

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC IRMÃ AGOSTINA
Técnico em Administração

Bruna Duarte Gomes
Kezia Santana Gomes Pereira
Robson Ferreira dos Santos Junior
Sabrina da Silva Camurça

AOBA VEGGIE

São Paulo
2021

Bruna Duarte Gomes
Kezia Santana Gomes Pereira
Robson Ferreira dos Santos Junior
Sabrina da Silva Camurça

AOBA VEGGIE

Trabalho de Conclusão De Curso apresentado ao curso Técnico em Administração da Etec Irmã Agostina, orientado pelo Prof. Adriano Oliveira Barbosa, como requisito para obtenção do título de técnico em administração.

São Paulo
2021

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse trabalho aos nossos professores que nos ensinaram a manter o foco nos nossos objetivos, mesmo nos momentos mais difíceis.

AGRADECIMENTOS

A todos os nossos professores agradecemos por transmitirem seus conhecimentos que nos permitiu chegarmos até o presente momento.

Agradecemos também a nossos amigos e colegas de classe por nos ter acompanhado e incentivado a continuar seguindo em frente mesmo com alguns obstáculos no caminho.

Agradecemos a nossa família por ter sempre acreditado em nosso potencial e não nos ter permitido desistir. O amor e carinho de vocês nos deram força para chegar até esse momento e nos fará continuar seguindo em frente para conquistar nossos sonhos.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a montagem de um Food Truck de comida vegana voltado para eventos. Como base para fundamentação do projeto foram feitas pesquisas de clientes, para conhecimento do público e suas necessidades; pesquisa de mercado, para entendimento do setor ao qual o Food Truck será inserido; planejamento estratégico, tático e operacional, para que se possa ter uma proposta adequada às vontades dos clientes. O objetivo principal é oferecer uma comida de qualidade e de preço justo para clientes que busquem esse estilo de comida.

Palavras-chave: Food truck; vegano; eventos.

ABSTRACT

This work aims to set up a Food Truck for vegan food aimed at events. As a basis for the project's foundation, customer surveys were carried out, for the public's knowledge and its needs; market research, to understand the sector to which the Food Truck will be inserted; strategic, tactical and operational planning, so that you can have a proposal that suits your customers' wishes. The main objective is to offer quality food at a fair price for customers looking for this style of food.

Key words: Food truck; vegan; events.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| I. INTRODUÇÃO | 9 |
| II. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... | 10 |
| III. PLANO DE NEGÓCIO | 13 |
| 3.1. Sumário Executivo | 13 |
| 3.1.1. Resumo Da Empresa | 13 |
| 3.1.2. Missão Da Empresa | 13 |
| 3.1.3. Dados Da Empresa | 13 |
| 3.1.4. Setor De Atividade | 13 |
| 3.2. Planejamento Estratégico, Tático e Operacional | 14 |
| 3.2.1. Missão, Visão e Valores | 14 |
| 3.2.2. Plano de Ação | 14 |
| 3.2.2.1. Objetivos | 14 |
| 3.2.3. Layout, Organograma e Fluxograma | 19 |
| 3.2.3.1. Organograma..... | 19 |
| 3.2.3.2. Fluxograma..... | 20 |
| 3.3. Descrição Da Empresa | 21 |
| 3.3.2. Empreendimento | 21 |
| 3.4. Produtos e Serviços..... | 21 |
| 3.4.1. Cardápio | 22 |
| 3.4.1.1. Hambúrguer | 22 |
| 3.4.1.2. Pizza | 23 |
| 3.4.1.3. Cachorro-Quente..... | 23 |
| 3.4.1.4. Salgados | 23 |
| 3.4.1.5. Sobremesas..... | 24 |
| 3.4.1.6. Bebidas | 25 |

| | |
|---|-----------|
| 3.5. Pesquisa de Mercado..... | 25 |
| 3.5.1. Análise de Clientes..... | 25 |
| 3.5.2. Análise De Fornecedores..... | 25 |
| 3.5.3. Análise De Concorrentes | 26 |
| 3.6. Análise SWOT..... | 26 |
| 3.7. Plano de Marketing | 27 |
| 3.8. Plano Financeiro | 27 |
| REFERÊNCIAS..... | 35 |

I. INTRODUÇÃO

Quando se ouve falar em aquecimento global e efeito estufa, as pessoas logo associam à poluição causada por fábricas e veículos motorizados, porém a criação de animais para consumo humano pode ser mais prejudicial ao meio ambiente do que os motores e fábricas.

Muitas pessoas que adotam uma dieta vegetariana ou se adequam ao estilo de vida vegano tem como um dos objetivos a Aoba Veggie, um Food truck com cardápio 100% vegano e que realizará eventos, desde festas de aniversários e casamentos até eventos corporativos. Oferecendo a seus clientes comida de qualidade a preço justo e sem aquele estigma de que a comida vegana não oferece variedade e seja sem sabor.

Através de pesquisas de mercado e clientes, foi elaborado um plano de negócios que vai desde a missão, visão e valores da empresa, passando por um planejamento estratégico, tático e operacional com planos de ações para o crescimento da empresa, criação do cardápio oferecido pelo Food truck, elaboração do plano de marketing e plano financeiro.

A criação da Aoba Veggie vem para ser uma opção mais acessível para as pessoas que buscam uma empresa que possa realizar eventos e que estejam de acordo com o estilo de vida que vivem. É um mercado em crescimento, já que o número de pessoas que se declaram vegetarianas ou veganas tem crescido nos últimos anos.

II. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo a Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) o vegetarianismo é a dieta alimentar que exclui todos os produtos de origem animal. Para a SVB existem 5 (cinco) variações de interpretações do vegetarianismo reconhecidas por ela:

- Ovolactovegetarianismo: utiliza ovos, leite e laticínios na sua alimentação.
- Lactovegetarianismo: utiliza leite e laticínios na sua alimentação.
- Ovovegetarianismo: utiliza ovos na sua alimentação.
- Vegetarianismo estrito: não utiliza nenhum produto de origem animal na sua alimentação.
- Veganismo: excluir todas as formas de exploração e crueldade contra os animais seja na alimentação, no vestuário ou em outras esferas do consumo.

A dieta da grande maioria da população do mundo é onívora, ou seja, come de tudo, porém o consumo de proteína de origem animal veio apenas com a dominação do fogo. Onde antes, o consumo de carne era apenas de pequenos insetos e animais menores. Com a dominação do fogo, os ancestrais do homem passaram a ser capazes de caçar animais de grande porte.

Após a domesticação de diversos animais para a subsistência humana a dieta vegetariana começou a aparecer muito ligada à religião. No antigo Egito, por exemplo, acreditava-se que a abstinência de carne facilitava a encarnação. Em países como Japão e China, onde os terrenos eram propícios ao cultivo de plantas a chegada do Budismo e conseqüentemente a proibição da caça e pesca foi bem aceita pela população. Na Índia as vacas e macacos são considerados sagrados e para os povos celtas e astecas o consumo de carne era restrito à festividade.

