



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Centro de Excelência em Turismo
Pós-graduação Lato Sensu
Gastronomia e Segurança Alimentar III

**ENGENHARIA DE CARDÁPIO: UM ESTUDO DE CASO EM
RESTAURANTE DE FRUTOS DO MAR**

ALUNA: JENNIFER LACERDA
ORIENTADORA: M.Sc VERÔNICA GINANI
CO-ORIENTADOR: M.Sc BRENO SILVA DE ABREU

BRASÍLIA-2009



ENGENHARIA DE CARDÁPIO: UM ESTUDO DE CASO EM RESTAURANTE DE FRUTOS DO MAR

ALUNA: JENNIFER LACERDA
ORIENTADORA: M.Sc VERÔNICA GINANI
CO-ORIENTADOR: M.Sc BRENO SILVA DE ABREU

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo - CET, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito parcial à obtenção do grau de Especialista em Gastronomia e Segurança de Alimentos.

BRASÍLIA-2009

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
OBJETIVOS	3
REVISÃO DE LITERATURA	4
MATERIAL E MÉTODOS	15
RESULTADOS E DISCUSSÃO	17
CONCLUSÃO	24
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	25
APÊNDICE 1 Fichas Técnicas de Preparação	28
APENDICE 2 Engenharia de Cardápio aplicada ao mês de fevereiro/09	67
APENDICE 3 Engenharia de Cardápio aplicada ao mês de março/09	68
APENDICE 4 Engenharia de Cardápio aplicada ao mês de abril/09	68
APENDICE 5 Engenharia de Cardápio aplicada ao trimestre	70
APENDICE 6: Classificação de pratos do mês de fevereiro/09	71
APENDICE 7: Classificação de pratos do mês de março/09	72
APENDICE 8: Classificação de pratos do mês de abril/09	73
ANEXO 1 Relação diária de vendas do mês de fevereiro	74
ANEXO 2 Relação diária de vendas do mês de março	75
ANEXO3 Relação diária de vendas do mês de abril	76

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELA 1 Evolução de Investimentos em Publicidade	12
FIGURA 1 Ficha Técnica de Preparação	16
FIGURA 2 Classificação trimestral de pratos (margem de contribuição e popularidade)	18

RESUMO

A necessidade de fazer as refeições fora de casa tem elevado a oferta de restaurantes, e com tantas opções o cliente busca o que oferece mais qualidade. Nessa qualidade estão envolvidos o alimento propriamente dito, o atendimento, a higiene e o padrão dos pratos. Por traz disso o empresário tem que se preocupar com custos, mão de obra, marketing e o principal: o lucro. Com tantas preocupações o empresário se perde no controle da qualidade que o cliente tanto busca.

Para avaliar a qualidade de um todo, foi utilizada a ferramenta de engenharia de cardápios, modificando as fichas técnicas de preparo e acompanhando durante um determinado período as vendas do restaurante estudado. Constatou-se que o período determinado inicialmente não era o suficiente para uma avaliação precisa. Estendendo tal período pode-se avaliar o impacto da falta do trabalho de marketing, a falta de treinamento de mão de obra, e o principal, a falta de uma pesquisa de mercado anterior à abertura do restaurante em questão.

Medidas foram adotadas para a completa reversão dessas falhas, tornando o empreendimento mais sadio do ponto de vista operacional.

Palavras-chaves: engenharia de cardápios, ficha técnica de preparo gestão de restaurantes, controle de qualidade.

ABSTRACT

Changes in personal habits have increase the need of normal individuals to eat out on everyday basis, thus, increasing the restaurant options which not rarely end up being chosen by the quality factor. The quality factor is depicted not only by the food itself, but also by the service, sanitary aspects and quality standards. Under it all, the entrepreneur has to attend issues as keeping costs down, skilled workforce, advertising and last but not least, Profit margins. Such worries often end up affecting the final quality of the service, which is held in high regard by the costumer.

To assess the overall quality, menu engineering based tools were applied, updates on the technical cards and supervision for a determined period of time on the selected restaurant. The initial period has been shown to be insufficient to produce high quality data, thus, the period studied has been extended, being then able to assess the impacts of lack of advertising plan, lack of workmanship training and more importantly, lack of a market research prior to the start of the operations.

Several measures were taken to attain a complete reversion on these issues, making the establishment healthier under the operational aspects.

Keywords: restaurants, engineering menu, management, quality control, technical cards.

1 INTRODUÇÃO

Os países desenvolvidos e em desenvolvimento destacam a economia de serviços, como uma das principais atividades. Segundo a última pesquisa do setor, no Brasil, em 2005, o turismo foi responsável pela criação de mais de oito milhões de vagas no mercado de trabalho, sendo a área da alimentação detentora de 37,79% dessas vagas. A participação do setor de alimentação no tocante a geração de riquezas em 2005, foi de 25 bilhões de reais, sendo o segundo setor com maior capacidade de agregação de valor, suplantado somente pelo transporte rodoviário (BERGAMINI, 2005). Nos Estados Unidos, de cada dez empregos, oito estão no setor de serviços (TINOCO et al., 2008). Devido a esse crescimento, e consequente competitividade no setor, as empresas estão cada vez mais preocupadas com a qualidade.

Dentro do setor de serviços, encontram-se os estabelecimentos que fornecem refeições. Observa-se que a necessidade de realizar refeições fora de casa resulta na crescente oferta de restaurantes, assim como no aumento do orçamento destinado ao consumo de refeições fora do lar. Atualmente, no Brasil, 25% do orçamento per capita são gastos para este fim e as expectativas para 2012 é de que atinja 30% (PORTAL FATOR BRASIL, 2009).

Outro aspecto que justifica o elevado número de restaurantes é a ascensão da atividade turística. O Programa Nacional de Turismo (PNT) classifica o desenvolvimento da gastronomia como forte diferencial competitivo no mercado turístico brasileiro. A previsão do PNT é que sejam criados 1,7 milhões de empregos, no setor do turismo (JUNIOR, 2007).

Dentro do turismo não se pode deixar de observar o grande fluxo de pessoas que freqüentam os *shoppings centers* como forma de lazer. Nesses centros as pessoas fazem compras, divertem-se em cinemas e fazem suas refeições nas praças de alimentação, quer como forma de lazer, quer por necessidade do dia-a-dia por estar próximo do ambiente de trabalho ou de sua residência. Os *shoppings centers* se tornaram presentes no cotidiano dos brasileiros a partir dos anos 80 (COLLAÇO, 2004) e vêm crescendo na oferta de restaurantes.

O crescimento do setor de alimentação há de desencadear uma pressão significativa do mercado, no sentido de elevar o padrão mínimo de qualidade esperado pelos usuários dos serviços de alimentação (PORTAL FATOR BRASIL, 2009). No

entanto, são poucos estabelecimentos que enxergam a necessidade de apresentar um serviço de qualidade (SPENA, 2008).

São muitos os requisitos para se obter o sucesso de um empreendimento no setor da alimentação. O empresário deve conhecer de finanças, recursos humanos, legislação, marketing e controle de qualidade (MARICATO, 2001). Neste último se encaixam um serviço de excelência e um cardápio bem elaborado, com um acompanhamento constante. Para o planejamento do cardápio é preciso considerar a padronização, qualidade de produtos, o mínimo de desperdício, as necessidades fisiológicas e culturais dos clientes e uma boa visão das novas tendências.

Algumas ferramentas são utilizadas para viabilizar o sucesso das ações pró-qualidade dentro do planejamento do cardápio. Dentre elas, a ficha técnica de preparo (FTP) demonstra eficácia principalmente no que se refere à padronização e tudo que se relaciona. A partir da FTP é possível controlar gastos com a matéria-prima e coordenar toda a produção (AKUTSU et al., 2005). Contudo, os serviços de um restaurante não se limitam ao produto em si, ou seja, ao prato de refeição servida. Vários aspectos, como atendimento, apresentação, ambiente, entre outros, contribuem para o sucesso ou insucesso do local. A venda dos pratos servidos, portanto, deve ser analisada considerando todos esses aspectos, para assegurar a estratégia a ser adotada pela gerência.

Prevendo todos esses fatores, Jeolás e Silva (2000) propuseram a utilização da Engenharia de Cardápio como modelo para análise de cardápios servidos em restaurantes. O instrumento é baseado em premissas básicas de gestão de negócios em Alimentos e Bebidas, a partir da Matriz de Boston (BCG). O objetivo é otimizar os ganhos nos serviços de alimentação.

O uso das ferramentas citadas pode ser um diferencial para estabelecimentos do ramo. Para tanto, estudos que demonstrem as vantagens da utilização destes recursos devem ser estimulados.

Sendo assim, esta pesquisa é de grande importância devido à necessidade de conscientização sobre a importância do uso de ferramentas de gestão (FTP e Engenharia de Cardápios) por parte dos envolvidos com a produção de refeições no local estabelecido. A demonstração de dados que revelam vantagens operacionais e financeiras para o empreendimento, possivelmente auxiliará no andamento das atividades executadas e no sucesso do negócio.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar o cardápio de um restaurante especializado em frutos do mar por meio da técnica da engenharia de cardápios.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Analisar e refazer as fichas técnicas de preparação (FTP) dos pratos sob o aspecto do fator de correção (FC) determinado pelo restaurante;
2. Determinar o custo das preparações;
3. Avaliar a venda das preparações servidas no período de 1º de abril a 30 de abril de 2009;
4. Aplicar a engenharia de cardápios;
5. Verificar o uso adequado das FTP's através de visitas;
6. Aplicar e sugerir ações corretivas para a melhoria do desempenho do cardápio existente.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 RESTAURANTES: *TIPOLOGIA E QUALIDADE*

Por volta do século XVIII, a palavra restaurante significava alimento que restaura. Até o fim do mesmo século, não eram encontrados lugares para se comer além de tabernas e aubergues que eram lugares por onde os viajantes se alojavam durante uma viagem e comiam para repor suas energias (LAROUSSE GASTRONOMIQUE, 2004; MARICATO, 2001). Foi em 1765, que em Paris, um homem chamado Boulanger começou a oferecer refeições quentes a seus clientes. Mas o primeiro verdadeiro restaurante foi o La Grande Taverne de Londres, fundado na Rua de Richelieu, por Antoine Beauvilliers, em 1782 (KONEMANN, 2001).

No Brasil, os restaurantes estão associados à indústria hoteleira. Esse crescimento ocorreu no período de 1930 a 1951, com a abertura de Hotéis Cassino. Com a proibição dos Cassinos por parte do governo, esse setor se estagnou e só se desenvolveu novamente a partir de 1964 (REBELATO, 1997).

A grande ascensão do setor é determinada também pela grande diversidade de produtos que podem ser ofertados pelos restaurantes. Como “estabelecimento comercial onde se prepara e se servem refeições” (HOLANDA pag. 1498, 1986) os restaurantes se dedicam a especialidades distintas, buscando atender a uma clientela cada vez mais exigente. Para tanto, todo restaurante possui um conceito, um ambiente e um tipo de comida direcionada a um público-alvo específico (FONSECA, 1999).

2.1.2 TIPOLOGIA

Devido à grande demanda por refeições fora do ambiente doméstico e o crescente aumento de restaurantes, a especialização do setor se tornou necessária. Para atender a diversidade dos clientes, os restaurantes buscam por uma identidade. Sendo assim, criou-se uma tipologia própria para a classificação dos restaurantes, conforme descrição a seguir, descrita por Fonseca (2000) e Lippel (2002):

2. 1.2.1 Restaurante *a la carte*:

Tipo de restaurante que personaliza o atendimento, à medida que o cliente escolhe seu prato mediante apresentação do cardápio, onde estão listadas todas as opções de pratos preparados no estabelecimento. O garçom anota o pedido, e realiza todo o serviço necessário para que o cliente fique satisfeito e realize sua refeição, até o fechamento da conta.

Os restaurantes *a la carte* podem apresentar conceitos diferentes, apresentando uma gastronomia da mais requintada a mais simples.

2.1.2.2 Restaurante de especialidade

Restaurantes que buscam a especialização em relação a cozinha ofertada são classificados de acordo com os diferentes parâmetros. São eles:

- **Restaurante internacional:** servem pratos da cozinha internacional, apresentando carta de vinhos diversificada. O ambiente é mais requintado, e atendem clientes de diversas procedências;
- **Restaurante gastronômico:** são sofisticados, apresentam pratos requintados, muitas vezes apresentados sob forma de *menu* degustação, onde o indivíduo experimenta uma seqüência de pratos, normalmente harmonizados com vinhos sugeridos por um *sommelier*, profissional responsável pela elaboração da carta de vinhos, compras e estoque desses itens. Esse tipo de restaurante possui um chef de cozinha que muitas vezes recebe o cliente e sugere algum prato. Por praxe, a reserva nesse tipo de restaurante é aconselhável, pois normalmente possuem uma baixa rotatividade e o tempo de refeição é longo. Na Europa esse tipo de restaurante está fora dos centros urbanos para aproveitar elementos regionais de arquitetura para compor sua ambientação, como castelos, monastérios entre outras estruturas marcantes. Diferentemente, no Brasil é possível encontrar essa classe de empreendimentos imersos nos grandes centros urbanos;
- ***Fusion food*:** a cozinha de fusão é a mescla entre elementos de varias culturas. Essa mescla pode ser feita de formas diversas, como tipo de cocção, apresentação dos itens, com o objetivo de se obter um resultado diferente e único. Essas combinações são feitas normalmente com pratos da cozinha oriental e ocidental, e apresentam-se como uma forte tendência no dias de hoje.

- **Restaurantes típicos:** também podem estar em auto-serviço e serviço direto. Podem apresentar pratos típicos de uns país, a citar: italiana, alemã, francesa, entre outras, bem como a Cozinha regional, que pode se apresentar de forma ampla, como na cozinha baiana ou nordestina, ou estrita, como no caso do churrasco Gaúcho;
- **Casual *dinning*:** tem características de *coffee shop* mesclado com *fusion food* e *grill*. As preparações são rápidas leves e utilizam itens de varias culturas;
- **Casas de sucos e vitaminas:** oferecem sucos e vitaminas e tiveram uma grande expansão devido a valorização dos produtos naturais;
- **Vegetariano:** especializados em servir alimentos vegetais não derivados da carne vermelha;

2.1.2.3 Brasseries: são restaurantes e casa de bebidas ao mesmo tempo. Teve inicio na Alemanha, expandindo para França e Suíça. Normalmente possuem dois salões: um para serviço de bebidas e outro para serviços de refeições que normalmente sevem pratos variados e típicos.

2.1.2.4 Choperias: é uma adaptação das *brasseries* européias ao Brasil. Além dos chopes são servidos petiscos como batata frita, frango à passarinho, etc. Possuem uma rotatividade baixa pelo fato de serem freqüentadas por grupos de amigos que freqüentam esse tipo de restaurante para encontros descontraídos.

2.1.2.5 Casas noturnas: lugares para diversão variada como musica, danças, espetáculos, tendo se tornado cada vez mais multifuncionais devido a variedade de seus freqüentadores, ocasionando ambientes direcionados para uma finalidade especifica, restaurantes, bares, trazendo ao cliente várias opções de lazer no mesmo lugar.

2.1.2.6 Coffee shop: possuem cardápios de preparação simples, estão localizados normalmente em hotéis e aeroportos e funcionam 24h. Servem salgados, cafés, sucos, lanches, sopas, sobremesas, etc.

2.1.2.7 Lanchonetes: restaurante especializado em lanches, pratos rápidos e bebidas. Por ter um serviço mais informal, oferece preço mais acessível mesmo tendo um ambiente mais sofisticado e possui alta rotatividade.

2.1.2.8 Catering: preparação de alimentação em meios de transporte, com exceção de navios. Seguem padrões rígidos de higiene no processo de manipulação, acompanhados por nutricionistas e chefes de cozinha. Há também muito cuidado com a apresentação e

variedade. Por confeccionarem alimentação em grande volume os cuidados com embalagem, reaquecimento e armazenamento devem ser intensos.

2.1.2.9 Rotisserie: restaurantes que vendem pratos “para viagem”, como massas, carnes assadas ou grelhadas.

2.1.2.10 Doçarias: casas que vendem doces, chocolates, tortas, bolos, salgados, sorvetes e pães.

2.1.2.11 Sorveterias: casas onde são vendidos sorvetes que podem ser artesanais ou não.

2.1.2.12 Drugstore: Conceitualmente definida com drogarias que vendem, além de medicamentos, também alimentos rápidos. Em virtude do dispositivo legal 5.991/73, tais estabelecimentos encontram-se impedidos de comercializar alimentos em território nacional, restringindo-se tão somente a dietoterápicos. Em tempo, esta medida está em consulta pública (CP 69), para flexibilização e inclusão de alimentos na lista de artigos de comercialização permitida.

2.1.13 Restaurante de auto-serviço: oferecem um atendimento rápido, de baixo custo, onde o próprio cliente se serve do alimento que desejar. Estão crescendo cada vez mais devido ao crescimento de pessoas que trabalham fora e dispõem de pouco tempo para se alimentar, não podendo realizar em casa suas refeições. Os restaurantes de auto-serviço podem variar em relação ao ambiente, cardápio, variedades apresentadas e preço.

2.1.2.14 Restaurante *self-service*: possui cardápio extenso e preparações tradicionais que atendem um público diversificado, dentre ele crianças e idosos. Geralmente possui decoração e utensílios simples, mas há um crescimento de restaurante com esse tipo de serviço com preparações e ambientes mais sofisticados. Estão localizados geralmente em centros comerciais. O cardápio deve ser diversificado para que não se torne exaustivo, ganhando a fidelidade do cliente. O cliente se serve do que deseja, passa por uma balança onde sua refeição é pesada, pagando somente por aquilo que consome. Isso acaba tornando esse tipo de refeição mais acessível financeiramente. Alguns deles funcionam sem garçons, onde o próprio cliente se serve da bebida. A mesa de refeição é pequena, cabendo somente a bandeja com o prato e bebida, pois o espaço necessário para esse tipo de restaurante precisa ser bem aproveitado.

2.1.2.15 Restaurante de coletividade: Esse tipo de restaurante é comumente situado em prédios ou complexos industriais ou comerciais que oferecem alimentação para os

empregados da empresa. Deve oferecer um cardápio variado e balanceado para que as necessidades nutricionais sejam atendidas, já que são clientes diários.

2.1.2.16 Buffets: realizam serviços de banquetes, coquetéis na própria sede ou em locais externos. Podem ser requintadas ou mais simples. Nesse tipo de serviço, o cliente também se serve. Atuam normalmente em ocasiões especiais como casamentos, formaturas, etc.

2.1.2.17 Casa de chá: restaurante especializado em servir chás, cafés, bolos, tortas, doces, bebidas, salgados. Funciona, normalmente no final da tarde.

2.1.2.18 Restaurantes de serviço direto

São restaurantes que oferecem sempre os mesmo pratos e o serviço também, é sempre o mesmo. Fazem parte dessa categoria os rodízios, no qual consiste o serviço de vários tipos de alimento de um mesmo grupo, como carnes, pizzas, massas, etc. Se faz alimentos. O preço é cobrado por pessoa. Dentro dessa categoria estão as churrascarias, onde são servidos vários tipos de carne feitos na brasa, guarnições e acompanhamentos e sobremesas as pizzarias.

Ao se criar um restaurante é de grande importância a definição do conceito a ser adotado e seguido para melhor adequação de utensílios, equipamentos, mão de obra, decoração, local de funcionamento, marketing a ser trabalhado, cardápio dentre outros.

2.1.3 RESTAURANTES EM SHOPPING CENTERS

A diversidade de restaurantes encontrou um local importante para sua clientela que são os *shopping centers*, ou centro de compras. Eles são definidos como um grupo de negócios de varejo planejado, desenvolvido, possuído e administrado como uma unidade (KOTLER & ARMSTRONG, 1994).

