

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE TECNOLOGIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL - CTDR
DEPARTAMENTO DE GASTRONOMIA – DG
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA

Nicholas Alexsander Ost

PLANO DE NEGÓCIO DE DELIVERY DE COMIDA VEGANA

JOÃO PESSOA

2020

NICHOLAS ALEXSANDER OST

PLANO DE NEGÓCIO DE DELIVERY DE COMIDA VEGANA

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Orientador: Profa. Dra. Valéria Saturnino

JOÃO PESSOA

2020

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

085p Ost, Nicholas Alexsander.
Plano de Negócio de Delivery de Comida Vegana /
Nicholas Alexsander Ost. - João Pessoa, 2020.
47 f. : il.

Orientação: Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino
Silva.
Monografia (Graduação) - UFPB/CTDR.

1. Plano de Negócio. 2. Gastronomia. 3. Veganismo. I.
Silva, Valéria Louise de Araújo Maranhão Saturnino. II.
Título.

UFPB/BC

NICHOLAS ALEXSANDER OST

PLANO DE NEGÓCIO DE DELIVERY DE COMIDA VEGANA

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Coordenação do Bacharelado em Gastronomia do Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Data: 24/03/2020

Resultado: Aprovado

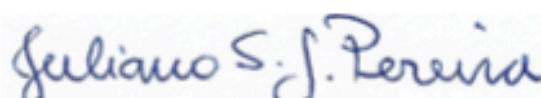
Banca Examinadora:



Profa. Dra. Valéria Louise de A. M. Saturnino Silva (orientadora)



Profa. Dra. Maria dos Remédios Antunes Magalhães (examinador)



Prof. Msc. Juliano Sebastião Gonçalves Pereira (examinador)

JOÃO PESSOA

2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	5
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	6
2.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO.....	6
2.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES	6
2.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO	6
2.4 MISSÃO DA EMPRESA.....	7
2.5 SETORES DE ATIVIDADES	7
2.6 FORMA JURÍDICA	7
2.7 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	7
2.8 CAPITAL SOCIAL.....	7
2.9 FONTE DE RECURSOS.....	7
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	8
3.1 PESQUISA DE MERCADO	8
3.2 IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES DOS CLIENTES	13
3.3 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO.....	14
3.4 PERFIL DOS CLIENTES (PF).....	14
3.5 ESTUDO DOS CONCORRENTES.....	14
3.6 ESTUDO DOS FORNECEDORES	15
4. ANÁLISE DA MATRIZ FOFA E AÇÕES	17
5. PLANO DE MARKETING	18
5.1 ESTRATÉGIA DE PRODUTO E VALOR	18
5.2 ESTRATÉGIA DE PREÇO.....	19
5.3 ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO	19
5.4 ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	20
5.5 ESTRATÉGIA DE DISTRIBUIÇÃO.....	20
6. LAYOUT E PROCESSOS OPERACIONAIS.....	21
6.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	21
6.2 CAPACIDADE PRODUTIVA.....	21
6.3 TEMPO DE PRODUÇÃO	22
6.4 ESTOQUE	22
6.5 NECESSIDADE DE PESSOAL.....	22

7. PLANO FINANCEIRO.....	23
7.1 INVESTIMENTO FIXO.....	23
7.2 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO	24
7.3 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA.....	25
7.4 VALOR DOS ENCARGOS.....	25
7.5 PREVISÃO DE CUSTOS FIXOS.....	28
7.6 SIMULADOR TRIBUTÁRIO	29
7.7 COMISSÕES E CUSTOS VARIÁVEIS.....	32
7.8 RESULTADOS DA EMPRESA	32
7.9 INDICADORES FINANCEIROS	34
8. CONCLUSÕES.....	36
REFERÊNCIAS.....	37
APÊNDICE – FICHAS TÉCNICAS	38

1. INTRODUÇÃO

Plano de negócio é a melhor forma de começar o empreendimento com segurança, pois apresenta a viabilidade do negócio e apresenta as projeções futuras em quesito de crescimento e estabilização da empresa. O SEBRAE realizou uma pesquisa em 2013 para analisar a mortalidade das pequenas e microempresas. Ao abrir um estabelecimento, parte dos empreendedores não levanta informações importantes sobre o mercado, tais como clientes, concorrente e fornecedores. O Sebrae Nacional apontou que 24,4% das empresas fecham as portas com menos de dois anos de existência. E esse percentual pode chegar a 50% nos estabelecimentos com menos de quatro anos.

De acordo com o site da Sociedade Vegetariana Brasileira, o veganismo é um modo de viver (ou poderíamos chamar apenas de "escolha") que busca excluir, na medida do possível e praticável, todas as formas de exploração e crueldade contra os animais, seja na alimentação, no vestuário ou em outras esferas do consumo. Sendo assim, o restaurante de delivery proposto neste trabalho, além de servir comida vegetariana restrita, assume o veganismo como política da empresa. Dessa forma, não utiliza produtos de origem animal ou que foram testados em animais, como por exemplo, produtos de limpeza e bebidas de marcas que patrocinam rodeio e outras práticas de exploração animal.

O mercado de delivery em gastronomia tem crescido bastante, devido a ascensão de aplicativos de entrega, fazendo com que a facilidade do pedido e a descoberta de novos restaurantes aumente bastante. De acordo com o jornal Folha de São Paulo, os pedidos da empresa Ifood passaram de 8,5 milhões em julho de 2018 para 20 milhões no mesmo mês em 2019.

Este trabalho tem como objetivo a elaboração de um plano de negócio de um delivery de comida vegana, que funcionará na cidade de São Paulo (SP), focando no veganismo e nas plataformas de entrega. A ênfase do plano de negócio é na parte de administração, marketing e gestão financeira com o intuito de avaliar a viabilidade econômico-financeira do empreendimento.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio

Este plano de negócio tem como objetivo analisar a viabilidade da implantação de um negócio de delivery de comida vegetariana estrita, apresentando-se como um restaurante vegano devido às políticas internas focadas na ética animal.

A empresa funcionará como delivery e para retirada de lanches e porções veganas, apresentando um conceito 100% artesanal, sem conservantes, sem aditivos e com técnicas aprimoradas. Serão sanduiches diferenciados e porções de origem vegetal. Buscando clientes veganos ou simpatizantes que querem algo cômodo, saboroso e saudável. Junto a esse conceito, a empresa visa apresentar um veganismo acessível, com o intuito de valorizar a gastronomia vegana, normalizando a mesma.

2.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

O projeto terá dois sócios fundadores, sendo um gastrônomo e um administrador, que ficarão encarregados de investir com capital próprio. Devido a formação dos sócios, a junção de conhecimento e experiências garantirão qualidade na parte de cardápio e da comida a ser oferecida, assim como na administração do negócio garantindo o lucro e o funcionamento da empresa.

2.3 Dados do empreendimento

A empresa estará localizada na cidade de São Paulo, Zona Sul, no bairro do Morumbi, e tem como nome fantasia **Tempeh Sanduicheria Vegana**.

A ideia de um empreendimento de delivery totalmente vegano surgiu quando um de seus proprietários fazia a faculdade de gastronomia e se viu extremamente interessado com a alimentação vegana, principalmente a produção de lanches, visualizando também que a necessidade de um serviço rápido e de delivery numa cidade como São Paulo é alta. Aproveitando então o crescimento do nicho, decidiu juntar seu interesse pela gastronomia vegana e a necessidade do público para a criação do restaurante.

2.4 Missão da empresa

A missão da empresa é tornar o veganismo mais acessível, juntando o conceito de ética animal, técnicas gastronômicas e gastronomia social. Dessa maneira, contribui-se com a valorização e crescimento do veganismo e de sua gastronomia, assim como o estilo de vida em questão.

2.5 Setores de atividades

A empresa atuará no setor de comércio, na comercialização de produtos prontos para consumo no ramo de Alimentos e Bebidas.

2.6 Forma Jurídica

O empreendimento se trata de uma MICRO EMPRESA (ME).

2.7 Enquadramento tributário

Devido ao faturamento anual, a empresa está enquadrada no regime tributário do Simples Nacional.

2.8 Capital Social

Os sócios da empresa serão responsáveis pelo investimento do capital completo, no valor de R\$40.000,00 (quarenta mil reais).

2.9 Fonte de recursos

Será utilizado como capital inicial da empresa apenas capital próprio, sem dívidas (capital de terceiros).

3. ANÁLISE DE MERCADO

Foi aplicado um questionário visando avaliar a viabilidade da empresa em questão e sua implantação na cidade de São Paulo, analisando qual a melhor localização e cardápio a ser apresentado ao público.

3.1 Pesquisa de Mercado

Foi realizada uma pesquisa de mercado com o objetivo de analisar o público alvo, visando uma provável melhoria e atualização do cardápio proposto. A pesquisa foi feita através do Google Forms, sistema de formulários gratuitos do Google, tendo sido obtido um total de 44 respostas, sendo 25 válidas para a empresa, pois são os que residem em São Paulo, cidade onde pretende-se instalar a empresa.

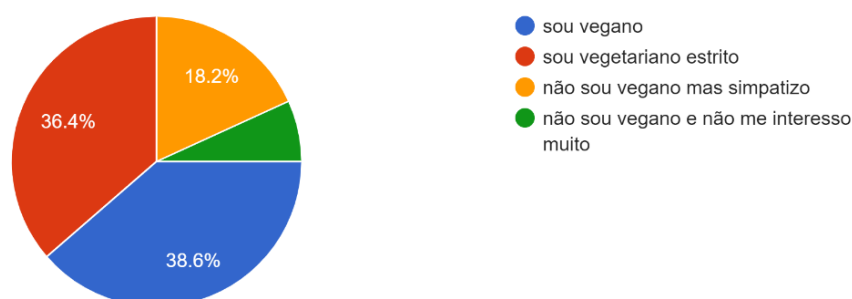
Mais da metade dos entrevistados eram mulheres, conforme o gráfico 05, e do total dos entrevistados, 52% tinha entre 21 e 30 anos.

A primeira pergunta do questionário foi de caráter de exclusão, com perguntas sobre características alimentares, focando em veganismo e vegetarianismo para definir a validade do questionário.

Gráfico 01 - Características alimentares dos entrevistados

você é vegano ou vegetariano?

44 responses



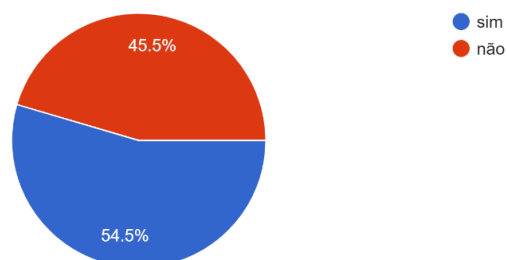
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

A segunda pergunta também tem a mesma intenção de exclusão, sendo que os entrevistados que não residem em São Paulo foram excluídos das demais respostas.

Gráfico 02 - Local da residência do entrevistado

Você reside na cidade de São Paulo ?