O termo vegetariano só passou a ser mais comum com a fundação da Sociedade Vegetariana Britânica em 1847, que seguia os valores de Pitágoras, com relação a uma dieta sem carne, que continham 3 (três) vértices: veneração religiosa, saúde física e responsabilidade ecológica. Pitágoras pregava a não crueldade com animais e que este modo de vida seria a chave para a coexistência pacífica entre o homem e a natureza, o filósofo acreditava que o abate de animais para consumo embrutecia a alma das pessoas. (COLUNISTA PORTAL – EDUCAÇÃO)

Segundo a ONU, o setor pecuário é o maior responsável pela erosão de solos e contaminação de mananciais aquíferos do mundo. A ONU também estimou que cerca de 14,5% das emissões de gases do efeito estufa oriundas de atividades humanas têm origem no setor pecuário. A maior parte do desmatamento da Amazônia tem sua origem na produção de carnes, laticínios e ovos. 97% do farelo de soja e 60% do milho produzidos globalmente são utilizados não para consumo humano, mas para virar ração para as fazendas e granjas industriais, produzindo alimentos a uma eficiência muito baixa.

(SVB, 2017)

Segundo a SVB a criação de animais é responsável por grande parte do consumo de água potável. Uma pessoa consumidora de carne pode ser responsável pelo consumo indireto de 3.800 litros de água por dia. De acordo com a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação – FAO (2006) cerca de 70% da terra desmatada da Amazônia é usada como pasto e o restante dessas terras é usada na plantação destinada à ração (apud SVB, 2017).

A discussão em torno das questões ambientais não faz parte de uma nova temática. Em 1972, com a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente realizada em Estocolmo, na Suécia, iniciou-se a busca entre o equilíbrio do desenvolvimento e meio ambiente, resultando na Declaração sobre o Ambiente Humano, um plano de ação constituído por 110 recomendações, e 26 princípios de orientação para legislações internas dos países e relações internacionais, (...). A partir desses acontecimentos é que se firmaram iniciativas internacionais para uma gestão ambiental global, como um maior envolvimento da ONU em relação às causas ecológicas, através da criação do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA).

(FRANCO; FILIPÍM, p. 1)

Para Franco e Filipim os princípios da gestão ambiental passam por diversos pontos como: treinamento e educação das pessoas; desenvolvimento e fabricação de produtos e serviços menos agressivos ao meio ambiente; orientação dos consumidores e distribuidores sobre o uso correto do transporte, armazenagem e descarte dos produtos; desenvolvimento de máquinas e equipamentos mais sustentáveis para diminuição dos impactos negativos ao ambiente; apoio a projetos de pesquisa que estudem os impactos ambientais associados ao processo produtivo da empresa. “Tendo como enfoque (...), a modificação da manufatura, e o uso de

produtos ou serviços (...), de forma consistente com os mais modernos conhecimentos técnicos e científicos, no sentido de prevenir irreversíveis degradações do meio ambiente.” (FRANCO; FILIPÍM, p. 2)

O presente trabalho tem como objetivo usar-se da manufatura verde, pelos motivos acima citados, para desenvolver uma empresa, a Aoba Veggie, com a finalidade de promover e participar de festas com produtos que não tem origem e que não foram testados em animais.

III. PLANO DE NEGÓCIO

3.1. Sumário Executivo

3.1.1. Resumo Da Empresa

A Aoba Veggie é uma prestadora de serviços de pequeno porte que fornece seus serviços através de um food truck em participações em festas. Ela terá como objetivo participar dessas festividades com comidas que não tem origem animal, cativando veganos e não veganos.

3.1.2. Missão Da Empresa

A Aoba Veggie tem como objetivo participar de festividades com um food truck de comidas veganas, com o objetivo de fornecer alimentação sem o uso de alimentos de origem animal cativando veganos e não veganos.

3.1.3. Dados Da Empresa

A Aoba Veggie é uma empresa de pequeno porte (EPP), prestadora de serviços do ramo alimentício, localizada na Cidade de São Paulo.

3.1.4. Setor De Atividade

Levando em consideração os setores de atividade mais comuns, que são agropecuária, indústria, comércio e prestação de serviço, o empreendimento se encaixa na categorização de prestação de serviços, uma vez em que o indivíduo deve fazer a solicitação de nossos serviços para o evento.

3.2. Planejamento Estratégico, Tático e Operacional

3.2.1. Missão, Visão e Valores

Missão, visão e valores são as principais características de uma empresa. Com base nesses três itens toma-se decisões e define-se como a empresa vai agir e crescer, no mercado. Assim como ajuda a definir o tempo estimado para alcançar seus objetivos.

A missão da Aoba Veggie é participar de festas com produtos veganos, prezando, sempre, pela qualidade da comida, do plantio até o prato. Através disso, a visão da empresa é ter o food truck vegano mais conhecido de São Paulo em cinco anos. Atendendo e cativando veganos e não veganos, buscam-se, como valor, satisfazer os clientes, com respeito, proatividade e organização.

3.2.2. Plano de Ação

3.2.2.1. Objetivos

De 6 meses a 2 anos – Possuir uma boa equipe, que esteja alinhada aos objetivos e ajude no crescimento da empresa.

Estratégia – Envolvimento da equipe com a missão a visão e os valores da empresa.

Ação – Incentivos para que a equipe busque ampliar seus conhecimentos quanto ao mercado em que a empresa está inserida (comida vegana e Food Trucks).

De 3 a 5 anos – Conseguir se estabelecer no mercado de eventos, oferecendo uma opção de serviço tanto para as pessoas veganas quanto para o público geral.

Estratégia – Investimento em Redes Sociais: Apresentação de um bom portfólio para gerar interesse em novos clientes.

Ação – Contratar um profissional para o gerenciamento das Mídias Sociais. Propor parceria com Influenciadores Digitais, para divulgação da marca.

De 6 a 10 anos – Ter de 2 a 3 Food Trucks, para poder ampliar a capacidade da empresa, na realização dos eventos.

Estratégia – Fazer um planejamento financeiro, visando a ampliação do negócio.

Ação – Montar, pelo menos, mais um Food Truck totalmente equipado. Ampliar a equipe, contatando novos profissionais para poder atuar no novo Food Truck.

Layout e equipamentos.

Para a montagem de um Food Truck são necessários, principalmente equipamentos industriais, mas que muitas vezes são necessários serem feitos sob medida. Abaixo será apresentado os principais equipamentos utilizados, podendo variar em tamanho conforme o dimensionamento do Food Truck.

