

7 APÊNDICE – PLANO DE NEGÓCIOS

CAMM TRUFAS.

Rua: Coronel Aristiliano Ramos, nº 377
Gaspar – SC
(47)3333-3333



Este Plano de Negócios foi elaborado em Abril de 2015.

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa Camm Trufas se destina a fornecer trufas em caixas personalizadas para o seu evento, tais como shows, casamentos, aniversários, etc., onde podem ser servidas como degustação ou de lembrança do evento, já que as trufas possuem um mix, com caixas que serão personalizadas com a logo da empresa ou com o nome da aniversariante. A distribuição das trufas será feita através de um automóvel da empresa.

O plano de negocio foi realizado com o intuito de verificar qual seria a viabilidade da abertura do negócio, visando apresentar quais serão os seus principais concorrentes e suas dificuldades no mercado. Com esse plano criamos a nossa missão que é “**fornecer e comercializar trufas com qualidade, garantido a excelência nos negócios**”, dessa forma estudamos a melhor forma de fornecer e comercializar, o primeiro passo foi apresentar a nossa empresa e os nossos produtos para as principais empresas de eventos da região, essa apresentação foi feita por um de nossos representantes que fará visitas mensais para manter e garantir a nossa parceria com estas empresas, apresentando todo mês novidades que a Camm Trufas ira lançar e procurar sondar o que as pessoas estão procurando para seus eventos. Dessa forma podemos ver que nossas atitudes se

encaixam perfeitamente em nossa visão que é “**Ser reconhecida coma a melhor distribuidora de fornecimento de trufas da região**”, nossos representantes trabalham com uma tabela de preços, quanto mais você compra, mais descontos as empresa obtém. Temos promoções que são feitas em datas festivas, como Páscoa, Natal, e Réveillon. Nossa produção é terceirizada por fornecedores da região do Vale.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Trata-se de uma empresa voltada para ramo alimentício, através da comercialização terceirizada, de trufas de diversos sabores. Com o objetivo de atender a demanda de eventos, tais como aniversários, casamento, formaturas entre outros. Possui uma loja física localizada no centro de Gaspar, onde irá atender os eventos e os consumidores. A nossa perspectiva é poder ter a possibilidade de crescimento para gerar o interesse em abrir franquias.

2.1 DADOS ESTRUTURAIS

Figura 1 - Faixada da Empresa



A Camm Trufas Ltda., foi criada em 2015 através da parceria de 4 amigos da faculdade, que observaram a necessidade de um nicho de “doces” voltada para eventos. Seu nome foi criado através das iniciais de seus sócios. A venda é feita através de representantes que buscam parcerias

com empresas de ventos na região. Possui também uma estrutura localizada no centro comercial da cidade de Gaspar, localizada em um prédio próximo a praça central da cidade, aonde é realizado o atendimento de venda para o varejo.

2.2.1 Nome da empresa

Camm Trufas Ltda.

2.2.2 Sócios

- Alexsandra Mondini – Capital Investido – R\$ 5.000,00
- Cátia dos Santos – Capital Investido – R\$ 14.000,00
- Marcelo Miglioli – Capital Investido – R\$ 5.000,00
- Márcio Pedro de Almeida – Capital Investido – R\$ 10.000,00

2.2.3 Ramo de atividade

A Camm trufas, estará no ramo alimentício, trabalhando com produtos de qualidade, atendendo a demanda de eventos e atendendo também os clientes em sua loja comercial.

2.2.4 Classificação

- Sociedade Limitada - Ltda.

2.2.5 Tributação

- Simples Nacional

2.2.6 Limitações

A Camm Trufas está limitada em questão de utilização de mão obra terceirizada para a confecção dos doces, e também na forma de transporte das mercadorias, que são feitas através de veículos dos próprios sócios, outro fator de limitação está voltado para a questão da abrangência para o atendimento das entregas que se limita apenas ao Auto Vale do Itajaí e regiões mais próximas.