44 responses



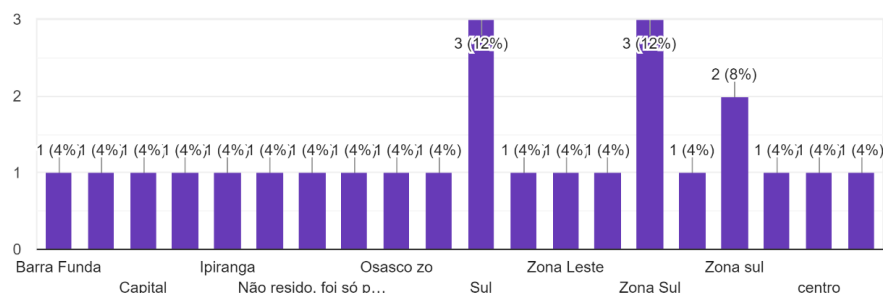
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

No gráfico 03, foi feita a análise da região em que os entrevistados residem para que seja escolhida a zona e mais precisamente o bairro em que o restaurante estará localizado.

Gráfico 03 - Região de moradia dos entrevistados

Em qual região da cidade de São Paulo você reside ?

25 responses



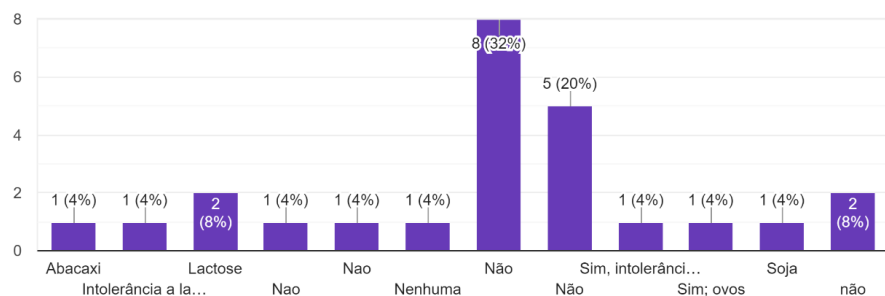
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

Foi feita uma análise também sobre restrições alimentares de possíveis clientes, visando poder atender também tal público.

Gráfico 04 - Restrição alimentar dos entrevistados

Você tem alguma alergia ou intolerância alimentar? Caso sim, qual ?

25 responses



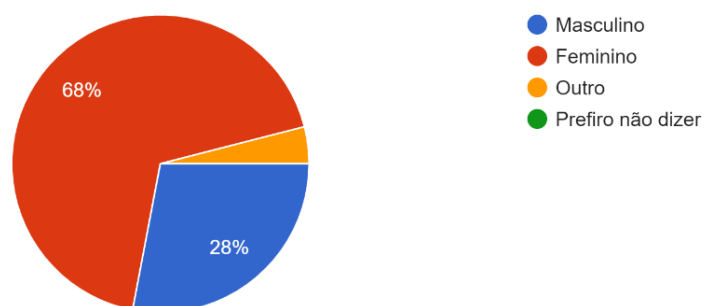
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

O gráfico a seguir verifica o gênero dos entrevistados para poder definir a persona de marketing.

Gráfico 05 - Gênero dos entrevistados

Qual o seu gênero

25 responses



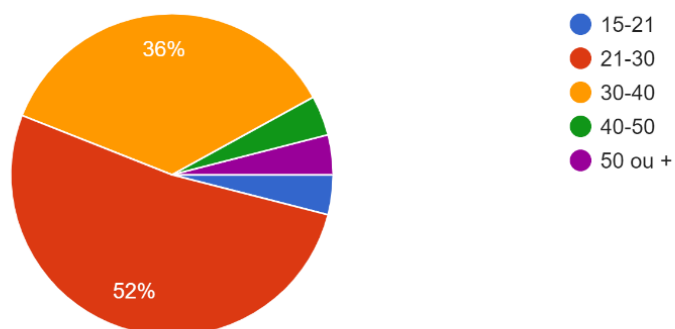
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

A idade dos entrevistados também é essencial para definir a persona de marketing.

Gráfico 06 - Idade dos entrevistados

Qual sua idade ?

25 responses



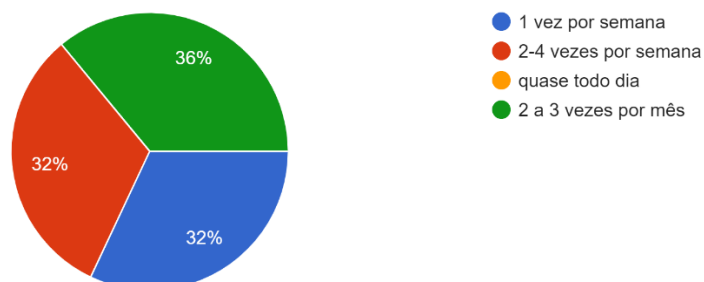
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

No próximo gráfico se questiona a frequência de pedido em aplicativos, com intuito de entender bem o mercado e como se posicionar.

Gráfico 07 - Frequência de pedido de comida em aplicativos

Com qual frequência você pede comida vegana ou vegetariana em aplicativos ?

25 responses



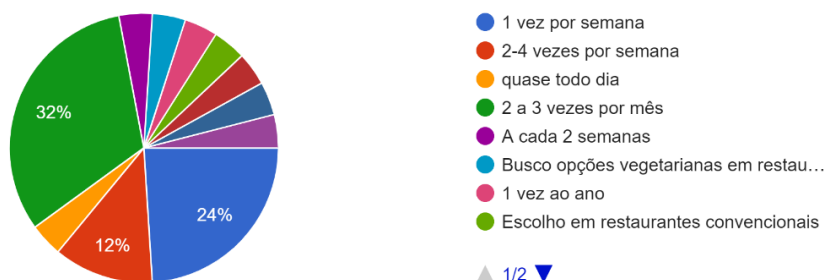
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

A próxima pergunta busca verificar a tendência do público vegano em frequentar lugares físicos ou fazer pedidos em *deliverys*.

Gráfico 08 - Frequência de ida a restaurantes veganos e vegetarianos

com qual frequência você sai para ir em restaurantes veganos e vegetarianos ?

25 responses



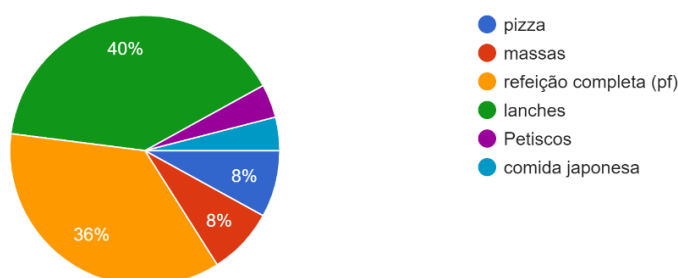
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

A pergunta de número 09 questiona a preferência do tipo de comida, com vista a auxiliar na elaboração do cardápio e decidir o foco do restaurante.

Gráfico 09 - Preferência de tipo de comida dos entrevistados

Quando você pede comida vegana e vegetariana, qual sua preferência ?

25 responses



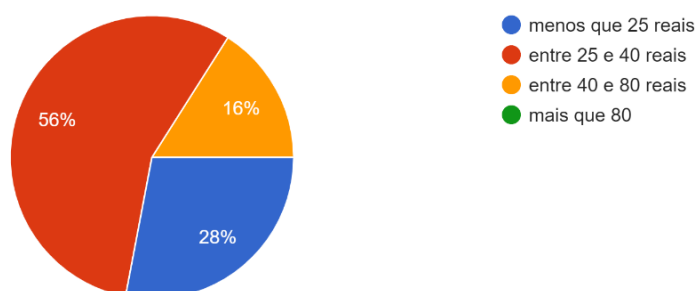
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

O próximo indicativo é para analisar o ticket médio e assim conseguir elaborar produtos que possam estar na faixa de preço da maioria.

Gráfico 10 - Média de gasto por pedido em comida vegana ou vegetariana

Quanto você costuma gastar com comida vegana ou vegetarianas em um único pedido ?

25 responses



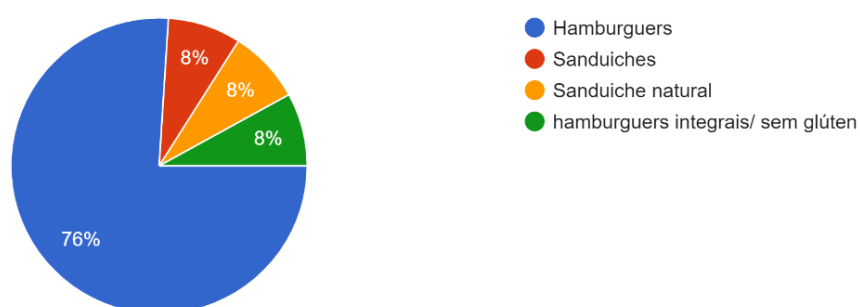
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

A empresa em questão se trata de uma sanduicheria, e nesse conceito está incluso hambúrguer e outros tipos de sanduíche; o questionário analisa a preferência do tipo de lanche para poder definir a quantidade de cada tipo de sanduíche no cardápio.

Gráfico 11 - Preferência de tipo de lanches dos entrevistados

Quando pede lanches, qual sua preferência ?

25 responses



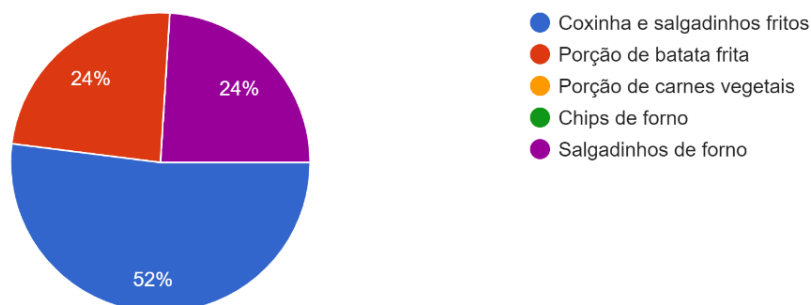
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

A empresa pretende colocar petiscos como entradas e/ou acompanhamentos dos sanduíches, por isso pergunta a preferência dos tipos de petiscos para inserção no cardápio do restaurante.

Gráfico 12 - Preferência de tipos de petiscos dos entrevistados

Quando você pede petiscos veganos/vegetarianos, o que você prefere ?