- Layout

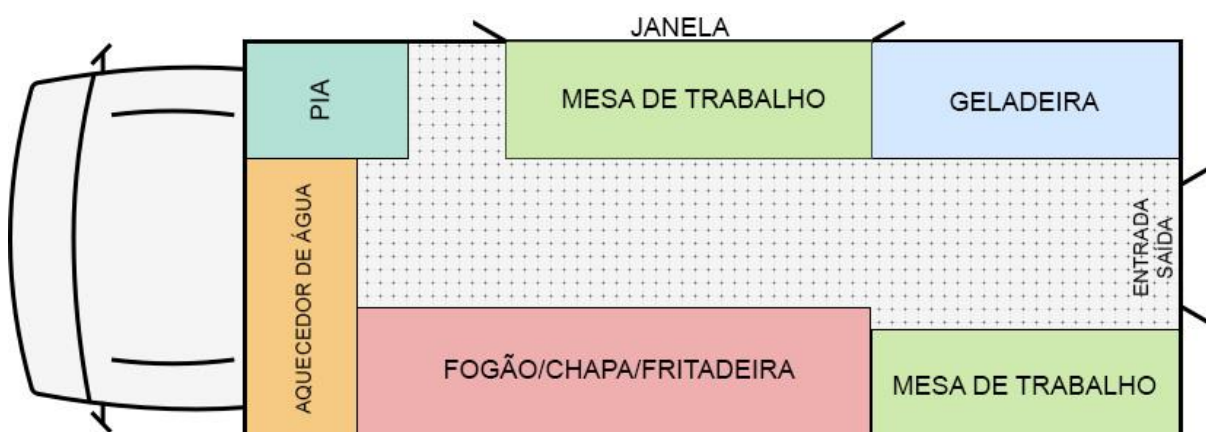


Figura 3.1 – Layout do FoodTruck

Fonte: <<https://i.pinimg.com/originals/4b/b9/58/4bb95816ff3b989bb4ab990410288bb7.png>>

Acesso em: Junho de 2021

Modificação: Camurça, 2021

- Kia Bongo K2500



Figura 3.2 - Kia Bongo K2500 modelo 2019

Fonte: <https://http2.mlstatic.com/D_NQ_NP_671212-MLA45637330812_042021-OO.webp> Acesso em: Junho de 2021

- Fogão Industrial 4 Bocas Forno 113 Lit + Chapa para lanches, com Forno



Figura 3.3 - Fogão Industrial 4 Bocas

Fonte: <https://http2.mlstatic.com/D_NQ_NP_771345-MLB31174654432_062019-O.webp> Acesso em: Junho de 2021

- Fritadeira Profissional 2 Cubas



Figura 3.4 – Fritadeira Profissional 2 Cubas

Fonte:

<https://http2.mlstatic.com/D_NQ_NP_940227-MLB43297090915_082020-O.webp>

Acesso em: Junho de 2021

- Balcão em Inox Refrigerado



Figura 3.5 – Balcão em Inox Refrigerado

Fonte:

<https://http2.mlstatic.com/D_NQ_NP_768690-MLB31933310664_082019-O.webp>

Acesso em: Junho de 2021

- Armário Aéreo em Aço Inox (3x)



Figura 3.6 - Armário Aéreo

Fonte: <<https://www.casasbahia-imagens.com.br/Control/ArquivoExibir.aspx?IdArquivo=498525778>> Acesso em: Junho de 2021

- Geladeira Industrial em Aço Inox



Figura 3.7 - Geladeira Industrial em Aço Inox

Fonte: <https://http2.mlstatic.com/D_NQ_NP_952953-MLB31722809910_082019-O.webp> Acesso em: Junho de 2021

- Gerador de Energia a Gasolina



Figura 3.8 – Gerador de Energia a Gasolina

Fonte: <<https://www.casasbahia-imagens.com.br/Control/ArquivoExibir.aspx?IdArquivo=498525778>> Acesso em: Junho de 2021

3.2.3. Layout, Organograma e Fluxograma

3.2.3.1. Organograma

O organograma da empresa é composto por dois níveis de hierarquia. O primeiro nível está relacionado a todo contato com o cliente, atendimento, divulgação, marketing e etc.; nele também está inserido boa parte dos processos internos da empresa, como o setor financeiro, compras e vendas, recursos humanos, e no geral o administrativo. Este setor conta com apenas um funcionário.

O segundo nível hierárquico, é estabelecido pelo setor de produção; contando com dois funcionários.

A figura abaixo apresenta o organograma.

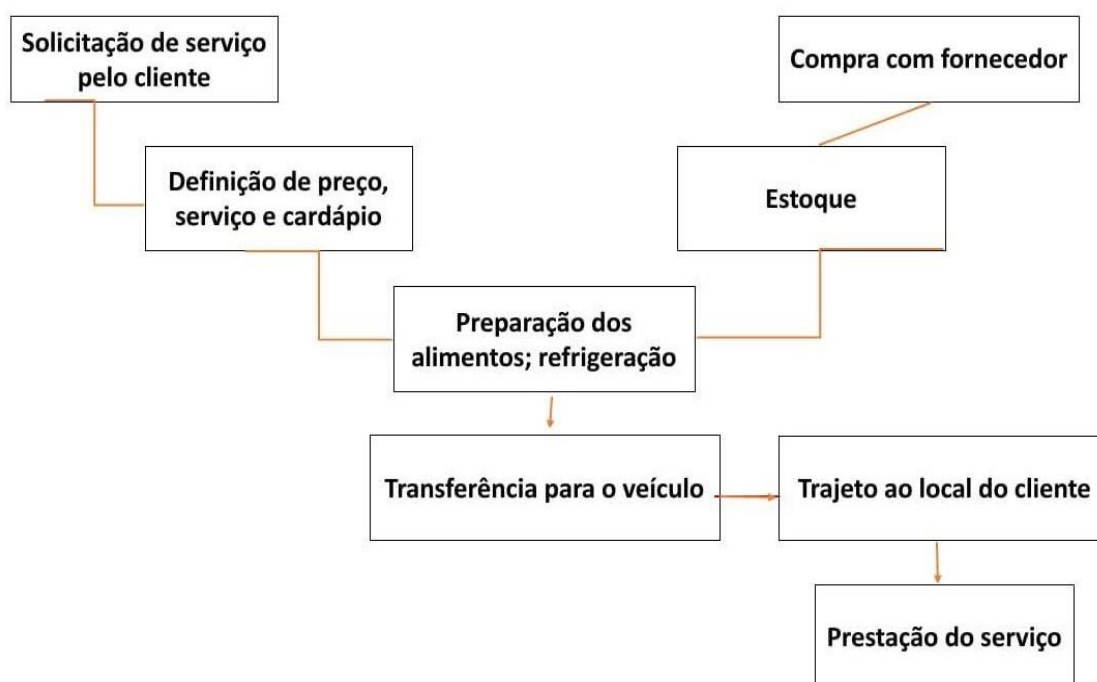


Figura 3.9 – Organograma

3.2.3.2. Fluxograma

Quando a empresa é contatada pela cliente, é definido todo o serviço que será oferecido, tais como a quantidade de alimento, o local e preço. Assim que definido, é feita a checagem do estoque. Todos os alimentos são preparados com antecedência de um a dois dias e refrigerados. Na data do evento definido pelo cliente, todos os alimentos são passados ao transporte do food truck; e juntamente com os funcionários é direcionado ao local já estabelecido pelo mesmo.

