: <<https://sobredesign.wordpress.com/2007/06/27/briefing-o-que-e-como-fazer/>>. Acesso em: 12 jul. 2015.
- CAMPOS, Vicente Falconi. **TQC – Controle da qualidade total**: no estilo japonês. Minas Gerais: 5º ed., 1992.
- CHURCHIL, N.; MUZYKA, D. Defining and Conceptualizing Entrepreneurship: a process approach. P. 11-23. In: HILLS, G. E.; LAFORGE, W.; PARKER, B. J. **Research at Marketing/Entrepreneurship Interface**. Chicago: University of Illinois at Chicago, 1996.

CULINÁRIA Mexicana. São Paulo: **rg nutri**, [2008?]. Disponível em: <<http://www.rgnutri.com.br/sqv/curiosidades/culin-mexic.php>>. Acesso em: 12 jul. 2015.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia Empreendedora**: O Ensino do Empreendedorismo na Educação Básica, voltado para o Desenvolvimento Sustentável. São Paulo: Editora de Cultura, 2003. p. 13-29.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

FERRARINI, Adriane Vieira; GAIGER, Luiz Inácio. "Quando o Micro não é Sinônimo de Pequeno: a Vertente Metautilitarista do Empreendedorismo". **Otra Economía**, vol. IV, nº 7, 2010, p. 84-100.

GARCIA, Vitor Otávio Balbinot. **Plano de negócio para implementação de um Bar e Restaurante Mexicano em Chapecó-SC**. 2009. Trabalho de conclusão de estágio (Bacharelado em administração) - Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2009.

GAVA, Altanir Jaime. Princípios da tecnologia de alimentos. In: **Aspectos Nutritivos dos Alimentos**. São Paulo: Nobel, 1984a. p. 20. ISBN 978-85-213-0132-5. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr&id=l_uUf0KEY0YC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Os+produtos+c%C3%A1rneos+s%C3%A3o+compostos+principalmente+por+prote%C3%ADnas%2C+sequ%C3%AAs+de+amino%C3%A1cidos+ligados+por+liga%C3%A7%C3%B5es+pept%C3%ADdicas&ots=xrK7c3wVuU&sig=C9K-SJ1HopyzcT9bqW_rNks-7uE#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 12 jul. 2015.

_____. Princípios da tecnologia de alimentos. In: **Enzimas na tecnologia de alimentos**. São Paulo: Nobel, 1984b. p. 98-101. ISBN 978-85-213-0132-5. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr&id=l_uUf0KEY0YC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Os+produtos+c%C3%A1rneos+s%C3%A3o+compostos+principalmente+por+prote%C3%ADnas%2C+sequ%C3%AAs+de+amino%C3%A1cidos+ligados+por+liga%C3%A7%C3%B5es+pept%C3%ADdicas&ots=xrK7c3wVuU&sig=C9K-SJ1HopyzcT9bqW_rNks-7uE#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 12 jul. 2015.

GLUTAMATO monossódico: o sabor que mata. [S.l.]: **Vida Sim**, 9 mar. 2015. Disponível em: <<http://vidasim.com.br/saude/glutamato-monossodico-o-sabor-que-mata/>>. Acesso em: 12 jul. 2015.

GONZÁLEZ DE LA VARA, Fernán (Org.). **La cocina mexicana a través de los siglos**. México: Clío/Fundación Herdez, 1996-1997.

KATZ, Esther. Statut de la chasse et consommation du gibier chez les paysans mixtèques du Mexique. Approche diachronique. In: SIDERA, I.; VILA, E.; ERIKSON, Ph.; (Orgs.). **La chasse**: pratiques sociales et symboliques. Paris: De Boccard, 2006. p. 181-192.

MARANHO, E. J. **Dinâmica do Mercado de Trabalho Urbano num contexto de rápido crescimento populacional**: o caso da Região Metropolitana de Curitiba. Dissertação (Mestrado), Belo Horizonte, CEDEPLAR – UFMG, 1987.

RECIFE Antigo de Coração. Recife: **Recife.pe.gov**, fev. 2015. Disponível em: <<http://www2.recife.pe.gov.br/servico/recife-antigo-de-coracao-0>>. Acesso em: 12 jul. 2015.

Ruppenthal, Janis Elisa; Cimadon, José Eduardo. O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade. **Gestão & Produção**. São Carlos, v. 19, n. 1, p. 137-149, 2012.

SEBRAE: Brasil é 3º País com mais empreendedores no mundo. [S.l.]: **Terra**, 3 jul. 2012. Disponível em: <<http://economia.terra.com.br/sebrae-brasil-e-3-pais-com-mais-empreendedores-no-mundo,dcd89174eeb31410VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 12 jul. 2015.

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Brasil: **Empreendedorismo/Inovação/Finanças**, 12 jul. 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em: 12 jul. 2015

SILVA, Clemente Ricardo. Empreendedorismo e o profissional de biblioteconomia: uma abordagem da competência, 2011. In: **Empreendedorismo e Biblioteconomia**. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, João Pessoa, 2011. P. 19. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=zJTY9w-zhqsC&pg=PA19&lpg=PA19&dq=felippe+1996&source=bl&ots=Kn27etM57x&sig=TWI_ep1OoHo_Jvjjsf-Cf4KVN3o&hl=pt-BR&sa=X&ved=0CC8Q6AEwBmoVChMluPzTnfTaxgIVgZGQCh3sRAjS#v=onepage&q=felippe%201996&f=false>. Acesso em: 12 jul. 2015.

SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 25., 2008, Brasília. **Empreendedorismo e Inovação**: Um Estudo Sobre a Gestão de um Empreendimento de Sucesso no Ramo Alimentício. Brasília: ANPAD, 2008

SLACK, Nigel et al. **Administração da Produção**. São Paulo: Atlas, 1997.
TABELA de honorários nutricionistas - 2015. Brasília: **Federação Nacional dos Nutricionistas**, 18 nov. 2014

TOKMAN, Victor E.; SOUZA, P. R. El Sector Informal Urbano em America Latina. [S.l.]: Revista Internacional del Trabajo, nov. 1976, v.94, n. 3.

_____. Distribución del Ingreso, Pobreza, Empleo en Areas Urbanas. [S.l.]: **Trimestre Económico**, jan. 1978.

TRADICIONAL feirinha da Rua do Bom Jesus pode mudar de endereço. **Jornal do Commercio**, Recife, 4 mar. 2015. Disponível em: <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2015/03/04/tradicional-feirinha-da-rua-do-bom-jesus-pode-mudar-de-endereco-170743.php>>. Acesso em: 6 mar. 2015

VALADARES, Marco Antonio. Administração e o empreendedorismo no ensino acadêmico brasileiro. [S.l.]: **Administradores**, 30 set. 2013. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/administracao-e-o-empreendedorismo-no-ensino-academico-brasileiro/73320/>>. Acesso em: 12 jul. 2015.

VALIM, Eduardo. A incrível gastronomia mexicana. São Paulo: **Chame o chef**, 22 jul. 2013. Disponível em: <<http://chameochef.blogspot.com.br/2013/07/a-incrivel-gastronomia-mexicana.html>>. Acesso em: 12 jun. 2015.

VARGAS, H. C. **Espaço terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: SENAC, 2001.

WIRNANO, Florentinus Gregorius; ALLAIN, Annelies. **Street foods in developing countries**: lessons from Asia. In: Food Nutrition and Agriculture. 1991. v. 1, n.1, p. 11-18.

YASMEEN, Gisèle. **Workers in the urban “informal” food sector**: innovative organizing strategies. In: Food Nutrition and Agriculture. 2001. v.29, p. 32-41.