2.2.7 Fontes de recursos.

Os investimentos virão do capital investido por cada sócio, e dos veículos que serão utilizados para o transporte.

2.2.8 Missão

A nossa missão é fornecer e comercializar trufas com qualidade, garantido a excelência nos negócios.

2.2.9 Visão

A nossa visão é ser reconhecida como a melhor distribuidora de fornecimento de trufas da região.

2.2.10 Valores

Eficiência no atendimento, comprometimento com os clientes e foco nos resultados.

3 PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

O produto que será fornecido pela empresa Camm Trufas, será trufas dos mais variados sabores, com o principal objetivo de atender a demanda de eventos diversificados, e comercialização e sua loja física, com objetivo de divulgar a marca e produto. Contando com produtos de novos sabores que raramente encontra-se na concorrência.

4 MERCADOS E COMPETIDORES

A Camm Trufas Ltda. conta com um mix de sabores difíceis de encontrar na região, com a possibilidade de fornecer seus produtos para os mais variados tipos de eventos. Entregamos as trufas em caixinhas que serão personalizadas a gosto do cliente.

4.1 PÚBLICO ALVO

- Os Clientes em potencial serão as empresas jurídicas, voltadas para a organização de eventos, e também as pessoas físicas que querem realizar suas festas, como por exemplo festas de aniversário. Esses clientes irão residir no Auto Vale do Itajaí e Região;
- Temos Produtos que podem ser adquiridos por todas as classes sociais;
- Atendemos todas as idades;
- Atendemos todos os sexos.

4.2 PERFIL DO CLIENTE

A CAMM trufas atende todo o tipo de cliente, porém o seu foco está voltando para empresas de eventos.

4.3 FORNECEDORES

O produto será terceirizado, por fornecedores caseiros situados na própria região. A matéria-prima que será utilizada pela CAMM trufas, são caixinhas personalizadas com a etiqueta constando a logo marca da empresa.

4.4 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Nossos principais concorrentes são: Cacau Show, ChocoLídia e Confeitaria Zuchi.

FIGURA __ - ANÁLISE DE CONCORRENTES

	Chocolidia	Cacau Show	Confetaria Zuchi	Camm Trufas
Localização	Boa	Boa	Regular	Boa
Preços	Fixo	Fixo	Negociável	Negociável
Serviços aos clientes	Venda somente na loja	Venda somente na loja	Encomendas para eventos	Venda na loja e encomendas para eventos
Qualidade	Boa	Boa	Boa	Boa
Fabricação	Própria	Própria	Própria	Terceirizada
Diferenciais	Chocolate Artesanal	Franquias	Produção Caseira	Sabores Diferenciados

5 MARKETING E VENDAS

5.1 PRODUTO

A Camm Trufas Ltda., fornece trufas de diversos sabores, e em caixinhas que podem ser personalizadas pelo cliente.

5.2 PREÇO

Através de um estudo foi confeccionada uma tabela de preços que se adequa aos preços trabalhados no mercado pelos nossos concorrentes, fazendo com que os preços da Camm Trufas Ltda., se torne competitivo.

Venda avulsa R\$3,00 a unidade.

Em quantidade, o preço poderá variar:

Mais que 100 R\$2,90

Mais que 500 R\$2,85

Mais que 1.500 R\$2,70

Mais que 2.000 R\$2,55

5.3 PRAÇA

Nosso atendimento é feito através de representante, que efetua visitas em empresas voltadas para organização de eventos, apresentando os produtos e os diferenciais. Também contamos com uma loja física que atende ao público varejista.

5.4 PROMOÇÃO

A Camm Trufas Ltda., utiliza de uma tabela de preços aonde quando mais o cliente comprar mais desconto irá ganhar.

5.5 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A Estratégia da Camm Trufas Ltda., está na variedade nos sabores das trufas e promoções em épocas festivas. Exemplo festas de final de ano, dia das Mães, casamentos entre outras datas.