A figura a seguir apresenta o fluxograma.



3.10 - Fluxograma

3.3. Descrição Da Empresa

A empresa Aoba Veggie é um serviço alimentício, com sua especialidade em comida vegana. A empresa opera por meio de um food truck, servindo em festas e eventos. Portanto, possui um cardápio de lanches e sobremesas voltado a essas ocasiões com toda sua cadeia de produção verde.

3.3.2. Empreendimento

A Aoba Veggie é classificada como uma empresa de pequeno porte (EPP). E o teto de faturamento se enquadra na estipulação de adesão ao Simples Nacional (regime de tributação simplificado), conforme Lei Complementar 123/2006, alterada pela Lei Complementar 139/2011.

A Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) que determina a atividade exercida pela empresa Aoba Veggie, está classificada pelos dígitos: 56.12-1.

O investimento será um montante de R\$ 254.000,00.

3.4. Produtos e Serviços

A Aoba Veggie é uma empresa prestadora de serviço com o ramo alimentício, atuante em festas e eventos. Ela se faz responsável pela parte de fornecer comida aos potenciais convidados do cliente, por sua vez com um cardápio totalmente vegano.

O cardápio se divide em cinco principais categorias: hambúrgueres, pizza, cachorro-quente, alguns salgados, sobremesas e bebidas.

É de livre escolha do cliente optar por alguma das variedades do cardápio de acordo com sua preferência, os quais serão oferecidos aos convidados. Podendo assim, excluir do menu o que não lhe é desejado.

É oferecido ao cliente as opções de cardápio por “cento” com seu custo previamente estabelecido. Cabe ao cliente informar a empresa o número de convidados, e ajustar a quantidade de comida necessária para sanar o volume de pessoas.

Alguns dos alimentos, como o hambúrguer, são feitos e congelados para a conservação e otimização do processo de preparação; assim como outros também são preparados com precedência.

Todos os alimentos estão em sua versão “mini”, para melhor atender às ocasiões.

3.4.1. Cardápio

3.4.1.1. Hambúrguer

Hambúrguer de Grão de bico (pão francês, hambúrguer de grão de bico, alface, tomate);

Hamburguer de Shimeji (pão francês, hamburguer de shimeji, alface, tomate);

Hamburguer de Beringela (pão francês, hamburguer de beringela, alface, tomate);

Hambúrguer de Falafel (pão francês, hamburguer de falafel, alface, tomate);



Figura 3.11 - Hamburger Vegano

Fonte: <<https://media.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/2016/09/kharina-c574e670.jpg>> Acesso em: Junho de 2021

3.4.1.2. Pizza

Pizza de Frango Vegano (“frango” de nata de soja, molho, creme de catupiry vegano);

Pizza de Pepperoni (queijo vegano, salame vegetal, molho).

3.4.1.3. Cachorro-Quente

Cachorro-Quente (pão de hot dog, salsicha de soja, batata palha, mostarda e ketchup opcional)



Figura 3.12 – Mini Hot Dog

Fonte: <https://images-americanas.b2w.io/produtos/01/00/img/1668635/5/1668635524_1GG.jpg> Acesso em: Junho 2021

3.4.1.4. Salgados

Quibe vegano (quibe à base de beringela);

Falafel (bolinho árabe à base de grão de bico).



Figura 3.13 - Falafel

Fonte: <<https://1.bp.blogspot.com/-d5tBqMjJsc/Ue-jjimEgII/AAAAAAAAADsk/NPRVC2G0g7M/s1600/falafel-1.jpg>>
Acesso em: Junho 2021

3.4.1.5. Sobremesas

Sorvete de Manga (sorvete à base de banana, com manga);

Sorvete de Morango (sorvete à base de banana, com morango);

Sorvete de Chocolate (sorvete à base de banana, com cacau);

Sorvete de Oreo (sorvete à base de banana, com bolacha Oreo);

Brigadeiro Vegano (enrolado com granulado sem leite);

Beijinho Vegano (enrolado com coco);

Tartelete Vegana (torta com recheio de creme, enfeitada com raspas de limão).



Figura 3.12 – Tortalete de Limão

Fonte: <<https://3.bp.blogspot.com/--a3O3EMdXH4/Ua0FXhpZuTI/AAAAAAAAAZQ/yHxyJkDtzu4/s640/torta+de+limao.jpg>> Acesso em:
Junho de 2021

3.4.1.6. Bebidas

Vinho (Espumante Terranova Demi-sec – Miolo; servido por copo individual);

Cerveja (Cerveja Corona 330 ML Long Neck – Corona; garrafa individual);

Sucos Naturais (Limão, Acerola, Maracujá, Abacaxi e Morango)



Figura 3.13 – Espumante Terranova Demi-sec

Fonte: <https://cdn.dooca.store/278/products/terranova-brutrdemisec-1_400x600+fill_ffffff.jpg?v=1601930929> Acesso em: Junho 2021

3.5. Pesquisa de Mercado

3.5.1. Análise de Clientes

Levando em consideração o porte da empresa, busca-se alcançar com ela pessoas de classe média baixa e classe média alta, que tenham em seu cardápio a alimentação vegana. Tendo em vista a missão da empresa, por outro lado, pessoas que tenham o interesse em conhecer o veganismo ou que seja um conhecido de uma pessoa que adota esses hábitos alimentares, podem ser potenciais clientes.

3.5.2. Análise De Fornecedores

A avaliação de fornecedores é um processo fundamental da Aoba Veggie para medir a qualidade da sua rede de fornecedores, mantendo os valores principais da empresa como a cadeia de produção verde, resultando no serviço final esperado.

Fornecedor 1: Mercadão Natural / Rei dos Grãos. Loja virtual e loja física (Avenida Ibirapuera, 2454, Moema - São Paulo - SP - CEP.: 04028-002)

Fornecedor 2: Feijão Veneza – Distribuidora de alimentos. Loja virtual e física (Rua Benjamim de Oliveira, 152/178 - Brás, São Paulo - SP, 03006-030)

Fornecedor 3: Miolo Wine Group - Distribuidora de bebidas em São Paulo. (Sede: R. Estados Unidos, 96 - Jardim Paulista, São Paulo - SP, 01427-000)

Fornecedor 4: Veganinha - Armazém Vegano (Curitiba-PR) Envio Nacional.

Fornecedor 5: Mercados atacadistas locais.

Fornecedor 6: Reina Embalagens – Loja virtual (São Paulo – SP)

3.5.3. Análise De Concorrentes

De acordo com a análise de mercado e dos concorrentes, pode-se identificar o ramo de atuação e quais são os maiores desafios, no mercado.

Nota-se que os principais concorrentes da Aoba Veggie são os buffets e empresas produtoras de refeições veganas, como bares e restaurantes. Em todos os casos, não foi notificado nenhum empreendimento que tenha a comodidade da locomoção da cozinha.