Os *shopping centers* entraram no cotidiano dos brasileiros em meados dos anos 80 trazendo o que futuramente seria um fator distintivo para esse tipo de centro comercial: as praças de alimentação. Essas praças estão situadas numa área ampla destinada apenas para as pessoas se alimentarem. Os restaurantes são encontrados lado a lado, cada qual com sua especialidade. Há um grande salão com mesas e cadeiras bem próximas umas das outras que são de uso comum de todos os restaurantes. As pessoas chegam, fazem seu pedido, esperam alguns minutos, recebem seu prato, procuram lugar pra sentar, comem, levantam-se e vão embora (COLLAÇO, 2004).

As praças de alimentação, inicialmente ofertavam restaurantes de serviços rápidos, ou *fast-food*. Esse tipo de serviço apresenta preparo e serviços rápidos o que demanda pouca mão de obra, conseqüentemente reduzindo os preços dos pratos se comparado a restaurantes tradicionais (COLLAÇO, 2004). Porém, nos dias atuais, podem-se encontrar restaurantes de serviço direto com suas próprias mesas e cadeiras em seu próprio salão, casas de chá, casas noturnas, enfim, não se pode mais resumir suas praças de alimentação à restaurantes *fast-food*.

2.1.4 QUALIDADE PERCEBIDA

Presume-se que indivíduos motivados inicialmente apenas por uma necessidade fisiológica buscam refeições fora do ambiente doméstico em virtude da praticidade. No entanto, sabe-se que o elevado número de opções existentes nos grandes centros urbanos, torna a escolha cada vez mais difícil e o mercado mais competitivo. Dessa forma, o ponto de honra de qualquer restaurante é agradar e satisfazer às necessidades dos clientes sejam essas imediatas ou ainda por anseio em experimentar um novo prato.

É importante notar que na última década, a economia no Brasil sofreu mudanças que fizeram com que o setor da alimentação, para garantir sua permanência num mercado cada vez mais competitivo, passasse a se destacar dos seus concorrentes não só pelos produtos, mas também pela qualidade do serviço por ele oferecido. “Qualidade é aquilo que satisfaz o cliente” e para controlar essa qualidade é preciso que se mantenham os produtos e os serviços nos níveis de tolerância aceitáveis pelo consumidor (AKUTSU et al., 2005).

Segundo Tinoco et al. (2008) a qualidade percebida pelos clientes é definida como a avaliação que o cliente faz durante ou após um determinado serviço. Esta avaliação é feita através de uma comparação com outro serviço prestado e o que o cliente esperava deste serviço.

O cliente satisfeito retorna e indica o estabelecimento a outros. A satisfação não se resume somente a saciar a fome. Se o cliente não sentir atenção, carinho e eficiência, não retornará. Segundo pesquisas, 70% dos clientes são perdidos por má qualidade dos serviços, mesmo que só 4% destes reclamem (MARICATO, 2001).

A preocupação com a satisfação do cliente permite a percepção de falhas e correções, assim como, possivelmente modifica eventuais impressões negativas sobre o estabelecimento. Ou seja, clientes que não têm suas expectativas atendidas em um

restaurante, pode se convencer que vale a pena retornar ao local, caso tenha sido dada a devida importância ao fato pelos envolvidos com o serviço (COUTINHO et al., 2005).

Alguns itens devem ser destacados na busca da qualidade. A padronização, assim como o preço e os serviços de um restaurante são aspectos observados normalmente pelos clientes, que comparam esse aspecto com a concorrência. O controle destes aspectos assegura um planejamento de cardápio satisfatório e restaurantes que tiverem medidas de controle eficientes destes pontos, provavelmente poderão atender com sucesso às expectativas de seus clientes (AKUTSU et al., 2005; ZANELLA, 2007).

Esse cenário ideal dificilmente é atingido sem esforço, visto que existe uma tendência do empresário na visualização do lucro, prescindindo algumas vezes da qualidade na indústria de serviços e ainda negligenciando as necessidades do cliente, pois sua atenção está voltada à orientação financeira em curto prazo, o que contribui para arruinar o setor de serviços (FITZSIMMONS, 2000).

2.2 PLANEJAMENTO DE CARDÁPIO E MARKETING

2.2.1 PLANEJAMENTO DE CARDÁPIO

O cardápio é o instrumento de informação, venda e publicidade de um restaurante. Através dele o cliente escolhe os alimentos e bebidas que irão consumir (BARRETO, 2002).

Devido à sua complexidade se faz necessário um minucioso estudo e uma ampla pesquisa de mercado para o planejamento de um cardápio. Devem ser destacados os seguintes aspectos: perfil dos clientes atuais e potenciais, dia e horário de funcionamento, condições climáticas da região, sistema de atendimento ao cliente, técnicas de produção, processos de estocagem, disponibilidade de produtos, volume e quantidade de produtos a serem produzidos, custos dos materiais, apresentação dos pratos, tipo de corte dos alimentos, hábitos dos clientes, hábitos regionais, entre outros (ZANELLA, 2007).

Para Maricato (2001), o cardápio é tão importante, que deve ser precedido, até mesmo, à montagem da cozinha. Assim podem ser definidos os espaços, equipamentos necessários para o preparo dos pratos escolhidos e a disposição desses equipamentos. O cardápio dá a identidade ao restaurante e define qual o tipo de decoração a ser usada.

Mesmo seguindo todos os passos importantes, os resultados dependerão da aceitação dos clientes e isso requer muita paciência e tempo para assimilar a estrutura do cardápio. Uma auto-análise do restaurante deve ser feita não só no início das operações, mas também no decorrer do funcionamento. Deve ser verificado nessa análise se os produtos e serviços, efetivamente apresentam qualidade, se há muito desperdício e o que deve ser feito para evitá-lo, se os preços estão em nível adequado, etc. (ZANELLA, 2007).

2.2.2 MARKETING

Outro aspecto de grande importância depois da criação do cardápio é o trabalho de marketing contínuo do restaurante. O trabalho de marketing vai influenciar diretamente na capacidade de captação de clientes e na fidelização dos mesmos.

Para Kotler (1998), marketing pode ser definido como a tarefa de criar, promover e fornecer bens e serviços a clientes. Zanella (2007) diz que marketing é o conjunto de ações que pode ser usado para atrair e conquistar clientes e enfrentar os concorrentes, o que torna esse instrumento imprescindível para o sucesso de um empreendimento. Os dois conceitos supracitados foram adotados neste estudo.

O marketing pode ser feito de diferentes maneiras. De forma direta quando se utiliza internet, correio, telefone, fax para se comunicar com o cliente.

Por meio da promoção de vendas, ferramenta de incentivos em curto prazo para encorajar a compra de um produto. Deve-se tomar essa medida em ocasiões com baixa movimentação do estabelecimento, para atrair mais pessoas.

E ainda através da propaganda, ferramenta paga que apresenta e promove mercadorias (KOTLER, 1998).

Segundo Barma (2001), o cardápio deve passar imagem positiva e atrativa do restaurante. As informações como preços e acesso devem ser claras e precisas para que não passem ambigüidade para o cliente. A comunicação dentro do plano de marketing deve determinar:

- Objetivo: conhecimento, fidelização e imagem
- Alvo: clientes atuais, potenciais e formadores de opinião
- Tema da comunicação: uma única mensagem
- Área geográfica: regional, nacional ou internacional

- Retorno: controle para medir o impacto qualitativo e quantitativo

Logo que estes pontos sejam definidos ficará mais fácil de avaliar o conteúdo da mensagem captada pelo consumidor, a mídia a ser utilizada e o período mais apropriado para o lançamento de alguma campanha de marketing. Na Tabela 1, pode-se acompanhar a evolução dos investimentos gastos em publicidade no mundo no período de 1996 a 2001(em milhões de dólares americanos).

Tabela 1: Evolução de investimentos gastos em publicidade no mundo no período de 1996 a 2001

Tipo de mídia	1996	2001	Evolução
Promoção	259103	375947	+45,10 %
Cartas	32776	80267	+145,00 %
Telemarketing	11556	17413	+50,70 %
Revistas	8592	15197	+77,80 %
Radio	18292	18685	+2,15 %
Televisão	32265	44713	+38,50 %
Internet	1920	7525	+292,00%
Total	364504	559727	+65,12

Fonte: Barma, 2004

Através dos dados apresentados fica muito claro que o setor terciário vem investindo em publicidade o que é de grande importância para o sucesso do negócio.

2.3 FICHA TÉCNICA DE PREPARO (FTP): FERRAMENTA PARA A PADRONIZAÇÃO

Akutsu et al.. (2005) identifica que diante desse cenário a padronização é uma peça fundamental para que haja um controle da qualidade. A padronização no processo de produção de uma refeição ajuda o trabalho de quem comanda uma cozinha facilitando o treinamento e o trabalho diário de uma equipe, além de eliminar a interferência por dúvidas nas preparações.

Para Fonseca (2000), a ficha técnica de preparação é um dos documentos mais importantes de um restaurante. Registra todo o processo de elaboração de um prato, as matérias primas utilizadas e suas quantidades, assim como seus custos. Serve também para padronizar a montagem dos pratos através de fotos, manter um histórico das

preparações do restaurante, permitir a comparação de informações de consumo e facilitar nas compras.

Outro aspecto de relevante importância, segundo Akutsu et al. (2005), é que cada ficha técnica possui a composição centesimal da preparação. O fato que garante ao cliente que cada prato, além de ter o mesmo aspecto sensorial e físico, poderá compor um cardápio balanceado nutricionalmente, satisfazendo assim às necessidades do cliente e o tornando fiel ao restaurante.

2.4 ENGENHARIA DE CARDÁPIOS

Ao se planejar um cardápio são necessários alguns cuidados como, conhecimentos culinários, conhecimentos de serviços de restaurante, análise da clientela e análise de venda. Esta última é de suma importância, pois reflete as preferências dos clientes em relação ao que o cardápio oferece e indica os pratos que dão mais lucro, os que devem ser trabalhados e os que deverão sair do cardápio (BARRETO, 2002).

Com o objetivo de otimizar os ganhos da empresa, utiliza-se da Engenharia de Cardápios. O instrumento é baseado em premissas básicas de gestão de negócios em Alimentos e Bebidas, a partir da Matriz de Boston (BCG).

A matriz é um modelo para análise de portfólio de produtos ou de unidades de negócio baseado no conceito de ciclo de vida do produto. A matriz tem duas dimensões: crescimento do mercado e participação relativa de mercado (que é a participação da empresa em relação à participação de seu maior concorrente). Quanto maior a participação de mercado de um produto ou quanto mais rápido o mercado de um produto cresce, melhor para a empresa.

De acordo com Bruce Henderson, criador da Matriz BCG, uma empresa para ter sucesso precisa ter um portfólio dos seus produtos com taxas de crescimento e participação no mercado diferentes. Pois produtos com alto crescimento precisam de injeções de dinheiro para crescer enquanto os de baixo crescimento devem gerar excesso de caixa. Os dois são necessários simultaneamente (COLLETTI, 2009).

Com o uso dessa ferramenta, o que se busca é que os pratos vendidos em um restaurante comercial apresentem uma margem de contribuição maior. Para isso se faz necessário o controle de custos, estratégias de marketing para o aumento das vendas, entre outros aspectos que envolvem o universo desse tipo de empreendimento.

Zanella (2007) define margem de contribuição como o lucro bruto, isto é, a relação do custo do produto e o preço. Popularidade segundo Holanda (1986) é a estima geral, ou ainda manifesto de muitas pessoas ou do povo em geral (MICHAELIS, 2009). De acordo com estes critérios os itens são classificados em *champagne*, *uva*, *pimenta* e *abacaxi* e são propostas ações corretivas para cada um dos grupos.

Champanhe

Os itens classificados como Champanhe apresentam a popularidade e a margem de contribuição alta, alcançando dessa forma o lucro, que é o objetivo maior de uma empresa (KOTLER, 1998). Em princípio se encontram em uma situação ideal. Contudo necessitam de cuidados constantes para que permaneçam dentro desta classificação. Há de se manter a qualidade e o preço para que continuem a vender bem e apresentem a margem de contribuição desejada pelo estabelecimento.

Uva

Os itens classificados como UVA possuem uma alta popularidade, porém uma baixa margem de contribuição. Neste caso os pratos precisam ser revisados buscando o aumento dessa margem de contribuição (VAZ, 2006; ZANELLA, 2007):

Pimenta

Os itens classificados como PIMENTA possuem uma baixa popularidade, mas uma alta margem de contribuição, portanto é necessário trabalhar o marketing desses itens para que se tornem mais populares.

Abacaxi

E finalmente, os itens classificados com Abacaxi. Estes possuem margem de contribuição e popularidade baixas.

3 MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa realizada é um estudo de caso. Utilizou-se a técnica de engenharia de cardápios descrita por Jeolás (2000) em um restaurante especializado em frutos do mar no período de 1º a 30 de abril de 2009, baseado no cardápio vigente do local durante a pesquisa.

Inicialmente, foram analisadas todas as FTP's, identificando-se os custos com a matéria-prima, assim como os relatórios de vendas do período supracitado. Com base nos relatórios foi aplicada a técnica de engenharia de cardápios, para análise da margem de contribuição e popularidade dos itens do cardápio. Posteriormente as preparações ofertadas foram classificadas de acordo com o método e foram sugeridas ações corretivas pertinentes.

Para a análise dos resultados utilizaram-se as planilhas propostas por Jeolás (2000), que são autoavaliativas.

A análise ocorreu em duas etapas, conforme descrição a seguir.

Primeira Etapa

Referente à coleta e registro dos dados, foi subdivida nas seguintes atividades:

1. Coleta dos dados (revisão das FTP's, Apêndice 1) e obtenção da planilha de vendas do período, (Anexo 1, 2 e 3)
2. Identificação e classificação dos itens do cardápio, somando o total de itens constantes na planilha no final da coluna.
3. Registrar os números de *couverts* vendidos no período.
4. Calcular a proporção do mix de vendas.
5. Registrar o custo individual de cada item ou prato.
6. Calcular a margem de contribuição de cada item ou prato.
7. Calcular o custo total do cardápio.
8. Calcular a receita total do cardápio.

Segunda Etapa

Relacionada ao cálculo das médias gerais e análise dos dados, foi realizada de acordo com a descrição abaixo (Apêndices 2 a 9):

1. Estabelecer potencial de custo dos itens ou pratos.
2. Calcular a margem de contribuição total.
3. Determinar a margem de contribuição média do cardápio.
4. Determinar o Índice Geral de Popularidade.
5. Classificar cada item pela Margem de Contribuição.
6. Classificar cada item pelo percentual do mix de vendas.
7. Classificação total dos itens ou pratos.
8. Determinar e registrar ações sobre os itens ou pratos.

A determinação do período necessário para a caracterização das margens de contribuição e popularidade dos pratos foi avaliada através de amostragens mensais e trimestrais, devidamente confrontadas para a visualização de eventuais flutuações nos índices de avaliação no processo de engenharia de cardápios.

3.1 Descrição do estabelecimento

O restaurante em estudo integra a lista de restaurantes comerciais de Brasília, situado no Taguatinga Shopping, na praça de alimentação. Trata-se de um restaurante *a la carte*, de especialidade em frutos do mar. É o único restaurante a servir um cardápio especializado em frutos do mar. Tem como concorrente a rede Giraffas, Spoleto, Mac Donalds, etc., porém é o único que trabalha com frutos do mar. Possui uma clientela diversificada: funcionários do shopping, estudantes, pessoas que trabalham em hospitais e concessionárias da vizinhança, além de famílias de Taguatinga e Águas claras.

Taguatinga é uma cidade-satélite ou região administrativa do estado do Distrito Federal. Devido a seu crescimento nos últimos anos, tornou-se o pólo de diversões das cidades satélites mais próximas (WIKIPIDIA, 2009). Como funciona há apenas um ano e meio, demonstra contínuo interesse na melhoria de suas ações de gestão para aumento da produtividade e conseqüente lucratividade. Para atingir esta meta, a profissionalização de todos os colaboradores, a partir do entendimento do emprego de modelos de controle e análise dos produtos servidos, é de extrema relevância.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo Jeolás (2000), os itens no cardápio apresentam classificação quanto à margem de contribuição e popularidade, descritas resumidamente na Figura 2.

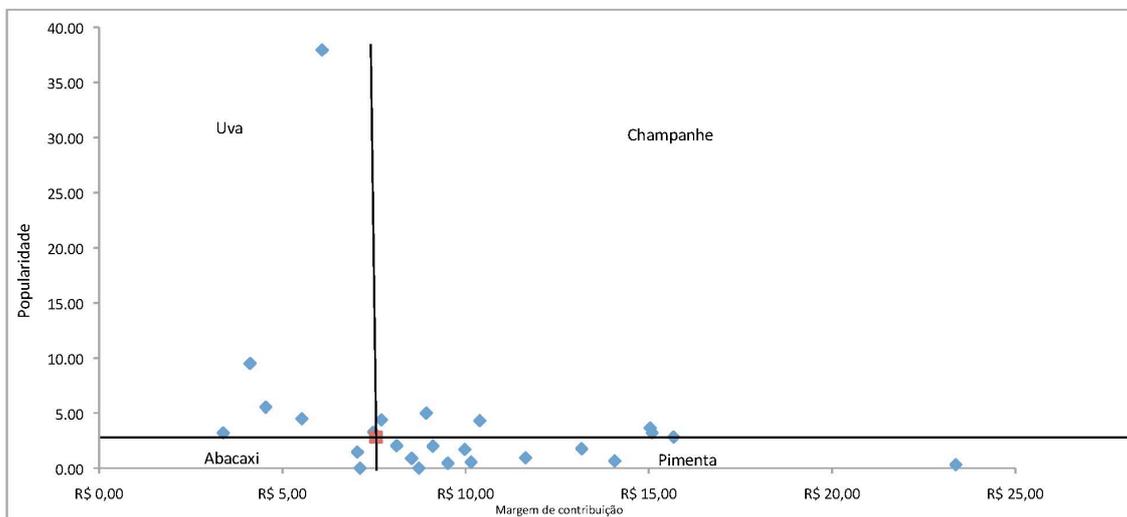


Figura 2: Classificação Trimestral de pratos (margem de contribuição e popularidade)

Ao analisar os dados apresentado na Figura 2, notou-se uma tendência de itens classificados como CHAMPANHE a se tornarem PIMENTA e itens classificados como UVA muito próxima a classificação denominada ABACAXI. A partir daí sentiu-se a necessidade de buscar dados a mais para um análise mais precisa.

Da mesma forma que foi empregada a engenharia de cardápios para o mês de abril e seu respectivo gráfico, foi feito para os meses de fevereiro e março do mesmo ano. Em seguida a mesma técnica foi empregada para os três meses a fim de se fazer uma comparação entre esses três meses e notou-se que a adoção de períodos pequenos pode gerar ruídos e em função do reduzido número amostral envolvido.

A adoção de dados referentes ao período trimestral mostrou-se uma alternativa viável para a análise mais precisa das informações, dando efetivamente mais segurança na determinação de abordagens críticas na engenharia de cardápios.

Uma característica da técnica de engenharia de cardápio é a apresentação de uma distribuição não homogênea dos dados dentro das classificações CHAMPANHE, UVA, PIMENTA e ABACAXI, normalmente apresentando essencialmente um item longe da zona limítrofe de transição entre as zonas de classificação. Tal observação parece se

justificar pelo padrão de consumo centralizado de alguns pratos considerados “padrão”, deixando os outros itens de segundo plano.

Esse mesmo evento leva a transição na classificação de itens entre alguns meses, como observado no mês de fevereiro, caracterizado pela elevação da movimentação familiar em virtude do período de recesso escolar, onde o prato denominado “Pescada empanada” desce de CHAMPANHE para UVA, exatamente no momento em que ocorre a elevação da classificação da “Caldeirada” de PIMENTA para CHAMPANHE. Essa influência cruzada com características sazonais parece demonstrar uma tendência de competição forte entre os pratos, ao invés de um processo de suplementação entre eles.

