



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

SIAPS

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

54º SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

12ª ADTRIA ETADUAL DE TRINHOPOSSE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA

12ª ADTRIA ETADUAL DE PESQUISA DA EDUCACIO PROFISIONAL

11ª JORNADA DE PESQUISA

9ª FÓRUM DE INVENÇÕES E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS



Número do ISSN: 1981-2892

PLANO DE NEGÓCIOS DA TRUFAS E CIA

Trabalho de: MARJORI MARIA STRIEDER (marjoristrieder@yahoo.com.br),
KAUANA PATRICIA MALLMANN (kauana_patricia@hotmail.com), JOCIÃ%LI
MALEICO (jocimaleico@yahoo.com.br).

Orientado por: LUÃ• S CARLOS ZUCATTO (LUISZUCATTO@SETREM.COM.BR).

Sociedade Educacional Três de Maio - SETREM

Resumo

É crescente a criação de novos empreendimentos e isto faz com que a dinâmica do mercado potencialize a concorrência. Novos entrantes, produtos ou serviços substitutos, consumidores e fornecedores, exercem pressão sobre o ambiente da competição. Para entrar em um mercado estabelecido, um novo empreendimento precisa ser criteriosamente planejado. Assim, o empreendedorismo por si só não basta, mas precisa se apoiar em ferramentas de planejamento de negócios bem estruturadas. Perante este contexto, o objetivo deste estudo é verificar os aspectos que precisam ser considerados na análise mercadológica e financeira de uma empresa produtora de trufas de chocolate, para que a mesma seja viável. A partir dessas ideia de elaborar um plano de negócios, acadêmicos do curso de Administração desenvolveram o projeto da abertura de uma empresa. A empresa traçou como estratégia a produção com qualidade e criatividade, garantindo a percepção de valor por parte dos clientes e consumidores. A abordagem do estudo é quantitativa de maneira a realizar um levantamento numérico e proporcionando indicadores que podem ser confrontados com outros, utilizando-se para a pesquisa de mercado a técnica de questionário, composto de 14 perguntas fechadas relacionadas aos produtos e à empresa, aplicado para pessoas de ambos os sexos e com faixa etária variada, ainda fez-se o uso da pesquisa exploratória como meio de procedimento a fim de proporcionar maiores informações, bem como auxiliar na fixação dos objetivos e das hipóteses. Inicialmente, cada sócia entrou com um determinado valor, totalizando um capital inicial de R\$ 150,00, bem como o lugar cedido por uma das sócias para a produção das trufas. Os produtos foram disponibilizados nas cidades de Crissiumal, Nova Candelária, Três de Maio e Santo Cristo. Inicialmente, com uma previsão de vendas de R\$ 5552,50, num período de cinco meses objetivou-se com isso a quitação das dividas com fornecedores e um lucro líquido no final desse período de R\$ 2621,00. Aplicado a pesquisa de mercado, chegou se a conclusão que o chocolate é um produto que não escolhe gênero, classe social, idade e nem datas em especial, podendo-se afirmar que o consumo de chocolate está presente diariamente na dieta dos entrevistados. Além disso, percebe-se que a

trufa é o produto de maior procura com percentual de 47% comparado com barras e bombons, porém, em datas especiais existe a procura por produtos diferenciados, que apresentam variedade de formas e cores. Outro ponto positivo para o sucesso do negócio é a preferência de 67% dos entrevistados por chocolates caseiros, agregando qualidade, diversidade e preço como fatores para a satisfação dos consumidores, e que também permitiram que o negócio em questão conquistasse uma grande e variada clientela.

Palavras chaves: Planejamento, empreendedorismo, chocolates caseiros, qualidade.

Referências

CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

MATARAZZO, D.C.; Análise Financeira de Balanço – Abordagem Básica e Gerencial. 5ª Ed. São Paulo: Editora Atlas, 1998.

PORTER, Michael. Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SILVA, José Pereira da. Análise Financeira das Empresas. 4ª Ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

GÜLLICH, Roque Ismael da Costa; LOVATO, Adalberto; EVANGELISTA, Mário dos Santos. Metodologia da pesquisa - normas para apresentação de trabalhos: redação, formatação e editoração. 2 Ed. Três de Maio: SETREM, 2007.