3.6. Análise SWOT

A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats) estuda as Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças, em um negócio e é uma ferramenta utilizada para se levantar os pontos fortes e fracos da empresa, sendo muito importante em uma tomada de decisões.

Entre as os pontos fortes da Aoba Veggie estão a facilidade de locomoção da cozinha, a disponibilização de uma alimentação vegana agregadora e diferenciada, com variedade, qualidade e um preço acessível.

Mais sobre os pontos internos da empresa, apresentam-se como pontos fracos o fato dela ser uma empresa jovem e ainda bem desconhecida no mercado e falta de inovação no plano de marketing.

O primeiro ponto externo da empresa são suas oportunidades. Dentre elas se destacam a possibilidade de abrir franquias, atuar em outros ramos de atividade, ser 100% biodegradável, incluindo o veículo e os meios de preparo, e atuar em outros ramos de atividade usando a cadeia verde e investir no marketing por meio das redes sociais.

Por fim, o último ponto, negativo, e que não pode ser alterado pela empresa, são as ameaças para o negócio. Dentre elas se destacam o preço da gasolina, a repulsa por produtos veganos por grande parte da população e a escassez de profissionais que atuam com a dieta vegana no mercado.

3.7. Plano de Marketing

O Produto da Aoba Veggie é um buffet móvel (food truck) de comida 100% vegana, sem o uso de animais ou derivados em todo o processo de produção, fornecendo uma alimentação saborosa e de qualidade para todos os clientes.

A empresa oferece um preço bem em conta, facilitando o acesso aos produtos para pessoas de todas as classes.

O terceiro “P” da Aoba Veggie, a Praça, pode variar bastante, levando em consideração o fato de que se trata de um food truck. Leva-se como base de que a Praça da empresa são eventos e festas na cidade de São Paulo

Por fim, a Promoção da Aoba Veggie se dará através das redes sociais e do compartilhamento de informações sobre a empresa, por parte de pessoas que consumiram os serviços.

3.8. Plano Financeiro

Iniciando o plano financeiro da Aoba Veggie, a seguir, apresenta-se os custos totais de cada item, indicando a quantidade a ser produzida, envolvendo também os custos com matéria prima e embalagem, indicados anteriormente pelo cardápio da empresa.

| Hamburguer de grão de bico (100 quant.) | | | Hamburguer de Shimeji (100 quant.) | | |
|---|-------------------|----------------------|------------------------------------|-------------------|--------------|
| Item | Preço | Quantidade | Item | Preço | Quantidade |
| Grão de bico | R\$ 16,00 | 2,5kg | Shimeji | R\$ 65,00 | 5kg |
| Aveia em flocos | R\$ 6,93 | 1,14kg | Farinha de rosca | R\$ 3,77 | 755g |
| Cebola | R\$ 3,30 | 1,20kg | Farinha de trigo int | R\$ 1,86 | 516g |
| Cenoura | R\$ 2,00 | 600g | Óleo vegetal | R\$ 2,41 | 187,5ml |
| Azeite | R\$ 31,95 | 1,25L | Alho | R\$ 0,50 | 4 uni |
| Salsinha | R\$ 6,00 | 4 uni | Cebolinha | R\$ 6,00 | 4 uni |
| Cebolinha | R\$ 6,00 | 4 uni | Mini Pão francês | R\$ 34,87 | 100 unidades |
| Açafrão | R\$ 0,77 | 25g | Tomate | R\$ 14,00 | 3kg |
| Mini Pão francês | R\$ 34,87 | 100 unidades (2,5kg) | Total | R\$ 128,41 | |
| Tomate | R\$ 14,00 | 3kg | | | |
| Total | R\$ 121,82 | | | | |

| Mini pizza de Frango Vegano (100 quant.) | | | Mini pizza de Pepperoni Vegana (100 quant.) | | |
|--|-------------------|------------|---|-------------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade | Item | Preço | Quantidade |
| Massa | R\$ 16,13 | 100 uni | Massa | R\$ 16,13 | 100 uni |
| Molho | R\$ 6,70 | 2,270kg | Molho | R\$ 6,70 | 2,270kg |
| Nata de soja | R\$ 61,00 | 1,250kg | Queijo vegetal | R\$ 115,20 | 1,440kg |
| Cebola | R\$ 1,80 | 6 uni | Salame vegetal | R\$ 86,00 | 1kg |
| Alho | R\$ 1,20 | 12 dentes | Total | R\$ 224,03 | |
| Salsinha | R\$ 7,00 | 5 uni | | | |
| Páprica doce | R\$ 0,21 | 12g | | | |
| Sal | R\$ 0,20 | 95g | | | |
| Azeite | R\$ 5,02 | 160ml | | | |
| Creme de Catupiry | R\$ 59,60 | 800g | | | |
| Total | R\$ 158,86 | | | | |

Figura 3.14 – Planilha De Custos Em Lanches - Parte 1/4

| Massa da pizza (100 unidades) | | |
|-------------------------------|------------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade |
| Grão de bico | R\$ 3,20 | 500g |
| Farinha de arroz | R\$ 6,30 | 1,125kg |
| Sal | R\$ 0,03 | 16g |
| Fermento | R\$ 2,00 | 21g |
| Água | R\$ 1,60 | 625ml |
| Azeite | R\$ 3,00 | 94ml |
| Total | R\$ 16,13 | |

Figura 3.15 – Planilha De Custos Em Lanches - Parte 2/4

| Hamburguer de Beringela (100 quant.) | | | Hamburguer de Falafel (100 quant.) | | |
|--------------------------------------|-------------------|--------------|------------------------------------|-------------------|--------------|
| Item | Preço | Quantidade | Item | Preço | Quantidade |
| Beringela | R\$ 43,35 | 17 uni | Grão de bico | R\$ 32,00 | 5kg |
| Cebola | R\$ 4,50 | 1,5kg | Cebola | R\$ 1,50 | 550g |
| Alho | R\$ 3,00 | 33 dentes | Alho | R\$ 1,00 | 10 dentes |
| Azeite | R\$ 15,59 | 500ml | Limão | R\$ 0,20 | 1 uni |
| Linhaça | R\$ 4,11 | 315g | Cebolinha | R\$ 6,00 | 4 uni |
| Sal | R\$ 0,18 | 83g | Salsinha | R\$ 6,00 | 4 uni |
| Aveia em flocos | R\$ 5,06 | 760g | Tempero Sírio | R\$ 12,84 | 600g |
| Farinha de trigo int | R\$ 7,25 | 2,75kg | Sal | R\$ 0,18 | 83g |
| Salsinha | R\$ 6,00 | 4 uni | Mini Pão francês | R\$ 34,87 | 100 unidades |
| Farinha de rosca | R\$ 1,00 | 200g | Tomate | R\$ 14,00 | 3kg |
| Mini Pão francês | R\$ 34,87 | 100 unidades | Total | R\$ 108,59 | |
| Tomate | R\$ 14,00 | 3kg | | | |
| Total | R\$ 138,91 | | | | |