Obviamente, tal fenômeno é esperado, visto que invariavelmente ocorre a determinação de um prato intitulado “carro-chefe”, ostentando uma demanda elevada em relação aos outros pratos, contudo, é sábio adotar ferramentas para fins de elevar o interesse nos pratos secundários, mostrando a versatilidade da cozinha do empreendimento. Porém, por se tratar de um cardápio exclusivamente de frutos do mar, onde temos praticamente os mesmos itens em todas as preparações, mudando a forma de cocção e os molhos, pode agrava-se o fenômeno de competição.

Neste ponto, sugere-se a determinação de um estudo de público-alvo para melhor posicionamento do mercado, bem como na determinação da campanha de marketing tão necessária aos itens classificados como PIMENTA, que tem a popularidade baixa mas uma margem de contribuição desejada pelo restaurante.

O item classificado como ABACAXI durante os três meses causou uma certa estranheza e junto ao proprietário e funcionários descobriu-se que pelo fato do item ter pouca saída, os funcionários não deixavam o pré-preparo desse prato feito. Então quando o cliente solicitava a salada de penne, não havia penne cozido pra vender o prato o que levava o consumidor a comprar outro item. Isso influencia negativamente a visão do cliente em relação á empresa.

O preço de alguns pratos devido ao uso incorreto das FTP apresentava o custo de ingredientes falso, como o Bobó de camarão que é prato mais popular e vendido. Pratos que normalmente são populares em outros restaurantes desse tipo, como o Camarão ao catupiry, terá seu preço diminuído para ter uma melhor saída. A dúvida é se com seu preço reduzido ele passará a ser vendido pelo consumidor que gosta desse tipo de prato, mas nunca comprou por dificuldade financeira ou se haverá uma migração do

consumidor de outro item. Isso só poderá ser verificado depois de analisar as vendas futuras feitas depois das modificações.

Os consumidores, em sua maioria, não compravam pratos que possuíam nomes técnicos da gastronomia. Por se tratar de uma cidade satélite como Taguatinga, há uma mistura de classes muito grande. Moradores de Taguatinga com alto poder aquisitivo mas pouco conhecimento cultural, moradores de baixo poder aquisitivo além do efetivo pessoal de serviço do Shopping que apresenta um perfil econômico na alimentação diária durante o intervalo de trabalho. Esse tipo de cliente consome pratos mais populares e de nomenclatura mais conhecida como Bobó de camarão, merluza empanada, moqueca de frutos do mar. Já moradores de Águas Claras, possuem médio poder aquisitivo e conhecimento razoável de pratos mais sofisticados como Risoto, Caldeirada, Paella, Talharim, Bacalhau.

Através do estudo, foram detectados vários erros e problemas. As FTP por exemplo, estavam feitas sem conter o FC dos insumos o que representa as modificações que ocorrem com o alimento durante a etapa do pré-preparo, ou seja, eventuais perdas desde a aquisição até o preparo (VAZ 2003). Portanto, calculava-se o preço em cima do peso líquido.

As compras estavam sendo feitas sem nenhum tipo de programação. Não havia dias determinados para insumos perecíveis e não perecíveis. Os cozinheiros verificavam o que iria faltar e faziam uma lista diária de compras. Com isso os insumos, muitas vezes eram comprados em supermercados de luxo, ao invés de atacadistas.

Verificou-se o uso incorreto da quantidade de insumos. No Strogonoff, por exemplo, não estava sendo usada a medida indicada na FTP para o creme de leite, que é um ingrediente caro e se não usado na quantidade indicada altera o valor final do prato.

Ao analisar os currículos dos cozinheiros e através de entrevistas, verificou-se que o restaurante não possuía mão de obra não qualificada, isto é, nunca tinham feito curso algum e nem sequer trabalhado em outros restaurantes. Outro aspecto que torna difícil manter a qualidade é o fato da mão de obra ser praticamente artesanal e em quase toda sua totalidade não qualificada. O baixo nível cultural dos funcionários desse restaurante também atrapalha, pois gera uma dificuldade de entendimento de certas responsabilidades e normas de higiene e isso tudo compromete a estabilidade da qualidade.

Notou-se, através de visitas diárias, que muitos insumos percebíveis eram comprados em demasia, sem verificação de estoque e eram descartados diariamente. Alguns molhos guarnições que eram feitos diariamente, estavam sendo feito numa quantidade além da que se vendia.

Foi detectado desperdício no uso de itens que elevam os custos fixo, gastos decorrentes do processo de produção que não podem ser associados diretamente ao um produto ou serviço específico (VAZ 2006). Como o acendimento de duas chamas de fogão quando uma só era suficiente. As luzes de estoque estavam sempre acesas. Funcionários usavam o telefone da empresa para assuntos particulares.

No cardápio impresso, havia muitos erros como foto que não correspondia ao que estava escrito, ausência de itens em alguns pratos. Isso causa confusão e certamente o cliente prefere escolher algo que seja mais simples e claro, já que a escrita deverá ser de fácil legibilidade (ZANELA/CÂNDIDO, 2002). Além disso, a nomenclatura dos pratos não era conhecida pelo público de Taguatinga;

A empresa não investia em propaganda. E as promoções de venda em forma de folhetos eram feitas para os pratos que não tinham a margem de contribuição desejada (classificados como uva que não precisavam desse tipo de marketing). E essa era a único tipo de promoção realizada.

Havia falta de comunicação entre atendimento e cozinha. Muitas vezes um item que estava em falta era vendido, causando insatisfação do cliente que muitas vezes já tinha pagado por esse item. Foi verificada também através do acompanhamento do atendimento ao cliente, a falta de preparo dos atendentes. Muitas vezes eles não sabiam sequer explicar o que havia num determinado prato.

Ainda no atendimento uma falha muito grave foi detectada. O profissional que lida diretamente com o público não desempenhava bem essa função. O atendimento era feito com mau humor, descaso, “cara fechada”, impaciência, preguiça, falta de postura física (debruçados no balcão), etc.

Não havia gerente capacitado, por não se querer se gastar com um salário compatível com tal cargo. Nenhum tipo de monitoramento de cozinha e atendimento era realizado.

Após análise dos erros e problemas detectados foram tomadas algumas ações para corrigir tais problemas.

As fichas foram refeitas (Apêndice 1) e o preço de custo real dos pratos que foram usadas neste estudo está à disposição do restaurante para que sejam tomadas as devidas providências.

Com o objetivo de minimizar custos através de boa administração das compras buscando fornecedores que vendam com melhores preços, foi implantada uma agenda semanal de compras, dividindo-se itens perecíveis e não perecíveis e seus respectivos locais de compra. A questão fundamental para uma política de compra e estoque é estabelecer data, quantidade de itens a serem comprados e onde comprá-los (ZANELA, 2002).

Além disso, foi solicitado que a fiscalização no momento do recebimento de ingredientes fosse feita com rigidez e que essa seja uma tarefa de responsabilidade de uma determinada pessoa, não aceitando insumos de má qualidade. O recebimento de mercadorias é tão importante quanto às compras, pois nele é verificado a qualidade, quantidade e preço dos insumos (FONSECA, 2000).

Foi orientado que a aquisição de insumos perecíveis fosse feita diariamente e a programação dessas compras deverá ser feita com base em estimativa de consumo, bem como o estabelecimento de inspeção permanente nos estoques para verificar as condições e quantidade de insumos. Tal prática tem como objetivo minimizar desperdícios de insumos reduzindo os níveis de estoque. Foi realizada a redução da quantidade diária, deixando sob refrigeração e utilizando somente a quantidade para a porção vendida. O que restava era aproveitado no próximo turno ou no dia seguinte, desde que a qualidade esteja íntegra, de acordo com os padrões vigentes de vigilância sanitária.

Foi implantado o porcionamento de todos os insumos. Tudo passou a ser pesado e embalado para o momento do uso ou utilizado com o auxílio de medidores. A utilização dos insumos deve corresponder ao que é indicado nas FTP, documento mais importante de um restaurante, pois registra todo o processo de elaboração de um prato, as matérias primas utilizadas e suas quantidades (FONSECA, 2000).

Para que seja verificado o uso corretos das FTP, um acompanhamento semanal dos funcionários por um consultor em gastronomia foi sugerido. Além disso, o consultor poderá ensinar técnicas de gastronomia e higiene e novos pratos. Um treinamento mensal sobre regras de higiene e manipulação de alimentos com uma nutricionista também será adotado. Foi passado ao proprietário que um investimento por

parte da empresa em cursos rápidos de gastronomia para que seus funcionários aprendam e se motivem trará retorno positivo futuramente.

Redução de custos fixos, economizando gás, água, energia, e telefone. Luzes de estoque só serão acesas quando o mesmo for acessado. O telefone foi bloqueado para fazer ligações. O descongelamento passou a ser feito sob refrigeração de um dia para o outro.

Revisar como os pratos estão descritos no cardápio (ZANELLA 2007). Foi solicitado ao proprietário do restaurante que refaça a impressão do cardápio e modifique a nomenclatura de alguns itens. Como essa análise foi a primeira a ser feita do cardápio, haverá uma simplificação dos nomes. Por exemplo, crostinis para torradas.

Foi sugerido ao proprietário o investimento em propaganda tipo *outdoors* e rádio, uso de folhetos promocionais, acrescentando aos pratos classificados como pimenta uma bebida (refrigerante, chope ou vinho) sem ônus para o cliente.

Implantou-se um self-service de salada com três itens de baixo custo como alface, cenoura ralada, beterraba ralada, etc. Além de se sugerir ao proprietário a distribuição aos clientes de um cartão fidelidade, onde a cada nove refeições compradas, a décima, seria cortesia do estabelecimento. Isso levaria a um aumento de consumo por clientes que fazem suas refeições todos os dias no shopping.

Foi sugerida ao proprietário a contratação de um gerente qualificado para desempenhar essa função. Ainda, definiu-se a ocorrência de uma conferencia diária e por turno dos itens em falta na cozinha por parte dos atendentes.

Alguns atendentes serão dispensados de seus postos de trabalho, com sua reocupação por profissionais submetidos a um treinamento com um consultor de gastronomia pra que aprendam os pratos, além de degustarem os mesmos, pois assim não só saberão dizer os insumos que compõem os pratos, mas poderão explicar o sabor, textura, etc. O treinamento também abrangerá abordagem ao cliente, como se portar no local de trabalho.

Acompanhamento semanal do atendimento por parte do consultor em gastronomia e monitoramento constante pelo proprietário.

5 CONCLUSÃO

Através desse estudo pode-se verificar que a aplicação da engenharia de cardápio é realmente uma ferramenta satisfatória para análise geral da saúde de um cardápio, porém deve ser feita de forma clara e bem definida, por períodos mais longos e precisos. A sazonalidade, dias de semana x fim de semana, pode trazer alterações nos resultados, já que o perfil do cliente também sofre alterações.

Uma mão de obra não qualificada e sem treinamentos influencia diretamente no insucesso de uma empresa de alimentação. Pois requisitos como o uso correto das FTP e regras de higiene sanitárias podem gerar desperdícios desnecessários para a empresa, afetando tanto a reprodutibilidade de um prato, quanto a qualidade do alimento e do serviço prestado.

A pesquisa de mercado também denotou-se como componente imprescindível para a elaboração de cardápio, para que se possa saber o que o cliente quer e quanto quer pagar, além de buscar a melhor linguagem para esse tipo de comunicação e o tipo de marketing a ser utilizado.

Esse estudo torna-se um claro exemplo do impacto da não adoção das ferramentas de gestão de estabelecimentos gastronômicos, tanto do ponto de vista técnico como administrativo. Ainda que o estabelecimento aqui estudado mostrava-se superavitário, a análise profunda demonstrou uma enorme margem para melhora nos serviços, que, sem sombra de dúvida, tornarão o empreendimento mais lucrativo.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AKUTSU, Rita de Cássia; BOTELHO, Raquel; CAMARGO, Érika; SÁVIO, Karin; ARAÚJO, Wilma. Adequação das boas práticas de fabricação em serviços de alimentação. **Rev. Nutr.**, Campinas, 18(3):419-427, maio/jun., 2005.
2. AKUTSU, Rita de Cássia; BOTELHO, Raquel; CAMARGO, Érika; SÁVIO, Karin; ARAÚJO, Wilma. A ficha técnica de preparação como instrumento de qualidade na produção de refeições. **Rev. Nutr.**, Campinas, 18(2):277-279, mar./abr., 2005.
3. BARMA, Jean –Louis, **Marketing du tourisme et de l'hôtellerie**, Études de cas commentées Corrigés, Troisième édition, Éditions d'Organisation, 2001.
4. BARRETO, Ronaldo Lopes Pontes. **Passaporte para o sabor**. São Paulo, Editora Senac, p.21,31,2002.
5. COLLAÇO, Janine. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, nº 33, janeiro-junho de 2004, p. 116-135.
6. COUTINHO, Edilma Pinto; MOREIRA, Ricardo Targino; SOUZA Dayane Muniz. Aplicação do ciclo de serviços na análise da gestão da qualidade de um restaurante universitário. **XXV Encontro Nac. de Eng. de Produção**. Porto Alegre, RS, Brasil, 29 out a 01 de nov de 2005.
7. FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.
8. FONSECA, Marcelo Traldi. **Tecnologias gerenciais de restaurantes**. São Paulo: Editora Senac, 2000 p 11,71.
9. HOLANDA, Aurélio Buarque de. **Novo Dicionário Aurélio**. 2 ed. Editora Nova Fronteira, 1986.
10. BERGAMINI, Ricardo. **Economia do Turismo - uma perspectiva macroeconômica 2000-2005**. IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2005.
11. JEOLÁS Roberto/ SANTOS Elias. **O negocio em alimentos e bebidas**. Editora Ponto Crítico, 2000.
12. JUNIOR, Paulo Solmucci. Plano Nacional de Turismo. A inserção na mesa do turismo brasileiro, 06/09/2007. Disponível em: <http://www.abrasel.com.br/index.php/atualidade/item/2121>. Acesso em: 13 jul 2009.

13. KONEMANN, **Especialidades Francesas**, Portugal, 2001.
14. KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.
15. KOTLER, Philip ; ARMSTRONG, Gary. **Principles of Marketing**. New Jersey : Prentice-Hall, 1994. 692 p.
16. LAROUSEE, **Gastronomique**, França, 2004.
17. LIPPEL, Isabela Laginski. **GESTÃO DE CUSTOS EM RESTAURANTES UTILIZAÇÃO DO MÉTODO ABC**. Dissertação de Mestrado, FLORIANÓPOLIS, 2002.
18. MARICATO, Percival. **Como montar e administrar bares e restaurantes**, 3 Ed, São Paulo, Editora SENAC, p. 34,95,2001.
19. MICHAELIS, disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=popularidade/1998-2009> Editora Melhoramentos Ltda, UOL. Acessado em 04/04/ 2009.
20. PACHECO, Aristides de Oliveira. **Manual do Maître D'Hôtel**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1995.
21. Portal Fator Brasil. **Gastos com refeições fora do lar devem chegar a 30% em 2012 , 18/06/2009** . Disponível em : <http://www.abrasel.com.br/index.php/atualidade/item/5522/>, acessado em : 13/07/09.
22. REBELATO, Marcelo Giroto. Uma análise sobre a estratégia competitiva e operacional dos restaurantes self-service. **Revista Gestão & Produção: Volume 04**, nº 03, p. 321-334, dezembro/1997.
23. SPENA, Rossana. **Atendimento: serviço bem prestado é obrigação**, **Hotellnews**, Ed.344, maio/junho, 2008. Disponível em: <http://www.revistahotelnews.com.br/2006/ssHome/index.php?id=6&subId=1237&edicao=344&meio=../ssEdicoesAnteriores/meioEdicao.php&y=2008>. Acessado em: 28/05/2009.
24. TINOCO, Maria Auxiliadora/ RIBEIRO, Jose Luis Duarte. **Estudo qualitativo dos principais atributos que determinam a percepção de qualidade e de preço dos consumidores de restaurantes a la carte**. **Gest. Prod.**, são Carlos, v.15, n.1, p.73-87, jan-abr.2008.
25. VAZ, Célia Silvério. **Alimentação de Coletividade**, Brasília, p.178, 2003.
26. VAZ, Célia Silvério. **Restaurantes- controlando custos e aumentando lucro**, Brasília, p. 177,2006.

27. ZANELLA, Luiz Carlos; CANDIDO, Índio. **Restaurante, técnicas e processos de administração e operação**, Caxias do Sul, EDUCS, 2002.
28. ZANELLA, Luiz Carlos. **Instalação e Administração de restaurantes**, São Paulo, Editora Metha, p 25, 26,27, 69, 163, 2007.
29. WIKIPIDEA, **Matriz BCG**, acessado em 02/03/2008.
http://pt.wikipedia.org/wiki/Matriz_BCG
30. WIKIPIDEA, disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/ Taguatinga](http://pt.wikipedia.org/wiki/Taguatinga), **Distrito Federal**, acessado em 14/08/2009.
31. COLLETTI, José Carlos. Disponível em http://www.administradores.com.br/artigos/matriz_bcg/13017. Acessado em: 12/08/2009.

APÊNDICE I
Fichas Técnicas de Preparação

Tipo de produto	Entrada					
Item	Aneis de Lula					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Maionese de estragao	porção	0,025	0,025	1	R\$ 0,01	R\$ 0,00
Lula em aneis	kg	0,2	0,2	1	R\$ 14,50	R\$ 2,90
Massa de empanado	porção	0,1	0,1	1	R\$ 12,00	R\$ 1,20
Óleo para fritura	Lt				R\$ 2,35	R\$ 0,00
Sal	kg	0,005	0,005	1	R\$ 2,00	R\$ 0,01
Pimenta	kg	0,01	0,01	1	R\$ 4,00	R\$ 0,04
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 15 min	CUSTO DOS INGREDIENTES					4,15
MODO DE PREPARO: 1. Misturar a farinha, maisena, agua, sal e pimenta cayena; 2. Temperar a lula com sal e passar pela massa de empanar; 3. Fritar por imersão e servir com a maionese de estragão.						
Rendimento(kg)		0,34	1	porção		
Porção(R\$/kg)		#REF!	0,34			

32

Tipo de produto		Guarnição				
Item		Arroz com brocolis				
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Arroz	porção	0,128	0,128	1	R\$ 0,23	0,23
Oleo	kg	0,001	0,001	1	R\$ 2,35	0,00
Brócolis picado e cozido	kg	0,0512	0,02	2,56	R\$ 3,60	0,18
Cebola picada	kg	0,0024	0,002	1,2	R\$ 1,50	0,00
Alho picado	kg	0,015	0,015	1	R\$ 5,99	0,09
Sal	kg	0,001	0,001	1	R\$ 2,00	0,00
CUSTO DOS INGREDIENTES						0,51
MODO DE PREPARO: 1. Numa panela misturar o oleo, a cebola e o alho; 2. Adicionar o arroz e o brocolis e misturar tudo.						
Rendimento(kg)		0,038		1		
Porção(R\$(kg)		#REF!				

41

Tipo de produto	Guarnição					
Item	Arroz de coco					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Arroz branco porção (18)	porção	0,128	0,128	1	R\$ 0,23	R\$ 0,23
Leite de côco	kg	0,002	0,002	1	R\$ 10,00	R\$ 0,02
Côco ralado	kg	0,002	0,002	1	R\$ 20,00	R\$ 0,04
Manteiga	kg	0,002	0,002	1	R\$ 14,00	R\$ 0,03
CUSTO DOS INGREDIENTES						0,32
MODO DE PREPARO: 1. Numa panela misturar o arroz já pronto, o leite de coco, o coco ralado e a manteiga; 2. Misturar tudo por cerca de 1 minuto até aquecer e servir.						
Rendimento(kg)		0,134		1		
Porção(R\$(kg)		#REF!				