25 responses



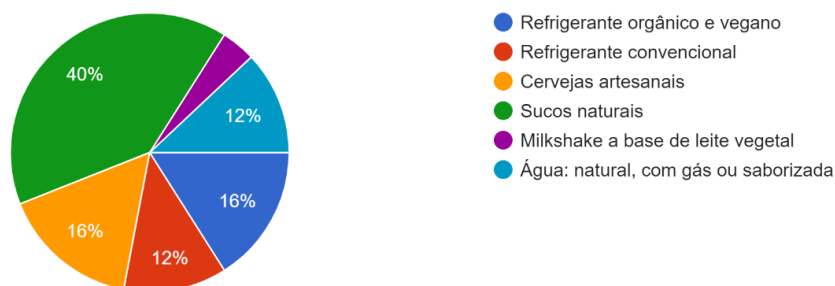
Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

A pergunta de número 13 tem como objetivo permitir a análise da preferência de bebidas no intuito de mostrar o que acrescentar ao cardápio, e também a quantidade de projeção de venda de cada um.

Gráfico 13 - Preferência de bebidas para acompanhamentos dos lanches

Quando você pede comida, qual sua preferência de bebida para acompanhar ?

25 responses



Fonte: Pesquisa de Mercado realizada através do Google Forms

3.2 Identificação das Necessidades dos Clientes

O empreendimento está em estágio inicial, sendo introduzido no mercado em um momento em que o delivery de comida vegana busca o conhecimento do público aos poucos. Entretanto, por estar inserido em aplicativos de comida, visa altas vendas e uma margem de lucro média, buscando o amadurecimento e reconhecimento perante o mercado.

O delivery possui uma vertente de cliente em potencial: pessoa física que busca consumir o produto final, dando importância para a conveniência dos aplicativos e também, em grande maioria, para a ideologia da empresa.

O empreendimento trata-se de um delivery baseado na interação de comerciante para consumidor, onde os aplicativos de comida são a forma de fazer com que a comida chegue ao consumidor.

3.3 Segmentação de Mercado

O empreendimento tem como objetivo o alcance de toda a zona sul de São Paulo inicialmente, e futuramente toda a cidade, implantando novas unidades de delivery e de ponto físico para consumo no local.

O delivery atingirá na maior parte pessoas entre 18 e 40 anos, homens e mulheres, sendo que a persona em questão está na faixa de 25 anos de idade, do gênero feminino e que busca aliar comodidade ao estilo de vida vegano e/ou saudável.

O Delivery será voltado para consumidores finais que buscam comidas veganas diferenciadas, seja por saúde, transição ou estilo de vida.

3.4 Perfil dos Clientes (PF)

Os clientes Pessoa Física que o delivery buscará atender possuem idade entre 21 e 30 anos, são adeptos ao veganismo ou simpatizantes, buscam comodidade e qualidade na alimentação. Também são de classe média e classe alta, e em sua maior parte, profissionais que pelo estilo de vida agitado buscam o delivery utilizando smartphones e dispositivos tecnológicos, aplicativos e redes sociais. Os pedidos são feitos com frequência alta, ao menos uma vez por semana. Por se tratar de lanches, os clientes costumam comprar com maior frequência nos finais de semana ou durante a madrugada.

3.5 Estudo dos Concorrentes

Foram analisados os concorrentes da cidade de São Paulo que trabalham com comida vegana, sendo restaurantes exclusivamente veganos e também aqueles que apresentam opções. A tabela a seguir apresenta concorrentes diretos e indiretos, analisando os pontos fortes e fracos de cada estabelecimento.

Contudo, todos os restaurantes que se encaixam como concorrentes do empreendimento têm seu espaço físico em lugar pouco próximo da Tempeh Sanduicheria Vegana, diminuindo então a concorrência em quesito geográfico.

Tabela 01 – Estudo dos Concorrentes

Nome	Tipo	Produtos/Serviços	Pontos fortes	Pontos Fracos
Prime dog	Direto	Lanchonete focada em hamburguers e hot dogs, apresenta muitas opções veganas.	Consolidado no mercado; mais de uma unidade, ponto físico, atendimento durante a madrugada;	Não é totalmente vegano, tem lanches com carne, preço elevado e muitas reclamações de queda de qualidade nas redes sociais.
Animal Chef	Direto	Hamburgueria especializada em lanches veganos. Produtos diferentes toda semana.	Consolidado na cidade de São Paulo, lanches criativos, localização privilegiada;	Falta variedade nos tipos de hamburguer, apenas nos acompanhamentos, preço bastante alto;
Pop Vegan Food	Indireto	Pizzaria vegana, focada em rodízios.	Público muito bem estabelecido, preço bom em comparação com o mercado, localização privilegiada;	Não tem variedade no tipo de comida, estagnado no mercado;
Novos Veganos	Direto	Hamburgueria e petiscaria vegana	Ponto físico, duas unidades, serviço de rodizio;	Pouco conhecido ainda, não tem foco em serviço de delivery;

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

3.6 Estudo dos Fornecedores

Na tabela a seguir foi feita a análise dos principais fornecedores de matérias primas e serviço, para que a empresa consiga ter um bom funcionamento, analisando periodicidade da compra e também a quantidade mínima para abastecer o estoque.

No quesito das embalagens, o site citado se trata de uma plataforma com diversos fornecedores, onde serão compradas embalagens de papel, por motivos ligados a sustentabilidade, priorizando sempre que possível a utilização de embalagens biodegradáveis.

Tabela 02 – Estudo de Fornecedores

Produto/Insumo	Fornecedores	Periodicidade de compra	Volumes Mínimos	Condições de Pagamento e Entregas
Cogumelo shitake e shimeji	Empório azuki	A cada 3 dias	1 kg de cada	Em dinheiro, cartão de débito ou crédito, à vista
Leguminosas: grão de bico, quinoa e proteína de soja	Armazém Santa Filomena	A cada 15 dias	10 kg	Em dinheiro, cartão de débito ou crédito, à vista
Hortaliças e legumes	Feira livre e mercado de bairro	Diário	1kg ou unidade	Em dinheiro, cartão de débito ou crédito, à vista
Materiais base: trigo, óleo de soja, azeite, fermento, açúcar, sal;	Akki atacadista	Mensal	1 fardo ou caixa	Em dinheiro, cartão de débito ou crédito, à vista
Refrigerantes	Wewi	Mensal	18 fardos	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.
Cerveja	Praya	Mensal	10 fardos	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.
Embalagens personalizadas	Multicaixas.net	Mensal	milheiro	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.
Equipamentos para a cozinha	magazineluiza.com	única vez	1	Em dinheiro, ou à prazo via cartão de crédito.

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

4. ANÁLISE DA MATRIZ FOFA E AÇÕES

A matriz FOFA é responsável por analisar pontos fortes e fracos, no ambiente externo e interno, sendo: forças, oportunidades, fraquezas e ameaças.

Figura 01 – Matriz FOFA

MATRIZ SWOT (FOFA)			
Ambiente Interno			
FORÇAS		FRAQUEZAS	
Produção artesanal Produtos diferenciados com técnicas aprimoradas Natural e mais saudável Preço Acessível Comida vegetariana e vegana Produção de lixo reduzida Embalagem sustentável		Baixa capacidade de produção Limitação na área de entrega Alto custo de produção Cardápio pequeno Pouca experiência no mercado Atendimento somente por delivery	
Ambiente Externo			
OPORTUNIDADES		AMEAÇAS	
Nicho em ascensão (veganismo) Crescimento das plataformas de entregas Maior alcance devido a redes sociais e plataformas digitais		Variação de taxa de entrega Entrega exclusivamente terceirizada Demora e dificuldade para entrega Concorrentes consolidados no mercado	

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Analisando os pontos fortes e fracos do delivery em questão, observa-se que é uma oportunidade bastante promissora, principalmente pelo crescimento do nicho e dos aplicativos de entrega, que estão cada vez mais em crescimento.

A proposta da sanduicheria de ser totalmente artesanal, vegana e com técnicas diferenciadas também tem um peso muito grande no mercado, e apesar de se tratar de um nicho em ascensão, a concorrência na cidade de São Paulo é grande. Mas, ao mesmo tempo, a clientela vem aumentando muito e os estabelecimentos já existentes não conseguem atender a alta demanda. A estratégia da empresa Tempeh será a de atingir o público principalmente da região em que se encontra, onde há menor concorrência, focando em alimentos diferenciados, com preço acessível e diferentes técnicas.

5. PLANO DE MARKETING

Foi elaborado através da planilha de plano de negócios do SEBRAE “Estratégias de marketing para garantir a viabilidade e sucesso da empresa”, sendo estratégia de produto e valor, de preço, de promoção, de comunicação, de distribuição e de vendas.

5.1 Estratégia de Produto e Valor

Qualidade

Os produtos a serem oferecidos são lanches feitos artesanalmente, sem conservantes e com todos os cuidados para produção de qualidade e segura.

Imagem

O delivery será nomeado como Tempeh, ingrediente usado na gastronomia vegana. A imagem da empresa é mais alternativa e despojada, com a logomarca *clean* e sucinta, embalagem toda de papel, reduzindo o máximo de lixo possível, ou seja, dará prioridade a produtos que tenham embalagem de papel ou sejam biodegradáveis, na medida do possível. A embalagem de entrega de produto não gerará lixo plástico. Diante da impossibilidade de uma empresa de delivery não gerar lixo, uma vez que o produto precisa chegar em bom estado, será utilizada apenas embalagem de papel que tenha uma reciclagem mais fácil e degradação mais rápida no meio ambiente.

Inovação

Lanches diferenciados apresentando técnicas de cozinha francesa, pães naturais e artesanais, porções de petiscos com alimentos brasileiros. Valorização de produtos brasileiros e internacionais com técnicas contemporâneas e clássicas.

Informação

Os aplicativos de delivery e as redes sociais informam todas as características do produto, inclusive preço e quantidade de desconto.

Garantia

O cliente comprará através de plataformas e aplicativos de entregas, onde a garantia de entrega é maior e pode ser feito reclamações diretamente o que diminui o risco dos futuros consumidores.

Conveniência

Atendimento rápido e online, delivery confiável e com fácil acesso.

Serviços

O delivery oferece como serviço apenas a entrega dos pedidos e encomendas.

5.2 Estratégia de Preço**Natureza**

Quanto a sua natureza, será praticado a estratégia de preços de Alto Valor, ou seja, uma alta qualidade do produto a um preço mediano. O preço foi calculado através das fichas técnicas e de custo fixo.

Condições de pagamento

Pagamento à vista em dinheiro ou cartões de crédito e débito.

Prazos de pagamento

Taxa zero nas vendas no Débito e Crédito. Somente à vista.

Dados necessários

Nome, endereço completo, dados de cartão de crédito caso o pagamento seja feito por meio dos aplicativos de entrega.

5.3 Estratégia de Promoção**Concursos e premiações**

Como forma de engajar as redes sociais, ocorrerá sorteios de combos (combinação de produtos) e produtos avulso para os clientes ou futuros clientes.

Brindes e presentes

Como forma de incentivar compras em dias mais fracos, serão ofertados semanalmente petiscos e/ou bebidas caso ocorra a compra de lanches.

Liquidação e desconto

Desconto no combo (combinação de produtos) uma vez por semana, preço especial em lançamentos.