| Mini Cachorro Quente (100 unidades) | | | Quibe Vegano (100 unidades) | | |
|-------------------------------------|-------------------|----------------|-----------------------------|------------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade | Item | Preço | Quantidade |
| Pão de hot dog | R\$ 30,00 | 100 uni | Trigo para quibe | R\$ 21,00 | 3kg |
| Salsicha de soja | R\$ 175,86 | 50 uni (3,6kg) | Farinha de trigo | R\$ 6,00 | 1,600kg |
| Molho | R\$ 3,40 | 1,135kg | Alho | R\$ 2,00 | 20 dentes |
| Cebola | R\$ 0,90 | 3 uni | Óleo vegetal | R\$ 8,58 | 666ml |
| Óleo | R\$ 1,83 | 142g | Limão | R\$ 1,20 | 6 uni |
| Batata palha | R\$ 30,00 | 1kg | Salsinha | R\$ 6,00 | 4 uni |
| Ketchup | R\$ 16,00 | 4 uni | Sal | R\$ 0,07 | 33g |
| Total | R\$ 257,99 | | Total | R\$ 44,85 | |

Figura 3.16 – Planilha De Custos Em Lanches - Parte 3/4

| Falafel (100 unidades) | | |
|------------------------|------------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade |
| Grão de bico | R\$ 3,84 | 600g |
| Cebola | R\$ 0,75 | 2,5 uni |
| Alho | R\$ 0,70 | 7 dentes |
| Cebolinha | R\$ 3,00 | 2 uni |
| Sal | R\$ 0,02 | 12,5g |
| Fermento | R\$ 2,50 | 25g |
| Coentro em pó | R\$ 0,80 | 10g |
| Cominho em pó | R\$ 0,04 | 5,25g |
| Pimenta em pó | R\$ 0,16 | 11g |
| Total | R\$ 11,81 | |

Figura 3.17 – Planilha De Custos Em Lanches - Parte 4/4

| Sorvete de Manga (50 porções) | | | Sorvete de Morango (50 porções) | | |
|-------------------------------|------------------|-----------------|---------------------------------|------------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade | Item | Preço | Quantidade |
| Banana | R\$ 21,00 | 50 uni | Banana | R\$ 21,00 | 50 uni |
| Manga | R\$ 16,00 | 4,750kg (36uni) | Morango | R\$ 44,00 | 2,400kg |
| Leite de coco | R\$ 12,03 | 725ml | Leite de coco | R\$ 12,03 | 725ml |
| Total | R\$ 49,03 | | Total | R\$ 77,03 | |

| Tartelete Vegana (50 porções) | | | Brigadeiro Vegano (100 porções) | | |
|-------------------------------|------------------|------------|---------------------------------|------------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade | Item | Preço | Quantidade |
| Massa | R\$ 13,20 | 50 uni | Aveia flocos | R\$ 2,10 | 320g |
| Castanha de caju | R\$ 37,00 | 583g | Açúcar | R\$ 1,01 | 192g |
| Amido de milho | R\$ 0,45 | 95g | Óleo de coco | R\$ 15,00 | 93,75ml |
| Açúcar | R\$ 0,83 | 150g | Cacau 100% | R\$ 0,63 | 58g |
| Essência baunilha | R\$ 9,60 | 83ml | Granulado s/ leite | R\$ 6,50 | 500g |
| Sal | R\$ 0,37 | 172g | Água | R\$ 1,10 | 923ml |
| Água | R\$ 2,00 | 1,6L | Total | R\$ 26,34 | |
| Total | R\$ 63,45 | | | | |

| Massa de tartelete | | |
|--------------------|------------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade |
| Açúcar | R\$ 1,04 | 208g |
| Margarina vegetal | R\$ 7,48 | 416g |
| Essência baunilha | R\$ 1,16 | 10ml |
| Sal | R\$ 0,37 | 172g |
| Farinha de trigo | R\$ 3,00 | 833g |
| água | R\$ 0,15 | 125ml |
| Total | R\$ 13,20 | |

Figura 3.18 – Planilha De Custos Em Sobremesas - Parte 1/2

| Sorvete de Chocolate (50 porções) | | | Sorvete de Oreo (50 porções) | | |
|-----------------------------------|------------------|------------|------------------------------|-----------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade | Item | Preço | Quantidade |
| Banana | R\$ 41,50 | 100 uni | Banana | R\$41,50 | 100 uni |
| Cacau em pó | R\$ 2,60 | 238g | Leite de coco | R\$12,03 | 725ml |
| Leite de coco | R\$ 6,00 | 362,5ml | Bolacha Oreo | R\$16,87 | 562,5g |
| Melado | R\$ 10,70 | 442g | Ext. de baunilha | R\$7,22 | 62,5ml |
| Total | R\$ 60,80 | | Total | R\$77,62 | |

| Beijinho Vegano (100 porções) | | |
|-------------------------------|------------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade |
| Farinha de trigo | R\$ 0,23 | 65g |
| Açúcar | R\$ 3,28 | 619g |
| Leite de coco | R\$ 16,60 | 1L |
| Coco ralado seco | R\$ 11,56 | 289g |
| Sal | R\$ 0,02 | 5g |
| Coco ralado* | R\$ 8,75 | 500g |
| Total | R\$ 40,44 | |

Figura 3.19 – Planilha De Custos Em Sobremesas - Parte 2/2

| Bebidas | | | | | |
|-----------------------|-----------------|------------|----------------|-----------------|-------------------|
| Item | Preço | Quantidade | Custo unitário | Markup | Custo final |
| Espumante Terra Miolo | R\$55,30 | 750 ml | R\$27,65 | R\$ 4,00 | R\$ 45,23 |
| Cerveja Corona | R\$5,50 | 330ml | R\$5,50 | R\$ 1,50 | R\$ 13,79 |
| Suco de limão | R\$3,60 | 1L | R\$0,72 | R\$ 0,15 | R\$ 34,82 |
| Suco de acerola | R\$5,85 | 1L | R\$1,17 | R\$ 0,15 | R\$ 35,27 |
| Suco de maracujá | R\$5,25 | 1L | R\$1,05 | R\$ 0,15 | R\$ 35,15 |
| Suco de abacaxi | R\$3,68 | 1L | R\$0,74 | R\$ 0,15 | R\$ 34,84 |
| Suco de morango | R\$7,07 | 1L | R\$1,41 | R\$ 0,16 | R\$ 35,52 |
| | R\$25,45 | 25 copos | | Projeção | R\$ 234,62 |