40

Tipo de produto	Guarnição					
Item	Batata frita					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Batata em bastão	kg	0,1	0,1	1	R\$ 3,00	0,30
Sal	-	0,001	0,001	1	R\$ 2,00	0,00
Óleo para fritura	-	-	-	-	-	0,50
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 1	CUSTO DOS INGREDIENTES					
MODO DE PREPARO: Aquecer o óleo 200 graus na fritadeira elétrica e fritar a batata até ficar dourada e crocante.						
Rendimento(kg)	0,11					
Porção(R\$(kg)	0,96					

43

Tipo de produto	Guarnição					
Item	Batata sauté					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Batata em cubos	kg	0,12	0,1	1,2	R\$ 1,16	0,14
Margarina	kg	0,01	0,01	1	R\$ 10,00	0,10
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,00
Salsa picadinha	kg	0,00125	0,001	1,25	R\$ 3,00	0,00
TEMPO MÉDIO DE PREPARO	CUSTO DOS INGREDIENTES					0,25
	PERCENTUAL DE IMPOSTOS SOBRE VENDAS					
	CUSTO TOTAL POR PORÇÃO					
	Ganho líquido					
	Preço final de venda					
MODO DE PREPARO: 1.Cozinhar a batata; 2.Refogar com margarina, acrescentar o sal e no final a salsinha.						
Rendimento(kg)	0,113	1 porção				
Porção(R\$/kg)	0	0,113				

44

Tipo de produto	Guarnição					
Item	Hortalças refogadas					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Vagem	kg	0,0375	0,03	1,25	R\$ 2,90	0,10875
Cenoura	kg	0,0345	0,03	1,15	R\$ 1,30	0,04485
Couve-flor	kg	0,066	0,03	2,2	R\$ 8,00	0,528
Batata	kg	0,036	0,03	1,2	R\$ 1,16	0,04176
Margarina	kg	0,015	0,015	1	R\$ 14,00	0,21
salsa	kg	0,00125	0,001	1,25	R\$ 18,00	0,0225
sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004
pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	0,004
TEMPO MÉDIO DE PREPARO	CUSTO DOS INGREDIENTES					0,96
MODO DE PREPARO: 1.Cozinhar a vagem em agua fervente com sal por 3 minutos; 2.Cozinhe a couve flor em agua fervente por 5 minutos; 3.Cozinhar a cenoura até que fique al dente; 4.Cozinhar a batata até que fique al dente; 5.Aquecer uma panela e colocar a margarina, acrescentar os legumes e temperar com sal, pimenta e salsa picada.						
Rendimento(Gr)		0,139	1	porção		
Porção(R\$/Gr)		#REF!				

45

Tipo de produto	Guarnição					
Item	Purê de batatas					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Batata cozida e amassada	kg	1,2	1	1,2	R\$ 1,80	2,16
margarina	kg	0,2	0,2	1	R\$ 10,00	2
sal	kg	0,05	0,05	1	R\$ 2,00	0,1
creme de leite	kg	0,1	0,1	1	R\$ 10,00	1
leite	lt	0,25	0,25	1	R\$ 1,98	0,495
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 10	CUSTO DOS INGREDIENTES					5,755
MODO DE PREPARO: 1. Misturar todos os ingredientes numa panela e levar ao fogo, mexendo por 5 minutos.						
Rendimento(kg)		1,6	10	porção		
Porção(R\$/kg)	#REF!		0,16			

46

Tipo de produto	Principal					
Item	Camarão ao Curry					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Camarão	kg	0,492	0,12	4,1	R\$ 16,50	8,118
Creme de leite	kg	0,05	0,05	1	R\$ 12,00	0,6
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004
pimenta	kg	0,002	0,002	1	R\$ 4,00	0,008
Óleo de soja	kg	0,025	0,025	1	R\$ 2,35	0,05875
Curry	kg	0,002	0,002	1	R\$ 30,00	0,06
Molho Bechamel (26)	kg	0,1	0,1	1	R\$ 11,15	1,115
Arroz de coco porção(19)	porção	0	0,2		R\$ 1,30	0,7
Hortaliças refogadas (23)	porção	0	0	0	R\$ 2,00	2
TEMPO MEDIO DE PREPA	CUSTO DOS INGREDIENTES S					12,66
MODO DE PREPARO: 1.Aquecer uma frigideira e adicionar o curry e deixar por alguns segundos; 2.Acrescentar o oleo e em seguida os camaroes temperados com sal e pimenta; 3.Adicionar o creme de leite e o molho bechamel.						
Rendimento(kg)		0,501	1	porção		
Porção(R\$/kg)		#REF!				

47

Tipo de produto	Principal					
Item	Camarão ao catupiry					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Camarão	kg	0,492	0,12	4,1	R\$ 16,50	8,118
Cebola picada	kg	0,03	0,025	1,2	R\$ 1,50	0,045
Oleo	kg	0,025	0,025	1	R\$ 18,00	0,45
Queijo catupiry	kg	0,06	0,06	1	R\$ 19,40	1,164
Molho Bechamel (26)	kg	0,08	0,08	1	R\$ 11,15	0,892
Batata frita (01)	Porção	0		1	R\$ 0,96	0,96
Arroz com brocoli porção (20)	porção	0		1	1,13	1,13
TEMPO MÉDIO DE PREPARO	CUSTO DOS INGREDIENTES					12,76
MODO DE PREPARO: 1. Numa frigideira quente juntar os camarões temperados com sal e pimenta, acrescentar a cebola picada e continuar refogando até ficarem na consistência adequada e com a cor avermelhada; 2. Em seguida acrescentar o molho bechamel e o queijo catupiry.						
Rendimento(kg)		0,31	1	porção		
Porção(R\$/kg)	#REF!					

49

Tipo de produto	Principal					
Item	gratinado de bacalhau					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Bacalhau desfiado e desalgado	kg	0,252	0,1	2,52	R\$ 19,50	4,914
Azeitonas pretas	kg	0,0066	0,005	1,32	R\$ 8,25	0,05445
Salsa picada	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 3,00	0,0075
Cebola picada	kg	0,006	0,005	1,2	R\$ 1,50	0,009
Alho picado	kg	0,002	0,002	1	R\$ 5,99	0,01198
Pimentão verde	kg	0,0157	0,01	1,57	R\$ 2,78	0,043646
Pimentão vermelho	kg	0,0157	0,01	1,57	R\$ 7,50	0,11775
Pimentão amarelo	kg	0,0157	0,01	1,57	R\$ 9,90	0,15543
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004
Pimenta	kg	0,1	0,1	1	R\$ 4,00	0,4
Molho bechamel	kg	0,01	0,01	1	R\$ 11,15	0,1115
Queijo parmesão	kg	0,06	0,06	1	R\$ 16,00	0,96
Porção de batata sauté (22)	Porção	0	1		R\$ 0,79	0,79
Porção de farofa de banana(21)	Porção	0	1		R\$ 1,75	1,75
TEMPO MEDIO DE PREPARO: 10 m	CUSTO DOS INGREDIENTES					9,33
MODO DE PREPARO: 1.Refogar a cebola e o alho no azeite de oliva; 2.Acresentar o bacalhau, as azeitonas, o sal e a pimenta; 3.Adicionar o bechamel, passar para um ramequim e polvilhar com queijo; 4.Gratinar.						
Rendimento(Kg)						
Porção(R\$/Kg)						

50

Tipo de produto	Principal					
Item	caldeirada					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Polvo	kg	0,02	0,02	1	R\$ 17,00	0,34
Lula	kg	0,02	0,02	1	R\$ 15,50	0,31
Mexilhão	kg	0,02	0,02	1	R\$ 14,50	0,29
Camarão	kg	0,082	0,02	4,1	R\$ 16,50	1,353
Lagosta	kg	0,0556	0,02	2,78	R\$ 45,00	2,502
Oleo	litro	0,02	0,02	1	R\$ 2,35	0,047
Tomate	kg	0,03	0,02	1,5	R\$ 2,00	0,06
Cebola	kg	0,024	0,02	1,2	R\$ 1,50	0,036
Pimentão verde	kg	0,0314	0,02	1,57	R\$ 2,78	0,087292
Coentro	kg	0,025	0,02	1,25	R\$ 3,00	0,075
Salsa	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 3,00	0,0075
Cebolinha	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 3,00	0,0075
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004
pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	0,004
Extrato de tomate	kg	0,2	0,2	1	R\$ 5,99	1,198
Alho	kg	0,01	0,01	1	R\$ 8,50	0,085
Porção de arroz branco 18)	kg		0,1		R\$ 1,75	1,75
Porção de farofa de banana (21)	kg		0,01			0,23
TEMPO MEDIO DE PREPARO: 10 min	CUSTO DOS INGREDIENTES					8,39
MODO DE PREPARO: 1. Refogar a cebola, o alho, os pimentões e os frutos do mar em azeite de oliva, acrescentar o extrato de tomate, os tomates e água; 2. Cozinhar por cerca de 10 minutos para incorporar os sabores.						
Rendimento(Kg)		0,417		1	porção	
Porção(R\$/Kg)	#REF!					

51

Tipo de produto	Principal					
Item	Merluza empanada					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
File de merluza	kg	0,2988	0,18	1,66	R\$ 8,50	2,5398
Massa para empanados	kg	0,1	0,1	1	R\$ 12,00	1,2
Arroz branco (18)	porção	1	1	1		0,23
Hortaliças refogadas (23)	porção	1	1	1		2
Maionese de estragão	kg	0,025	0,025	1	R\$ 10,00	0,25
sal	litro	0,02	0,02	1	R\$ 2,00	0,04
pimenta	kg	0,01	0,01	1	R\$ 4,00	0,04
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 1	CUSTO DOS INGREDIENTES					6,30
MODO DE PREPARO: 1.Temperar o peixe com sal e pimenta e passar pela massa de empanar; 2.Fritar por imersão.						
Rendimento(kg)		0,28	1	porção		
Porção(R\$/kg)		#REF!				

52

Tipo de produto	Principal					
Item	Spaghetti com frutos do mar					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Spaghetti cozido	kg	0,2	0,2	1	R\$ 9,00	1,8
Camarão sem casca	kg	0,205	0,05	4,1	R\$ 16,50	3,3825
Mexilão sem casca	kg	0,05	0,05	1	R\$ 14,50	0,725
Lula em anéis	kg	0,05	0,05	1	R\$ 15,50	0,775
Tomate picado sem pele e sem sementes	kg	0,075	0,05	1,5	R\$ 2,00	0,15
Alho amassado	kg	0,005	0,005	1	R\$ 5,99	0,02995
Cebola picada	kg	0,036	0,03	1,2	R\$ 1,50	0,054
Salsa picada	kg	0,00125	0,001	1,25	R\$ 3,00	0,00375
Vinho Branco	lt	0,03	0,03	1	R\$ 6,00	0,18
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004
Pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	0,004
Extrato de tomate	kg	0,02	0,02	1	R\$ 5,00	0,1
oleo	lt	0,02	0,02	1	R\$ 2,35	0,047
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 10 min	CUSTO DOS INGREDIENTES					
MODO DE PREPARO: 1. Aquecer uma panela e colocar o azeite; 2. Juntar o alho, a cebola e o extrato de tomate; 3. Refogar por alguns minutos e Juntar os frutos do mar temperados com sal e pimenta; 4. Adicionar o vinho e deixar reduzir; 5. Juntar o spaghetti, os tomates picados e a salsa.						
Rendimento(kg)	0,509	1	porção			
Porção(R\$/kg)	#REF!	0,509				

53

Tipo de produto	Guarnição					
Item	farofa de banana					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Banana da terra cortada em cubos	kg	0,48	0,4	1,2	R\$ 3,90	1,872
Cebola picada	kg	0,048	0,04	1,2	R\$ 1,50	0,072
Alho picado	kg	0,01	0,01	1	R\$ 8,50	0,085
Farinha de mandioca	kg	0,25	0,25	1	R\$ 2,00	0,5
Sal	kg	0,02	0,02	1	R\$ 2,00	0,04
Pimenta	kg	0,002	0,002	1	R\$ 4,00	0,008
Margarina	kg	0,1	0,1	1	R\$ 14,00	1,4
MODO DE PREPARO: 1. Refogar a cebola e o alho nna margarina; 2. Acrescentar os cubos de banana da terra e refogar por mais um tempo; 3. Acrescentar a farinha de mandioca e continuar a mexer por mais 5 minutos; 4. Adicionar sal e pimenta.						
Rendimento(kg)	0,822	5 porções				
Porção(R\$/kg)	#REF!	0,16				

42

Tipo de produto		Principal					
Item		Fetuccine com camarão					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL	
Fettucine cozido	kg	0,23	0,23	1	R\$ 5,00	1,15	
Camarão	kg	0,492	0,12	4,1	R\$ 16,50	8,118	
Tomate sem pele e sem semente	kg	0,075	0,05	1,5	R\$ 2,00	0,15	
Alho amassado	kg	0,01	0,01	1	R\$ 5,90	0,059	
Cebola picada	kg	0,048	0,04	1,2	R\$ 1,50	0,072	
Oleo	kg	0,025	0,025	1	R\$ 2,35	0,05875	
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004	
Pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	0,004	
Caldo de camarão	kg	0		1	R\$ -	0	
Salsa picada grosseiramente	kg	0,00125	0,001	1,25	R\$ 3,00	0,00375	
Manjeriçao fresco	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 4,00	0,01	
Extrato de tomate	kg	0,02	0,02	1	R\$ 5,00	0,1	
TEMPO MEDIO DE PREPARO: 10 min		CUSTO DOS INGREDIENTES				9,73	
MODO DE PREPARO: 1. Aquecer uma panela e colocar o azeite; 2. Juntar o camarão temperado com sal e pimenta, em seguida o alho, a cebola e o extrato de tomate; 3. Refogar por alguns minutos e juntar os tomates; 4. Deixar cozinhar até os tomates se desmancharem; 5. Adicione o fettucine e aquecer, por ultimo juntar as folhas de manjeriçao.							
Rendimento(kg)		0,501	1	porção			
Porção(R\$/kg)	#REF!			0,381			

54

Tipo de produto	Principal					
Item	Risoto de frutos do mar					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Fundo para risoto	kg	0				
Cebola picada	kg	0,072	0,06	1,2	R\$ 1,50	0,015
Alho amassado	kg	0,01	0,01	1	R\$ 5,99	0,4792
Arroz arboreo	kg	0,08	0,08	1	R\$ 7,00	0,861
Camarão sem casca	kg	0,123	0,03	4,1	R\$ 16,50	0,495
Lula em aneis	kg	0,03	0,03	1	R\$ 15,50	0,465
Polvo	kg	0,03	0,03	1	R\$ 14,50	0,435
Mexilhão sem casca	kg	0,03	0,03	1	R\$ 14,50	0,2175
margarina	kg	0,015	0,015	1	R\$ 10,00	0,02
Sal		0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,05
Oleo	kg	0,025	0,025	1	R\$ 2,35	0,0705
Vinho branco	kg	0,03	0,03	1	R\$ 10,00	0,75
Tomate picado sem pele e sem sementes	kg	0,075	0,05	1,5	R\$ 2,00	0,002
pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	0
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 10 min	CUSTO DOS INGREDIENTES					3,86
MODO DE PREPARO: 1. Numa panela aquecer o óleo, juntar o alho e a cebola; 2. Refogar até que fiquem transparentes; 3. Juntar o arroz e mexer, adicionar o vinho branco e deixe secar; 4. Adicionar o fundo até cobrir o arroz e continuar mexendo, à medida que o fundo for secando, adicionar mais fundo sem parar de mexer; 5. Em outra panela aquecer o azeite e refogar os frutos do mar temperados com sal e pimenta e junte ao arroz; 6. Finalizar com a manteiga e os tomates.						
Rendimento(kg)	0,393	1	porção			
Porção(R\$/kg)	#REF!					

55

Tipo de produto	Entrada					
Item	Duo de camarões					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Camarão sem casca	kg	0,41	0,1	4,1	R\$ 25,50	R\$ 10,46
Sal	kg	0,001	0,001	1	R\$ 14,50	R\$ 0,01
massa para empanar	kg	0,1	0,1	1	R\$ 12,00	R\$ 1,20
Camarão com casca	kg	0,41	0,1	4,1	R\$ 16,50	R\$ 6,77
Alho picado	kg	0,02	0,02	1	R\$ 5,99	R\$ 0,12
Oleo	Lt				R\$ 2,35	R\$ 0,00
Pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	R\$ 0,00
Salsa picada	kg	0,000125	0,0001	1,25	R\$ 3,00	R\$ 0,00
Limão	kg	0,113	0,05	2,26	R\$ 0,95	R\$ 0,11
Maionese de estragão	kg	0,025	0,025	1	R\$ 0,01	R\$ 0,00
CUSTO DOS INGREDIENTES						18,67
MODO DE PREPARO: 1. Temperar com sal e pimenta os camarões sem casca; 2.Passar pela massa e fritar por imersão; 3.Temperar os camarões com casca com sal e pimenta; 4.Aquecer uma panela e colocar o oleo; 5. Fritar os camarões, adicionar o alho picado, deixando dourar levemente; 6.Salpicar a salsinha e servir os dois tipos de camarão com 1 und de limão e maionese de estragão.						
Rendimento(kg)		0,3971		1	porção	
Porção(R\$/kg)		#REF!				

35

Tipo de produto	Principal					
Item	Talharim bacalhau					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Talharin cozido	kg	0,23	0,23	1	R\$ 8,00	1,84
Cebola	kg	0,012	0,01	1,2	R\$ 1,50	0,018
Alho picado	kg	0,002	0,002	1	R\$ 5,99	0,01198
Bacalhau desfiado e dessalgado	kg	0,378	0,15	2,52	R\$ 19,50	7,371
Azeitonas pretas	kg	0,0264	0,02	1,32	R\$ 8,25	0,2178
Molho bechamel porção (26)	porção	0,1	0,1	1	R\$ 11,15	1,115
Oleo	kg	0,025	0,025	1	R\$ 2,39	0,05975
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 10 min		CUSTO DOS INGREDIENTES S				10,63
MODO DE PREPARO: 1. Refogar o bacalhau no azeite, adicionar cebola e alho; 2. Em seguida junte o molho, a massa e as azeitonas.						
Rendimento(kg)		0,537	1	porção		
Porção(R\$/kg)	#REF!		0,537			

56

Tipo de produto		Principal						
Item		Strogonoff de camarão						
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL		
Camarão	kg	0,492	0,12	4,1	R\$ 16,50	8,118		
Catchup	kg	0,03	0,03	1	R\$ 6,00	0,18		
Mostarda	kg	0,015	0,015	1	R\$ 6,00	0,09		
Creme de leite de caixinha	kg	0,1	0,1	1	R\$ 10,00	1		
Cebola picada	kg	0,012	0,01	1,2	R\$ 1,50	0,018		
Alho picado	kg	0,05	0,05	1	R\$ 5,99	0,2995		
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004		
Conhaque	kg	0,02	0,02	1	R\$ 4,50	0,09		
Champignon	kg	0,02	0,02	1	R\$ 8,00	0,16		
TEMPO MÉDIO DE PREPARO	CUSTO DOS INGREDIENTES						9,96	
MODO DE PREPARO: 1. Numa panela aquecida, refogar os camarões, em seguida o alho a cebola, acrescentar o conhaque e flambar; 2. Acrescentar o catchup, a mostarda o creme de leite e os champignons.								
Rendimento(kg)	0,367		1 porção					
Porção(R\$/kg)	#REF!							