5.4 Estratégia de Comunicação**Qual o objetivo da mensagem?**

Servir alimentos com qualidade, receber de forma segura e ganhar notoriedade no mercado, apresentando informação sucinta que indique os produtos que serão adquiridos.

Para quem se destina a mensagem?

Para consumidores pessoa física que estão inseridos nas redes sociais e nos aplicativos de delivery de comida.

Que veículo de mídia utilizar?

Redes sociais, principalmente o Instagram, Google e plataformas de delivery como o Ifood, Rappi, Glovo e Uber Eats.

5.5 Estratégia de Distribuição

O empreendimento tem como força de distribuição as plataformas de delivery de comida, assim como a retirada no ponto físico que terá fácil acesso sendo bem iluminado para ajudar a visualização da loja tanto por parte dos entregadores quanto de quem for retirar.

A empresa será bem divulgada na internet, com a ajuda de colaboradores responsáveis pelas artes que serão postadas com o intuito de atrair para as plataformas em que os produtos estarão a venda. A equipe será treinada para entender e conhecer todo o cardápio podendo responder qualquer dúvida nas redes, telefone e plataforma.

A empresa será localizada na zona sul da cidade de São Paulo, no estado de São Paulo.

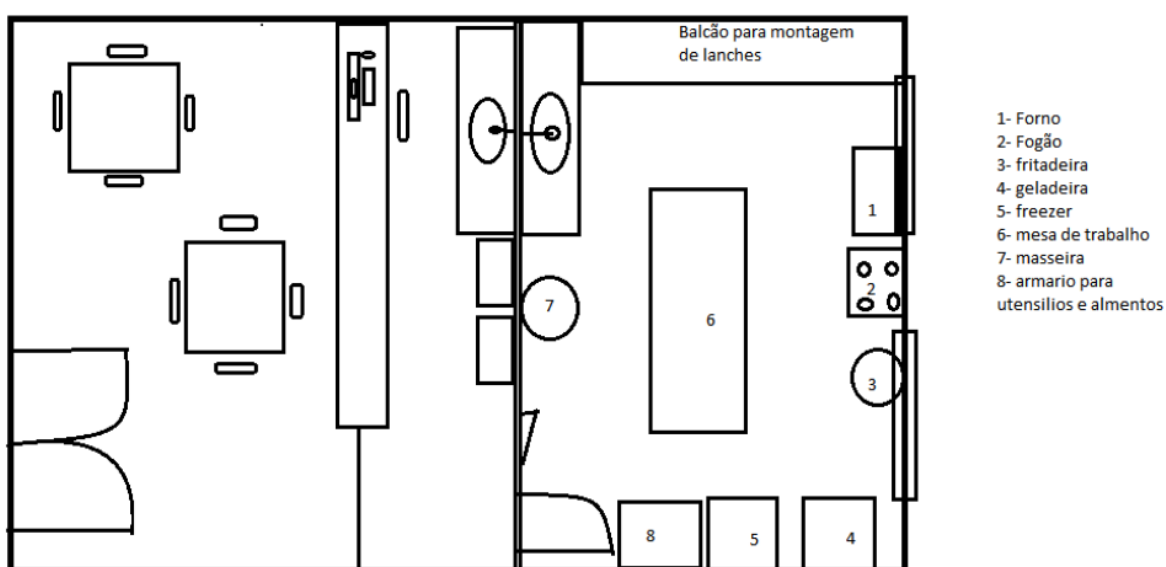
6. LAYOUT E PROCESSOS OPERACIONAIS

O capítulo a seguir apresentará o layout da empresa, discriminando como será o espaço físico e também os processos operacionais.

6.1 Layout ou Arranjo Físico

O empreendimento terá seu espaço físico em um ponto comercial alugado, sendo feitas reformas pequenas para adaptar o local conforme as normas da vigilância sanitária.

Figura 02 – Layout



Fonte: Elaboração Própria

6.2 Capacidade Produtiva

A capacidade máxima de produção é de 400 produtos semanais, totalizando aproximadamente 2000 produtos mensais. Inicialmente essa produção será moderada tendo como foco a produção de 350 produtos finais para venda. A produção desses produtos será dividida em duas fases:

1ª fase: A produção de produtos auxiliares como molhos e hamburguers ocorrerá toda terça feira das 10h até as 16h e os pães serão fabricados dia sim, dia não, 2 horas antes da

abertura. Toda a produção será feita pelos proprietários, sendo os dias de produção terça, quinta e sábado.

2ª fase: Montagem e finalização dos produtos que ocorrerá durante o expediente do estabelecimento. Tais atividades serão realizadas pelos funcionários e pelo proprietário Nicholas Ost.

6.3 Tempo de produção

Semanalmente serão utilizadas 12 horas para a produção de produtos auxiliares e 48 horas para montagem, finalização e venda dos produtos acabados.

6.4 Estoque

Todas as matérias primas necessárias para a produção dos lanches e petiscos serão estocadas, sendo renovadas a cada dois dias os produtos da categoria hortifrutti e a cada 15 dias os produtos da categoria não perecíveis ou conforme necessidade.

6.5 Necessidade de pessoal

Os donos serão os responsáveis pelo plano de ataque e organização da produção, assim como a reposição do estoque.

7. PLANO FINANCEIRO

7.1 Investimento fixo

Para a abertura da empresa é necessária a aquisição de maquinário, utensílios de cozinha, infraestrutura, reforma do local e aquisição de embalagens. Para o funcionamento da empresa é necessário também o pagamento da taxa de abertura de empresa, nesse caso, m.e.

Figura 02 – Investimento Fixo

INVESTIMENTO FIXO		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%*
Construções	12.000,00	4,0%
reforma do imóvel	12.000,00	
Máquinas e Equipamentos	11.750,00	10,0%
fogão 6 bocas com chapa	1.580,00	
freezer vertical consul 121l	1.300,00	
refrigerado consul 334L	1.400,00	
multiprocessador de alimentos	359,00	
fritadeira elétrica 5 L	298,00	
forno elétrico progás 70l	1.428,00	
masseira 5 litros	3.500,00	
refrigerador\ expositor vertical 414l	1.885,00	
Móveis e Utensílios	2.373,00	10,0%
mesa para trabalho de inox	484,00	
jogo de 5 panelas tramontina em aço inox com fundo triplo	700,00	
4 potes organizadores de 6l	60,00	
2 jogo de potes herméticos 6 peças	160,00	
faca de chef century tramontina	150,00	
afiador de faca tramontina	115,00	
mandoline ecolumi	119,00	
ralador presto 4 faces	40,00	
faca de pão tramontina	45,00	
2 jogos de mesa	500,00	
Computadores	2.000,00	20,0%
lenovo ideapad 330 15	2.000,00	
Outros	1.440,00	0,0%
2 botijões de gás	240,00	
kit de embalagens	1.200,00	
Total Investimento Fixo	29.563,00	191,03

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Com o objetivo de venda de 350 produtos alimentícios semanais, o faturamento anual será de R\$315.120,00.

7.2 Estimativa de Faturamento

Com uma previsão de venda de 1.860 produtos que terão o preço de venda entre 5,00 e 22,00 reais o faturamento mensal é de 26.260,00 reais. Tendo então como faturamento anual 314.400,00 reais.

Figura 03 - Estimativa de faturamento mensal

ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL					
TOTAIS		Custo Direto	Faturamento	% do Faturamento	
	Produtos	7.899,00	26.260,00	100,0%	
	Serviços	-	-	0,0%	
	Total	7.899,00	26.260,00		

PRODUTOS					
Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unitário	Faturamento
mega classico	150	6,00	900,00	22,00	3.300,00
tofu teryaki com ciabatta	150	5,80	870,00	20,00	3.000,00
burger de falafel	150	6,80	1.020,00	22,00	3.300,00
burger de quinoa com brocolis	180	6,80	1.224,00	22,00	3.960,00
pulled pork vegano	180	7,50	1.350,00	25,00	4.500,00
couve flor crocante	250	3,50	875,00	12,00	3.000,00
batata rustica	400	3,00	1.200,00	8,00	3.200,00
sucos variados	400	1,15	460,00	5,00	2.000,00

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.3 Estimativa dos custos com mão de obra

Para o funcionamento da empresa é necessário um cozinheiro, que auxiliará na produção dos lanches, onde o chef de cozinha será o proprietário, um funcionário responsável pelo caixa para controle dos pedidos e a administração será função do outro proprietário.

Figura 04 - Custos com mão de obra

CUSTOS COM MÃO DE OBRA					
Cargo/Função	Nº func.	Salário	%*	Encargos	Total
cozinheiro	1	1.400,00	37,50%	525,00	1.925,00
caixa	1	1.100,00	37,50%	412,50	1.512,50
Comissões (vide aba Comissões)		1.641,25	37,50%	615,47	2.256,72
TOTAL	2	2.500,00		937,50	3.437,50

Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	
Valor a ser retirado mensalmente	2.000,00
Alíquota de INSS	11,00%

Veja sua necessidade

Como é calculada a alíquota dos Encargos?

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.4 Valor dos encargos

Retirada dos Sócios (Pró-Labore)

2.000,00

Veja sua necessidade

Por se tratar de uma microempresa com a previsão de dois funcionários contratados, são previstos encargos obrigatórios para registro da carteira de trabalho, entre outros, no regime do Simples Nacional.

Figura 05 – Memória de Cálculo dos Encargos do Simples Nacional (I, II e III)

SIMPLES - ANEXOS I, II E III**ENCARGOS RECOLHIDOS MENSALMENTE**

Encargos	Alíquotas
INSS	0,00%
SESI, SESC OU SEST	0,00%
SENAI, SENAC OU SENAT	0,00%
SEBRAE	0,00%
INCRA	0,00%
FGTS	8,00%
Acidente de Trabalho	0,00%
Salário Educação	0,00%
	8,00%

PROVISÕES

Encargos	Alíquotas
Férias	13,30%
Feriados	4,00%
Aviso Prévio	0,25%
Auxílio Enfermidade	0,42%
13º Salário	8,33%
	26,30%

PASSIVO TRABALHISTA

Encargos	Alíquotas
Depósito para Rescisão	0,40%
Incidência grupo A sobre B	2,17%
FGTS sobre 13º Salário	0,67%
	3,24%

TOTAL	37,54%
--------------	---------------

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Figura 06 – Memória de Cálculo dos Encargos do Simples Nacional (Anexo IV e V)

SIMPLES ANEXO IV E ANEXO V**ENCARGOS RECOLHIDOS MENSALMENTE**

Encargos	Alíquotas
INSS	20,00%
SESI, SESC OU SEST	0,00%
SENAI, SENAC OU SENAT	0,00%
SEBRAE	0,00%
INCRA	0,00%
FGTS	8,00%
Acidente de Trabalho	3,00%
Salário Educação	0,00%
	31,00%

PROVISÕES

Encargos	Alíquotas
Férias	13,30%
Feriados	4,00%
Aviso Prévio	0,25%
Auxílio Enfermidade	0,42%
13º Salário	8,33%
	26,30%

PASSIVO TRABALHISTA

Encargos	Alíquotas
Depósito para Rescisão	0,40%
Incidência grupo A sobre B	2,17%
FGTS sobre 13º Salário	0,67%
	3,24%

TOTAL	60,54%
--------------	---------------

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.5 Previsão de custos fixos

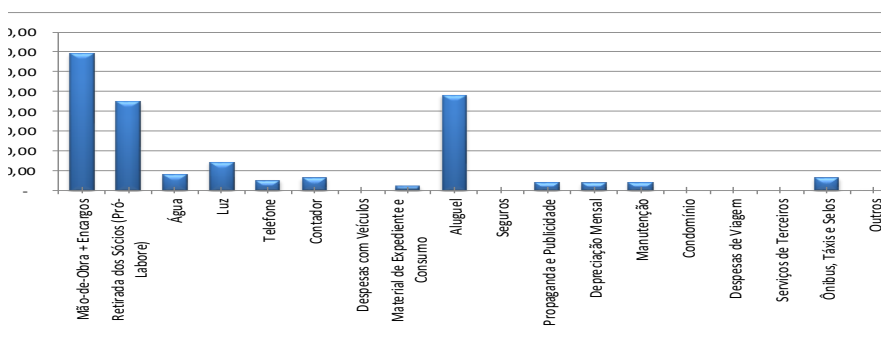
Além dos custos de mão de obra e custo unitário do produto a ser vendido, o principal é calcular o custo fixo da empresa, ou seja, quanto é necessário mensalmente para a empresa funcionar, na figura a seguir é apresentado todos os custos, incluído os de mão de obra.

