



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

SAPE

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

14ª SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

12ª MOSTRA ETADUAL DE TRABALHOS DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA

12ª MOSTRA ETADUAL DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

11ª JORNADA DE PESQUISA

9ª FEIRA DE INVENÇÕES E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS



Número do ISSN: 1981-2892

ANÁLISE DA VIABILIDADE MERCADOLÓGICA E FINANCEIRA DA EMPRESA TRUFAS DOCE MANIA

Trabalho de: CAMILA FABIANE SCHERNER (cfs8122@gmail.com), KARINE SCHILLING (karine_schilling@hotmail.com), RÉGIS FERNANDO SPILLARI RUARO (regis.ruaro@gmail.com).

Orientado por: LUÍS CARLOS ZUCATTO (luiszucatto@setrem.com.br).

Sociedade Educacional Três de Maio – SETREM.

Resumo:

O trabalho em questão consiste na simulação da criação de uma empresa que escolheu atuar no ramo de doces, com vendas nessa área. Interessados pelo fato de não avistarmos nesse meio maior qualidade e variedade. A empresa atuou na revenda de trufas produzidas pela doceira Rose Vione, residente em Humaitá no período de Março a Junho de 2010. Pretendendo investir mais a cada mês firmando parceria com a doceira, aumentando as vendas e conseqüentemente obtendo mais lucros. A estratégia foi oferecer um produto personalizado, que garantisse a confiança e satisfação do cliente, aguardando que o consumidor procurasse nossos produtos, priorizando o bom atendimento, a seriedade e a qualidade. Os diferenciais das trufas foram sabores diversificados, além de dois tamanhos, o que permitiu maior poder de escolha do cliente. O público-alvo foi a população em geral nas cidades de Três de Maio e Humaitá, com ênfase no meio acadêmico da SETREM. Foram levantadas informações através de um questionário que foi aplicado aos clientes e não clientes, o que permitiu criar estratégias de vendas e uma política de preços. Constatou-se que 60% das pessoas que responderam o questionário compram trufas pela qualidade, e 30% optam por trufas com um valor menor, ou seja, leva em consideração o preço. Após isso pode-se definir de que é melhor possuir no mercado um produto com qualidade. Os entrevistados também foram questionados a respeito da vantagem que viam em nosso serviço, 45% dos entrevistados respondeu que a praticidade e a comodidade são essenciais. O quesito diversidade fica logo atrás, com 41% das opiniões, também podemos analisar que a minoria leva o preço do produto em consideração. Dentre os lugares que os clientes gostariam de ser atendidos, houve um empate, 37% dos clientes prefere ser atendido no trabalho e a mesma porcentagem prefere ser atendido em casa. 23% dos entrevistados preferem ser atendido na faculdade. Após a avaliação do plano financeiro foi possível concluir que a empresa é viável, ou seja, que o capital nela investido apresentou retorno de 60% no período e gerou lucros, evidente que isso se mantém com uma boa administração, principalmente referente aos gastos, pois sabe-se que a empresa necessita se consolidar para então poder gerar maiores retornos. Outro fator de extrema relevância foi que maioria dos clientes que responderam o questionário afirmam comprar trufas nos mais variados ambientes, isso acaba confirmando por parte dos clientes a viabilidade da abertura de uma empresa que ofereça trufas.

Palavras chaves: Plano de negócio, trufas, viabilidade mercadológica e financeira.

Referências

AREND, Lauro; GARTNER, Gunter; GRECO, Alvício. Contabilidade teoria e práticas básicas. 10° ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. 1° ed. São Paulo: Editora cultura editores associados, 1999. LOVATO, Adalberto; EVANGELISTA, Mario Luis Santos; GÜLLICH, Roque Ismael da Costa, Metodologia da Pesquisa: Normas para Apresentação de Trabalhos: redação, formatação e editoração, 2° Edição, Três de Maio: Ed Setrem, 2007.

MARION, José Carlos. Contabilidade empresarial. 8° ed. São Paulo: Atlas, 1998.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade geral fácil. 3° ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

SANVICENTE, Antônio Zoratto. Administração Financeira. 3° ed. São Paulo: Atlas, 1987.

ZDANOWICZ, José Eduardo. Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiros. 2° ed. Porto Alegre: D.C. Luzzatto Editores Ltda, 1988.