57

Tipo de produto	Principal					
Item	Bobó de camarão					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Molho do bobó de camarão (porção)	kg	0,15	0,15	1	R\$ 6,00	0,9
Camarão	kg	0,492	0,12	4,1	R\$ 16,50	8,118
Leite de côco	litro	0,03	0,03	1	R\$ 10,00	0,3
Sal	litro	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004
Porção de arroz branco	0,12	0				0,23
Porção da fritas	-	0				0,96
TEMPO MEDIO DE PREPARO: 10 min	CUSTO DOS INGREDIENTES					10,51
	PERCENTUAL DE IMPOSTOS SOBRE VENDA					
MODO DE PREPARO: 1. Refogar os camarões no oleo e acrescentar o molho, corrigir o sal e a pimenta.						
Rendimento(kg)	0,302	1	porção			
Porção(R\$/kg)						

58

Tipo de produto	Principal					
Item	Hamburguer de frutos do mar					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
File de peixe	kg	1,66	1	1,66	R\$ 7,90	13,114
Camarão	kg	1,23	0,3	4,1	R\$ 16,50	20,295
Mexilhão	kg	0,3	0,3	1	R\$ 14,50	4,35
Cebola	und	0,12	0,1	1,2	R\$ 2,00	0,24
Alho	und	0,005	0,005	1	R\$ 5,99	0,02995
Sal	kg	0,01	0,01	1	R\$ 2,00	0,02
Pimenta	kg	0,005	0,005	1	R\$ 4,00	0,02
Farinha de rosca	kg	0,01	0,01	1	R\$ 3,90	0,039
Ovo	unidade	0,24	0,24	1	R\$ 1,50	0,36
Cheiro verde	kg	0,00625	0,005	1,25	R\$ 3,00	0,01875
TEMPO MÉDIO DE F	CUSTO DOS INGREDIENTES					38,49
MODO DE PREPARO: 1. Passar os frutos do mar num processador, temperar com sal e pimenta, adicionar o ovo e o cheiro verde; 2. Usar a farinha de rosca para dar o ponto do hamburguer; 3. Espalhar a massa em uma assadeira e levar à geladeira por cerca de 12 horas; 4. Cortar os discos com ajuda de um aro.						
Rendimento(kg)	1,975	16	porção			
Porção(R\$/kg)	#REF!	0,12				

59

Tipo de produto	Principal					
Item	Hamburguer de frutos do mar					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Maionese de estragão	kg	0,025	0,025	1	R\$ 10,00	0,25
Tomate fresco	kg	0,03	0,02	1,5	R\$ 2,00	0,06
Alface americana	kg	0,046	0,04	1,15	R\$ 4,00	0,184
Hamburguer de frutos do mar	porção	1	1	1	R\$ 3,56	3,56
Porção de fritas	porção	1	1	1	R\$ 3,80	0,96
Pão de hamburguer	und	1	1	1	0,7	0,7
TEMPO MEDIO DE PREPARO:	JUSTO DOS INGREDIENTES SEM IMPOSTO					5,714
MODO DE PREPARO: 1. Montar o hamburguer com a alface, o tomate em rodela, o hamburguer e a maionese de estragão.						

60

Tipo de produto	Principal					
Item	Hamburguer de frutos do mar					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
File de peixe	kg	1,66	1	1,66	R\$ 7,90	13,114
Camarão	kg	1,23	0,3	4,1	R\$ 16,50	20,295
Mexilhão	kg	0,3	0,3	1	R\$ 14,50	4,35
Cebola	und	0,12	0,1	1,2	R\$ 2,00	0,24
Alho	und	0,005	0,005	1	R\$ 5,99	0,02995
Sal	kg	0,01	0,01	1	R\$ 2,00	0,02
Pimenta	kg	0,005	0,005	1	R\$ 4,00	0,02
Farinha de rosca	kg	0,01	0,01	1	R\$ 3,90	0,039
Ovo	unidade	0,24	0,24	1	R\$ 1,50	0,36
Cheiro verde	kg	0,00625	0,005	1,25	R\$ 3,00	0,01875
TEMPO MÉDIO DE F	CUSTO DOS INGREDIENTES					38,49
MODO DE PREPARO: 1. Passar os frutos do mar num processador, temperar com sal e pimenta, adicionar o ovo e o cheiro verde; 2. Usar a farinha de rosca para dar o ponto do hamburguer; 3. Espalhar a massa em uma assadeira e levar à geladeira por cerca de 12 horas; 4. Cortar os discos com ajuda de um aro.						
Rendimento(kg)	1,975	16	porção			
Porção(R\$/kg)	#REF!	0,12				

59

Tipo de produto	Principal					
Item	Moqueca					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Lula	kg	0,02	0,02	1	R\$ 14,50	0,29
Camarão	kg	0,082	0,02	4,1	R\$ 16,50	1,353
Merluza cortada em tiras	kg	0,1992	0,12	1,66	R\$ 8,50	1,6932
Oleo	litro	0,02	0,02	1	R\$ 2,35	0,047
Tomate	kg	0,03	0,02	1,5	R\$ 2,00	0,06
Cebola	kg	0,024	0,02	1,2	R\$ 1,50	0,036
Pimentão verde	kg	0,0314	0,02	1,57	R\$ 2,78	0,087292
Coentro	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 3,00	0,0075
Salsa	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 3,00	0,0075
Cebolinha	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 3,00	0,0075
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004
Pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	0,004
Leite de coco	litro	0,02	0,02	1	R\$ 9,60	0,192
Azeite de dende	litro	0,02	0,02	1	R\$ 5,00	0,1
Extrato de tomate	kg	0,02	0,02	1	R\$ 5,00	0,1
Alho	kg	0,01	0,01	1	R\$ 5,99	0,0599
Porção de arroz branco	porção	0	1			0,23
Porção de farofa de banana	porção	0	1			1,75
TEMPO MEDIO DE PREPARO: 1	CUSTO DOS INGREDIENTES					6,03
MODOS DE PREPARO: 1. Numa panela aquecida, acrescentar o azeite e refogar a cebola e o alho; 2. Juntar agua e adicionar os frutos do mar temperados com sal e pimenta; 3. Em seguida, acrescentar os pimentões, o extrato de tomate, os tomates, o dende e o leite de coco; 4. Acrescentar as ervas e cozinhar por cerca de 5 minutos para incorporar os sabores.						
Rendimento(kg)		0,319		1	porção	
Porção(R\$/kg)		#REF!				

61

Tipo de produto	Principal					
Ítem	Hamburguer de frutos do mar					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Maionese de estragão	kg	0,025	0,025	1	R\$ 10,00	0,25
Tomate fresco	kg	0,03	0,02	1,5	R\$ 2,00	0,06
Alface americana	kg	0,046	0,04	1,15	R\$ 4,00	0,184
Hamburguer de frutos do mar	porção	1	1	1	R\$ 3,56	3,56
Porção de fritas	porção	1	1	1	R\$ 3,80	0,96
Pão de hamburguer	und	1	1	1	0,7	0,7
TEMPO MEDIO DE PREPARO:	JUSTO DOS INGREDIENTES SEM IMPOSTO					5,714
MODO DE PREPARO: 1. Montar o hamburguer com a alface, o tomate em rodela, o hamburguer e a maionese de estragão.						

60

Tipo de produto	Principal					
Item	Merluza com espinafre					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
File de merluza	kg	0,2988	0,18	1,66	R\$ 8,50	2,5398
Molho bechamel	porção	0,1	0,1	1	R\$ 11,15	1,115
Espinafre	kg	0,0895	0,05	1,79	R\$ 5,00	0,4475
oleo	kg	0,02	0,02	1	R\$ 2,35	0,047
pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	0,004
Arroz branco	porção	0	1			0,23
Batata frita	porção	0	1			0,96
sal	kg	0	0,002		R\$ 2,00	0
TEMPO MÉDIO DE PREPARO	CUSTO DOS INGREDIENTES					5,34
MODO DE PREPARO: 1. Temperar o peixe com sal e pimenta e numa frigideira aquecida com oleo, saltear o peixe; 2. Refogar o espinafre em um pouco de oleo, juntar o molho bechamel e bater no liquidificador.						
Rendimento(kg)	0,351	1	porção			
Porção(R\$/kg)	#REF!					

62

Tipo de produto	Principal					
Item	Camarão na abobora					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORRE	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Camarão	kg	0,984	0,24	4,1	R\$ 16,50	16,236
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,004
Pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	0,004
Abobora pequena	kg	0,3	0,3	1	R\$ 2,00	0,6
Abobora cozida e amassada	kg	0,1064	0,08	1,33	R\$ 1,00	0,1064
Cebola picada	kg	0,0012	0,001	1,2	R\$ 1,50	0,0018
Alho amassado	kg	0,01	0,01	1	R\$ 5,99	0,0599
Leite	kg	0,05	0,05	1	R\$ 1,98	0,099
Queijo catupiry	kg	0,06	0,06	1	R\$ 19,40	1,164
Arroz de coco	porção	0	1		R\$ 0,80	0,7
Batata frita porção (1)	porção	0	1		R\$ 0,48	0,96
TEMPO MEDIO DE PREPARO: 10	CUSTO DOS INGREDIENTES					19,94
MODO DE PREPARO: 1. Cozinhar no forno as mini aboboras cobertas com papel aluminio até ficarem macias; 2.Tirar a polpa e sementes; 3.Para o molho: bater a abobora cozida com leite e catupiry; 3. Num frigideira puxar os camarões temperados com sal e pimenta, acrescentar alho e cebola; 4.Tirar 3 unidades para decoração; 5.Adicionar o creme de abobora e ajustar o sal; Servir dentro da abobora.						
Rendimento(kg)		0,744		1	porção	
Porção(R\$/kg)						

64

Tipo de produto	Principal					
Item	Camarão na abobora					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LÍQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Arroz cozido	kg	0,205	0,05	4,1	R\$ 3,00	0,615
Azeite de oliva composto	lt	0,03	0,03	1	R\$ 4,90	0,147
Açafrão	kg	0,002	0,002	1	R\$ 20,00	0,04
Lula	kg	0,05	0,05	1	R\$ 15,50	0,775
Polvo	kg	0,05	0,05	1	R\$ 14,50	0,725
Mexilhão	kg	0,05	0,05	1	R\$ 14,50	0,725
Camarão	kg	0,205	0,05	4,1	R\$ 16,50	3,3825
Cebola	kg	0,036	0,03	1,2	R\$ 1,50	0,054
Alho	kg	0,005	0,005	1	R\$ 8,50	0,0425
Pimentão verde	kg	0,03925	0,025	1,57	R\$ 2,00	0,0785
Pimentão vermelho	kg	0,03925	0,025	1,57	R\$ 6,90	0,270825
Camarão ou lagostin para decorar	kg	0,1	0,1	1	R\$ 25,00	2,5
Ervilha verde	kg	0,03	0,03	1	R\$ 15,00	0,45
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 10 min	CUSTO DOS INGREDIENTES					9,81
MODO DE PREPARO: 1. Refogar a cebola e alho no azeite, acrescentar a mistura de açafrão e os frutos do mar (lembrando que o polvo já estará previamente pronto e a lula tem um tempo de cocção rápido); 2. Adicionar o arroz, e os demais ingredientes e colocar o fundo de camarão; 3. Aquecer o lagostin no fundo de camarão e decorar o prato.						
Rendimento(kg)	0,497	1	porção			
Porção(R\$/kg)						

65

Tipo de produto		Entrada				
Ítem		Maionese de estragao				
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Maionese	kg	0,5	0,5	1	R\$ 5,30	2,65
Estragão	kg	0,01	0,01	1	R\$ 63,00	0,63
Suco de Limão	kg	0,1	0,1	1	R\$ 0,95	0,095
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 15 min		CUSTO DOS INGREDIENTES				3,38
MODO DE PREPARO: 1. Misturar todos os ingredieitnes						
Rendimento(kg)		0,61	24	porção		
Porção(R\$/kg)		#REF!	0,1			

33

Tipo de produto	Entrada					
Item	Massa para empanado					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Farinha de trigo	kg	0,18	0,18	1	R\$ 1,45	R\$ 0,26
Maisena	kg	0,12	0,12	1	R\$ 15,00	R\$ 1,80
Ovos	kg	0	0,2		R\$ 0,17	R\$ 0,00
Fermento químico	kg	0,03	0,03	1	R\$ 15,30	R\$ 0,46
Creme de leite	kg	0,15	0,15	1	R\$ 10,00	R\$ 1,50
Água	kg	0,25	0,25	1	R\$ 6,00	R\$ 1,50
Sal	kg	0,01	0,01	1	R\$ 4,00	R\$ 0,04
EMPO MÉDIO DE PREPARO: 15 m						
CUSTO DOS INGREDIENTES						5,56
MODO DE PREPARO: 1. Misturar todos os ingredientes.						
Rendimento(kg)		0,94	9			
Porção(R\$/kg)	#REF!		0,1			

34

Tipo de produto	Principal					
Item	Molho bechamel					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Farinha de trigo	kg	0,06	0,06	1	R\$ 2,00	0,12
Margarina	kg	0,06	0,06	1	R\$ 14,00	0,84
Leite	Lt	1	1	1	R\$ 1,98	1,98
Louro	folha	1	1	1	R\$ 4,00	4
Cebola	kg	0	0,04		R\$ 1,50	0
Sal	kg	0,01	0,01	1	R\$ 2,00	0,02
Pimenta	kg	0,002	0,002	1	4	0,008
TEMPO MÉDIO DE PREPARO	CUSTO DOS INGREDIENTES SEM IMPOSTOS					6,97
MODO DE PREPARO: 1.Em uma panela aquecer o leite com a cebola e o louro; 2. Num outra panela colocar a margarina e deixar derreter, adicione a farinha e mexer por alguns minutos; 3. Juntar o leite ao roux, aos poucos, sem parar de mexer; 4. Colocar sal e a pimenta, e ferver por cerca de 10 minutos.						
Rendimento(kg)		2,172	21	porção		
Porção(R\$/kg)	#REF!		0,1			

48

Tipo de produto	Molho					
Item	Molho para bobó					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Mandioca limpa	kg	1	1	1	R\$ 0,75	0,75
Água	litro	3	3	1	R\$ -	-
Cebola picada	kg	0,115	0,1	1,15	R\$ 1,50	0,17
Alho picado	kg	0,05	0,05	1	R\$ 5,99	0,30
Pimentão vermelho em cubos	kg	0,25	0,1	2,5	R\$ 9,90	2,48
Pimentão amarelo em cubos	kg	0,25	0,1	2,5	R\$ 7,50	1,88
Pimentão verde verde em cubos	kg	0,5	0,2	2,5	R\$ 2,78	1,39
Azeite de dendê	litro	0,125	0,05	2,5	R\$ 3,00	0,38
Coentro picado	kg	0,055	0,05	1,1	R\$ 3,00	0,17
Cebolinha picada	kg	0,055	0,05	1,1	R\$ 3,00	0,17
Tomates em cubos	kg	0,3	0,2	1,5	R\$ 2,00	0,60
Sal	kg	0,05	0,05	1	R\$ 2,00	0,10
Pimenta do reino	kg	0,05	0,05	1	R\$ 4,00	0,20
Extrato de tomate	kg	0,2	0,2	1	R\$ 5,00	1,00
Folha de louro	-	0,004	0,004	1	R\$ 4,00	0,02
TEMPO MEDIO DE PREPARO: 15 min	CUSTO DOS INGREDIENTES					9,58
MODO DE PREPARO: 1. Refogar a cebola, o alho com o azeite de oliva; 2. Juntar os tomates picados, o extrato de tomate, os pimentões, o coentro, a cebolinha e deixe refogar; 3. Cozinhar a mandioca com água suficiente para cobrir; 4. Se necessário acrescentar mais água; 5. Liquidificar com a própria água da cocção e o refogado; 6. Juntar o dendê e o leite de coco e acrescentar o sal.						

Rendimento(Kg)	5,204
Porção(R\$/Kg)	#REF!

52 porções

0,1

28

Tipo de produto		Entrada				
Item		Bolinho de bacalhau				
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Batata	kg	2,4	2	1,2	R\$ 1,16	R\$ 2,78
Bacalhau desfiado	kg	2,52	1	2,52	R\$ 19,50	R\$ 49,14
Ovos	unidade	2,4	2	1,2	R\$ 0,50	R\$ 1,20
Salsa picada	kg	0,011	0,01	1,1	R\$ 3,00	R\$ 0,03
Sal	kg	0,0001	0,01	0,01	R\$ 2,00	R\$ 0,00
Pimenta	Kg	0,01	0,01	1	R\$ 4,00	R\$ 0,04
Cebola picada	kg	0,024	0,02	1,2	R\$ 1,50	R\$ 0,04
Azeite de oliva composto	litro	0,03	0,03	1	R\$ 4,90	R\$ 0,15
Folha de louro	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	R\$ 0,00
Alho picado	kg	0,01	0,01	1	R\$ 5,99	R\$ 0,06
Oleo para fritar	litro	1	1	1	R\$ 2,35	R\$ 2,35
Limão	kg	0,113	0,05	2,26	R\$ 0,94	R\$ 0,11
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 15 min		CUSTO DOS INGREDIENTES				53,44
MODO DE PREPARO: 1. Cozinhar as batatas e amassá-las; 2. Dessalgar o bacalhau; 3. Refogar a cebola e o alho com o azeite de oliva; 4. Acrescentar o bacalhau dessalgado, a salsa e a cebolinha; 5. Acrescentar esse refogado e as azeitonas picadas à batata amassada; 6. Bater as claras em neve e incorporá-la à batata cuidadosamente; 7. Formar os bolinhos e fritá-los em óleo até ficarem crocantes.						
Rendimento(kg)		5,091	33 porções			
Porção(R\$/kg)		#REF!		0,15		29

Tipo de produto		Entrada						
Item		Casquinha de siri						
INGREDIENTES		UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL	
Carne de siri	kg	0,8	0,8	1	R\$	14,00	R\$ 11,20	
Salsa picada	kg	0,0375	0,03	1,25	R\$	3,00	R\$ 0,11	
Coentro picado	kg	0,0375	0,03	1,25	R\$	3,00	R\$ 0,11	
Cebolinha picada	kg	0,0375	0,03	1,25	R\$	3,00	R\$ 0,11	
Tomate picado	kg	0,6	0,4	1,5	R\$	2,00	R\$ 1,20	
Cebola picada	kg	0,12	0,1	1,2	R\$	1,50	R\$ 0,18	
Azeite de dende	litro	0,1	0,1	1	R\$	3,00	R\$ 0,30	
Óleo	litro	0,025	0,025	1	R\$	2,35	R\$ 0,06	
Alho amassado	kg	0,04	0,04	1	R\$	5,99	R\$ 0,24	
Pimentão verde	kg	0,157	0,1	1,57	R\$	2,78	R\$ 0,44	
Leite de coco	litro	0,2	0,2	1	R\$	10,00	R\$ 2,00	
Sal	Kg	0,05	0,05	1	R\$	2,00	R\$ 0,10	
Pimenta	kg	0,02	0,02	1	R\$	4,00	R\$ 0,08	
Queijo parmesão	kg	0,08	0,08	1	R\$	14,00	R\$ 1,12	
Farinha de rosca	kg	0,15	0,15	1	R\$	4,00	R\$ 0,60	
Limão	kg	0,0226	0,01	2,26	R\$	1,94	R\$ 0,04	
TEMPO MEDIO DE PREPARO: 15 min		CUSTO DOS INGREDIENTES						17,90
MODO DE PREPARO: 1. Num panela, aquecer o óleo e juntar o alho e a cebola; 2. Refogar até ficar transparente; 3. Juntar a carne de siri e refogar mais alguns minutos; 4. Adicionar os tomates, um pouco de água e o leite de coco; 5. Deixar cozinhar até o tomate desmanchar; 6. Juntar o sal, a pimenta, a salsa, a cebolinha e o coentro; 7. Deixar o caldo reduzir; 8. Engrossar com a farinha de rosca; 9. Colocar nas forminhas com formato de casquinha e polvilhar parmesão ralado; 10. Gratinar no forno aquecido e servir com 1/4 de limão.								
Rendimento(kg)		2,165	21 porções					
Porção(R\$/kg)		#REF!	0,1					