Figura 07 - Previsão de custos fixos

Discriminação	Valor R\$
Mão-de-Obra + Encargos	3.437,50
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	2.220,00
Água	400,00
Luz	700,00
Telefone	240,00
Contador	300,00
Despesas com Veículos	
Material de Expediente e Consumo	100,00
Aluguel	2.400,00
Seguros	
Propaganda e Publicidade	200,00
Depreciação Mensal	191,03
Manutenção	200,00
Condomínio	
Despesas de Viagem	
Serviços de Terceiros	
Ônibus, Táxis e Selos	300,00
Outros	-

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Figura 08 – Gráfico de Previsão de custos fixos



Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.6 Simulador tributário

A empresa em questão, devido ao faturamento anual se encaixa em microempresa, nas figuras a seguir são apresentadas a alíquota referente ao tipo de empresa e a região.

Figura 09 - Simulador tributário

SIMULADOR TRIBUTÁRIO - ETAPA 3

Débito e Crédito de ICMS

DEBITO ICMS			
Destino Produto/UF	Vendas	Alíquota	Valor do Débito
Paraná	0,00	18,00%	-
Sul / Sudeste	26.260,00	12,00%	3.151,20
Norte / Nordeste / MT / MS		7,00%	-
TOTAL			3.151,20

Crédito de ICMS			
Destino Produto/UF	Compras	Alíquota	Valor do Crédito
Paraná	0,00	12,00%	-
Sul / Sudeste	7.899,00	12,00%	947,88
Norte / Nordeste / MT / MS		17,00%	-
TOTAL			947,88

ICMS DEVIDO	2.203,32
--------------------	-----------------

Débito e Crédito de IPI

DEBITO IPI		Alíquota	
Valor do Débito	26.260,00	8,00%	2.100,80

CREDITO IPI		Alíquota	
Valor do Crédito	7.899,00	8,00%	631,92

IPI DEVIDO	1.468,88
-------------------	-----------------

Alíquota de ISS

Alíquota de ISS do Município
5,0%

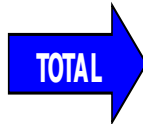
← ETAPA 2

ETAPA 4 →

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Figura 10 - Simulador tributário (continuação)

SIMULADOR TRIBUTÁRIO - ETAPA 4			
Débito e Crédito de PIS			
A. DEBITO PIS		Alíquota	
Valor do Débito	26.260,00	1,65%	433,29
B. CREDITO PIS		Alíquota	
Valor do Crédito	22.259,73	1,65%	367,29
PIS DEVIDO			66,00
Débito e Crédito de COFINS			
DEBITO COFINS		Alíquota	
Valor do Débito	26.260,00	7,60%	1.995,76
CREDITO COFINS		Alíquota	
Valor do Crédito	22.259,73	7,60%	1.691,74
COFINS DEVIDO			304,02

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Figura 11 - Total dos tributos

SIMULADOR TRIBUTÁRIO -- TOTAL														
Faturamento Mensal	26.260,00													
IMPOSTOS	MEI	SIMPLES	LUCRO PRESUMIDO	LUCRO REAL										
IR - Imposto de Renda	FATURAMENTO EXCEDE O PERMITIDO R\$ 81.000,00 AO ANO	1.050,40	315,12	544,54										
CSLL - Contribuição Social			283,61	326,72										
COFINS - Contribuição Financeira Social			787,80	1.995,76										
PIS - Programa de Integração Social			170,69	433,29										
IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados			-	-										
ICMS - Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços			2.203,32	2.203,32										
ISS - Imposto sobre Serviços			-	-										
TOTAL DE IMPOSTOS	-	1.050,40	3.760,54	5.503,63										
RELAÇÃO PERCENTUAL DE IMPOSTOS	0,00%	4,00%	14,3%	21,0%										
ENCARGOS														
INSS	-	-	944,00	944,00										
SESI, SESC OU SEST	-	-	37,50	37,50										
SENAI, SENAC OU SENAT	-	-	25,00	25,00										
SEBRAE	-	-	15,00	15,00										
INCRA	-	-	5,00	5,00										
FGTS	-	200,00	200,00	200,00										
Acidente de Trabalho	-	-	75,00	75,00										
Salário Educação	-	-	62,50	62,50										
TOTAL DE ENCARGOS	-	200,00	1.364,00	1.364,00										
TOTAL GERAL DA TRIBUTAÇÃO														
-	1.250,40	5.124,54	6.867,63											
<table border="1" style="width: 40%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">OPTAREI PELO REGIME:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr style="background-color: red; color: white;"> <td style="text-align: center;">EI --- VETADO</td> <td></td> </tr> <tr style="background-color: green; color: white;"> <td style="text-align: center;">SIMPLES</td> <td style="text-align: center;">x</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">LUCRO PRESUMIDO</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">LUCRO REAL</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> ← Marque com X a opção escolhida ETAPA 4					OPTAREI PELO REGIME:		EI --- VETADO		SIMPLES	x	LUCRO PRESUMIDO		LUCRO REAL	
OPTAREI PELO REGIME:														
EI --- VETADO														
SIMPLES	x													
LUCRO PRESUMIDO														
LUCRO REAL														

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.7 Comissões e custos variáveis

O empreendimento tem o foco unicamente em delivery em app de comida, sendo assim são adicionados como comissão as taxas que cada empresa cobra para prestar os serviços da plataforma.

Figura 12 - Comissões e custos variáveis

COMISSÕES			
Descrição das Comissões	% do Faturamento	% da Comissão	Valor
ifood	25,0%	12,0%	787,80
uber eats	25,0%	4,0%	262,60
glovo	25,0%	4,0%	262,60
rappi	25,0%	5,0%	328,25
			-
			-
			-
			-
			-
			-
			-
			1.641,25

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.8 Resultados da empresa

Após apresentar os custos por categoria é somado todos os resultados para assim verificarmos a lucratividade da empresa.

Figura 13 – Demonstrativo Gerencial de Resultados

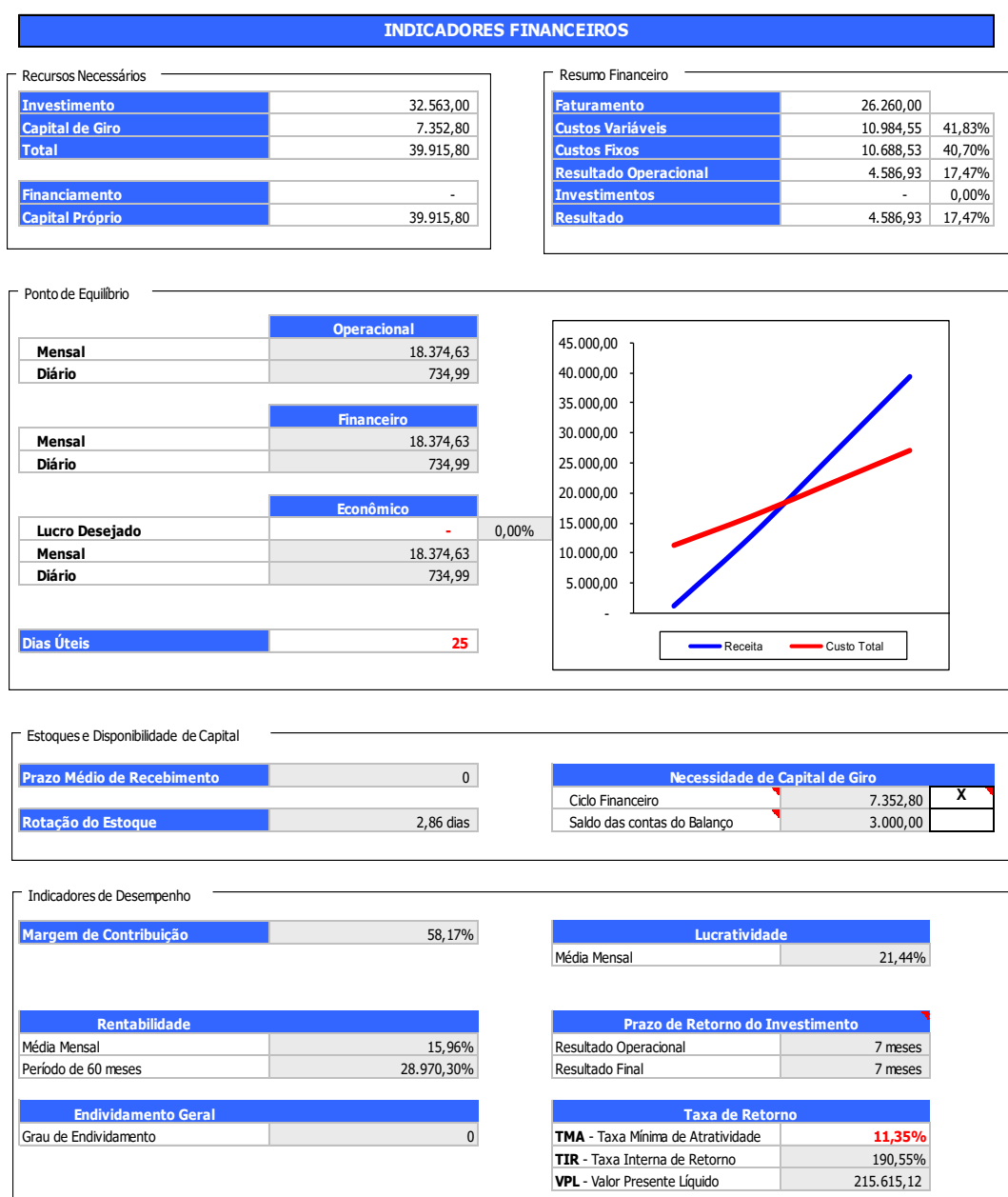
ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS		
DISCRIMINAÇÃO	VALOR R\$	%
1. Receita Total	26.260,00	100,00%
Vendas (à vista)	26.260,00	100,00%
Vendas (a prazo)	0,00	0,00%
2. Custos Variáveis Totais	10.984,55	41,83%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria + Custo do Serviço)	7.899,00	30,08%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	1.050,40	4,00%
Impostos Estaduais (ICMS)		
Imposto Municipal (ISS)		
Previsão de Inadimplência	393,90	1,50%
Comissões	1.641,25	6,25%
Cartões de Crédito e Débito	0,00	0,00%
Outros Custos Variáveis	0,00	0,00%
3. Margem de Contribuição	15.275,45	58,17%
4. Custos Fixos Totais	10.688,53	40,70%
Mão-de-Obra + Encargos	3.437,50	13,09%
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	2.220,00	8,45%
Água	400,00	1,52%
Luz	700,00	2,67%
Telefone	240,00	0,91%
Contador	300,00	1,14%
Despesas com Veículos	0,00	0,00%
Material de Expediente e Consumo	100,00	0,38%
Aluguel	2.400,00	9,14%
Seguros	0,00	0,00%
Propaganda e Publicidade	200,00	0,76%
Depreciação Mensal	191,03	0,73%
Manutenção	200,00	0,76%
Condomínio	0,00	0,00%
Despesas de Viagem	0,00	0,00%
Serviços de Terceiros	0,00	0,00%
Ônibus, Táxis e Selos	300,00	1,14%
Outros Custos Fixos	0,00	0,00%
5. Resultado Operacional	4.586,93	17,47%
6. Investimentos	0,00	0,00%
Financiamento	0,00	0,00%
7. Imposto Renda Pessoa Jurídica e Contribuição Social (Presumido/Real)	0,00	0,00%
Imposto de Renda Pessoa Jurídica - IRPJ	-	0,00%
Contribuição Social - CS	-	0,00%
8. Resultado Líquido Financeiro	4.586,93	17,47%

Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

7.9 Indicadores financeiros

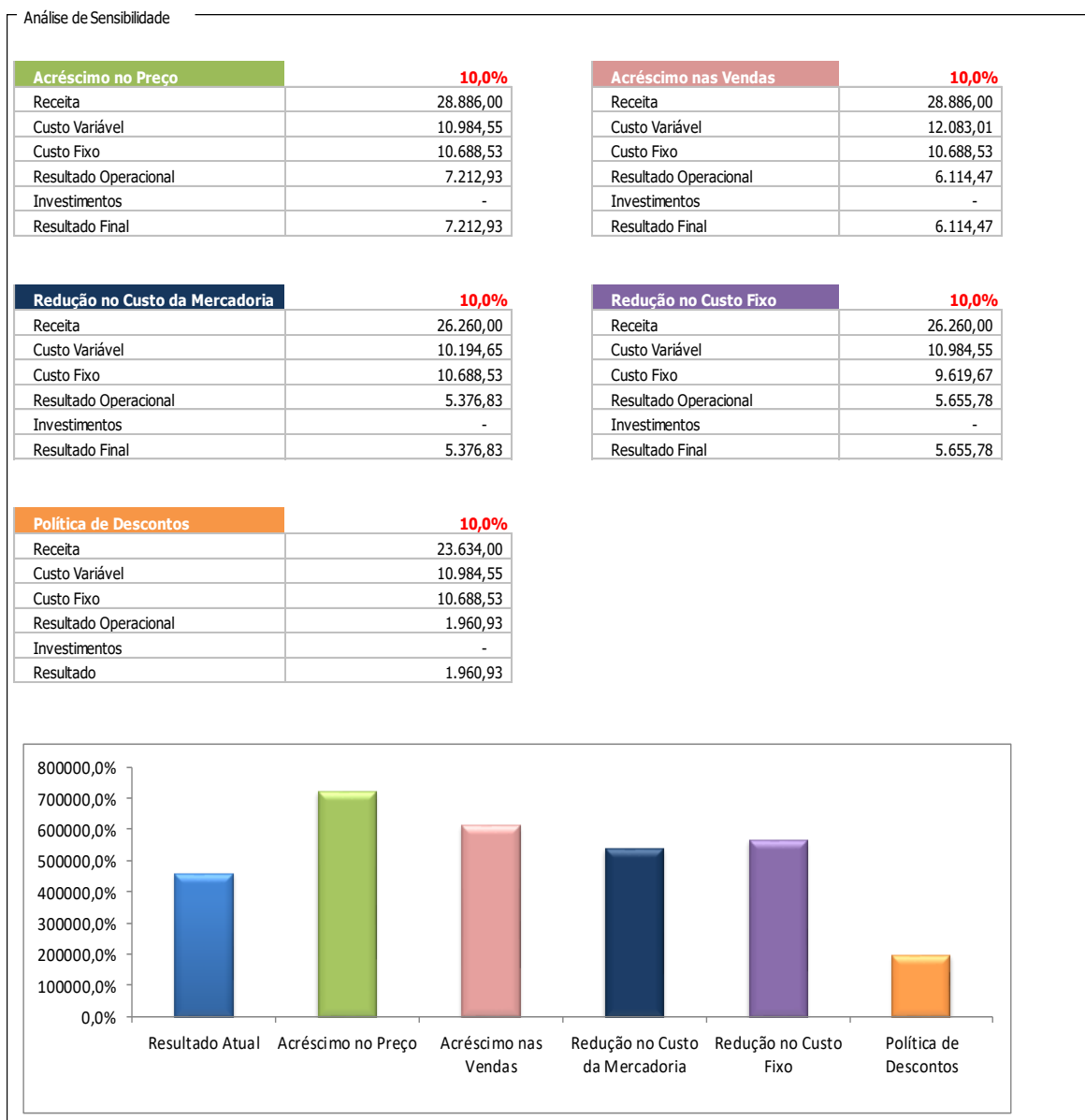
O plano de negócio é entre muitos motivos, elaborado para verificar a viabilidade financeira da empresa, verificando então se a margem de lucro é suficiente, qual o ponto de equilíbrio da empresa, entre outras análises que confirmam que a empresa em questão é sim viável.

Figura 14 - Indicadores financeiros (1 de 2)



Análise de Sensibilidade
Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Figura 15 - Indicadores financeiro (2 de 2)



Fonte: Elaboração Própria com base na planilha de Plano de Negócios SEBRAE/PR

Ao elaborar este plano de negócio, foi observado a importância do planejamento e gestão para o desenvolvimento e implementação de um empreendimento no ramo de delivery em A&B. É importante enfatizar que todas as etapas apresentadas neste trabalho são fundamentais para a viabilidade de um restaurante e os dados e tabelas elaboradas possuem foco no público alvo e nas projeções financeiras do futuro negócio.

É imprescindível a elaboração do mesmo para abertura de um empreendimento, visto que conforme dados apresentado pelo SEBRAE em 2016 no Brasil em torno de 45% das microempresas fecharam no primeiro ano por falta de elaboração e implementação de um plano de negócios.

BEDÊ, M.A. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Brasília : Sebrae, 2016. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasildestaque15,01e9f925817b3410VgnVCM2000003c74010aRCRD. Acesso em: 5 de mar. 2020

Vegetarianismo. **Sociedade vegetariana brasileira**, c2017. Página inicial. Disponível em: <<https://www.svb.org.br/index.php>> Acesso em: 20 de fev. de 2020.

Plano de negócios. **Sebrae PR**, 2019, página inicial/ arquivos gratuitos. Disponível em <<https://www.sebraepr.com.br/arquivos-gratuitos/plano-de-negocios-sebrae/>> Acesso em 15 de Jul. 2019

38

**OBSERVAÇÃO****FOTO**

9

		FICHA TÉCNICA							
		Nicholas Ost							
PRODUTO		MOLHO BARBECUE		9003		PRODUÇÃO DESEJADA			
CLASSIFICAÇÃO		HAMBURGUER		RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0050	CUSTO TOTAL		R\$	17,980000
CATEGORIA		PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO	30	CUSTO POR PORÇÃO		R\$	0,359600
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO				MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO			
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO		CUSTO TOTAL	
006	SAL	GRAMAS	10	1,000000	10	R\$	0,002000	R\$	0,020000
011	PIMENTA DO REINO	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$	0,040000	R\$	0,080000
041	MOLHO SHOYU	MILILITROS	120	1,000000	120	R\$	0,015000	R\$	1,800000
013	ALHO	GRAMAS	50	1,200000	60	R\$	0,024000	R\$	1,440000
022	EXTRATO DE TOMATE	GRAMAS	1000	1,000000	1000	R\$	0,012000	R\$	12,000000
014	MOSTARDA	GRAMAS	60	1,000000	60	R\$	0,020000	R\$	1,200000
023	VINAGRE DE MAÇÃ	MILILITROS	20	1,000000	20	R\$	0,006000	R\$	0,120000
005	AÇUCAR	GRAMAS	200	1,000000	200	R\$	0,003000	R\$	0,600000
016	CEBOLA	GRAMAS	200	1,200000	240	R\$	0,003000	R\$	0,720000

		FICHA TÉCNICA						
		Nicholas Ost						
PRODUTO	MAIONESE VERDE DE CASTANHA		9004			PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.		0070		CUSTO TOTAL	R\$ 19,194680
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO		20		CUSTO POR PORÇÃO	R\$ 0,274210
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO			PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO		CUSTO TOTAL
030	MACAXEIRA	GRAMAS	200	1,200000	240	R\$	0,004667	R\$ 1,120080
044	AZEITE	MILILITROS	150	1,000000	150	R\$	0,032000	R\$ 4,800000
013	ALHO	GRAMAS	42	1,400000	60	R\$	0,024000	R\$ 1,008000
015	LIMÃO	GRAMAS	50	1,200000	60	R\$	0,005000	R\$ 0,300000
014	MOSTARDA	GRAMAS	30	1,000000	30	R\$	0,020000	R\$ 0,600000
053	SALSINHA	UNIDADE	0,5	1,000000	0,5	R\$	3,000000	R\$ 1,500000
031	CASTANHA DE CAJÚ	GRAMAS	200	1,000000	200	R\$	0,049333	R\$ 9,866600