5.6 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

A Camm Trufas Ltda., possui uma loja localizada no centro comercial de Gaspar.

FIGURA __ - ANÁLISE DE LOCALIZAÇÃO

Conceito	Péssimo	Ruim	Bom	Muito bom	Excelente
Fatores	1	2	3	4	5
Área comercial movimentada					x
Área para vitrine				x	
Bom acesso rodoviário					x
Concorrente mais proximo		X			
Entrada de serviços para entrega					
Estado do imóvel				x	
Facilidade de entrada e saída					x
Facilidade de estacionamento			x		
Fluxo de tráfego					x
Histórico do local					x
Localização da rua					x
Melhorias exigidas na locação				x	
Passagem de pedestre					x
Preço do aluguel			x		
Serviços urbanos				x	
Taxa de ocupação do local			x		
Tempo de contrato do aluguel				x	
Transporte público				x	
Zoneamento adequado					x

5.7 PROJEÇÃO DE VENDAS

Mês	Quantidade	Valor Médio	Total Bruto R\$
Janeiro	10.000	R\$ 2,85	R\$ 28.500,00
Fevereiro	10.000	R\$ 2,85	R\$ 28.500,00
Março	15.000	R\$ 2,85	R\$ 42.750,00
Abril	20.000	R\$ 2,85	R\$ 57.000,00
Maior	20.000	R\$ 2,85	R\$ 57.000,00
Junho	10.000	R\$ 2,85	R\$ 28.500,00
Julho	10.000	R\$ 2,85	R\$ 28.500,00

Agosto	10.000	R\$ 2,85	R\$ 28.500,00
Setembro	15.000	R\$ 2,85	R\$ 42.750,00
Outubro	20.000	R\$ 2,85	R\$ 57.000,00
Novembro	15.000	R\$ 2,85	R\$ 42.750,00
Dezembro	15.000	R\$ 2,85	R\$ 42.750,00
Total	170.000		R\$ 484.500,00

6 ANÁLISE DE ESTRATÉGICA

Nossa estratégia é obter o máximo de parcerias possíveis, nos segmentos e áreas que vamos atuar, como por exemplo os organizadores de eventos.

6.1 ANÁLISE SWOT

6.1.1 Forças (pontos fortes – como manter)

Os pontos fortes se destacam, essa análise deve conter o que a empresa vai ter de força.

Fato	Estratégia
<ul style="list-style-type: none"> •Qualidade do produto •Boa imagem •Distribuição •Competência •Parcerias 	<p>Manter o local organizado em um espaço específico para a realização de um atendimento de qualidade, sempre priorizando e se responsabilizando pela fabricação e distribuições dos produtos nas datas combinadas.</p>

6.1.2 Fraquezas (pontos fracos – como resolver)

Os pontos fracos são aqueles pontos indesejáveis, que ninguém gostaria de possuir em sua empresa. Desta maneira devemos utilizar de planos estratégicos para resolvê-los e possivelmente fazer com que deixem de ser um ponto fraco.

Fato	Estratégia
<ul style="list-style-type: none"> • Tempo de conquista do cliente. • Linha de produtos reduzida • Custos altos • Falta de formação de funcionários 	<p>Criar um programa de marketing para conhecimento da marca para a localidade atuante, ampliar a linha de produtos com o objetivo de reduzir seus custos, ampliando o quadro de funcionários.</p>

6.1.3 Oportunidades (como atingir)

As oportunidades são os alvos mais desejados que uma empresa busca.

Fato	Estratégia
<ul style="list-style-type: none">• Rápido crescimento no mercado• Novos métodos de distribuição••	Aproveitar as oportunidades que um produto exclusivo possui e assumindo compromisso com diversos fornecedores e parcerias.

6.1.4 Ameaças (como evitar)

As ameaças são indesejadas e o empreendedor sempre deve observá-las para que estas ameaças não se tornem um empecilho para a sobrevivência da empresa.