30

FICHA TÉCNICA DE PRODUÇÃO

Tipo de produto		Entrada					
Item	Escondidinho						
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL	
Mandioca	kg	2	2	1	R\$ 0,75	R\$ 1,50	
Creme de leite	kg	0,1	0,1	1	R\$ 10,00	R\$ 1,00	
margarina	kg	0,08	0,08	1	R\$ 8,00	R\$ 0,64	
Camarão	kg	1,23	0,3	4,1	R\$ 16,50	R\$ 20,30	
Lula	kg	0,3	0,3	1	R\$ 15,50	R\$ 4,65	
Mexilhão	kg	0,3	0,3	1	R\$ 14,50	R\$ 4,35	
Polvo	kg	0,3	0,3	1	R\$ 14,50	R\$ 4,35	
Cebola picada	kg	0,24	0,2	1,2	R\$ 1,50	R\$ 0,36	
Alho picado	kg	0,08	0,08	1	R\$ 5,99	R\$ 0,48	
Coentro	kg	0,0625	0,05	1,25	R\$ 3,00	R\$ 0,19	
Cebolinha	kg	0,0625	0,05	1,25	R\$ 3,00	R\$ 0,19	
Extrato de tomate	kg	0,1	0,1	1	R\$ 5,00	R\$ 0,50	
Queijo parmesão	kg	0,1	0,1	1	R\$ 16,00	R\$ 1,60	
Oleo	litro	0,03	0,03	1	R\$ 2,35	R\$ 0,07	
Sal	kg	0,02	0,02	1	R\$ 2,00	R\$ 0,04	
Pimenta	kg	0,005	0,005	1	R\$ 4,00	R\$ 0,02	
TEMPO MÉDIO DE PREPARO: 15 min		CUSTO DOS INGREDIENTES					40,23
MODO DE PREPARO: 1.Cozinhar a mandioca com água e sal; 2.Fazer o purê usando o caldo do cozimento; 3.Adicionar manteiga e creme de leite e acrescentar o sal e a pimenta; 4.Refogar a cebola e o alho no azeite, colocar os frutos do mar (lembrar que o polvo já estará cozido e que a lula deve entrar por último!!) e o molho de tomate em seguida; 5.MONTAGEM: colocar um pouco do purê de mandioca, o recheio, e completar com mais purê (OBS: não deve encher demais a travessa, pois a mandioca aumenta de volume!!). Polvilhar queijo, levar ao forno aquecido até o queijo derreter e servir.							
Rendimento(kg)		4,015	20	porções			
Porção(R\$/kg)		#REF!	0,2				

31

Tipo de produto	Entrada					
Item	Salada com crostini					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Camarão	kg	0,1025	0,025	4,1	R\$ 16,50	R\$ 1,69
Lula picada	kg	0,025	0,025	1	R\$ 15,50	R\$ 0,39
Mexilhão picado	kg	0,025	0,025	1	R\$ 14,50	R\$ 0,36
Polvo	kg	0,025	0,025	1	R\$ 14,50	R\$ 0,36
Torrada	Lt	0,03	0,03	1	R\$ 12,50	R\$ 0,38
Vinho branco	kg	0,01	0,01	1	R\$ 10,00	R\$ 0,10
Alho picado	kg	0,005	0,005	1	R\$ 8,50	R\$ 0,04
Cebola picada	kg	0,012	0,01	1,2	R\$ 1,50	R\$ 0,02
Salsa picada	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 18,00	R\$ 0,05
Coentro picado	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 18,00	R\$ 0,05
Azeite	Lt	0,005	0,005	1	R\$ 28,00	R\$ 0,14
Alface americana lavada e seca	kg	0,01725	0,015	1,15	R\$ 4,00	R\$ 0,07
Rucula lavada e seca	kg	0,02355	0,015	1,57	R\$ 8,00	R\$ 0,19
Alface roxa lavada e seca	kg	0,01725	0,015	1,15	R\$ 4,00	R\$ 0,07
Sal	kg	0,01	0,01	1	R\$ 2,00	R\$ 0,02
Pimenta	kg	0,002	0,002	1	R\$ 4,00	R\$ 0,01
Parmesão	kg	0,01	0,01	1	R\$ 20,00	R\$ 0,20
Tomate concasse picado	kg	0,015	0,01	1,5	R\$ 2,00	R\$ 0,03
Azeite	kg	0,02	0,02	1	R\$ 28,00	R\$ 0,56
Vianagre	kg	0,01	0,01	1	R\$ 4,00	R\$ 0,04
Limão	kg	0,0113	0,005	2,26	R\$ 1,94	R\$ 0,02
Sal	kg	0,001	0,001	1	R\$ 1,94	R\$ 0,00
CUSTO DOS INGREDIENTES						4,78
MODO DE PREPARO: 1. Aquecer uma panela e juntar o azeite, a cebola e o alho e refogar até ficarem transparentes; 2. Juntar os frutos do mar e refogar mais alguns minutos; 3. Adicionar o vinho e deixar reduzir; 4. Juntar os temperos e desligar a panela; 5. Cobrir as torradas com essa mistura, juntar o parmesão e levar ao forno; 6. Para a salada: Misturar o azeite, vinagre, limão e sal, rasgar as folhas grosseiramente, temperar com o molho citrico e dispor as folhas no prato e os crostinis por cima.						
Rendimento(kg)		0,277		1		
Porção(R\$(kg)		#REF!		0,277		

37

Tipo de produto	Entrada					
Item	Salada de penne					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Penne cozido	kg	0,1	0,1	1	R\$ 10,60	R\$ 1,06
Lascas de salmão	kg	0,217	0,1	2,17	R\$ 19,50	R\$ 4,23
Tomate picado	kg	0,03	0,02	1,5	R\$ 2,00	R\$ 0,06
Salsa picada	kg	0,00625	0,005	1,25	R\$ 18,00	R\$ 0,11
Cebola picada	kg	0,024	0,02	1,2	R\$ 1,50	R\$ 0,04
Alho amassado	kg	0,02	0,02	1	R\$ 8,50	R\$ 0,17
Pimentão Amarelo picado	kg	0,0314	0,02	1,57	R\$ 9,80	R\$ 0,31
Azeitonas pretas picadas	kg	0,0264	0,02	1,32	R\$ 8,25	R\$ 0,22
Mostarda	kg	0,005	0,005	1	R\$ 1,50	R\$ 0,01
Maionese	kg	0,002	0,002	1	R\$ 5,30	R\$ 0,01
Limão	kg	0,0113	0,005	2,26	R\$ 1,94	R\$ 0,02
Sal	kg	0,001	0,001	1	R\$ 2,00	R\$ 0,00
Pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	R\$ 0,00
Alface americana lavada e seca	kg	0,01725	0,015	1,15	R\$ 4,00	R\$ 0,07
Alface roxa lavada e seca	kg	0,01725	0,015	1,15	R\$ 4,00	R\$ 0,07
CUSTO DOS INGREDIENTES						6,38
PERCENTUAL DE IMPOSTOS SOBRE VENDAS						
MODO DE PREPARO: 1 .Escalfar as lascas de salmão em água e sal e reservar; 2.Misturar os demais ingredientes, exceto as folhas; 3. Num prato colocar as folhas rasgadas e por cima juntar a salada de penne e finalizar com as lascas de salmão.						
Rendimento(kg)		0,349	1			
Porção(R\$/kg)	G23		0,349			

38

Tipo de produto	Guarnição					
Item	Arroz branco					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Arroz	kg	0,04	0,04	1	R\$ 2,00	0,08
Óleo	t	0,005	0,005	1	R\$ 2,35	0,01
Cebola picada	kg	0,0024	0,002	1,2	R\$ 1,50	0,00
Alho picado	kg	0,001	0,001	1	R\$ 5,99	0,01
Água	Lt	0,08	0,08	1	R\$ -	-
Sal	kg	0,002	0,002	1	R\$ 2,00	0,00
CUSTO DOS INGREDIENTES						0,11
MODO DE PREPARO: 1. Refogar a cebola e o alho no óleo, adicionar o arroz em seguida; 2. Refogar tudo por cerca de 1 minuto e adicionar o sal e a água; 3. Cozinhar até que fique com o grão cozido. OBS: o arroz deve ser feito com cuidado para que o que está mais próximo ao fundo da panela cozinhe e o que está na superfície permaneça cru.						
Rendimento(kg)		0,13		1		
Porção(R\$(kg)		#REF!				

39

Tipo de produto	Entrada					
Item	Vinagrete					
INGREDIENTES	UNIDADE DE MEDIDA	PESO BRUTO	PESO LIQUIDO	FATOR DE CORREÇÃO	CUSTO UNIT	CUSTO TOTAL
Lula	kg	0,025	0,025	1	R\$ 15,50	0,3875
Mexilhão	kg	0,025	0,025	1	R\$ 14,50	0,3625
Camarão	kg	0,1025	0,025	4,1	R\$ 16,50	1,69125
Polvo	kg	0,025	0,025	1	R\$ 14,50	0,3625
Tomate	kg	0,0375	0,025	1,5	R\$ 2,00	0,075
Cebola picada	kg	0,03	0,025	1,2	R\$ 1,50	0,045
Alho amassado	kg	0,005	0,005	1	R\$ 5,99	0,02995
Salsa picada	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 3,00	0,0075
Coentro picado	kg	0,0025	0,002	1,25	R\$ 3,00	0,0075
Limão	kg	0,0452	0,02	2,26	R\$ 0,94	0,042488
Vinagre	kg	0,03	0,03	1	R\$ 4,00	0,12
Azeite de oliva	Lt	0,03	0,03	1	R\$ 28,00	0,84
Sal	kg	0,005	0,005	1	R\$ 2,00	0,01
Pão baguete (torrada)	kg	0,08	0,08	1	R\$ 10,00	0,8
Pimenta	kg	0,001	0,001	1	R\$ 4,00	0,004
CUSTO DOS INGREDIENTES						4,79
MODO DE PREPARO: 1.Aferventar os camarões a lula e os mexilhões em agua e sal; 2.Num panela de pressão com um pouco de azeite colocar polvo. Assim que pegar pressão deixar por 8 minutos; 3.Picar os camarões, mexilhões, polvo e lula; 4.Adicionar os tomates, cebola, alho, salsa, coentro, limão, vinagre, azeite, sal e pimenta; 5.Servir com torradas.						
Rendimento(kg)		0,325		1		
Porção(R\$/(kg)		#REF!		0,0325		

36

Restaurante de Frutos do Mar		Apêndice 2 ENGENHARIA DE CARDÁPIO aplicada ao mês de fevereiro de 2009											
A	B	C	D	E	F	G	H	I	M	R	S	T	
Descrição	Quantidade Vendida no Período	Percentual no mix de vendas	Total Vendas Grupo B %	C. M. V.	Preço de Venda	Margem de Contrib.	Custo Total	Receita Total	Margem Contrib. Total Item	Se G < P Baixa	Se C > Q Alta	Classif. Geral	
1	Bolinho de bacalhau	46	4,4019	21,40	R\$ 1,61	R\$ 12,00	R\$ 10,39	R\$ 74,06	R\$ 552,00	R\$ 477,94	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
2	Aneis de lula	9	0,8612	4,19	R\$ 4,35	R\$ 14,50	R\$ 10,15	R\$ 39,15	R\$ 130,50	R\$ 91,35	ALTO	BAIXO	PIMENTA
3	Casquinha de siri	13	1,2440	6,05	R\$ 0,85	R\$ 7,90	R\$ 7,05	R\$ 11,05	R\$ 102,70	R\$ 91,65	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
4	Duo de camarão	47	4,4976	21,86	R\$ 18,97	R\$ 24,50	R\$ 5,53	R\$ 891,59	R\$ 1.151,50	R\$ 259,91	BAIXO	ALTO	UVA
5	Escondinho	51	4,8804	23,72	R\$ 2,01	R\$ 9,50	R\$ 7,49	R\$ 102,51	R\$ 484,50	R\$ 381,99	BAIXO	ALTO	UVA
6	Salada com crostini	31	2,9665	14,42	R\$ 4,78	R\$ 12,90	R\$ 8,12	R\$ 148,18	R\$ 399,90	R\$ 251,72	BAIXO	ALTO	UVA
7	Salada de penne	0	0,0000	0,00	R\$ 6,38	R\$ 13,50	R\$ 7,12	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
8	Vinagrete de frutos do mar	18	1,7225	8,37	R\$ 4,79	R\$ 13,90	R\$ 9,11	R\$ 86,22	R\$ 250,20	R\$ 163,98	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
		215											
9	Camarão com catupiry	18	1,7225	2,76	R\$ 11,92	R\$ 21,90	R\$ 9,98	R\$ 214,56	R\$ 394,20	R\$ 179,64	ALTO	BAIXO	PIMENTA
10	Camarão ao curry	7	0,6699	1,08	R\$ 11,38	R\$ 20,90	R\$ 9,52	R\$ 79,66	R\$ 146,30	R\$ 66,64	ALTO	BAIXO	PIMENTA
11	Bobo de Camarão	372	35,5981	57,14	R\$ 9,81	R\$ 15,90	R\$ 6,09	R\$ 3.649,32	R\$ 5.914,80	R\$ 2.265,48	BAIXO	ALTO	UVA
12	Caldeirada	34	3,2536	5,22	R\$ 8,22	R\$ 23,90	R\$ 15,68	R\$ 279,48	R\$ 812,60	R\$ 533,12	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
13	Camarão na moranga	4	0,3828	0,61	R\$ 19,52	R\$ 42,90	R\$ 23,38	R\$ 78,08	R\$ 171,60	R\$ 93,52	ALTO	BAIXO	PIMENTA
14	Gratinado de bacalhau	5	0,4785	0,77	R\$ 8,83	R\$ 22,90	R\$ 14,07	R\$ 44,15	R\$ 114,50	R\$ 70,35	ALTO	BAIXO	PIMENTA
15	Hamburguerfrutos do mar	29	2,7751	4,45	R\$ 5,61	R\$ 9,00	R\$ 3,39	R\$ 162,69	R\$ 261,00	R\$ 98,31	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
16	Merluza com espinafre	10	0,9569	1,54	R\$ 4,97	R\$ 13,50	R\$ 8,53	R\$ 49,70	R\$ 135,00	R\$ 85,30	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
17	Merluza empanada	49	4,6890	7,53	R\$ 6,35	R\$ 10,90	R\$ 4,55	R\$ 311,15	R\$ 534,10	R\$ 222,95	BAIXO	ALTO	UVA
18	Moqueca	43	4,1148	6,61	R\$ 6,79	R\$ 14,50	R\$ 7,71	R\$ 291,97	R\$ 623,50	R\$ 331,53	BAIXO	ALTO	UVA
19	Paella	35	3,3493	5,38	R\$ 9,81	R\$ 24,90	R\$ 15,09	R\$ 343,35	R\$ 871,50	R\$ 528,15	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
20	Pescada amarela empanada	45	4,3062	6,91	R\$ 9,70	R\$ 17,90	R\$ 8,20	R\$ 436,50	R\$ 805,50	R\$ 369,00	BAIXO	ALTO	UVA
21	Strogonoff de camarão	96	9,1866	14,75	R\$ 10,78	R\$ 14,90	R\$ 4,12	R\$ 1.034,88	R\$ 1.430,40	R\$ 395,52	BAIXO	ALTO	UVA
		651											
22	Spaghetti frutos do mar	10	0,9569	5,59	R\$ 7,26	R\$ 18,90	R\$ 11,64	R\$ 72,60	R\$ 189,00	R\$ 116,40	ALTO	BAIXO	PIMENTA
23	Fettuccine camarão	42	4,0191	23,46	R\$ 9,73	R\$ 22,90	R\$ 13,17	R\$ 408,66	R\$ 961,80	R\$ 553,14	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
24	Risoto camarão	126	12,0574	70,39	R\$ 3,86	R\$ 18,90	R\$ 15,04	R\$ 486,36	R\$ 2.381,40	R\$ 1.895,04	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
25	Talharim bacalhau	1	0,0957	0,56	R\$ 10,17	R\$ 18,90	R\$ 8,73	R\$ 10,17	R\$ 18,90	R\$ 8,73	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
		179											
		O						J	K	N			
		TOTAL DE VENDAS						CUSTO TOTAL DOS ITENS	RECEITA TOTAL	MARGEM CONTR TOTAL			
25	TOTAL:	1.045		314,75	R\$ 198,4500	R\$ 442,30	R\$ 243,85	R\$ 9.306,04	R\$ 18.837,40	R\$ 9.531,36			
			109										