Figura 3.20 – Planilha De Custos Em Bebidas - Parte 1/2

| Suco de limão (1 litro) | | |
|----------------------------|-----------------|------------|
| Item | Preço | Quantidade |
| Limão | R\$ 0,75 | 250g |
| Água | R\$ 1,75 | 1L |
| Açúcar | R\$ 1,10 | 200g |
| Total | R\$ 3,60 | |
| Suco de acerola (1 litro) | | |
| Item | Preço | Quantidade |
| Acerola | R\$ 3,00 | 250g |
| Água | R\$ 1,75 | 1L |
| Açúcar | R\$ 1,10 | 200g |
| Total | R\$ 5,85 | |
| Suco de maracujá (1 litro) | | |
| Item | Preço | Quantidade |
| Maracujá | R\$ 2,40 | 400g |
| Água | R\$ 1,75 | 1L |
| Açúcar | R\$ 1,10 | 200g |
| Total | R\$ 5,25 | |
| Suco de abacaxi (1 litro) | | |
| Item | Preço | Quantidade |
| Abacaxi | R\$ 0,83 | 250g |
| Água | R\$ 1,75 | 1L |
| Açúcar | R\$ 1,10 | 200g |
| Total | R\$ 3,68 | |
| Suco de Morango (1 litro) | | |
| Item | Preço | Quantidade |
| Morango | R\$ 4,50 | 200g |
| Água | R\$ 1,75 | 1L |
| Açúcar | R\$ 0,82 | 150g |
| Total | R\$ 7,07 | |

Figura 3.21 – Planilha De Custos Em Bebidas - Parte 2/2

| Item | Custo | Custo Unitário | Markup | Preço final |
|--------------------------|-----------|----------------|---------|-------------|
| Preço Hamburger's | | | | |
| Hamb. de Grão de Bico | R\$121,82 | R\$1,21 | R\$0,45 | R\$1,66 |
| Hamb. de Shimeji | R\$128,41 | R\$1,28 | R\$0,45 | R\$1,73 |
| Hamb. de Beringela | R\$138,91 | R\$1,38 | R\$0,45 | R\$1,83 |
| Hamb. de Falafel | R\$108,59 | R\$1,08 | R\$0,45 | R\$1,53 |
| Preço Pizza | | | | |
| Pizza de Frango vegano | R\$158,86 | R\$1,58 | R\$0,55 | R\$2,13 |
| Pizza de Pepporoni | R\$224,03 | R\$2,24 | R\$0,55 | R\$2,79 |
| Cachorro Quente | R\$257,99 | R\$2,58 | R\$0,48 | R\$3,06 |
| Quibe | R\$44,82 | R\$0,44 | R\$0,41 | R\$0,85 |
| Falafel | R\$11,81 | R\$0,11 | R\$0,36 | R\$0,47 |
| Sobremesas | | | | |
| Sorvete de manga | R\$49,03 | R\$0,98 | R\$0,45 | R\$1,43 |
| Sorvete de morango | R\$77,03 | R\$1,54 | R\$0,46 | R\$2,00 |
| Sorvete de chocolate | R\$60,80 | R\$1,22 | R\$0,45 | R\$1,67 |
| Sorvete de oreo | R\$77,62 | R\$1,55 | R\$0,48 | R\$2,03 |
| Tartelete vegana | R\$63,45 | R\$1,26 | R\$0,51 | R\$1,77 |
| Brigadeiro | R\$26,34 | R\$0,26 | R\$0,45 | R\$0,71 |
| Beijinho | R\$40,44 | R\$0,40 | R\$0,47 | R\$0,87 |
| Embalagem docinhos | R\$26,48 | R\$0,13 | R\$0,46 | R\$0,59 |
| Embalagem pizza e torta | R\$14,00 | R\$0,14 | R\$0,46 | R\$0,60 |
| Embalagem salgados | R\$96,00 | R\$0,96 | R\$0,44 | R\$1,40 |
| Pote para sorvete | R\$39,90 | R\$0,80 | R\$0,55 | R\$1,35 |
| Bebidas | | | | |
| Espumante Terra Miolo | R\$55,30 | R\$27,65 | R\$4,00 | R\$46,23 |
| Cerveja Corona | R\$5,50 | R\$5,50 | R\$1,50 | R\$13,79 |
| Suco de limão | R\$3,60 | R\$0,72 | R\$0,15 | R\$3,82 |
| Suco de acerola | R\$5,85 | R\$1,17 | R\$0,15 | R\$6,27 |
| Suco de maracujá | R\$5,25 | R\$1,05 | R\$0,15 | R\$6,15 |
| Suco de abacaxi | R\$3,68 | R\$0,74 | R\$0,15 | R\$3,84 |
| Suco de morango | R\$7,07 | R\$1,41 | R\$0,16 | R\$8,52 |

| Projeção de receita | |
|---------------------|---------------------|
| R\$166,00 | 100 unidades |
| R\$173,00 | |
| R\$183,00 | |
| R\$153,00 | |
| R\$217,00 | 100 unidades |
| R\$339,00 | |
| R\$306,00 | |
| R\$155,00 | |
| R\$117,00 | 50 unidades |
| R\$139,00 | |
| R\$167,50 | |
| R\$151,00 | |
| R\$169,00 | 100 unidades |
| R\$118,50 | |
| R\$130,00 | |
| R\$146,00 | |
| R\$118,00 | 200 unidades |
| R\$180,00 | 300 unidades |
| R\$420,00 | |
| R\$270,00 | 200 unidades |
| R\$339,23 | 10 unidades (750ml) |
| R\$689,50 | 50 unidades (330ml) |
| R\$174,10 | 5L |
| R\$176,35 | 5L |
| R\$175,75 | 5L |
| R\$174,20 | 5L |
| R\$177,60 | 5L |
| R\$6.324,73 | TOTAL |

| | |
|----------------|------------------------------------|
| Receita | R\$6.324,73 |
| Receita mensal | R\$50.597,80 (média de 8 serviços) |

Figura 3.22 – Planilha De Custos Totais

Tendo já feito o custo de cada item, juntamente com a quantidade a ser produzida, chega-se ao cálculo do DRE, que apresenta os custos e despesas fixas, e por fim mostra o lucro líquido mensal a se obter pela empresa.

Calcula-se também o ponto de equilíbrio e o tempo para retorno de investimento.

| Projeção de vendas/mês | Por ano |
|--------------------------------|------------------------------------|
| R\$24.964,96 | R\$299.579,52 |
| Receita | R\$3.120,62 |
| Receita mensal | R\$24.964,96 (média de 8 serviços) |
| Ponto de equilíbrio | |
| 299,5 | |
| Retorno do investimento | |
| 2 anos, 9 meses | |

| Custos | Valor |
|-------------------------------|---------------------|
| Custos - Hambúrguer | R\$497,73 |
| Custos - Pizza | R\$382,86 |
| Custos - Cachorro quente | R\$257,89 |
| Custos - Quibe | R\$44,82 |
| Custos - Falafel | R\$11,81 |
| Custos - Sobremesas | R\$394,71 |
| Custos - Bebidas | R\$25,45 |
| Total | R\$1.615,27 |
| Margem de contribuição | R\$23.349,69 |
| Custos/Despesas fixas | Valor |
| Salários | R\$4.878,56 |
| Vale transporte | R\$345,06 |
| FGTS | R\$460,08 |
| CPP - 20% | R\$1.150,20 |
| Limpeza | R\$120,00 |
| Internet/telefone | R\$300,00 |
| Aluguel | R\$2.000,00 |
| Gasolina | R\$1.200,00 |
| Água | R\$65,00 |
| Energia Elétrica | R\$500,00 |
| Impostos | R\$ 1.171,04 |
| Depreciação | R\$ 3.981,20 |
| Subtotal | R\$16.171,14 |
| Lucro líquido | R\$7.178,55 |