		FICHA TÉCNICA					
		Nicholas Ost					
PRODUTO	PULLED PORK VEGANO		9005		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0010	CUSTO TOTAL		R\$ 29,422400
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO		CUSTO POR PORÇÃO		R\$ 2,942240
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
013	ALHO	GRAMAS	20	1,400000	28	R\$ 0,024000	R\$ 0,672000
016	CEBOLA	GRAMAS	130	1,200000	156	R\$ 0,003000	R\$ 0,468000
017	KETCHUP	GRAMAS	150	1,000000	150	R\$ 0,014000	R\$ 2,100000
041	MOLHO SHOYU	MILILITROS	30	1,000000	30	R\$ 0,015000	R\$ 0,450000
9003	MOLHO BARBECUE	UNIDADE	10	1,000000	10	R\$ 0,359600	R\$ 3,596000
054	PIMENTA CALABRESA	GRAMAS	10	1,000000	10	R\$ 0,035000	R\$ 0,350000
039	SHIMEJI	GRAMAS	800	1,000000	800	R\$ 0,023333	R\$ 18,666400
005	AÇUCAR	GRAMAS	40	1,000000	40	R\$ 0,003000	R\$ 0,120000
063	CEBOLINHA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 3,000000	R\$ 3,000000

MODO DE PREPARO

UTENSÍLIOS

OBSERVAÇÃO

FOTO

	FICHA TÉCNICA						
	Nicholas Ost						
PRODUTO	CREME CHEDDAR VEGANO			9006		PRODUÇÃO DESEJADA	
CLASSIFICAÇÃO				RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0065	CUSTO TOTAL	R\$ 17,910760
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR			PESO DA PORÇÃO	20	CUSTO POR PORÇÃO	R\$ 0,275550
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO				MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO	
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
031	CASTANHA DE CAJÚ	GRAMAS	200	1,000000	200	R\$ 0,049333	R\$ 9,866600
048	CENOURA	GRAMAS	200	1,200000	240	R\$ 0,004000	R\$ 0,960000
013	ALHO	GRAMAS	90	1,400000	126	R\$ 0,024000	R\$ 3,024000
015	LIMÃO	GRAMAS	70	1,200000	84	R\$ 0,005000	R\$ 0,420000
014	MOSTARDA	GRAMAS	30	1,000000	30	R\$ 0,020000	R\$ 0,600000
020	AÇAFRÃO DA TERRA	GRAMAS	20	1,000000	20	R\$ 0,040000	R\$ 0,800000
030	MACAXEIRA	GRAMAS	400	1,200000	480	R\$ 0,004667	R\$ 2,240160

	FICHA TÉCNICA						
	Nicholas Ost						
PRODUTO	COUVE FLOR FRITA			9007		PRODUÇÃO DESEJADA	
CLASSIFICAÇÃO				RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0001	CUSTO TOTAL	R\$ 4,609236
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR			PESO DA PORÇÃO	300	CUSTO POR PORÇÃO	R\$ 4,609236
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO				MARGEM DE LUCRO	2,60347	PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO	R\$ 12,000000
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
9008	KETCHUP DE ACEROLA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,213800	R\$ 0,213800
001	FARINHA DE TRIGO	GRAMAS	40	1,000000	40	R\$ 0,003000	R\$ 0,120000
021	FARINHA PANKO	GRAMAS	40	1,000000	40	R\$ 0,018000	R\$ 0,720000
054	PIMENTA CALABRESA	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$ 0,035000	R\$ 0,070000
055	COENTRO	UNIDADE	0,1	1,000000	0,1	R\$ 2,000000	R\$ 0,200000
074	COUVE FLOR	GRAMAS	220	1,400000	308	R\$ 0,010667	R\$ 3,285436
MODO DE PREPARO				UTENSÍLIOS			

	FICHA TÉCNICA						
	Nicholas Ost						
PRODUTO	KETCHUP DE ACEROLA			9008		PRODUÇÃO DESEJADA	
CLASSIFICAÇÃO				RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0050	CUSTO TOTAL	R\$ 10,690000
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR			PESO DA PORÇÃO	28	CUSTO POR PORÇÃO	R\$ 0,213800
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO				MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO	
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
024	POLPA DE ACEROLA	GRAMAS	1000	1,000000	1000	R\$ 0,006500	R\$ 6,500000
005	AÇUCAR	GRAMAS	150	1,000000	150	R\$ 0,003000	R\$ 0,450000
041	MOLHO SHOYU	MILILITROS	100	1,000000	100	R\$ 0,015000	R\$ 1,500000
023	VINAGRE DE MAÇÃ	MILILITROS	40	1,000000	40	R\$ 0,006000	R\$ 0,240000
006	SAL	GRAMAS	15	1,000000	15	R\$ 0,002000	R\$ 0,030000
011	PIMENTA DO REINO	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$ 0,040000	R\$ 0,080000
022	EXTRATO DE TOMATE	GRAMAS	150	1,000000	150	R\$ 0,012000	R\$ 1,800000
001	FARINHA DE TRIGO	GRAMAS	30	1,000000	30	R\$ 0,003000	R\$ 0,090000

	FICHA TÉCNICA						
	Nicholas Ost						
PRODUTO	TOFU TERYAKI			9009		PRODUÇÃO DESEJADA	
CLASSIFICAÇÃO				RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0030	CUSTO TOTAL	R\$ 30,427000
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR			PESO DA PORÇÃO	30	CUSTO POR PORÇÃO	R\$ 1,014233
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO				MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO	
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
005	AÇUCAR	GRAMAS	100	1,000000	100	R\$ 0,003000	R\$ 0,300000
011	PIMENTA DO REINO	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$ 0,040000	R\$ 0,080000
044	AZEITE	MILILITROS	100	1,000000	100	R\$ 0,032000	R\$ 3,200000
041	MOLHO SHOYU	MILILITROS	300	1,000000	300	R\$ 0,015000	R\$ 4,500000
013	ALHO	GRAMAS	50	1,400000	70	R\$ 0,024000	R\$ 1,680000
063	CEBOLINHA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 3,000000	R\$ 3,000000
070	TOFU	GRAMAS	1000	1,000000	1000	R\$ 0,017667	R\$ 17,667000

MODO DE PREPARO

UTENSÍLIOS

		FICHA TÉCNICA					
		Nicholas Ost					
PRODUTO	PÃO DE CENOURA		9010		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0020	CUSTO TOTAL	R\$ 5,420000	
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO	80	CUSTO POR PORÇÃO	R\$ 0,271000	
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
001	FARINHA DE TRIGO	GRAMAS	1000	1,000000	1000	R\$ 0,003000	R\$ 3,000000
005	AÇUCAR	GRAMAS	20	1,000000	20	R\$ 0,003000	R\$ 0,060000
006	SAL	GRAMAS	20	1,000000	20	R\$ 0,002000	R\$ 0,040000
007	FERMENTO SECO	GRAMAS	20	1,000000	20	R\$ 0,024000	R\$ 0,480000
048	CENOURA	GRAMAS	140	1,000000	140	R\$ 0,004000	R\$ 0,560000
044	AZEITE	MILILITROS	40	1,000000	40	R\$ 0,032000	R\$ 1,280000

		FICHA TÉCNICA					
		Nicholas Ost					
PRODUTO	BURGUER DE LENTILHA, QUINOA E BROCOLI		9011		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0025	CUSTO TOTAL	R\$ 16,860000	
CATEGORIA	PRODUTO ACABADO		PESO DA PORÇÃO	120	CUSTO POR PORÇÃO	R\$ 0,674400	
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
072	LENTILHA	GRAMAS	400	1,000000	400	R\$ 0,005000	R\$ 2,000000
068	QUINUA	GRAMAS	400	1,000000	400	R\$ 0,005000	R\$ 2,000000
065	BROCOLI	GRAMAS	400	1,000000	400	R\$ 0,015000	R\$ 6,000000
006	SAL	GRAMAS	30	1,000000	30	R\$ 0,002000	R\$ 0,060000
054	PIMENTA CALABRESA	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$ 0,035000	R\$ 0,070000
011	PIMENTA DO REINO	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$ 0,040000	R\$ 0,080000
016	CEBOLA	GRAMAS	200	1,000000	200	R\$ 0,003000	R\$ 0,600000
013	ALHO	GRAMAS	100	1,000000	100	R\$ 0,024000	R\$ 2,400000
020	AÇAFRÃO DA TERRA	GRAMAS	20	1,000000	20	R\$ 0,040000	R\$ 0,800000
019	PAPRICA DEFUMADA	GRAMAS	20	1,000000	20	R\$ 0,030000	R\$ 0,600000
053	SALSINHA	UNIDADE	0,25	1,000000	0,25	R\$ 3,000000	R\$ 0,750000
063	CEBOLINHA	UNIDADE	0,5	1,000000	0,5	R\$ 3,000000	R\$ 1,500000
044	AZEITE	MILILITROS	20		0	R\$ 0,032000	R\$ -

		FICHA TÉCNICA					
		Nicholas Ost					
PRODUTO	MOLHO PESTO		9012		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0050	CUSTO TOTAL		R\$ 45,678600
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO	30	CUSTO POR PORÇÃO		R\$ 0,913572
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
062	ALCAPARRA	GRAMAS	200	1,000000	200	R\$ 0,070000	R\$ 14,000000
013	ALHO	GRAMAS	3	1,000000	3	R\$ 0,024000	R\$ 0,072000
044	AZEITE	MILILITROS	300	1,000000	300	R\$ 0,032000	R\$ 9,600000
061	MANJERICÃO	UNIDADE	4	1,000000	4	R\$ 3,000000	R\$ 12,000000
006	SAL	GRAMAS	30	1,000000	30	R\$ 0,002000	R\$ 0,060000
011	PIMENTA DO REINO	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$ 0,040000	R\$ 0,080000
031	CASTANHA DE CAJÚ	GRAMAS	200	1,000000	200	R\$ 0,049333	R\$ 9,866600

	FICHA TÉCNICA						
	Nicholas Ost						
PRODUTO	SALADA COLESLAW		9013		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.		0002		
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO		CUSTO TOTAL		
DATA DA ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO		CUSTO POR PORÇÃO		
					R\$ 1,413815		
					R\$ 0,706908		
					PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
9004	MAIONESE VERDE DE CASTANHA	UNIDADE	1,5	1,000000	1,5	R\$ 0,274210	R\$ 0,411315
063	CEBOLINHA	UNIDADE	0,05	1,000000	0,05	R\$ 3,000000	R\$ 0,150000
036	REPOLHO	GRAMAS	60	1,000000	60	R\$ 0,003000	R\$ 0,180000
011	PIMENTA DO REINO	GRAMAS	1	1,000000	1	R\$ 0,040000	R\$ 0,040000
013	ALHO	GRAMAS	5	1,400000	7	R\$ 0,024000	R\$ 0,168000
014	MOSTARDA	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$ 0,020000	R\$ 0,040000
015	LIMÃO	GRAMAS	15	1,400000	21	R\$ 0,005000	R\$ 0,105000
019	PAPRICA DEFUMADA	GRAMAS	1	1,000000	1	R\$ 0,030000	R\$ 0,030000
043	CEBOLA ROXA	GRAMAS	15	1,300000	19,5	R\$ 0,005000	R\$ 0,097500
048	CENOURA	GRAMAS	40	1,200000	48	R\$ 0,004000	R\$ 0,192000