L	P	Q
POTENCIAL CUSTOS TOTAIS ITENS	MMC	INDICE GERAL DE POPULARIDADE
49,40	R\$ 9,12	2,8000

Restaurante de Frutos do Mar		Apêndice 3 ENGENHARIA DE CARDÁPIO aplicada ao mês de março de 2009											
A	B	C	D	E	F	G	H	I	M	R	S	T	
Descrição	Quantidade Vendida no Período	Percentual no mix de vendas	Total Vendas Grupo B %	C. M. V.	Preço de Venda	Margem de Contrib.	Custo Total	Receita Total	Margem Contrib. Total Item	Se G < P Baixa	Se C > Q Alta	Classif. Geral	
1	Bolinho de bacalhau	45	4,3353	28,66	R\$ 1,61	R\$ 12,00	R\$ 10,39	R\$ 72,45	R\$ 540,00	R\$ 467,55	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
2	Aneis de lula	3	0,2890	1,91	R\$ 4,35	R\$ 14,50	R\$ 10,15	R\$ 13,05	R\$ 43,50	R\$ 30,45	ALTO	BAIXO	PIMENTA
3	Casquinha de siri	21	2,0231	13,38	R\$ 0,85	R\$ 7,90	R\$ 7,05	R\$ 17,85	R\$ 165,90	R\$ 148,05	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
4	Duo de camarão	50	4,8170	31,85	R\$ 18,97	R\$ 24,50	R\$ 5,53	R\$ 948,50	R\$ 1.225,00	R\$ 276,50	BAIXO	ALTO	UVA
5	Escondinho	16	1,5414	10,19	R\$ 2,01	R\$ 9,50	R\$ 7,49	R\$ 32,16	R\$ 152,00	R\$ 119,84	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
6	Salada com crostini	4	0,3854	2,55	R\$ 4,78	R\$ 12,90	R\$ 8,12	R\$ 19,12	R\$ 51,60	R\$ 32,48	ALTO	BAIXO	PIMENTA
7	Salada de penne	0	0,0000	0,00	R\$ 6,38	R\$ 13,50	R\$ 7,12	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
8	Vinagrete de frutos do mar	18	1,7341	11,46	R\$ 4,79	R\$ 13,90	R\$ 9,11	R\$ 86,22	R\$ 250,20	R\$ 163,98	ALTO	BAIXO	PIMENTA
		157											
9	Camarão com catupiry	10	0,9634	1,40	R\$ 11,92	R\$ 21,90	R\$ 9,98	R\$ 119,20	R\$ 219,00	R\$ 99,80	ALTO	BAIXO	PIMENTA
10	Camarão ao curry	3	0,2890	0,42	R\$ 11,38	R\$ 20,90	R\$ 9,52	R\$ 34,14	R\$ 62,70	R\$ 28,56	ALTO	BAIXO	PIMENTA
11	Bobo de Camarão	404	38,9210	56,66	R\$ 9,81	R\$ 15,90	R\$ 6,09	R\$ 3.963,24	R\$ 6.423,60	R\$ 2.460,36	BAIXO	ALTO	UVA
12	Caldeirada	27	2,6012	3,79	R\$ 8,22	R\$ 23,90	R\$ 15,68	R\$ 221,94	R\$ 645,30	R\$ 423,36	ALTO	BAIXO	PIMENTA
13	Camarão na moranga	3	0,2890	0,42	R\$ 19,52	R\$ 42,90	R\$ 23,38	R\$ 58,56	R\$ 128,70	R\$ 70,14	ALTO	BAIXO	PIMENTA
14	Gratinado de bacalhau	9	0,8671	1,26	R\$ 8,83	R\$ 22,90	R\$ 14,07	R\$ 79,47	R\$ 206,10	R\$ 126,63	ALTO	BAIXO	PIMENTA
15	Hamburguerfrutos do mar	30	2,8902	4,21	R\$ 5,61	R\$ 9,00	R\$ 3,39	R\$ 168,30	R\$ 270,00	R\$ 101,70	BAIXO	ALTO	UVA
16	Merluza com espinafre	10	0,9634	1,40	R\$ 4,97	R\$ 13,50	R\$ 8,53	R\$ 49,70	R\$ 135,00	R\$ 85,30	ALTO	BAIXO	PIMENTA
17	Merluza empanada	0	0,0000	0,00	R\$ 6,35	R\$ 10,90	R\$ 4,55	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
18	Moqueca	46	4,4316	6,45	R\$ 6,79	R\$ 14,50	R\$ 7,71	R\$ 312,34	R\$ 667,00	R\$ 354,66	BAIXO	ALTO	UVA
19	Paella	33	3,1792	4,63	R\$ 9,81	R\$ 24,90	R\$ 15,09	R\$ 323,73	R\$ 821,70	R\$ 497,97	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
20	Pescada amarela empanda	45	4,3353	6,31	R\$ 9,70	R\$ 17,90	R\$ 8,20	R\$ 436,50	R\$ 805,50	R\$ 369,00	BAIXO	ALTO	UVA
21	Strogonoff de camarão	93	8,9595	13,04	R\$ 10,78	R\$ 14,90	R\$ 4,12	R\$ 1.002,54	R\$ 1.385,70	R\$ 383,16	BAIXO	ALTO	UVA
		713											
22	Spaghetti frutos do mar	9	0,8671	5,36	R\$ 7,26	R\$ 18,90	R\$ 11,64	R\$ 65,34	R\$ 170,10	R\$ 104,76	ALTO	BAIXO	PIMENTA
23	Fettuccine camarão	52	5,0096	30,95	R\$ 9,73	R\$ 22,90	R\$ 13,17	R\$ 505,96	R\$ 1.190,80	R\$ 684,84	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
24	Risoto camarão	107	10,3083	63,69	R\$ 3,86	R\$ 18,90	R\$ 15,04	R\$ 413,02	R\$ 2.022,30	R\$ 1.609,28	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
25	Talharim bacalhau	0	0,0000	0,00	R\$ 10,17	R\$ 18,90	R\$ 8,73	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	ALTO	BAIXO	PIMENTA
		168											
		O						J	K	N			
		TOTAL DE VENDAS						CUSTO TOTAL DOS ITENS	RECEITA TOTAL	MARGEM CONTR TOTAL			
25	TOTAL:	1.038		300,00	R\$ 198,4500	R\$ 442,30	R\$ 243,85	R\$ 8.943,33	R\$ 17.581,70	R\$ 8.638,37			

L	P	Q
POTENCIAL CUSTOS TOTAIS ITENS	MMC	INDICE GERAL DE POPULARIDADE
50,87	R\$ 8,32	2,8000

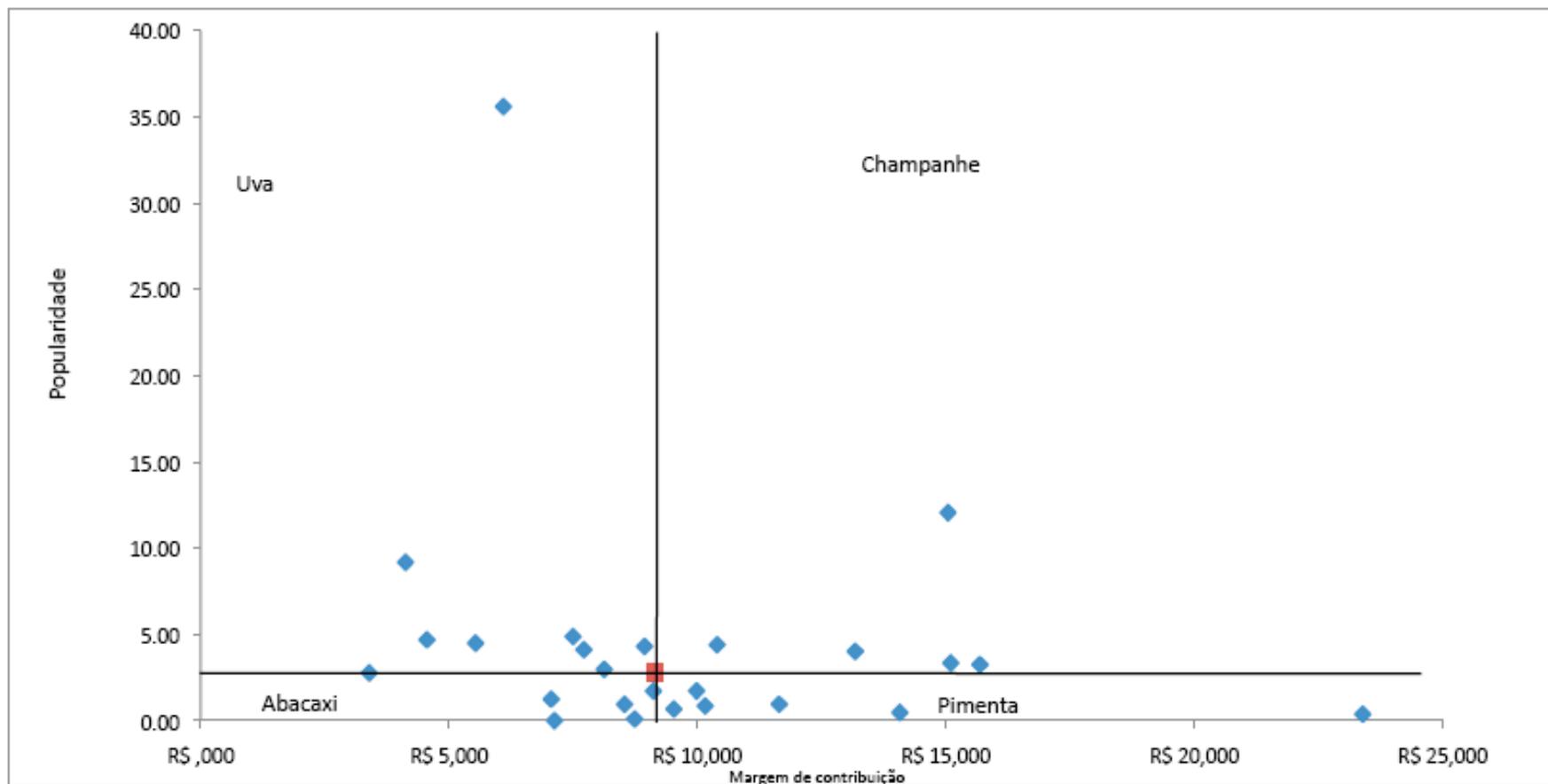
Restaurante de Frutos do Mar		Apêndice 4 ENGENHARIA DE CARDÁPIO aplicada ao mês de abril de 2009											
A	B	C	D	E	F	G	H	I	M	R	S	T	
Descrição	Quantidade Vendida no Período	Percentual no mix de vendas	Total Vendas Grupo B %	C. M. V.	Preço de Venda	Margem de Contrib.	Custo Total	Receita Total	Margem Contrib. Total Item	Se G < P Baixa	Se C > Q Alta	Classif. Geral	
1	Bolinho de bacalhau	36	3,2997	22,36	R\$ 1,61	R\$ 12,00	R\$ 10,39	R\$ 57,96	R\$ 432,00	R\$ 374,04	ALTO	ALTO	CHAMPAGNE
2	Aneis de lula	4	0,3666	2,48	R\$ 4,35	R\$ 14,50	R\$ 10,15	R\$ 17,40	R\$ 58,00	R\$ 40,60	ALTO	BAIXO	PIMENTA
3	Casquinha de siri	9	0,8249	5,59	R\$ 0,85	R\$ 7,90	R\$ 7,05	R\$ 7,65	R\$ 71,10	R\$ 63,45	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
4	Duo de camarão	35	3,2081	21,74	R\$ 18,97	R\$ 24,50	R\$ 5,53	R\$ 663,95	R\$ 857,50	R\$ 193,55	BAIXO	ALTO	CHAMPAGNE
5	Escondinho	29	2,6581	18,01	R\$ 2,01	R\$ 9,50	R\$ 7,49	R\$ 58,29	R\$ 275,50	R\$ 217,21	BAIXO	BAIXO	CHAMPAGNE
6	Salada com crostini	25	2,2915	15,53	R\$ 4,78	R\$ 12,90	R\$ 8,12	R\$ 119,50	R\$ 322,50	R\$ 203,00	ALTO	BAIXO	CHAMPAGNE
7	Salada de penne	0	0,0000	0,00	R\$ 6,38	R\$ 13,50	R\$ 7,12	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
8	Vinagrete de frutos do mar	23	2,1082	14,29	R\$ 4,79	R\$ 13,90	R\$ 9,11	R\$ 110,17	R\$ 319,70	R\$ 209,53	ALTO	BAIXO	PIMENTA
		161											
9	Camarão com catupiry	22	2,0165	2,88	R\$ 11,92	R\$ 21,90	R\$ 9,98	R\$ 262,24	R\$ 481,80	R\$ 219,56	ALTO	BAIXO	PIMENTA
10	Camarão ao curry	3	0,2750	0,39	R\$ 11,38	R\$ 20,90	R\$ 9,52	R\$ 34,14	R\$ 62,70	R\$ 28,56	ALTO	BAIXO	PIMENTA
11	Bobo de Camarão	341	31,2557	44,63	R\$ 9,81	R\$ 15,90	R\$ 6,09	R\$ 3.345,21	R\$ 5.421,90	R\$ 2.076,69	BAIXO	ALTO	UVA
12	Caldeirada	22	2,0165	2,88	R\$ 8,22	R\$ 23,90	R\$ 15,68	R\$ 180,84	R\$ 525,80	R\$ 344,96	ALTO	BAIXO	PIMENTA
13	Camarão na moranga	2	0,1833	0,26	R\$ 19,52	R\$ 42,90	R\$ 23,38	R\$ 39,04	R\$ 85,80	R\$ 46,76	ALTO	BAIXO	PIMENTA
14	Gratinado de bacalhau	5	0,4583	0,65	R\$ 8,83	R\$ 22,90	R\$ 14,07	R\$ 44,15	R\$ 114,50	R\$ 70,35	ALTO	BAIXO	PIMENTA
15	Hamburguerfrutos do mar	35	3,2081	4,58	R\$ 5,61	R\$ 9,00	R\$ 3,39	R\$ 196,35	R\$ 315,00	R\$ 118,65	BAIXO	ALTO	UVA
16	Merlusa com espinafre	6	0,5500	0,79	R\$ 4,97	R\$ 13,50	R\$ 8,53	R\$ 29,82	R\$ 81,00	R\$ 51,18	ALTO	BAIXO	PIMENTA
17	Merlusa empanada	114	10,4491	14,92	R\$ 6,35	R\$ 10,90	R\$ 4,55	R\$ 723,90	R\$ 1.242,60	R\$ 518,70	BAIXO	ALTO	UVA
18	Moqueca	40	3,6664	5,24	R\$ 6,79	R\$ 14,50	R\$ 7,71	R\$ 271,60	R\$ 580,00	R\$ 308,40	BAIXO	ALTO	UVA
19	Paella	26	2,3831	3,40	R\$ 9,81	R\$ 24,90	R\$ 15,09	R\$ 255,06	R\$ 647,40	R\$ 392,34	ALTO	BAIXO	CHAMPAGNE
20	Pescada amarela empanada	57	5,2246	7,46	R\$ 9,70	R\$ 17,90	R\$ 8,20	R\$ 552,90	R\$ 1.020,30	R\$ 467,40	ALTO	ALTO	CHAMPAGNE
21	Strogonoff de camarão	91	8,3410	11,91	R\$ 10,78	R\$ 14,90	R\$ 4,12	R\$ 980,98	R\$ 1.355,90	R\$ 374,92	BAIXO	ALTO	UVA
		764											
22	Spaghetti frutos do mar	9	0,8249	5,42	R\$ 7,26	R\$ 18,90	R\$ 11,64	R\$ 65,34	R\$ 170,10	R\$ 104,76	ALTO	BAIXO	PIMENTA
23	Fettuccine camarão	37	3,3914	22,29	R\$ 9,73	R\$ 22,90	R\$ 13,17	R\$ 360,01	R\$ 847,30	R\$ 487,29	ALTO	ALTO	CHAMPAGNE
24	Risoto camarão	120	10,9991	72,29	R\$ 3,86	R\$ 18,90	R\$ 15,04	R\$ 463,20	R\$ 2.268,00	R\$ 1.804,80	ALTO	ALTO	CHAMPAGNE
25	Talharim bacalhau	0	0,0000	0,00	R\$ 10,17	R\$ 18,90	R\$ 8,73	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	ALTO	BAIXO	PIMENTA
		166											
		O						J	K	N			
		TOTAL DE VENDAS						CUSTO TOTAL DOS ITENS	RECEITA TOTAL	MARGEM CONTR TOTAL			
25	TOTAL:	1.091		300,00	R\$ 198,4500	R\$ 442,30	R\$ 243,85	R\$ 8.839,70	R\$ 17.556,40	R\$ 8.716,70			
			100										

L	P	Q
POTENCIAL CUSTOS TOTAIS ITENS	MMC	INDICE GERAL DE POPULARIDADE
50,35	R\$ 7,99	2,8000

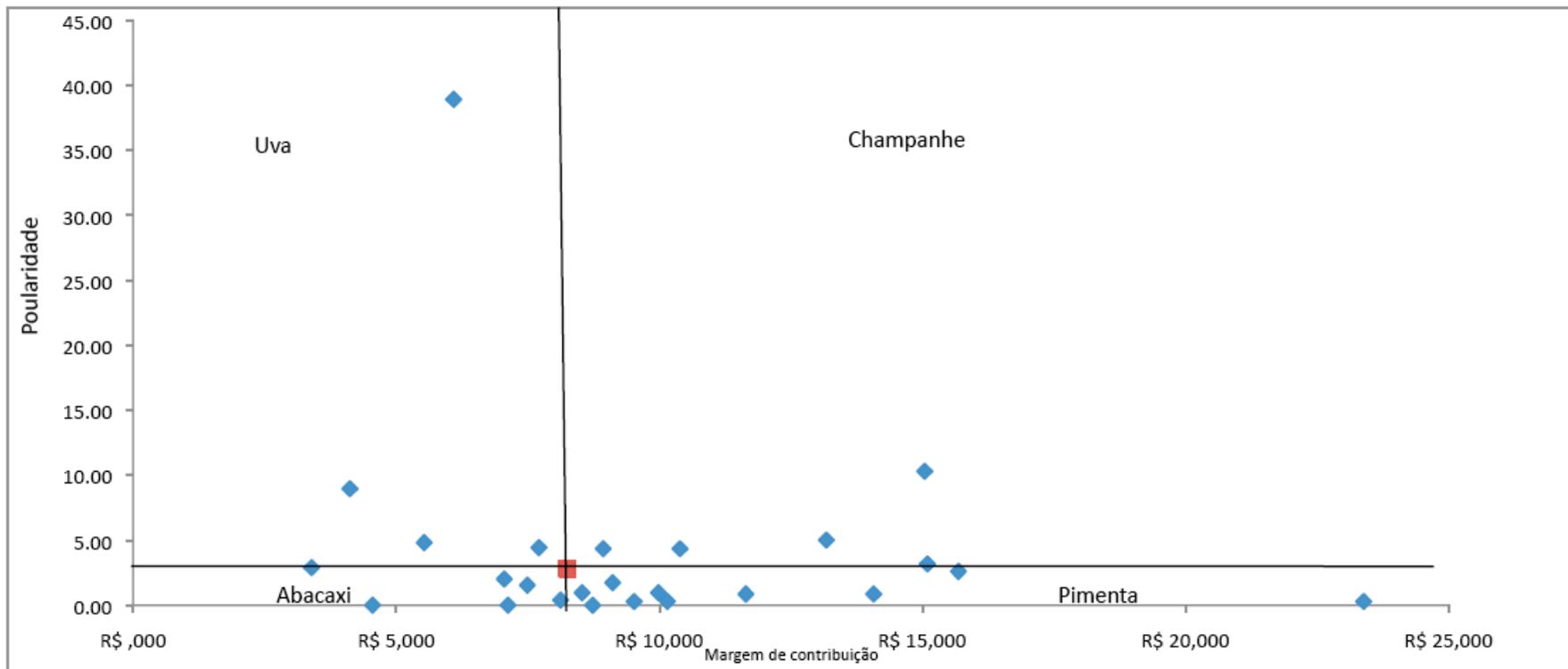
Restaurante de Frutos do Mar		Apendice 5 ENGENHARIA DE CARDÁPIO TRIMESTRAL											
A	B	C	D	E	F	G	H	I	M	R	S	T	
Descrição	Quantidade Vendida no Período	Percentual no mix de vendas	Total Vendas Grupo B %	C. M. V.	Preço de Venda	Margem de Contrib.	Custo Total	Receita Total	Margem Contrib. Total Ítem	Se G < P Baixa	Se C > Q Alta	Classif. Geral	
1	Bolinho de bacalhau	127	4,3139	23,83	R\$ 1,61	R\$ 12,00	R\$ 10,39	R\$ 204,47	R\$ 1.524,00	R\$ 1.319,53	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
2	Aneis de lula	16	0,5435	3,00	R\$ 4,35	R\$ 14,50	R\$ 10,15	R\$ 69,60	R\$ 232,00	R\$ 162,40	ALTO	BAIXO	PIMENTA
3	Casquinha de siri	43	1,4606	8,07	R\$ 0,85	R\$ 7,90	R\$ 7,05	R\$ 36,55	R\$ 339,70	R\$ 303,15	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
4	Duo de camarão	132	4,4837	24,77	R\$ 18,97	R\$ 24,50	R\$ 5,53	R\$ 2.504,04	R\$ 3.234,00	R\$ 729,96	BAIXO	ALTO	UVA
5	Escondinho	96	3,2609	18,01	R\$ 2,01	R\$ 9,50	R\$ 7,49	R\$ 192,96	R\$ 912,00	R\$ 719,04	BAIXO	ALTO	UVA
6	Salada com crostini	60	2,0380	11,26	R\$ 4,78	R\$ 12,90	R\$ 8,12	R\$ 286,80	R\$ 774,00	R\$ 487,20	ALTO	BAIXO	PIMENTA
7	Salada de penne	0	0,0000	0,00	R\$ 6,38	R\$ 13,50	R\$ 7,12	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	BAIXO	BAIXO	ABACAXI
8	Vinagrete de frutos do mar	59	2,0041	11,07	R\$ 4,79	R\$ 13,90	R\$ 9,11	R\$ 282,61	R\$ 820,10	R\$ 537,49	ALTO	BAIXO	PIMENTA
		533											
9	Camarão com catupiry	50	1,6984	2,25	R\$ 11,92	R\$ 21,90	R\$ 9,98	R\$ 596,00	R\$ 1.095,00	R\$ 499,00	ALTO	BAIXO	PIMENTA
10	Camarão ao curry	13	0,4416	0,58	R\$ 11,38	R\$ 20,90	R\$ 9,52	R\$ 147,94	R\$ 271,70	R\$ 123,76	ALTO	BAIXO	PIMENTA
11	Bobo de Camarão	1117	37,9416	50,22	R\$ 9,81	R\$ 15,90	R\$ 6,09	R\$ 10.957,77	R\$ 17.760,30	R\$ 6.802,53	BAIXO	ALTO	UVA
12	Caldeirada	83	2,8193	3,73	R\$ 8,22	R\$ 23,90	R\$ 15,68	R\$ 682,26	R\$ 1.983,70	R\$ 1.301,44	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
13	Camarão na moranga	9	0,3057	0,40	R\$ 19,52	R\$ 42,90	R\$ 23,38	R\$ 175,68	R\$ 386,10	R\$ 210,42	ALTO	BAIXO	PIMENTA
14	Gratinado de bacalhau	19	0,6454	0,85	R\$ 8,83	R\$ 22,90	R\$ 14,07	R\$ 167,77	R\$ 435,10	R\$ 267,33	ALTO	BAIXO	PIMENTA
15	Hamburgerfrutos do mar	94	3,1929	4,23	R\$ 5,61	R\$ 9,00	R\$ 3,39	R\$ 527,34	R\$ 846,00	R\$ 318,66	BAIXO	ALTO	UVA
16	Merluza com espinafre	26	0,8832	1,17	R\$ 4,97	R\$ 13,50	R\$ 8,53	R\$ 129,22	R\$ 351,00	R\$ 221,78	ALTO	BAIXO	PIMENTA
17	Merluza empanada	163	5,5367	7,33	R\$ 6,35	R\$ 10,90	R\$ 4,55	R\$ 1.035,05	R\$ 1.776,70	R\$ 741,65	BAIXO	ALTO	UVA
18	Moqueca	129	4,3818	5,80	R\$ 6,79	R\$ 14,50	R\$ 7,71	R\$ 875,91	R\$ 1.870,50	R\$ 994,59	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
19	Paella	94	3,1929	4,23	R\$ 9,81	R\$ 24,90	R\$ 15,09	R\$ 922,14	R\$ 2.340,60	R\$ 1.418,46	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
20	Pescada amarela empanada	147	4,9932	6,61	R\$ 9,70	R\$ 17,90	R\$ 8,20	R\$ 1.425,90	R\$ 2.631,30	R\$ 1.205,40	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
21	Stroganoff de camarão	280	9,5109	12,59	R\$ 10,78	R\$ 14,90	R\$ 4,12	R\$ 3.018,40	R\$ 4.172,00	R\$ 1.153,60	BAIXO	ALTO	UVA
		2224											
22	Spaghetti frutos do mar	28	0,9511	14,97	R\$ 7,26	R\$ 18,90	R\$ 11,64	R\$ 203,28	R\$ 529,20	R\$ 325,92	ALTO	BAIXO	PIMENTA
23	Fettuccine camarão	52	1,7663	27,81	R\$ 9,73	R\$ 22,90	R\$ 13,17	R\$ 505,96	R\$ 1.190,80	R\$ 684,84	ALTO	BAIXO	PIMENTA
24	Risoto camarão	107	3,6345	57,22	R\$ 3,86	R\$ 18,90	R\$ 15,04	R\$ 413,02	R\$ 2.022,30	R\$ 1.609,28	ALTO	ALTO	CHAMPANHE
25	Talharim bacalhau	0	0,0000	0,00	R\$ 10,17	R\$ 18,90	R\$ 8,73	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	ALTO	BAIXO	PIMENTA
		187											
		O											
		TOTAL DE VENDAS						CUSTO TOTAL DOS ITENS	RECEITA TOTAL	MARGEM CONTR TOTAL			
25	TOTAL:	2.944		300,00	R\$ 198.4500	R\$ 442,30	R\$ 243,85	R\$ 25.360,67	R\$ 47.498,10	R\$ 22.137,43			
			100										