Figura 3.23 – Planilha De Ponto De Equilíbrio e Retorno De Investimento

Tabela de depreciação, apresenta os maquinários a serem utilizados e o cálculo feito para depreciação dos mesmos. Juntamente, estima-se o valor do investimento inicial.

| Item | Valor inicial | Taxa de depreciação anual | Vida útil (anos) | Depreciação anual | Depreciação mensal |
|----------------------|----------------|---------------------------|------------------|-------------------|--------------------|
| Veículo | R\$ 222.000,00 | 20% | 5 | R\$ 44.000,00 | R\$ 3.700,00 |
| Balcão refrigerado | R\$ 7.000,00 | 10% | 10 | R\$ 700,00 | R\$ 58,33 |
| Fogão/forno fixo | R\$ 2.199,00 | 10% | 10 | R\$ 219,90 | R\$ 18,32 |
| Fogão/forno | R\$ 2.199,00 | 10% | 10 | R\$ 219,90 | R\$ 18,32 |
| Gerador | R\$ 4.499,00 | 10% | 10 | R\$ 449,90 | R\$ 37,41 |
| Geladeira industrial | R\$ 7.100,00 | 10% | 10 | R\$ 710,00 | R\$ 59,16 |
| Coifa | R\$ 1.900,00 | 10% | 10 | R\$ 190,00 | R\$ 15,83 |
| Fritadeira | R\$ 587,99 | 10% | 10 | R\$ 58,79 | R\$ 4,89 |
| Armários | R\$ 1.108,09 | 10% | 10 | R\$ 110,81 | R\$ 9,23 |
| Tampo para balcão | R\$ 52,19 | 10% | 10 | R\$ 5,21 | R\$ 0,43 |
| Mesa | R\$ 180,00 | 10% | 10 | R\$ 18,00 | R\$ 1,50 |
| Mesa para escritório | R\$ 179,90 | 10% | 10 | R\$ 17,99 | R\$ 1,49 |
| Impressora | R\$ 935,99 | 10% | 10 | R\$ 93,59 | R\$ 7,79 |
| Notebook | R\$ 2.308,90 | 20% | 5 | R\$ 461,78 | R\$ 38,48 |
| Cadeira escritório | R\$ 839,00 | 10% | 10 | R\$ 83,90 | R\$ 6,99 |
| Itens de cozinha | R\$ 364,39 | 10% | 10 | R\$ 36,43 | R\$ 3,03 |
| | R\$ 253.453,45 | | | | R\$ 3.981,20 |

Figura 3.24 – Planilha De Depreciação

Para finalizar o plano financeiro, é necessário a apresentação da projeção da folha de pagamento dos funcionários. Levando em consideração as necessidades da empresa, serão necessários três funcionários, um administrador para tratar de processos como o recrutamento e seleção e pagamento de salários; e dois cozinheiros, tendo, ao menos um deles, capacitação para dirigir o food truck na ida e volta dos eventos.

A imagem a seguir mostra o demonstrativo da folha de pagamento.

| Folha de pagamento | | | | | | | | |
|-----------------------------|---------------|--------------|----------|-------------|---------|-----------------|-------------|-----------------|
| Cargo | Carga horária | Salário base | INSS | | IRRF | Vale transporte | | Salário líquido |
| | | | Alíquota | Valor desc. | | Alíquota | Valor desc. | |
| Administrador | 8h | R\$2.180,00 | 9% | R\$196,20 | R\$5,98 | 6% | R\$130,80 | R\$1.847,02 |
| Cozinheiro Aux. + Motorista | 8h | R\$2.147,00 | 9% | R\$193,23 | R\$3,37 | 6% | R\$128,82 | R\$1.821,58 |
| Cozinheiro | 8h | R\$1.424,00 | 9% | R\$128,60 | Isento | 6% | R\$85,44 | R\$1.209,96 |
| | | | | | | | R\$345,06 | R\$4.878,56 |

| |
|-------------|
| 20% INSS |
| R\$436,00 |
| R\$429,40 |
| R\$284,80 |
| R\$1.150,20 |

| FGTS | |
|----------|-----------|
| Alíquota | |
| 8% | R\$174,40 |
| 8% | R\$171,76 |
| 8% | R\$113,92 |
| | R\$460,08 |

Figura 3.25 – Planilha De Folha De Pagamento

REFERÊNCIAS

- Carosella, P. (31 de Março de 2021). Conversa com Bial. (P. Bial, Entrevistador) TV Globo.
- Educação, C. P. (s.d.). *A história do vegetarianismo*. Disponível em Portal Educação: <<https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/a-historia-do-vegetarianismo/22833#>> Acesso em: Abril de 2021
- Franco, C. E., & Filipim, M. (s.d.). Produção Verde: Administração da Produção Com Ênfase em. p. 15. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/1187_Artigo%20Ambiental%20-%20Versao%20SEGET.pdf> Acesso em: Abril de 2021
- Nakamura, A. C. (2017). Cooperapas: Agricultura e Cooperativismo no Extremo Sul do Município de São Paulo. *Dissertação de Mestrado*, 304. São Paulo, SP, Brasil. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-09032017-090516/publico/2017_AngelicaCamposNakamura_VCorr.pdf> Acesso em: Abril de 2021
- SVB. (2017). *Meio Ambiente*. Disponível em Sociedade Vegetariana Brasileira: <<https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/meio-ambiente>> Acesso em: Abril de 2021
- SVB. (2017). *Vegetarianismo: o que é?* Disponível em Sociedade Vegetariana Brasileira: <<https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/o-que-e>> Acesso em: Abril de 2021
- Food truck: como atuar neste modelo de negócio [Internet]. Portal Sebrae. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/food-truck-uma-nova-tendencia,d128e6f7c633c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 19 abr. 2021.
- SHANCES, Mariana. 30 receitas de hambúrguer vegano [Internet]. Receitaria. Disponível em: <<https://www.receitaria.com.br/receitas-de-hamburguer-vegano/>>. Acesso em: 4 de jun. 2021.
- HERRMANN, Vanessa. 8 receitas de pizza vegana [Internet]. Receitaria. Disponível em: <<https://www.receitaria.com.br/receitas-de-pizza-vegana/>> Acesso em: 4 de jun. 2021.
- ALVES, Vitória. LANCHES VEGANOS [Internet]. Blog Tudo Gostoso. Disponível em: <<https://blog.tudogostoso.com.br/cardapios/lanches-veganos/>>. Acesso em: 4 de jun. 2021.