	FICHA TÉCNICA						
	Nicholas Ost						
PRODUTO	PICLES DE ABOBRINHA		9014		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.		0070		
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO		CUSTO TOTAL		
DATA DA ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO		CUSTO POR PORÇÃO		
					R\$ 5,890000		
					R\$ 0,084143		
					PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
005	AÇUCAR	GRAMAS	100	1,000000	100	R\$ 0,003000	R\$ 0,300000
006	SAL	GRAMAS	OBSERVAÇÃO	1,000000	60	R\$ 0,002000	R\$ 0,120000
059	ABOBRINHA	GRAMAS	1000	1,000000	1000	R\$ 0,004000	R\$ 4,000000
023	VINAGRE DE MAÇÃ	MILILITROS	220	1,000000	220	R\$ 0,006000	R\$ 1,320000
011	PIMENTA DO REINO	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$ 0,040000	R\$ 0,080000
054	PIMENTA CALABRESA	GRAMAS	2	1,000000	2	R\$ 0,035000	R\$ 0,070000

	FICHA TÉCNICA						
	Nicholas Ost						
PRODUTO	GUACAMOLE		9015		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.		0030		
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO		CUSTO TOTAL		
DATA DA ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO		CUSTO POR PORÇÃO		
					R\$ 18,293000		
					R\$ 0,609767		
					PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
015	LIMÃO	GRAMAS	150	1,300000	195	R\$ 0,005000	R\$ 0,975000
043	CEBOLA ROXA	GRAMAS	200	1,200000	240	R\$ 0,005000	R\$ 1,200000
055	COENTRO	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 2,000000	R\$ 2,000000
052	ABACATE	GRAMAS	1000	1,400000	1400	R\$ 0,008000	R\$ 11,200000
013	ALHO	GRAMAS	30	1,400000	42	R\$ 0,024000	R\$ 1,008000
044	AZETE	MILILITROS	OBSERVAÇÃO	1,000000	30	R\$ 0,032000	R\$ 0,960000
011	PIMENTA DO REINO	GRAMAS	5	1,000000	5	R\$ 0,040000	R\$ 0,200000
047	PIMENTA JALAPENO	GRAMAS	15	1,000000	15	R\$ 0,050000	R\$ 0,750000

		FICHA TÉCNICA						
		Nicholas Ost						
PRODUTO		PULLED PORK VEGAN		9016		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO				RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0001	CUSTO TOTAL		R\$ 5,117870
CATEGORIA		PRODUTO ACABADO		PESO DA PORÇÃO		CUSTO POR PORÇÃO		R\$ 5,117870
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO				MARGEM DE LUCRO	2,73551	PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		R\$ 14,000000
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO		CUSTO TOTAL
9004	MAIONESE VERDE DE CASTANHA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$	0,274210	R\$ 0,274210
9001	PAO CIABATTA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$	0,487600	R\$ 0,487600
9005	PULLED PORK VEGANO	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$	2,942240	R\$ 2,942240
9013	SALADA COLESLAW	UNIDADE	2	1,000000	2	R\$	0,706910	R\$ 1,413820

		FICHA TÉCNICA					
		Nicholas Ost					
PRODUTO	LANCHE TOFU TERYAKI		9017		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO	HAMBURGUER		RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0001	CUSTO TOTAL	R\$ 3,850270	
CATEGORIA	PRODUTO ACABADO		PESO DA PORÇÃO		CUSTO POR PORÇÃO	R\$ 3,850270	
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO	3,63611	PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO	R\$ 14,000000	
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
9001	PAO CIABATTA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,487600	R\$ 0,487600
9004	MAIONESE VERDE DE CASTANHA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,274210	R\$ 0,274210
9009	TOFU TERYAKI	UNIDADE	2	1,000000	2	R\$ 1,014230	R\$ 2,028460
050	RUCULA	UNIDADE	MODO DE PREPARO	1,000000	0,1	R\$ 3,000000	R\$ 0,300000
035	TOMATE	GRAMAS	40	1,000000	40	R\$ 0,004000	R\$ 0,160000
056	ALFACE AMERICANA	UNIDADE	0,2	1,000000	0,2	R\$ 3,000000	R\$ 0,600000

		FICHA TÉCNICA					
		Nicholas Ost					
PRODUTO	MEGACLASSICO	9018		PRODUÇÃO DESEJADA			
CLASSIFICAÇÃO		RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0001	CUSTO TOTAL	R\$ 3,723020		
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR	PESO DA PORÇÃO		CUSTO POR PORÇÃO	R\$ 3,723020		
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO		MARGEM DE LUCRO	4,02899	PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO	R\$ 15,000000		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
9002	BURGUER DE SOJA COM BERDELA	UNIDADE	2	1,000000	2	R\$ 0,671670	R\$ 1,343340
9003	MOLHO BARBECUE	UNIDADE	2	1,000000	2	R\$ 0,359600	R\$ 0,719200
9006	CREME CHEDDAR VEGANO	UNIDADE	4	1,000000	4	R\$ 0,275550	R\$ 1,102200
9014	PICLES DE ABOBRINHA	UNIDADE	2	1,000000	2	R\$ 0,084140	R\$ 0,168280
043	CEBOLA ROXA	GRAMAS	OBSERVAÇÃO 60	1,300000	78	R\$ 0,005000	R\$ 0,390000

	FICHA TÉCNICA Nicholas Ost						
PRODUTO	VEG SALAD		9019		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0001	CUSTO TOTAL	R\$	3,193180
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO		CUSTO POR PORÇÃO	R\$	3,193180
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO	4,38434	PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO	R\$	14,000000
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
9010	PÃO DE CENOURA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,271000	R\$ 0,271000
9004	MAIONESE VERDE DE CASTANHA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,274210	R\$ 0,274210
9012	MOLHO PESTO	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,913570	R\$ 0,913570
9011	BURGUER DE LENTILHA, QUINOA E BR	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,674400	R\$ 0,674400
056	ALFACE AMERICANA	UNIDADE	0,1	1,000000	0,1	R\$ 3,000000	R\$ 0,300000
050	RUCULA	UNIDADE	0,1	1,000000	0,1	R\$ 3,000000	R\$ 0,300000
035	TOMATE	GRAMAS	50	1,000000	50	R\$ 0,004000	R\$ 0,200000
043	CEBOLA ROXA	GRAMAS	40	1,300000	52	R\$ 0,005000	R\$ 0,260000

	FICHA TÉCNICA Nicholas Ost						
PRODUTO	VEGBICO		9021		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0001	CUSTO TOTAL	R\$	5,261250
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO		CUSTO POR PORÇÃO	R\$	5,261250
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO	2,85103	PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO	R\$	15,000000
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
9001	PAO CIABATTA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,487600	R\$ 0,487600
9020	HAMBURGUER DE FALAFEL	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 2,561670	R\$ 2,561670
9015	GUACAMOLE	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,609770	R\$ 0,609770
9004	MAIONESE VERDE DE CASTANHA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,274210	R\$ 0,274210
9022	CEBOLA CRISPY	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,228000	R\$ 0,228000
056	ALFACE AMERICANA		0,3	1,000000	0,3	R\$ 3,000000	R\$ 0,900000
035	TOMATE	GRAMAS	50	1,000000	50	R\$ 0,004000	R\$ 0,200000

	FICHA TÉCNICA Nicholas Ost						
PRODUTO	HAMBURGUER DE FALAFEL		9020		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO			RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0012	CUSTO TOTAL	R\$	30,740000
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO	120	CUSTO POR PORÇÃO	R\$	2,561667
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO			MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
063	CEBOLINHA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 3,000000	R\$ 3,000000
016	CEBOLA	GRAMAS	100	1,200000	120	R\$ 0,003000	R\$ 0,360000
013	ALHO	GRAMAS	50	1,400000	70	R\$ 0,024000	R\$ 1,680000
041	MOLHO SHOYU	MILILITROS	100	1,000000	100	R\$ 0,015000	R\$ 1,500000
051	GRÃO DE BICO	GRAMAS	1000	1,000000	1000	R\$ 0,018000	R\$ 18,000000
053	SALSINHA	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 3,000000	R\$ 3,000000
044	AZEITE	MILILITROS	100	1,000000	100	R\$ 0,032000	R\$ 3,200000

OBSERVAÇÃO

FOTO

MODO DE PREPARO

UTENSÍLIOS

OBSERVAÇÃO

FOTO

5

	FICHA TÉCNICA							
	Nicholas Ost							
PRODUTO	CEBOLA CRISPY			9022		PRODUÇÃO DESEJADA		
CLASSIFICAÇÃO				RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0035	CUSTO TOTAL		R\$ 7,980000
CATEGORIA	PRODUTO AUXILIAR			PESO DA PORÇÃO		CUSTO POR PORÇÃO		R\$ 0,228000
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO				MARGEM DE LUCRO		PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO		CUSTO TOTAL
001	FARINHA DE TRIGO	GRAMAS	500	1,000000	500	R\$ 0,003000	R\$	1,500000
011	PIMENTA DO REINO	GRAMAS	40	1,000000	40	R\$ 0,040000	R\$	1,600000
016	CEBOLA	GRAMAS	1000	1,200000	1200	R\$ 0,003000	R\$	3,600000
006	SAL	GRAMAS	40	1,000000	40	R\$ 0,002000	R\$	0,080000
045	GORDURA DE PALMA	GRAMAS	200	1,000000	200	R\$ 0,006000	R\$	1,200000

		FICHA TÉCNICA							
		Nicholas Ost							
PRODUTO		BATATA FRITA		9023		PRODUÇÃO DESEJADA			
CLASSIFICAÇÃO				RENDIMENTO PORÇÕES/UND.	0001	CUSTO TOTAL		R\$ 3,799600	
CATEGORIA		PRODUTO AUXILIAR		PESO DA PORÇÃO		CUSTO POR PORÇÃO		R\$ 3,799600	
DATA DA ULTIMA ATUALIZAÇÃO				MARGEM DE LUCRO	2,10548	PREÇO DE VENDA POR PORÇÃO		R\$ 8,000000	
CÓD	INGREDIENTES	UNIDADE	QUANTIDADE LÍQUIDA	FATOR DE CORREÇÃO	QUANTIDADE BRUTA	CUSTO UNITÁRIO		CUSTO TOTAL	
029	BATATA FRITA ONDULADA	GRAMAS	400	1,000000	400	R\$ 0,008000		R\$ 3,200000	
9003	MOLHO BARBECUE	UNIDADE	1	1,000000	1	R\$ 0,359600		R\$ 0,359600	
045	GORDURA DE PALMA	GRAMAS	40	1,000000	40	R\$ 0,006000		R\$ 0,240000	

OBSERVAÇÃO

FOTO

MODO DE PREPARO

UTENSÍLIOS

OBSERVAÇÃO

FOTO