Fato	Estratégia
<ul style="list-style-type: none">• Concorrência.• Desempenhos negativos• Novas tecnologias	Manter o trabalho focado na satisfação do cliente para sua fidelização, através do trabalho e do atendimento diferenciado. Evitando desempenhos que venham a prejudicar a empresa. Procurar sempre inovar o produto e está de acordo com as tecnologias.

7 PLANO FINANCEIRO

7.1 BALANÇO PATRIMONIAL

FIGURA 2 - BALANÇO PATRIMONIAL DA EMPRESA CAMM TRUFAS

ATIVO		PASSIVO	
Circulante		Circulante	
Caixa	R\$20.000,00	Despesas a Pagar	R\$ 6.240,00
Contas a receber	R\$ 28.500,00	Contas a Pagar	R\$ 20.000,00

Não Circulante		Não Circulante	
Moveis Loja Física	R\$ 5.000,00		
Automóveis	R\$ 9.000,00		
		Patrimônio Líquido	
		Capital Social	R\$ 36.260,00

7.2 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

FIGURA 3 - DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS.

Demonstração do Resultado do Exercício DRE - Camm Trufas	
Receitas de Vendas	28500
Custo dos produtos vendido	20000
Lucro Bruto	8500
Despesas operacionais	7240
Aluguel	1200
Energia/Agua	500
Combustível	500
Gerais e Administrativas	5040
Lucro Operacional	1260

7.3 FLUXO DE CAIXA

FIGURA _ - FLUXO DE CAIXA MENSAL

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	TOTAL
RECEBIMENTOS													
Receita à vista	7.125	7.125	10.688	14.250	14.250	7.125	7.125	7.125	10.688	14.250	10.688	10.688	121.125
Receitas à prazo	32.063	26.719	21.375	26.719	37.406	42.750	32.063	21.375	21.375	26.719	37.406	37.406	363.375

Faturamento	28.500	28.500	42.750	57.000	57.000	28.500	28.500	28.500	42.750	57.000	42.750	42.750	484.500
PAGAMENTOS													
Custos/Desp. Vari													
Compras a vista	3.600	3.600	5.400	7.200	7.200	3.600	3.600	3.600	5.400	7.200	5.400	5.400	61.200
Compras à prazo	21.600	18.000	14.400	18.000	25.200	28.800	21.600	16.000	14.400	18.000	25.200	25.200	246.400
Custos Fixos													
Encargos Sociais	554	554	928	1.302	1.302	554	554	554	928	1.302	928	928	10.393
Aluguel	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
Água	45	30	47	50	30	45	30	47	50	30	30	47	481
Energia Elétrica	405	420	403	400	420	405	420	403	400	420	420	403	4.919
Telefone	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Pro-labore	5.040	5.040	8.440	11.840	11.840	5.040	5.040	5.040	8.440	11.840	8.440	8.440	94.480
Investimentos	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Impostos fixos	1.425	1.425	2.138	2.850	2.850	1.425	1.425	1.425	2.138	2.850	2.138	2.138	24.225
Outras despesas	285	285	428	570	570	285	285	285	428	570	428	428	4.845
Custo Total	35.204	31.604	34.433	44.462	51.662	42.404	35.204	29.604	34.433	44.462	45.233	45.233	473.943
SALDO DE CAIXA	3.983	2.239	- 2.371	- 3.494	- 6	7.471	3.983	- 1.104	- 2.371	- 3.494	2.860	2.860	10.557

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com análise feita nas nossas projeções de vendas, acreditamos que sim seria viável abrimos esse negocio se atingirmos as metas de vendas estabelecidas por mês. Acreditamos que em datas festivas, como Páscoa e Natal se atingirmos um valor auto de vendas podemos passar pelos meses em que as vendas não tenham a projeção.

Mais se as metas não forem atingidas, uma solução seria um empréstimo para giro de caixa.