L	P	Q
POTENCIAL CUSTOS TOTAIS ITENS	MMC	INDICE GERAL DE POPULARIDADE
53,39	R\$ 7,52	2,8000

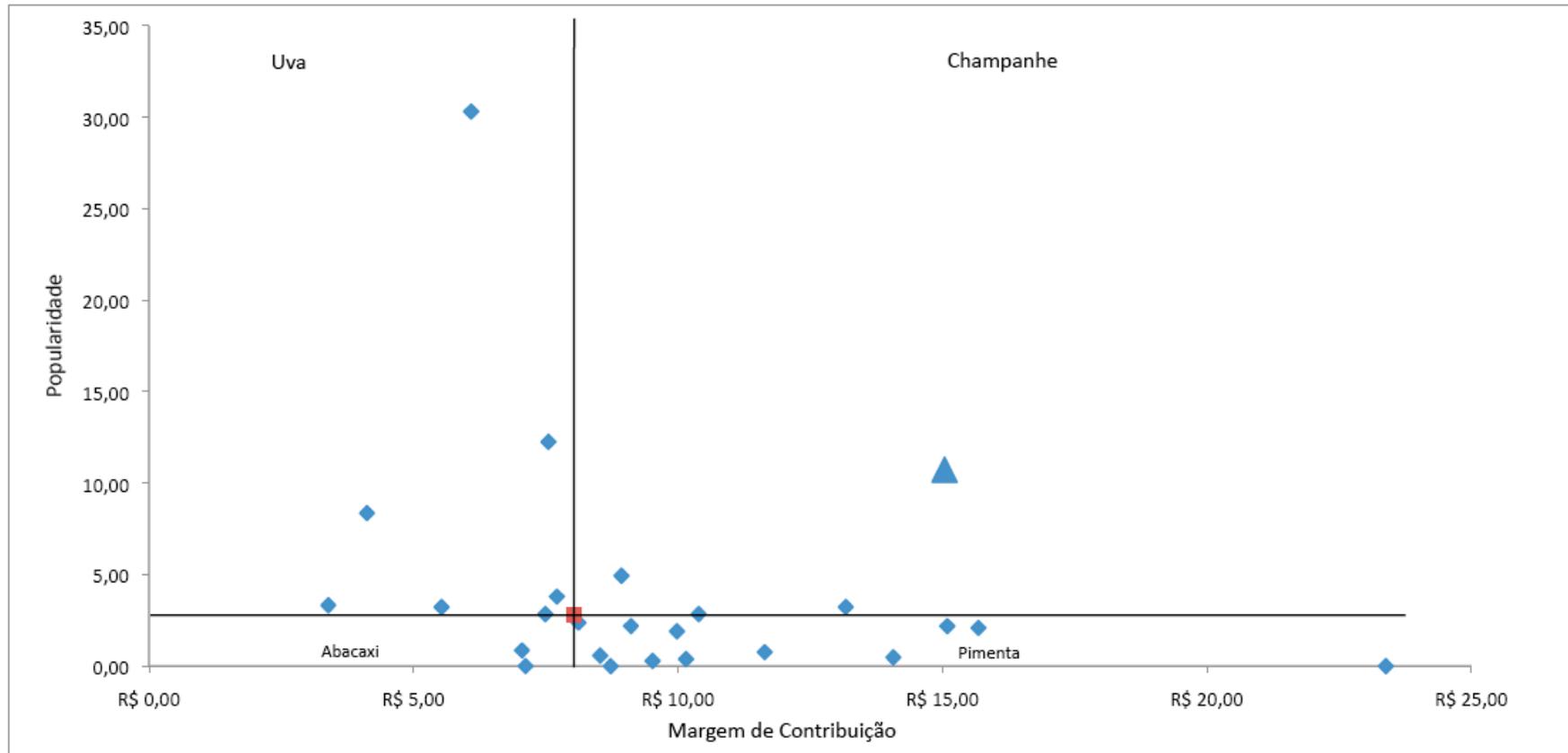
Apêndice 6: Classificação de pratos do mês de fevereiro/09 (margem de contribuição e popularidade)



Apêndice 7: Classificação de pratos do mês de março/09 (margem de contribuição e popularidade)



Apêndice 8: Classificação de pratos do mês de abril/09 (margem de contribuição e popularidade)



ANEXO 1
Relação diária de vendas do mês
Fevereiro

		1.2	2.2	3.2	4.2	5.2	6.2	7.2	8.2	9.2	10.2	11.2	12.2	13.2	14.2	15.2	16.2	17.2	18.2	19.2	20.2	21.2	22.2	23.2	24.2	25.2	26.2	27.2	28.2	Total
PRATOS QUENTES	Valor	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un														
Camarão na Moranga	27,90	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Caldeirada Don Crustáceo	23,90	0	0	1	0	1	0	2	3	3	2	0	0	0	3	3	0	0	0	1	1	2	0	2	0	2	4	2	2	34
Duo de Camarão	24,50	1	2	2	1	0	2	1	3	0	6	1	2	0	2	7	0	0	0	0	3	3	2	1	3	4	1	0	0	47
Filé de Pescada empanada	17,90	0	1	1	0	3	2	0	3	3	0	5	1	0	3	7	0	0	0	4	1	2	1	0	2	4	2	0	0	45
Camarão ao Curry	20,90	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	7
Camarão com Catupiry	21,90	0	1	2	1	2	1	3	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	18
Gratinado de Bacalhau	22,90	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5
Paella Marinera	24,90	0	0	1	0	4	1	3	1	0	1	0	1	2	2	2	0	0	0	1	3	1	2	1	2	2	3	0	2	35
												0	0	0	0	0														
PRATOS EXECUTIVOS																														
Escondidinho Don Crustácio	9,50	0	2	5	2	3	1	3	1	1	0	4	1	7	2	2	0	0	0	3	3	2	2	0	0	0	0	0	7	51
Bobo de Camarão	15,90	5	7	6	11	13	20	31	11	16	16	12	9	9	19	15	0	0	0	5	13	20	5	14	13	14	24	32	32	372
Moqueca	14,50	1	1	1	1	1	1	0	2	0	1	1	5	2	4	2	0	0	0	1	3	2	2	2	5	1	0	0	4	43
Merluza ao creme de espinafre	13,50	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	2	10
Anéis de lula empanado	14,50	0	0	0	0	2	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	9
Filé de peixe merluza a milanesa	13,90	0	2	2	13	0	0	1	2	1	0	14	2	2	7	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	49
Strogonoff de Camarão	14,90	0	4	1	3	5	4	4	4	7	3	5	5	5	7	4	0	0	0	3	2	0	2	5	0	11	0	0	12	96
HAMBURGUES																														
Hamburguer	13,90	2	0	0	2	1	3	1	0	2	3	1	1	0	2	2	0	0	0	2	1	2	2	1	0	0	1	0	0	29
MASSAS E RISOTOS																														
Fettuccine ao Camarão	22,90	0	3	0	0	2	1	2	3	0	2	1	1	1	5	4	0	0	0	1	1	2	0	3	2	4	2	0	2	42
Risoto de Camarão	18,90	4	6	7	4	5	8	7	4	3	4	2	5	6	4	8	0	0	0	3	10	2	7	3	3	8	5	0	8	126
Spaguetti com Frutos do Mar	18,90	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	2	10
Talharin ao Bacalhau	19,90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
SALADAS																														
Salada dcrostinis	12,90	0	1	1	1	1	1	5	1	0	1	0	1	6	2	2	0	0	0	4	2	0	0	2	0	0	0	0	0	31
Vinagrete de Frutos do Mar	13,90	1	1	0	2	0	0	2	1	0	1	1	2	0	2	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	18
Salada fria de Penne	13,50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SALGADOS																														
Bolinho de Bacalhau	12,00	1	1	0	1	2	3	0	5	0	0	0	1	0	1	9	0	0	0	0	6	4	1	5	0	4	0	1	1	46
Casquinha de Siri	7,90	3	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	13
PORÇÕES																														
SOMA		21,00	34,00	32,00	43,00	45,00	52,00	67,00	45,00	38,00	42,00	48,00	39,00	47,00	67,00	75,00	0,00	0,00	0,00	31,00	49,00	46,00	26,00	42,00	38,00	58,00	45,00	36,00	75,00	

ANEXO 2
Relação diária de vendas do mês
Março

		1.3	2.3	3.3	4.3	5.3	6.3	7.3	8.3	9.3	10.3	11.3	12.3	13.3	14.3	15.3	16.3	17.3	18.3	19.3	20.3	21.3	22.3	23.3	24.3	25.3	26.3	27.3	28.3	29.3	30.3	31.3	Total		
PRATOS QUENTES		Valor	Un																																
Camarão na Moranga	27,90	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	
Caldeirada Don Crustáceo	23,90	1	0	2	0	0	3	3	1	0	0	3	2	1	3	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	0	0	27		
Duo de Camarão	24,50	4	1	3	0	1	2	5	2	0	1	3	3	4	3	1	3	0	0	0	2	0	0	4	1	2	0	1	1	2	2	0	50		
Filé de Pescada empanada	17,90	2	1	1	2	1	0	7	2	2	1	0	0	1	0	2	3	1	1	0	1	0	1	0	4	1	0	3	0	2	2	5	0	1	45
Camarão ao Curry	20,90	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Camarão com Catupiry	21,90	0	0	0	0	0	1	0	2	0	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	10	
Gratinado de Bacalhau	22,90	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	9	
Paella Marinera	24,90	2	0	0	2	1	0	5	2	1	2	1	3	0	3	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	3	0	1	2	0	2	33		
PRATOS EXECUTIVOS																																			
Escondidinho Don Crustáceo	9,50	0	2	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	
Bobo de Camarão	15,90	13	8	8	8	14	15	31	34	9	14	12	8	16	22	20	10	10	14	9	19	0	12	10	4	13	6	16	23	21	12	7	404		
Moqueca de peixe, lula, camarão	14,50	2	1	2	1	1	6	2	1	2	1	1	1	3	2	2	1	0	3	0	0	0	1	1	1	0	2	1	3	2	1	3	46		
Merluza ao creme de espinafre	13,50	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	0	0	10		
Anéis de lula empanado	14,50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3		
Filé de peixe merluza a milanesa	13,90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Strogonoff de Camarão	14,90	3	2	2	4	0	4	3	2	3	4	0	8	6	4	3	1	3	5	2	6	0	8	1	1	3	0	4	7	4	4	0	93		
HAMBURGUES																																			
Hamburguer	13,90	0	0	0	0	1	2	0	4	2	1	2	1	0	5	0	0	1	0	0	0	0	3	2	0	1	0	1	1	0	2	2	30		
MASSAS E RISOTOS																																			
Fettuccine ao Camarão	22,90	3	2	0	1	0	3	3	3	1	4	0	2	3	2	2	0	2	0	0	1	0	0	4	1	3	2	4	4	4	1	1	52		
Risoto de Camarão	18,90	2	7	0	3	2	8	10	8	2	2	4	0	4	8	0	1	4	4	2	8	0	2	1	2	1	3	8	6	2	2	3	107		
Risoto de Frutos do Mar	18,90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3		
Spaguetti com Frutos do Mar	18,90	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	9		
Talharin ao Bacalhau	19,90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SALADAS																																			
Salada crostinis	12,90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4		
Vinagrete de Frutos do Mar	13,90	0	1	1	0	0	1	1	0	2	3	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	3	0	0	2	18		
Salada fria de Penne	13,50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
SALGADOS																																			
Bolinho de Bacalhau	12,00	6	2	1	0	2	4	2	2	2	0	0	3	4	0	0	3	1	0	0	3	0	2	1	1	0	2	0	0	4	0	0	45		
Casquinha de Siri	7,90	4	0	1	1	0	0	5	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	3	0	1	0	0	0	0	2	0	0	21		
SOMA		42,00	27,00	22,00	24,00	33,00	50,00	79,00	68,00	26,00	35,00	27,00	34,00	44,00	58,00	36,00	24,00	24,00	37,00	16,00	46,00	0,00	39,00	25,00	17,00	28,00	19,00	39,00	60,00	51,00	24,00	22,00			

ANEXO 3
Relação diária de vendas do mês
Abril

	1.4	2.4	3.4	4.4	5.4	6.4	7.4	8.4	9.4	10.4	11.4	12.4	13.4	14.4	15.4	16.4	17.4	18.4	19.4	20.4	21.4	22.4	23.4	24.4	25.4	26.4	27.4	28.4	29.4	30.4	Total	
PRATOS QUENTES	Preço Caixa	Unid																														
Camarão na Moranga	27,90	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Caldeirada Don Crustáceo	23,90	0	1	2	3	2	0	0	3	3	0	3	0	1	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22
Duo de Camarão	24,50	1	2	3	2	0	0	2	0	4	1	3	2	0	0	0	1	0	5	0	0	4	1	2	2	0	0	0	0	0	0	35
Filé de Pescada empanada	17,90	0	5	1	0	3	3	4	1	8	5	0	0	1	2	0	0	2	3	2	2	3	3	1	1	7	0	0	0	0	57	
Camarão ao Curry	20,90	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	
Camarão com Catupiry	21,90	1	0	0	0	0	0	2	0	0	2	2	0	1	0	0	0	3	1	4	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	22	
Gratinado de Bacalhau	22,90	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	
Paella Marinera	24,90	1	0	1	0	4	0	1	0	1	3	0	1	0	0	2	2	3	0	0	1	2	0	0	4	0	0	0	0	0	26	
PRATOS EXECUTIVOS																																0
Escondidinho Don Crustáceo	9,50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	4	2	2	2	3	3	5	6	0	0	0	0	0	30	
Bobo de Camarão	15,90	15	12	18	19	21	11	12	19	25	22	15	7	12	7	5	12	13	19	11	17	6	12	5	14	12	0	0	0	0	341	
Moqueca	14,50	0	2	1	3	0	2	4	0	4	1	0	2	1	1	4	1	1	1	3	1	2	0	2	2	3	0	0	0	0	41	
Merluza ao creme de espinafre	13,50	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	
Anéis de lula empanado	14,50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	
Filé de peixe merluza empanda	13,90	3	8	9	5	4	7	2	6	8	10	12	4	7	2	1	0	1	1	0	2	2	4	0	1	1	0	0	3	7	114	
Strogonoff de Camarão	14,90	3	2	3	9	4	0	7	10	9	3	1	4	0	3	2	1	7	6	2	3	3	3	1	1	4	0	0	0	0	91	
SANDUÍCHES																																0
Hamburguer	9,50	0	0	0	0	0	0	2	3	3	0	4	3	5	5	0	0	2	1	0	2	3	0	0	2	0	0	0	0	0	35	
MASSAS E RISOTOS																																0
Fettuccine ao Camarão	22,90	0	0	1	4	4	1	1	1	4	3	0	2	0	2	2	1	0	0	1	0	2	2	1	1	4	0	0	0	0	37	
Risoto de Camarão	18,90	2	3	6	9	5	2	4	7	7	7	12	5	4	3	3	2	2	10	2	4	2	2	4	7	6	0	0	0	0	120	
Spaguetti com Frutos do Mar	18,90	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	2	1	0	0	0	0	0	9	
Talharin ao Bacalhau	19,90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SALADAS																																0
Crostinis	12,90	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	3	4	0	2	2	4	2	4	1	0	0	0	0	0	25	
Vinagrete de Frutos do Mar	13,90	1	0	1	1	2	1	0	2	4	0	3	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	3	2	1	0	0	0	0	0	23	
Salada fria de Penne	13,50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ENTRADAS																																0
Escondidinho	9,50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	4	2	2	1	0	3	3	0	5	6	0	0	0	0	0	29	
Bolinho de Bacalhau	12,00	0	0	1	1	2	0	2	1	2	6	2	1	0	0	1	2	1	3	3	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	36	
Casquinha de Siri	7,90	0	0	2	0	0	2	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	
SOMA		27	35	51	57	52	29	45	55	82	64	60	34	33	30	22	28	39	68	31	45	44	42	26	51	58	0	0	3	7	4	1122